

FÆLLESSKABETS



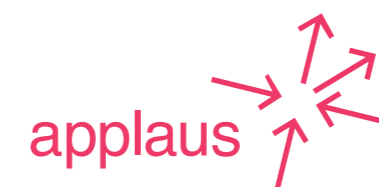
Guide til alle der vil dyrke og styrke
kulturens fællesskaber



FÆLLESSKABETS

ABC

Guide til alle der vil dyrke og styrke
kulturens fællesskaber





Kom tættere på publikum

Dette værktøj er til alle jer, der gerne vil dyrke og styrke kulturens fællesskaber.

De kan se ud på mange måder, og forskellige institutioner har vidt forskellige vilkår for at invitere til fællesskab. Samtidig er der stor forskel på, hvad der virker for forskellige målgrupper. For nogle handler det måske om at kunne dele en oplevelse med andre, mens nogle gerne vil indgå i mere faciliterede aktiviteter.

Som kulturinstitution kan det være svært at vide, hvor man skal starte. Derfor har Applaus – i fællesskab med Kulturens Analyseinstitut – udviklet denne guide.

Guiden er tænkt som et begynderværktøj, men hvis I allerede er godt i gang med jeres egne fællesskaber, kan I bruge refleksionsspørgsmålene til at tjekke og skærpe jeres formater.

Værktøjet består af indledende begrebsafklaringer (side 7 til 9) samt en trin-for-trin guide til, hvordan I skaber jeres eget fællesskab (side 11 til 15). På side 17 til 19 har vi samlet en oversigt med eksempler på forskellige typer af fællesskaber, med forskellige grader af deltagelse, til inspiration.

God fornøjelse!

*Tak til Kulturens Analyseinstitut for godt samarbejde.
Tak til Nørrebro Teater, Passagefestival, Spillestedet Turkis og
Kunsten Museum for Moderne Kunst for at være kilde til inspiration.*

Værktøjet udgives af Applaus i samarbejde med Kulturens Analyseinstitut
Udgivelse: Maj 2026, www.applaus.nu
Grafisk design og collager: Nanna Grunwald
Applaus er en selvejende institution finansieret af Kulturministeriet.

BEGREBS- AFKLARING

Fællesskabets ABC

Act

Belong

Commit

Undersøgelser viser, at vellykkede fællesskaber har tre ting tilfælles:

1. Handlemulighed: Deltagerne i fællesskabet skal have mulighed for at deltage aktivt. Det vil sige, fællesskabet skal være bygget om en aktivitet, der indbyder til deltagelse.

Husk! Der findes forskellige grader af deltagelse. Bliv klogere på de forskellige trin på fællesskabstrappen på side 8.

2. Følelsen af at høre til: Det er afgørende for lysten til at deltage i et fællesskab, at man føler et tilhørsforhold til de andre deltagere. I kender måske selv til at stille spørgsmålet "hvem kommer ellers?".

Derfor er det vigtigt, at I klart definerer målgruppen for fællesskabet: Er det indbyggere i en bestemt bydel? Skoleelever på samme klassetrin? Et interesse- eller kompetence-fællesskab? Nogle med en særlig fælles udfordring?

Jo mere klart, du kan definere din målgruppe, desto mere attraktivt vil fællesskabet være for dem.

3. Et forpligtende værtskab: Jeres rolle som kulturinstitution er at være de gode værter. Det er jer, der inviterer, sætter rammerne og sørger for, at fællesskabet har det godt. Graden af værtskab afhænger af fællesskabets format og målgruppe. Det er en god idé at evaluere og justere løbende.

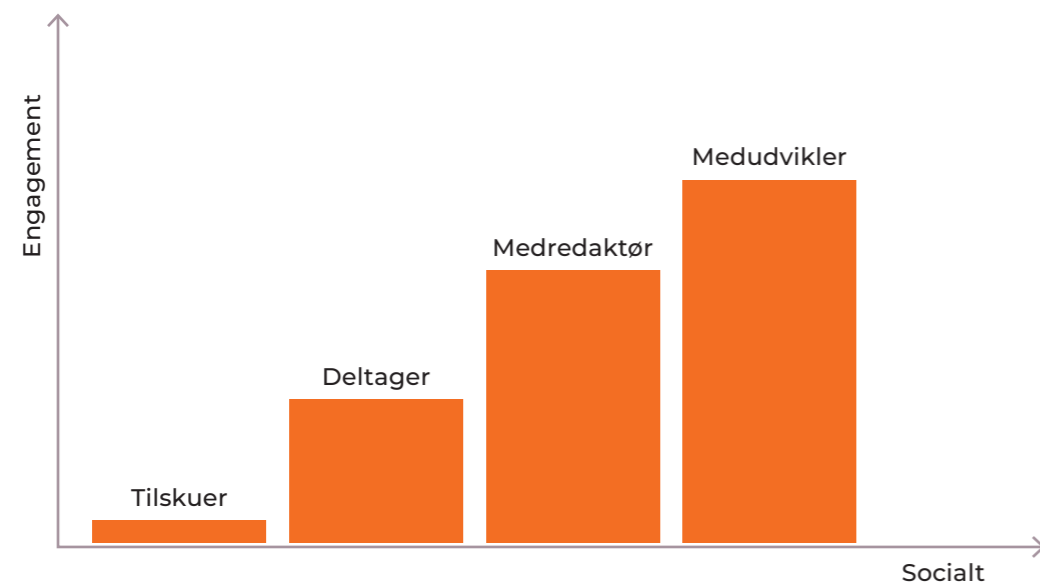
Hvordan omsætter man denne viden til handling?
Følg vores trin-for-trin guide på side 11.

Kilder: Dette er baseret på Kulturens Analyseinstituts undersøgelser om fællesskaber. Den er oversat og tilpasset fra en lignende undersøgelse om mental sundhed: Koushede, V. Mental sundhed til alle – ABC i teori og praksis. 2018

Fællesskabstrappen

Fællesskabstrappen består af fire trin. Jo længere, I bevæger jer op ad trappen, desto stærkere er deltagernes tilknytning til og rolle i fællesskabet, og forventningerne til jeres værtskab bliver højere.

Husk! Det er ikke sådan, at fællesskaber bliver bedre, jo højere oppe på trappen, de befinder sig. Nogle målgrupper og formater fungerer bedre på trin 1 eller 2, hvor andre kalder på at gå helt op på øverste trin.



Trin 0. Tilskuer Man følger institutionen fra sociale medier, eller man besøger stedet. Man er ikke en del af et egentligt fællesskab.

Trin 1. Deltager Deltageren nærmer sig fællesskabet enten alene eller sammen med andre. Kunst- eller kulturoplevelsen står centralt.

Trin 2. Medaktør Deltageren tager til en kunst- eller kulturaktivitet med et klart ønske om også at være social med andre. Aktiviteten og det sociale vejer lige tungt.

Trin 3. Medudvikler En gruppe er engageret i rituelle eller medlemsbaserede aktiviteter. Roller er klart definerede, og gruppen har en meget høj grad af medbestemmelse. Det sociale står centralt.

Kilder: Fællesskabstrappen er udviklet med inspiration fra Engagementstrappen af Andreas Lloyd og Nadja Pass, Samfundslaboratoriet Borgerlyst (2010-2015) samt The Participatory Museum af Nina Simon (2010).



GUIDE TIL FÆLLESSKABER

Punkt 0

Start fra begyndelsen

Hvad er jeres udgangspunkt?

Hvem er I?

Jeres institutions DNA er vigtig og central for de fællesskaber, der kan opstå.

Fællesskaberne skal være aktive i eller omkring jeres kunst- eller kulturformer, jeres institution og jeres ressourcer.

Biblioteker og kulturhuse har generelt en naturlig åbenhed overfor brugerne, og kan stille en høj grad af frihed. Museer har ofte nogle naturlige begrænsninger, fordi deres udstillede genstande eller værker skal beskyttes. Spillesteder og teatre ligger et sted i midten, hvor kroppen, lyden og bevægelsen kan være i centrum.

Jeres institution er garanteret helt unik, og har sine egne forudsætninger og muligheder.

Opgave: Snak med jeres kolleger, og find den rette balance mellem, hvad I kan tilbyde og hvad I ikke kan tilbyde.

Hvilke fællesskaber eller muligheder findes der allerede?

Måske findes der allerede fællesskaber hos jer, som kan formaliseres og styrkes.

Hvis ikke, så er der garanteret en oplagt mulighed for at skabe et ud fra jeres særegenhed.

Det handler om at finde frem til det, jeres institution kan tilbyde netop jeres målgruppe.

Opgave: Snak med jeres kolleger og identificér eksisterende eller mulige fællesskaber i og omkring jeres institution.

Hjælpe spørgsmål

- Er der allerede et fællesskab?
- Er det opstået dynamisk eller kurateret?
- Hvem er med, hvor kommer de fra, og hvordan opfører de sig?

Hjælpe spørgsmål

- Er der en bestemt gruppe, I oplever en særlig interesse fra?
- Kommer de alene eller sammen med andre?
- Savner de noget, som I kan tilbyde dem?

Hjælpe spørgsmål

- Lægger jeres institution eller kunstner naturligt op til en særlig aktivitet?
- Har I internt nogle fagligheder og ressourcer, der lægger op til en særlig aktivitet?
- Har I et partnerskab, der lægger op til en særlig aktivitet?

Punkt 1

Vælg jeres målgruppe

Hvem skal være med i fællesskabet?

Det er afgørende for et velfungerende fællesskab, at deltagerne føler et indbyrdes tilhørsforhold til hinanden.

Derfor er det vigtigt, at I har en klar definition af jeres målgruppe.

Det betyder ikke, at gruppen nødvendigvis skal være homogen. Den behøver ikke bestå af det samme køn eller den samme aldersgruppe etc., men det kan i nogle tilfælde være en god idé.

I andre tilfælde kan formålet være at samle folk på tværs over en fælles interesse.

Den lavthængende frugt – vælg en målgruppe med en lav barriere

Hvem er så jeres målgruppe?

Vi anbefaler, at man ikke vælger dem, der er allersværest at nå, selvom de er spændende. Vælg hellere nogen, hvor det ikke kræver for meget af hverken jer eller dem at indgå i et fællesskab.

Så kan bolden rulle derfra.

Hvilke barrierer skal brydes ned?

Hvad skal der til, for at jeres målgruppe engagerer sig i fællesskabet?

Er der (små) barrierer, der skal brydes ned?

Hvilke relevante kompetencer har målgruppen?

Som beskrevet i ABC modellen (side 7), så er det vigtigt for et velfungerende fællesskab, at deltagerne har mulighed for at deltage aktivt.

Hvilke kompetencer har din målgruppe, som kan sættes i spil?

Graden af engagement afhænger af, hvor på fællesskabstrappen (side 8), vi befinder os. Hvor på fællesskabstrappen vil din målgruppe helst være?

Hvordan kan I kommunikere med målgruppen?

Graden af kommunikation afhænger også af, hvor på fællesskabstrappen (side 8) man befinder sig. Hvordan kommer I, og hvordan holder I, kontakt med jeres målgruppe?

Hvilke kanaler kommunikerer målgruppen allerede på?

Hvor hører de om jer og jeres tilbud?

Findes der gatekeepere, som I skal igennem for at nå målgruppen?

Hvordan skal tonen og frekvensen for jeres kommunikation være?

Skal det være envejskommunikation, eller skal de have mulighed for at kontakte jer?

Skal deltagerne have mulighed for at kontakte hinanden?

HUSK! “Alle” er ikke en målgruppe

Det kan være fristende at slå ud med armene og sige “alle må være med”.

Det føles måske ekskluderende at skære en målgruppe til, men sandheden er, at det store åbne “alle” også er ekskluderende for mange.

Fællesskabet står stærkere, hvis målgruppen er stærkt defineret, for så har jeres målgruppe en større chance for at se sig selv i det.

Punkt 2

Prototyper og testgæster

Hvad skal de lave?

Nu skal I skabe et format, som skal prøves af. Gør det endelig ikke for svært for jer selv, men vid, at I kan udvikle på formatet, når I er klar til det.

Lav et testformat for jeres testgæster

Den første pandekage bliver ikke altid lige vellykket, men det handler om at komme i gang.

Sæt et format i søen og invitér målgruppen.

Hvilke forventninger har deltagerne?

Aktiviteten eller fællesskabet kan ramme skævt, hvis deltagerne får en dårlig oplevelse.

Det kan være, de enten bliver for udfordret, eller at de ikke bliver udfordret nok.

Sæt jer I målgruppens sted – evt. ved at spørge dem eller deres gatekeepere – og find ud af, hvilke forventninger, de har.

Hvor på trappen skal fællesskabet være?

Hvor stærk en tilknytning skal deltagerne have til det fællesskab, I vil skabe til dem?

Skal det være uforpligtende og let?

Skal det have en vis frekvens og handle om en vis aktivitet?

Skal det være en decideret klub?

(Læs om fællesskabstrappen på side 8).

Hvilket værtskab skal og kan I tilbyde?

Hvilke ressourcer kræver formatet af jer?

Kan I leve op til behovene og forventningerne selv, eller skal I have ressourcer udefra?

Giver det mening at indgå et partnerskab?

Evaluering

Dette er en test. Derfor er der brug for evaluering.

Vi anbefaler en kvalitativ evaluering på dette stadie.

Observer deltagerne.

Lav evt. miniinterview, fokusgrupper eller uformelle samtaler med dem.

Lav også en evaluering med dine kolleger og eventuelle partnere.

Få hjælp til at lave kvalitative evalueringer i Applaus' værktøj "ALLE er ikke en målgruppe", som findes på applaus.nu.

Tjekliste

- Hvilke handlemuligheder har deltagerne?
- Bliver deres relevante kompetencer bragt i spil på et passende niveau?
- Er målgruppen klart nok defineret til at skabe et stærkt tilhørsforhold?
- Kan I levere det nødvendige værtskab?

HUSK! Hvis formatet bliver for ressourcekrævende for jer, må I nedjustere til et mere passende niveau, eller hente forstærkninger udefra.



Punkt 3

Tilpasning af formatet

Hvordan går det med fællesskabet?

Nu sidder I med en masse erfaring fra jeres prototype. Den erfaring skal bruges til at lave de fornødne justeringer.

Tilpas formatet

Hvilke tilpasninger er der behov for?

Har I brug for kompetencer eller støtte udefra?

Skal I længere op eller ned på fællesskabstrappen, eller bliver I her?

Hvordan går det med værtskabet?

Er der noget, I som værter med fordel kan gøre anderledes?

Har I brug for hjælp?

Hvad siger deltagerne?

Er deltagerne lige så engagerede, som I havde håbet?

Hvad siger de til jer?

Hvad observerer I?

Hvordan ser fremtiden ud for fællesskabet?

Hvordan vurderer I levedygtigheden for fællesskabet?

Skal det eksistere i en afgrænset periode?

Er der udviklingspotentialer i fællesskabet?

Hvordan kan deltagerne bidrage mere aktivt?

Kan fællesskabet knopskyde eller gøres større – kan det smitte af på jeres institution eller på jeres publikum?

Evaluering

På dette stadie anbefaler vi en blanding af kvalitativ og kvantitativ evaluering.

Hvor mange er med?

Hvor højt er aktivitetsniveauet?

Hvilken værdi skaber fællesskabet?

EKSEMPLER PÅ

FÆLLESKABER

Fællesskaber på første trin

Kunsten eller kulturen er i centrum

Klub Kunsten

Kunsten Museum for Moderne Kunst

Klub Kunsten er en årskortsordning for alle med interesse for kunst og arkitektur. Som medlem får du mulighed for komme tættere på kunstnere, arkitekter og bliver en del af et bredt fællesskab med andre kultur- og arkitekturinteresserede.

Kunsten
Museum of Modern Art Aalborg

SMK Fridays

Statens Museum for Kunst

SMK Fridays er et gratis arrangement, hvor publikum inviteres indenfor til et skiftende program fredag aften, som kan være alt fra talks til musik der tager udgangspunkt i museets egen samling. Deltagelse er uforpligtende og frit for alle, men gennem forskellige partnerskaber henvender museet sig til forskellige segmenter fra gang til gang.

SMK
Statens Museum for Kunst
National Gallery of Denmark

KlubHarders

Spillestedet Harders

Klub Harders er et medlemskab som giver tilbud på spillestedets koncerter og adgang til et årligt arrangement. Derudover giver det medlemskab til Rytmisk Råstof, den forening som driver spillestedet Harder, hvormed man får mulighed for at deltage i generalforsamlingen og øvrigt, hvis man har lyst til at engagere sig mere i fællesskabet.

HARDERS
SPILLESTEDET

Fællesskaber på andet trin

Det kulturelle og det sociale fylder lige meget

Torsdagsklubben

Copenhagen Contemporary

Torsdagsklubben er et fritidstilbud udviklet blandt andre sammen med den boligsociale indsats i Lundtoftegade i København for børn i alderen 9-13 år, hvor de kan komme ud på kunstcenteret i deres eget klublokale. Her har de mulighed for at være kreative med deres egen kunst, gå rundt i udstillingerne og i fællesskab lave deres egen fernisering.



Nr. 4

Vendsyssel Teater

Et kulturelt samlingspunkt hvor der i løbet af året er en bred vifte af events og oplevelser. Derudover er der tilknyttet faste aktiviteter som kor og dans, også i samarbejde med andre institutioner. Mange af de afholdte events og aktiviteter skabes af eksterne aktører, og man inviteres til selv at byde ind hvis man ønsker at arrangere et event.



Maltfabrikkens frivillige

Maltfabrikken

Maltfabrikken fungerer som et kulturelt fællesskab og centrum i Ebeltoft. Frivillige på fabrikken er med til at drive det fælles sted, som huser mange forskellige events, aktiviteter og værksteder som både omfavner børn, unge og gamle. Der er forskellige frivilligrupper som varetager forskellige områder, men grundlaget er, at alle tager del i stedet og oplevelserne.



Fællesskaber på tredje trin

Det sociale er i centrum

Det turkise community

Spillestedet Turkis

Turkis samarbejder med en bred vifte af kulturaktører i Aarhus og omegn om at skabe nye og levende oplevelser på turkis, der kan facilitere nye fællesskaber. Turkis har både faste ugentlige aktiviteter i samarbejde med andre kulturinstitutioner, men afholder også koncerter.



Bliv frivillig

Huset Esbjerg

Huset er et kulturkollektiv drevet af unge. Stedet danner rammer for forskellige foreninger, initiativer og fællesskaber for unge i Esbjerg med alt fra musik og skrivning til politik og strik. Det er her både muligt at blive frivillig af Huset eller tage del i et af Husets fællesskaber.



365'ere

Alive Festival

365 frivillige er et fællesskab for folk som har lyst til at bidrage med deres forskellige kompetencer til at skabe festival, året rundt. Det giver både mulighed for at kunne dyrke egne interesser og samtidig indgå i festivalens fællesskab, og forpligte sig i løbet af hele året.



Aktivisterne

Christianshavns Beboerhus

Aktivisterne på Christianshavns Beboerhus er fundamentet for mængden og kvaliteten af de kulturarrangementer, som beboerhuset afholder. Som aktivist er der mulighed for at være med til at afholde og afvikle mange forskellige slags arrangementer, og samtidig bliver der også lagt op til at medudvikle på de arrangementer, som beboerhuset huser.





KULTURENS ANALYSEINSTITUT



www.applaus.nu