

Rapport från förstudie om klimatutställning på Världskulturmuseerna

Bakgrund

I juni 2016 beställde överintendenten för Världskulturmuseerna en förstudie för att utreda vilken inriktning en egenproducerad utställning med koppling till klimatkrisen skulle kunna ha. Uppdraget bestod i att utifrån omvärldsbevakning och myndighetens tolkning av uppdraget utreda syfte och målgrupp, föreslå teoretiska utgångspunkter, möjligt innehållsfokus och gestaltning, och föreslå ungefärlig budget och tidsplan för projektet. I denna förstudie ingick även att identifiera möjliga externa samarbetsparter och finansiärer. Sammantaget ska förstudien föreslå inriktning till en för Världskulturmuseerna unik utställning med koppling till klimatfrågorna. Om förstudien leder till en beställning av en utställning är planen att den öppnar och visas i det stora galleriet på plan 1 på Världskulturmuseet under en period på 18 månader och därefter är flyttar till något av museerna i Stockholm, EM, ÖM eller MM för att visas motsvarande period. Det förutsätter att innehållet kan skalas om till aktuell lokal på ett enkelt sätt.

Rapporten är skriven av Lena Stammarnäs, utställningsproducent, avdelningen Innehåll och Lärande, Göteborg, som ansvarat för förstudien med stöd av intendenterna Christine Palmqvist och Klas Grinell, från samma avdelning. Förstudien genomfördes 1 september-30 november 2016.

Syfte, mål och relevans

Klimatfrågan är en av de största utmaningarna hittills i mänsklighetens historia. De kräver samarbete och omedelbart agerande. De kräver att vi hittar nya värden, konsumtionsmönster och livsstilar och klarar en snabb omställning för att ha chans att vända utvecklingen. Det kräver också ett annat förhållningssätt till tid. Men människor är överlevare som har klarat stora omställningar och utmaningar tidigare, och vi kan klara det igen!

Kulturarvet som kraft för en hållbar global utveckling är en tydlig vision för myndigheten. Vi kan ge unika globala perspektiv på klimatfrågorna som representerar andra och mer hållbara sätt att förhålla sig till omvärlden och varandra än de som dominerar den rika världen idag. Vi kan också ge exempel på det ohållbara i tid och rum. Samlingen är en värdefull källa att utgå ifrån. Föremålen kan representera funktion, praktik och tankar om hållbarhet i relation till en mängd frågor: materialval, återanvändning, sätt att färdas, bo och förhålla sig till tid. Här finns exempel på relationella förhållningssätt till naturen som alternativ till att se den som resurs för de egna behoven. I kombination med ny spännande klimatforskning från olika fält kan utmaningen angripas från nya håll som kombinerar den naturvetenskapliga och den humanistiska blicken.

De flesta människor som lever idag vet att vi i den rika delen av världen behöver ändra våra konsumtionsmönster, inte minst för att våra val påverkar människor över hela klotet. Den stora utmaningen handlar nu om att gå från att veta till att handla, kort sagt att lära nya sätt att leva och förhålla oss till våra resurser.

Det övergripande syftet med utställningen bör vara att skapa vilja och motivation till ett mer hållbart sätt att konsumera och respektera gemensamma resurser. Konkret kan utställningens mål vara flera: Att förmedla att det inte längre finns några alternativ till förändring. Att peka på alla de önskvärda och positiva värden som kommer genom hållbar livsstil. Att stärka tron på att vi kan ställa om och överleva. Att föda nya tankar och förslag. Att väcka längtan efter förändring och övertygelse om att det finns alternativ sätt att leva.

Genom att visa på nya möjliga förhållningssätt till omvärlden och varandra ger vi alternativ. I utställningen kan vi ge kunskap och globala perspektiv som rymmer mängder av möjliga sätt att leva hållbart genom både historiska och samtida exempel.

Mätbara och konkreta besöksmål kopplas till utställningen men också till webb och sociala medier. Tydliga besöksmål sätts för både skolor och ströbesökare.

Omvärldsbevakning och inspiration

Klimatfrågorna är omskrivna och omdebatterade och ett första steg blir att avgränsa detta enorma ämne. En utställning kräver ett smalt relevant fokus redan från början för att hålla ihop. Vi tror att detta fokus bör ligga på de förändringar som krävs i vår konsumtion och i våra värderingar för att gå mot en hållbar värld. Två viktiga aspekter här är vilka känslor som leder till handling och hur vi förhåller oss till tid.

En stor majoritet av forskarvärlden är idag överens om att klimatförändringar till stor del beror på att mänskligheten överutnyttjar jordens ändliga resurser. Vi vet att människor med hög inkomst konsumerar mer och genererar mycket större utsläpp av koldioxid än de som tjänar minst. Mycket forskning tyder på att vi behöver minska vår konsumtion med 80 % för att nå det globala målet för 2050: max 2 ton koldioxidutsläpp/person och år.

FN:s klimatmöte i Paris i slutet av 2015 ledde fram till ett avtal som undertecknades av samtliga länder. Överenskommelsen innebar att temperaturen får höjas med högst 1,5 grad till år 2050. Resultatet betraktades som en succé trots att avtalet bara är en ram som bygger på frivillighet och att inte konkret kopplas till utsläppsminskningar. 2015 författade FN också 17 gemensamma globala mål genom Agenda 2030. De innebär i princip att världens ledare har förbundit sig att lösa klimatkrisen.

Enligt Världsnaturfondens globala rapport *Living Planet Report* från oktober 2016, är ohållbara konsumtionsmönster en av de största orsakerna till klimatförändringarna. Den mest verkningsfulla förändring som krävs ligger enligt rapporten på det mentala planetförändrade värderingar och normer leder till långsiktiga och hållbara förändringar. Svenskarna ligger 2016 på tionde plats i världen över länder som per person använder mest av jordens biologiska resurser, främst på grund av vår konsumtion. I förra rapporten från 2014 låg vi på plats 13. Genom att importera allt mer varor har vi dessutom i högre grad börjat exportera våra utsläpp.

Den brittiske sociologen Zygmunt Bauman beskriver i sin bok *Konsumtionsliv* samtiden som en tid där konsumtionen är den överordnade ideologi som kontrollerar oss och styr våra behov. En ideologi där människor och personliga relationer allt mer ses som varor som snabbt ska tillfredsställa behov och lika snabbt kastas bort för att ersättas av nya. Människans roll flyttas från medborgare till konsument och därmed minskar inflytandet över den politiska makten. Tiden blir i detta system fragment av en rad nu utan större mening eller sammanhang.

John Urry skriver i boken *Climate Change and Society* att en lösning på klimatfrågan måste ta hänsyn till de existerande och etablerade konsumtionsmönster och val som idag styr människors vardagsliv. För att vi ska välja hållbara alternativ krävs dessutom att de framstår som mer önskvärda och bekväma. Det ska vara bättre och roligare att vara klimatsmart.

Ekonomen och psykologen Per Espen Stoknes på Handelshögskolan i Oslo menar att vi bekymrar oss mindre ju mer vi vet om klimatet. Vi är experter på förnekelse och distansering. Eftersom berättelserna om klimatet ofta utspelar sig långt bort bland glaciärer och isbjörnar, eller drabbar fattiga människor som bor någon annanstans fungerar detta ganska bra. Han menar att det vore mycket mer effektivt att fokusera på hur människor och natur i vår närhet påverkas. Nära engagemang smittar ofta- om någon sätter solpaneler på taket så brukar grannarna inspireras. Per Espen efterlyser nya berättelser om allt vi kan göra om vi inte slösar bort resurserna – det gröna smarta liv som då blir möjligt.

<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=3345&artikel=6401848>

Sverigestudien (Preera/SKL) utgår från en webbenkät på ett Sverige i miniatyr och beskriver hur vi ser på oss själva, våra arbetsplatser, kommunen och på landet i stort. En tydlig tendens i 2016 års rapport är att vi är trötta på den snabba förändringstakten i samhället och på kraven om snabb omställning. Viktig men oroande information med tanke på våra enorma klimatutmaningar. Studien från 2016 visar att omtanke och medkänsla sjunker bland våra personliga värderingar. Högst hamnar familj, humor/glädje och ärlighet.

http://www.sverigestudien.se/wp-content/uploads/2016/05/Sverigestudien_2016.pdf

I rapporten *Klimatomställning Göteborg 2.0: Tekniska möjligheter och livsstilsförändringar* (Jörgen Larsson, Fysisk resursteori/Chalmers och Lisa Bolin, Sveriges Tekniska Forskningsinstitut) konstaterar författarna att det egentligen inte finns några givna motsättningar mellan förändrade konsumtionsmönster och mänskligt välbefinnande. De flesta av oss skulle med andra ord inte behöva uppleva försämrad livskvalitet genom omställning till hållbara konsumtionsmönster, även om omställningen i sig förmodligen skulle upplevas som svår. I antologin *Hållbara Konsumtionsmönster* (red. Jörgen Larsson) konstaterar flera av författarna att det är möjligt att minska de totala utsläppen till nivåer som ligger inom utrymmet på två ton per person år 2050. Men då måste marknaden och våra gemensamma normer och attityder samverka. På det individuella planet krävs att vi gör andra val. Här efterlyser författarna styrmedel som i första hand hjälper oss minska vårt flygande och vår köttkonsumtion.

http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/228028/local_228028.pdf

Människor i fattiga delar av världen drabbas mest men kan påverka klimatet minst. Vi i den rika delen av världen lider istället av en brist på ekonomisk, ekologisk och social hållbarhet som har skapat ett inre psykologiskt hållbarhetsproblem: Vi stressar, överkonsumerar och lever i ett uppdrivet tempo som gör oss ihåliga. Vi känner skuld. Psykologen Jonas Mosskin, verksam i Stockholm, skriver att vi bör ta vara på den, begrunda den och använda den för att

klara att ställa om. <http://www.dn.se/kultur-noje/kulturdebatt/vi-maste-borja-leva-som-lantisar/>

Skuld kan vara utgångspunkt till förändring, men enligt den finska forskningsstudien *Bodily Maps of Emotions* (Glerean/Hari/Hietanen)

<http://www.pnas.org/content/111/2/646.abstract> som visualiserar hur känslor påverkar energin i våra kroppar, så verkar det snarare vara känslor som glädje, kärlek, stolthet, oro och ilska som får oss att vilja handla. Känslor som depression, skam eller vemod gör oss istället passiva. Det vill vi ta fasta på i utställningens dramaturgi och gestaltning.

Maria Ojala, doktor i psykologi som forskar vid Uppsala Universitet, gjorde 2009 en undersökning där hon frågade 300 12-åringar om deras tankar och känslor inför klimatfrågan. De flesta känner ingen oro för egen del däremot för djur, natur och för hur människor i fattiga länder kan drabbas. De allra flesta känner hopp och tror att vi kan lösa detta, särskilt tillsammans. Många av barnen känner att de kan göra lite mer själva men att de vuxna gör alldeles för lite. Deras oro verkar glädjande nog leda till både engagemang och hopp. http://www.knutprojektet.se/pdf/Ojala_Barn_om_klimat.pdf

Teoretiska utgångspunkter

Moderniteten är en period i människans historia som ibland beskrivs som det instrumentella förnuftets epok. Idén om att utvinna resurser från naturen genom rationalitet uppstod under denna period. Genom det instrumentella förnuftet började vi använda relationer för att nå egna mål och tillfredsställa egna behov. Vi började se varandra som resurser där värdet av relationen blev vad vi kunde få ut av den för egen del istället för att värdet låg i relationen i sig.

Världskultur handlar i hög grad om hur vi förhåller oss till varandra och vår omvärld: hur vi utvecklas i relation till våra resurser och varandra. Klimatfrågan styrs av sådana ömsesidiga beroenden och relationer. Kulturer skapas och omskapas i samspel mellan förändrade villkor och möten mellan kulturer. Det är också här som nya tankar, nya problem och nya lösningar uppstår.

En tydlig utgångspunkt för utställningen är att det inte går att fortsätta konsumera och förhålla oss till resurser som vi gör i den rika delen av världen idag. Det finns andra sätt att leva och förhålla sig till omvärlden. Det finns andra sätt att konsumera och det finns andra värden. Vi står på en punkt där vi måste lära om.

Målgrupp

På Världskulturmuseet finns i november 2016 två semipermanenta nyöppnade utställningar: Tillsammans för barn 0-12 och deras vuxna och Korsvägar del 1, för unga från 15 år. Under kommande två år kommer ytterligare två delar av Korsvägar att öppna på olika platser i huset med samma målgrupp. I tvärgalleriet på plan 4 finns planer på att främst visa tillfälliga fotoutställningar som vänder sig till vuxna eller unga vuxna. Åldersmässigt finns därför ett behov av en utställning som fungerar och är relevant för barn från 12 år.

Utställningsupplevelsen bör vara hanterbar, begriplig och relevant från 12 år, men samtidigt

stark och engagerande också för vuxna. Budskapet får inte vara att vuxna har misslyckats och ansvaret att lösa klimatkrisen nu ligger nu på barn och unga. Åldersgränsens kan därför liknas vid den undre gräns som rekommenderas för filmer, "från 12 år". Det ska också vara möjligt att lägga ett anpassat skolprogram för mellanstadiet för att på så vis göra utställningen relevant och användbar för ännu fler.

Antingen nöjer vi oss med en åldersmässig yngsta-nivå som målgrupp. Men vi kan också identifiera en målgrupp utifrån ett gemensamt intresse som går utanför ålder och istället fokuserar ett gemensamt engagemang eller ett intresse. Det kan formuleras som "Alla som är redo att ställa om" eller "Alla som tycker förändring är onödig" eller "Alla som längtar till något nytt" - den intressebaserade. Formulering/tilltal kan växla genom kommunikationskampanjen. Det blir ett mer engagerande sätt att säga att detta berör alla och det ger möjlighet att prova ett nytt sätt att kommunicera en utställning.

Enligt läroplanen från 2011 är det främst genom undervisning om globala hållbarhetsfrågor, som skolans mål om klimatet kan uppfyllas, genom att öppna klassrummet och bidra till att elevernas kunskap och omvärldsförståelse ökar. De flesta av skolans ämnen ska ge miljöperspektiv som leder till en förståelse för den egna livsstilens betydelse för miljön. Frågor kopplade till eget ansvar för konsumtionen av trafik, energi och matvanor lyfts särskilt fram. VKM har sedan några år etablerat pedagogiska samarbeten med GU och Universeum kring hållbarhet. Bland annat inom ämneslärarprogrammet om hållbar utveckling, genom en kombination av natur- och kulturämnen. Detta samarbete har stor potential att utvecklas vidare genom denna utställning. Ett annat pågående projekt i samarbete med Universeum går in på de 17 målen i Agenda 2030. Det planeras pågå minst till våren 2019.

Utställningen produceras för att kunna turnera regionalt men också för att kunna visas internationellt. Det kräver en flexibel form där exempelvis språkliga anpassningar blir lätta och kostnadseffektiva att göra.

Ju mer tillgänglig en utställningsupplevelse är desto fler blir den relevant för, och desto bättre upplevelse blir det för de flesta. Därför är det viktigt att sätta ett tillgänglighetsmål. Utställningen bör vara både fysiskt och kognitivt tillgänglig för de allra flesta inom målgruppen. Om vi då går på de vanligaste funktionsvariationerna för målgruppen totalt sett bör utställningsupplevelsen fungera för alla med rörelsehinder och läs- och skrivsvårigheter. Ett annat alternativ är att Världskulturmuseerna får till stånd en tydlig tillgänglighetspolicy med gemensam tillgänglighetsnivå för all verksamhet, och då kan denna sätta målen även för klimatutställningen.

Möjligt innehåll

Utställningens innehåll bör utgå från det ohållbara Nuets med synen på omvärlden som en resurs att förbruka. Härifrån väcks viljan och längtan till ett annat sätt att leva. Innehållet bör röra sig kring materiell konsumtion i vid bemärkelse. Det kan beröra de material vi väljer, vad vi äter, hur vi transporterar, vad vi klär oss i, och alternativ till att slänga. Här finns många inspirerande exempel i samlingarna.

Fokus bör ligga på de psykologiska processer och den motivation som krävs för att vi ska ändra våra beteenden snabbt och ta steget från vetande till handlande. Det kräver en helt ny syn på tid- att i stort och smått gå från kortsiktighet till långsiktighet, så att vi ser nuet som

en mycket längre period eftersom våra val kring konsumtion påverkar kommande människors liv och möjlighet till hållbara val.

Som avstamp för innehållsarbetet har ett tiotal intervjuer genomförts inom förstudien. Tio klimatforskare från olika fält och bakgrund har besvarat fyra frågor var, två av frågorna har varit gemensamma, två specifika för deras respektive forskningsfält. Forskarna representerar kunskapsområden som psykologi, fysisk resursteori, globala studier, idéhistoria, humanekologi, filosofi & religionshistoria, ekonomi och teknikhistoria. På frågan om vilka förändringar som krävs för att vi ska kunna ställa om till en hållbar konsumtion svarar flera att vi måste hitta nya värden som ersätter den rådande konsumtionsideologin och att kraftfulla politiska och ekonomiska styrmedel måste hjälpa den enskilde att göra hållbara val. Vår problematiska syn på tiden återkommer också i många svar. Det finns behov av en ny syn på tid där nuet uppfattas som något längre och där rättvisa inte bara behöver bli global för att bli hållbar utan också tidsmässig. På en personlig nivå måste vi enligt flera svar äta betydligt mindre kött, sluta kasta mat och undvika att flyga. Men hur ska vi lära om och börja praktisera detta? En nyckel kan vara att skapa konsensus kring att rådande konsumtion inte håller och övertygelse om att vi kan lära om. En annan är att fokusera på de vinster som kommer med en hållbar konsumtion. Där det mänskliga välbefinnandet kan öka även om det materiella måste minska och omfördelas. En förteckning över medverkande forskare med samtliga frågor och svar ligger på servern J:\VKM Projekt\Förstudie Klimat Plan 1\Intervjuer\Frågor och svar forskare\Svar

Som uppstart till projektets innehållsproduktion tänker vi oss en gemensam workshop på VKM för dessa och ytterligare några forskare i februari 2017 med syftet att presentera och diskutera möjligt innehåll till utställningen. Datumet läggs i samband med att vi gästas av Helmuth Trischler, innehållsansvarig i utställningen "Welcome to the Anthropocene- The Earth in Our Hands" (Deutsches Museum/München), och som är forskningsledare och professor i modern historia. Inbjudna forskare kommer från Tyskland, Ukraina och Sverige. De svenska forskarna är knutna till universiteten i Stockholm, Uppsala, Örebro och Göteborg. Det som framkommer på workshopen kommer att utgöra referens till kommande innehållsproduktion.

Globala exempel på andra förhållningssätt till naturen blir en självklar del av innehållet. Ett exempel är filosofen Mary Graham från Australien som menar att hur vi behandlar jorden är det som avgör och definierar vår mänsklighet. Eftersom jorden är helig, blir förhållandet mellan människor och jorden en mall för samhället och de sociala relationerna. Ett annat exempel är lagstiftningen i Ecuador och Bolivia som tillhör de mest progressiva i världen gällande jordens egna rättigheter: där en alternativ utvecklingsmodell skrivits in i konstitutionen som bygger på harmoni och balans, där människan inte får förbruka mer än hon behöver, där människor, djur och natur ska respekteras i samma utsträckning och där besluten styrs av vad som är bäst för allt levande. Andra och nya tidsuppfattningar blir också en naturlig del av innehållet. I samlingarna finns exempel på cirkulära tidsperspektiv kopplat till hinduiska och buddhistiska traditioner. I västerländsk konsumtionskultur har hastighet ett högt värde men ser vi tiden som en konvention är nya tidsuppfattningar möjliga. Tiden kan levas på andra sätt.

Det innehåll som passar bäst digitalt bör identifieras i ett tidigt skede tillsammans med Johanna Berg/Digitala Museet. Dialog med andra samhällen i världen kopplat till föremål och värden kring hållbarhet vore en önskvärd del i projektet. Kanske utvecklar vi ett spel som kan spelas digitalt och i det fysiska utställningsrummet. Interaktion och kampanjer

knutna till utställningsproduktionen kan äga rum på sociala media. Bloggar som utgår från hållbara aspekter av samlingen kan kopplas till utställningen av både externa och interna parter. En plattform har vid tiden för utställningsöppningen börjat byggas upp där Världskulturmuseerna är en självklar plats för samtal och idéer om hållbara material och hållbart mode kopplat till plagg ur våra samlingar. Det länkar till utställningen på ett naturligt sätt och kan även generera innehåll.

Filmer, animationer och bilder som representationer av vår nuvarande ohållbara livsstil är också en potentiell del av innehållet. Här kan de sociala normer som produceras av marknaden gestaltas. Ett exempel är vår tendens att överkonsumera kläder för att visa att vi uppfattat modet och nå social acceptans. Vi köper inte nya jeans för att vi fryser utan för att få kompisar. Trots att många av oss vet hur detta påverkar klimatet negativt. Tendensen att slänga och köpa nytt i allt snabbare takt är ett annat exempel. Här kan samlingen ses som en motpol till konsumism.

Konst i utställningen, främst genom filmer och rörliga bilder, kan genom nya perspektiv och uttrycksätt väcka fascinationen för naturen som organism och som möjlig relation. Det finns flera internationella nätverk av konstnärer som arbetar med klimatfrågan på olika sätt som vore fruktbara att samarbeta med, exempelvis Cape Farewell, <http://www.capefarewell.com/>

Det finns lysande exempel på hur unga människors handlingar världen över har lett till tydliga steg mot hållbarhet. Detta kan på något sätt ingå i utställningen. 16-åriga Xiuhtezcatl Martinez som bland annat lyckats stoppat fracking i Colorado, bygger nu upp en global klimatrörelse: Earth Guardians. Tillsammans med unga från hela världen utmanar han USA:s nästa president och andra ledare i klimatfrågan. Ett annat exempel är 13-åriga Hallie Turner som stämde delstaten North Carolina för att inte begränsa sina utsläpp. I Sydafrika görs barn delaktiga och tagna på allvar i diskussioner och lösningar för att stoppa klimatförändringar.

En interaktion i utställningen kan handla om att väcka känslor och viljor, och sträcka sig igenom hela upplevelsen. Vi tror på en berättelse som röd tråd där besökaren från början blir del av ett skeende där hen spelar huvudrollen. Ljudmiljöer och taktila upplevelser är också viktigt innehåll för att upplevelsen ska stimulera flera sinnen.

Att förändra rådande värderingar kopplat till konsumtion är en stor och utmanande process som måste ske genom nätverk och på ett individuellt plan men också med hjälp av politiker, makthavare och producenter. Men vad krävs för att vi i hjärta och handling ska acceptera dem och ta dem till oss? Frågan kan kopplas ihop med känslan av att överflöd, tillräcklighet eller brist i relation till andra. Klimatkrisen kan aldrig frigöras från frågor om global rättvisa eftersom den kräver globala lösningar.

Gestaltning och dramaturgi

Utställningsrummet gestaltas för att ge en stark fysisk upplevelse med plats för både hållbara förhållningssätt till resurser och omvärld men också det ohållbara och döende. Klimatkrisen kan gestaltas taktilt i rummet: klibbiga golv, död växtlighet, smältande is, tyst natur och tickande klockor. Att ta in klimatförändringarna genom kroppsliga upplevelser ger en mer genomgripande förståelse av vad som står på spel. Fysiska erfarenheter berör emotionellt och kan få oss att agera på ett sätt som ett intellektuellt vetande inte verkar förmå.

I utställningsrummet kan finnas öar eller kokonger som symboliserar frön till andra och hållbara sätt att leva som kan utforskas och undersökas av besökarna. Här finns möjlighet att göra tänkvärda fysiska aktiviteter tillsammans.

Formspråket ska vara sceniskt starkt och kan arbeta med en övertydlig gestaltning av det döende och det hållbara. Exempelen kommer från olika delar av världen och berör olika aspekter av konsumtion/förhållningssätt till gemensamma resurser: materialen vi omger oss med, hur vi bor, äter, klär oss, äger/delar/lånar och transporterar oss. Det hållbara presenteras både som konkreta exempel och abstrakta idéer.

En berättelse kan ge besökaren en uppgift genom utställningen -en interaktion som handlar om förhållningssätt andra och omvärlden- kanske att välja olika alternativa hållbara exempel kopplat till det jag bryr mig mest om i mitt liv. Enligt studien *Would you rule out going green? The effect of inclusion versus exclusion mindset on pro-environmental willingness* (European Journal of Social Psychology:McDonald/Newell/Denson) är det lättare att få oss engagerade i vad vi inte kan ändra på eller klara oss utan, för att sedan fokusera på de ändringar vi kan tänka oss. Interaktionen skulle exempelvis kunna sluta med ett eller flera löften: Vad jag lovar mig själv att ändra! Löftet kan mailas från mig till mig i intervaller efter utställningsbesöket. Besökaren lämnar utställningen med en vilja, en längtan och en tro på förändring, förankrad i det som betyder mest i livet

En utställning som visas i galleriet på plan1 på VKM måste ta hänsyn till och utnyttja volymen i rummet. Det förutsätter att vi kan kontrollera ljusflödet in från gata/entréplan, särskilt under sommarhalvåret. Samlingarna är en självklar del av det innehåll som ska gestaltas. Föremål kan visas i olika sammanhang och stå för både hållbarhet och det som inte håller. Den kunskap, tidsuppfattning och idéer som föremålen representerar kan gestaltas på många olika sätt.

En mobil Pop-up-version av utställningen produceras parallellt. Den ska vara ett koncentrat av den stora utställningen men i helt annan form. En liten, flyttbar och uppsökande interaktion föreslås. Det kan vara en människa på en cykel, eller på nytt typ av fordon som väcker uppståndelse, med en uppblåsbar ö på taket, eller enklare: en vandrare med tält i en ryggsäck. Pop-upen har samma budskap och samma tilltal som utställningen men söker upp, bygger långsamt nätverk, samlar löften och nya värden i stället. Den bygger på mänskliga möten, samtal och idéer och jobbar nomadiskt i liten skala och är närvarande där människor möts. Den ställer frågor som: Vad bryr du dig om? Vad kan du inte tänka dig att ändra? Och resulterar i en handling: ett löfte en ger sig själv om det vi vill och lovar att ändra. Även här kan lovaren skriva ett meddelande till sig själv som sedan kommer som sms/mail 6, 12 och 18 månader som påminnelse efter att löftet avgivits. Pop-upen kan kopplas till digital interaktion och sociala media.

En extern formgivare upphandlas som har stor kompetens i att skapa starka rumsliga och tillgängliga upplevelser. Formgivaren får i uppdrag att formge både utställningsrum och pop-up, för att hålla samman konceptet visuellt.

Delaktighet

För att säkerställa begriplighet och relevans för en målgrupp från 12 år gör en dramapedagog eller Världskulturmuseernas egna pedagoger avstämningar med en fokusgrupp gällande

innehåll, textnivåer och aktiviteter. Fokusgruppen kan vara en skolklass men också en grupp som möts på frivillig basis på fritiden: en friluftsförening, en kör eller en simklubb.

Avstämningen kan göras i samband med en workshop som utgår ifrån hur unga människor runt om i världen lyckats med fantastiska saker kopplat till hållbarhet. Barns engagemang, klokskap och möjlighet att påverka kan inspirera till egna handlingar. Målet med workshopen kan vara att föda nya tankar och idéer från de medverkande barnen kopplat till hållbarhet. Resultatet kan eventuellt ta form i utställningen eller på webben.

Finansiering, resurser och projektorganisation

Som del av förstudien uppdrogs att utreda extern finansiering och samarbetsparter. Potentiella partners för innehållsproduktion finns i det nätverk av forskare som redan engagerat sig i förstudien. Andra samarbetsparter kan vara redan etablerade som Tillämpad IT från Chalmers/GU där vi redan har ett övergripande avtal om samverkan och börjat diskutera framtida samarbetsprojekt. Myndigheten har också ett samarbete på gång med Interaktiva institutet som skulle vara en intressant part för att utveckla interaktion i rum och på web. Göteborgs Miljövetenskapliga Centrum, GMV, är Chalmers och Göteborgs universitets gemensamma organisation för att främja forskning, utbildning och samverkan inom miljö och hållbar utveckling. Här har VKM också redan initierat ett samarbete med ett nätverk som kan leda till olika samarbeten.

Delar av utställningen kan produceras i samarbete med ett antal pågående forskningsprojekt med olika relevanta infallsvinklar. Vi ser möjliga samarbeten med forskningsprojekt som *Knapphetens psykologi/Psykologiska Institutionen, GU*. Det kunde lyfta frågan om global rättvisa utifrån jämförelser med vad andra har kontra upplevelse av knapphet – tillräcklighet -överflöd. Ett annat möjligt samarbete kunde vara med teknikhistoriker Anna Åberg, Teknikens ekonomi och organisation/Chalmers kopplat till projektet *Rising Seas: Facts, Fiction and Aquaria*, som studerat berättelser om klimatet och hur dessa genom populärkulturen påverkar hur vi tänker och agerar. Fysisk Resursteori/Hållbar konsumtion på Chalmers bedriver också ett flertal besläktade projekt kopplat till konsumtion och värderingar som planerar att gå vidare med publika aktiviteter för unga kopplat till rapporten och hur vi måste ändra konsumtion av flygresor och kött.

Dessa samarbeten skulle innebära en möjlighet att söka gemensamma medel till utställningen genom att göra forskningen publik och presentera ny kunskap. Medel kan sökas från Vinnova som stödjer forskning och projekt för hållbar tillväxt och samhällsnytta. Här skulle det vara möjligt att skapa samverkansprogram mellan näringsliv, offentlig verksamhet och akademi och därigenom söka gemensamma medel. Mistra- stiftelsen för miljöstrategisk forskning stödjer forskning av strategisk betydelse för en god livsmiljö och hållbar samhällsutveckling. Ett projekt som stöds av Mistra ska ha både forskarperspektiv och användarperspektiv och bygga broar mellan forskning och samhälle. Utlysningar görs flera gånger per år. Medel skulle också kunna sökas från Formas, men det kräver en mer grundläggande del i projektet, kanske en samlingsinventerande forskning som skulle ha ett stort värde i sig, med möjlighet att öka kunskapen om samlingarna. Ansökningar kan också göras till stiftelser och fonder som särskilt prioriterar miljö och hållbarhetsprojekt. Detta arbete kräver avdelade resurser från stödfunktionerna till projektet. Både från ledningskansli och KoM, men också från intendenten i Forskningsrådet på Världskulturmuseerna.

Samarbetsparter kan också sökas ifrån aktörer i näringslivet som delar mål, syfte och målgrupp med utställningen. Utifrån ett synopsis som skrivs i projektets inledningsfas kan samarbete föreslås där parten kan vara delaktig i innehållsproduktion och delfinansiär i en specifik del av innehållet. Detta kan bli ett pilotprojekt när det gäller strukturerat arbete med sponsring och partnerskap för myndigheten, och kan utvärderas under projektets gång. En idé är att arbeta fram tre olika nivåer av partnerskap/sponsring, med olika ekonomisk insats och olika innehåll. Vi kan arbeta med flera partners på respektive nivå. Genom detta kan vi få in delfinansiering av projektet samt ge kunskap, nätverk och ingångar till programsamarbeten och annat som berikar och stödjer myndighetens uppdrag. Partners och sponsorer skulle kunna finnas inom områden som el/energi, livsmedel, transport/logistik men också mode och detaljhandel, resebranschen eller hälsobranschen. Vi ser också möjliga samarbeten med intresseorganisationer som WWF eller Naturskyddsföreningen inom både innehåll eller programverksamhet. Även till dessa samarbetsavtal krävs stöd från framförallt ledningskansli och KOM.

Förstudien föreslår två olika budgetscenarier, en trängre och en rymligare version. I den trånga versionen är den totala budgeten exklusive egen personal 2,5 miljoner sek (3 906 sek/m²), varav 1,7 miljoner kommer från verksamhetsbudgeten och 800 000 sek utgör externa medel genom samarbeten eller tilldelade medel från fonder. I en rymlig version är den totala budgeten 4,9 miljoner sek (7500 sek/m²), varav 3,9 miljoner sek kommer från verksamhetsbudgeten och 1 miljon sek utgör externa medel genom samarbeten eller tilldelade medel från fonder. Eftersom externa medel styr budgetnivån i hög grad bör ansökningar och etablering av samarbetsparter genomföras enligt strikt tidsplan i en tidig fas av projektet. Se bilaga 1 för mer detaljerad preliminär budget.

Bedömningen är att båda budgetalternativ kräver interna resurser till projektledning/produktion, innehållsproduktion kopplat till samlingar, pedagogik, bevarandepersonal, samordning av fysisk produktion och tekniska installationer, digital innehållsproduktion, ansvarig för extern kommunikation och ansökningar/samarbetsavtal.

Externa resurser upphandlas angående formgivning av rum/grafisk formgivning, fysisk produktion, filmproduktion, författare av berättelse, interaktionsdesign, ljussättning och diverse tekniska installationer. Även här behövs administrativt stöd vid upphandlingar och avtalskrivning med tanke på omfattningen. Se bilaga 1 för resursbehov.

Projektorganisationen föreslås innehålla en styrgrupp med chefer för de avdelningar som sitter på resurser och mandat inom myndigheten med uppgift att säkra och stötta projektet och garantera de beslutade resurserna. Samråd med representanter från samarbetsparter är ett annat viktigt forum. En projektgrupp med representation från innehåll, lärande, publika möten, samlingar, KoM och Digitala museet har rådgivande funktion utifrån sina olika roller. För att på ett effektivt sätt komma framåt i processen föreslås också en operativ grupp som arbetar fram förslag och tar beslut efter samråd och projektgruppsmöten. I denna grupp bör pedagog, intendent och producent/projektledare finnas med.

Tidsplanen för utställningsproduktionen är avhängig av startdatum, det vill säga det datum då beställning samt budget- och resursbeslut kommer. Tidsplanen anges därför här i antal månader. Vissa processer kan löpa delvis parallellt, andra faser är avhängiga av att föregående fas avslutats. Total produktionstid från beställning/resursbeslut till utställningsöppning beräknas till 18 månader. I beräkningen ingår ledighet för personal

knutet till projektet på totalt ca 8 veckor under tidsperioden. För preliminär tidsplan se bilaga 2.

Göteborg, 29/11 2016

/Lena Stammarnäs

Bilagor

Bilaga 1: Preliminär budget och resursbehov personal

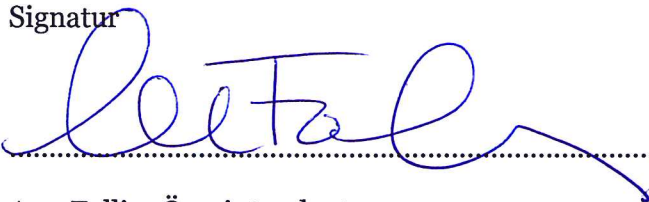
Bilaga 2: Preliminär tidsplan

Projektbeställning och budgetnivå 2 godkännes med ett intäktskrav på 1 miljon sek i extern finansiering

Ort och datum

.....
Stockholm 20170126

Signatur

.....


Ann Follin, Överintendent

Bilaga 1 Förstudie om Klimatutställning plan 1 VKM:

Preliminär budget & resursbehov

Budget 1: "Trång version" 2,5 miljoner varav 1,8 miljoner SMVK och 700 000 genom externa partners och sponsorer.

Budget 2: "Rymligare version": 4,9 miljoner varav 3,9 miljoner SMVK och 1 miljon genom externa partners, sponsorer och fonder.

En trång version ger litet utrymme att skapa en genomgripande utställningsupplevelse för alla sinnen. Den begränsar gestaltningen och ger få valmöjligheter för tekniska lösningar. Resultatet blir enklare och mindre nyskapande. Med en rymlig version ges möjlighet att producera filmer, integrera konstverk i utställningen, arbeta interaktivitet och använda ljussättningens potential. Vi förordar därför den rymligare budgetversionen.

(Pop-up ingår i båda versionerna. Alla siffror motsvarar sek.)

	Trång	Rymlig
Projektledning	40 000	70 000
Innehållsproduktion	450 000	1 100 000
Formgivning	250 000	500 000
Tryck, grafik	100 000	300 000
AV/IT	240 000	400 000
Fysisk produktion	970 000	1 600 000
Ljus	140 000	250 000
Föremål	70 000	150 000
Transport	40 000	80 000
Oförutsett	200 000	450 000
Totalt	2 500 000	4 900 000
640 m2	3 906 sek/m2	7656 sek/m2

AF

Internt resursbehov

Kompetens	Antal månader	Procent	Period månader
Producent/Projektledare Lena Stammarnäs	18	80	1-18
Intendent Gbg	8	50	4-11
Intendent Sthlm	5	50	4-8
Pedagog Gbg	10	40	4-13
Pedagog Sthlm	4	25	4-7
Teknisk producent	11	50	8-18
Kommunikatör	8	25	3-5/ 13-17
Digitalt innehåll	4	20	12 - 15
Bevarandepersonal	4	25	10-11/13-16
Programproducent	4	20	12-15
Administrativt stöd	13	15	4-16
Fotograf	4	20	12-15

Resursbehov Projektgrupp (ca 1 timma/vecka)

Projektmöten 1 gång/6 veckor från månad 2-16, ca 10 stycken. Utöver ovanstående kompetenser ingår representant från värdar och pedagoger från avdelningen Publika Möten, + ev. IT och Städ.

Resursbehov Styrgrupp (ca 2 timmar/månad)

Styrgruppsmöten i genomsnitt var sjätte vecka. Högst 10 möten. Chef/Biträdande chef för Innehåll och Lärande, Chef/Biträdande chef för Samling. Chef för Kommunikation och Marknadsföring. Chef för ledningskansli. Projektledare. Övriga funktioner adjungeras in till vissa möten.

Bilaga 2: Förstudie om Klimatutställning plan 1 VKM:

Preliminär tidsplan

Totalt 18 månaders produktion varav ca två månaders avbrott på grund av ledigheter plus två månader till utvärdering och slutrapportering. Därefter avslutas projektet och ansvaret går över till linjeorganisationen.

Etapp 1: Synopsis klart. Samarbetspartners/forskningsarbeten och medel ur fonder kan börja sökas. (1 april 2017)

Etapp 2: Extern finansiering klar och slutlig budget fastställd. (1 oktober 2017)

Etapp 3: Innehålls i princip beslutat. Innehållskoncept avstämt mot fokusgrupper. Föremål valda. Manus och pedagogiskt koncept beslutat. Upphandling av form påbörjas. (20 december 2017)

Etapp 4: Upphandling av form avslutad och avtal klart, formgivning startar. Upphandling av fysisk form påbörjas. (1 mars 2018)

Etapp 5: Formgivare levererar slutliga ritningar. Upphandling av fysisk form klar och avtal finns. Fysisk och teknisk produktion går igång. (15 juni 2018)

Etapp 6: Allt innehåll är producerat, interaktivitet testad på fokusgrupper. (15 september)

Etapp 7: Utställningen öppnas. (20 oktober 2018)

Etapp 8: Slutrapport och utvärderingar genomförda. Projektet avslutas. (1 december 2018)

Datum för etappavslut inom parentes är avhängiga av att resursavtal och uppdrag har kommit och att projektorganisation har satts 1 februari 2017.

Tidsberäkning/del (siffror inom parentes anger när under produktionen aktiviteten sker.)

Beslutad budgetnivå	21/12 2016
Resursavtal/Projektorganisation/Uppdrag	projektstart
Idéseminarium innehåll	8/2 2017 (1)
Synopsis färdigställs	+3 månader (1-3)
Avtal Externa Samarbetsparter	+3 månader (2-5)
Innehållsproduktion: Utställning + Pop-up	+8 månader (2-10)
Berättelse/Röd tråd (extern)	+3 månader (6-8)

Korr/Textbearbetning/Översättning	+5 månader (5-9)
Pedagogiska program +Visningsunderlag	+3 månader (8-10)
Extern formgivning (Utställning + pop-up)	+4 månader (10-13)
Grafisk design/lay-out	+2 månader (11-12)
Fysisk produktion	+4 månader (12-15)
Tekniska installationer	+6 veckor (14-15)
Inredning av montrar	+2 veckor (15)
Installation föremål	+1 vecka (16)
Ljussättning	+3 veckor (16)
Justeringar ljus, ljud, teknik	+1 vecka (16)
Utställningsöppning	+ 18 månader (18)
Projektutvärdering klar	+ 19 månader (19)
Projektrapport klar	+ 20 månader (20)