

Kvalitet, kapaciteter eller værdi for den enkelte – hvad skal vi vægte?

Søren Friis Møller

Pædagogisk udviklingsleder, PhD

Den Danske Filmskole

Ekstern lektor, CBS

Nogle arbejdsspørgsmål

- Hvad er der galt med kvalitetsbegrebet?
- Hvilke kapaciteter ser vi gerne hos børn og unge og hvem har mulighed for at påvirke dem?
- Hvordan kan vi finde ud af, hvad der har værdi for den enkelte og for fællesskaberne?

Kvalitetsbegrebet – den er vist helt gal....

- Kvalitetsbegrebet er fortsat relevant og nødvendigt i fagprofessionelle kredse – men 99% af befolkningen har ikke legitim adgang til at deltage i samtalen om kvalitet i kunst og kultur

Fordi.....

- Arven fra Oplysningstiden – de privilegerede fås adgang til at definere
- Kraftig skævvridning ift køn, etnicitet, social rekruttering osv
- Kvalitet vs mangfoldighed
- Anerkendelse af de få, underkendelse af de mange
- Strukturationsprocesser producerer selvopfyldende profetier

Hvilke kapaciteter ser vi gerne hos børn og unge og hvem har mulighed for at påvirke dem?

- Vi har været vældigt optaget af det innovative, kreative potentiale (fx Bamford) – men vi må nok også se på kulturel indlejring (fordi jeg ikke tør sige dannelse...)
- Vi har været vældigt optaget af, at børn og unge skal lære at opleve og påskønne (...nogle ville sige 'beundre' kunsten, jfr. Kant (1790) – men vi må også se på den kritiske refleksion
- Vi har været vældigt optaget af det legende – men vi må nok også se på det entreprenørielle og muligheden for at skabe sig en levevej
- Og så må vi forstå, at børn og unge ift kunst og kultur ikke er 'tomme bokse' – de *er allerede* kunstneriske skabende og kulturelt forbrugende, så hvad kan vi tilføje?

Fordi...

- (a) Sociale medier og platforme har erstattet kulturens rolle som ramme for dannelse
- Sociale medier, tjenester og platforme er invasive – de opsøger, genkender og belønner børn og unge – det gør kulturen ikke...
- Sociale medier, tjenester og platforme tilbyder medindflydelse, nem adgang og muligheden for at agere og forandre verden – det gør kulturen ikke....
- Disruption – sociale medier, tjenester og platforme sætter de nye dagsordner for forretningsmodeller, produktionsformer, distribution og oplevelse – og det går hurtigt! – det gør kulturen ikke....

Hvordan kan vi finde ud af, hvad der har værdi for den enkelte og for fællesskaberne?

- Økonomi er en nødvendig, men selvfølgelig helt utilstrækkelig opgørelsesmetode for kunst og kultur
- For børn og unge bruger al den tid, de kan til kunst og kultur, både alene og sammen - så det må betyde noget for dem
- Men vi har ikke opgørelsesmetoderne (kvan vs. kval) – og fagprofessionelle er nok heller ikke de rigtige til at spørge...

Så....

- Kvalitetsbegrebet kan vi nok ikke komme så meget videre med
- Vi må se børn og unges deltagelse i produktionen og spredningen/formidlingen og forbruget af kunst og kultur i et bredere perspektiv – og så er det det, vi må forsøge at påvirke
- Vi må finde modet til at spørge, hvad der har værdi for den enkelte og for de fællesskaber, de indgår – og vi må benytte andre opgørelsesmetoder end de allerede kendte.

- Tak for ordet!