

NPU

Kulturbruk blant innvandrere i Akershus

En utforskende kvalitativ studie, høsten 2016
Etnografisk metode



31.10.16



Gjennomført av Opinion AS på oppdrag
av NPU for Akershus fylkeskommune

Prosjektinformasjon

Hensikt, metode og målgruppe

- En kvalitativ undersøkelse i samarbeid med Norsk publikumsutvikling (NPU) for Akershus fylkeskommune om kartlegging av holdninger, interesse og oppfatninger om kulturtilbud og kulturbruk blant unge mennesker i Akershus med innvandrerbakgrunn, primært utenfor EØS-området (fokus på alder 15-35 år, spredning på type/grupper innvandrere og geografiske sted).
- Målet er å få dypere innsikt i hva som er barrierer og triggerne for å oppsøke de eksisterende kulturtilbudene blant unge med minoritets-/flerkulturell bakgrunn. Bruker de ikke etablerte kulturtilbud? Hva bruker de i stedet?
- Overordnet mål er at studien skal berike institusjonene og gjøre det enklere å jobbe aktivt med å forstå sitt publikum og fremme aktiviteter for økt publikumstilfang.
- Kvalitative funn kan ikke generaliseres og dette er indikasjoner som representerer informantene i studien. Vi har brukt ekte bilder av endel av informantene, disse må behandles konfidensielt.
- Vi har brukt Thomas Talawa Prestø som rådgiver og hans bakgrunn, nettverk og erfaring med målgruppen har vært veldig verdifull for å gjennomføre feltarbeidet. Gyrd Steen har vært prosjektleder for undersøkelsen i NPU.
- Ansvarlige konsulenter i Opinion AS: Kristine Kjeldsen (kvalitativ fagsjef), Ole Guldvog (seniorrådgiver), Nora Clausen (seniorrådgiver/partner) og Lykke Bjørnøy (konsulent/moderator).



Hensikt, metode og målgruppe

- Selv om studien retter seg spesielt mot aktiviteter som får offentlig støtte er det viktig å få frem hvordan denne målgruppen bruker kulturtilbud generelt.
 - Dette kan få frem viktig informasjon om hva som kanskje burde få støtte og/eller avdekke viktig lærdom om hvordan å nå målgruppen.
- Vi har gjort en etnografisk kvalitativ tilnærming for å komme tettere på målgruppen. Det vil si at vi har besøkt ulike arenaer hvor folk med ulik etnisk bakgrunn ferdes/bruker tilbud. Vi har både observert samt hatt dypere samtaler med tilfeldige utvalgte på disse arenaer.
 - Vi har også forhåndsrekruttert en del med innvandrerbakgrunn til rene dybdesamtaler
 - Vi har dermed hatt ulike settinger: dybdesamtaler, parvise dybdesamtaler, minigrupper, dyader, triader.
 - Vi har også gjennomført en online fokusgruppe.
 - Totalt har vi snakket med ca. 40 respondenter med ulik etnisitet og spredning på bosted (øst/vest), samt på hvor lenge de har vært bosatt i Norge/type innvandrerbakgrunn. Alle har en plan om å bli i Norge.



Om informantene i studien

Bakgrunn om informantene i dybdesamtaler/minigrupper/parvise intervju/triader:

- Ung gutt fra Marokko 17 år, går på ungdomsskole (født i Norge)
- 2 jenter fra Marokko og Afghanistan, begge 18 år (hhv. født her og kom til Norge som 3-åring)
- Ung jente fra Somalia, går på ungdomsskole (kom til Norge som 5-åring)
- Gutt fra Eritrea, 29 år, jobber med logistikk (kom til Norge som liten)
- Kurdisk gutt, 29 år, jobber på hotell (kom til Norge som liten)
- Fire kvinner fra Afrika: Sudan, Etiopia og Algerie. Nylig kommet til Norge. Alder 30-36 år (bosatt her i 3-7 år)
- Tre kvinner fra Filippinene, 35 år, 29 år og 17 år (den yngste kom når hun var 5 år, de to andre kom for ca. 10 år siden)
- Mann fra Vietnam på 39 år (kom for ca. 10 år siden)
- Ung jente fra Irak på 24 år
- To menn i alderen 35-45 år fra Eritrea (begge har vært i Norge i 2-3 år)
- Tre unge innvandrere 20-23 år fra Somalia, Syria, Palestina (Gaza). Kun vært i Norge noen år.
- Tre jenter med Pakistansk opprinnelse (født i Norge med pakistanske foreldre), 19 år

**Oppsummering av hovedfunn,
konklusjoner og anbefalinger**

Oppsummering hovedfunn (1)

- Store forskjeller på de ulike stedene knyttet til opprinnelsessted, innvandrerstype og opprinnelig etnisk kultur - og behovene formes deretter.
 - En fragmentert og lite homogen gruppe, men også homogene mindre subkulturer og en del segregerte grupper innad og det er videre sosiale forskjeller som påvirker.
 - Få assosiasjoner og kjennskap til begrepet offentlig finansiert kulturtilbud og varierende assosiasjoner til kulturtilbud generelt.
 - Begrepet kultur generelt og kulturtilbud spesielt oppleves svevende og varierende
 - Et avvik mellom ønsket tilbud og det som brukes og det som faktisk tilbys, og en del av det etablerte tilbudet oppleves kunstig/fjernt/upersonlig/distansert og for de som bruker dette mer (mer etablerte innvandrere), så kobles det mer til feiring/ferie/spesielle begivenheter.
- En stor usikkerhet hos målgruppen knyttet til hva man faktisk kan gjøre, så det vil være hensiktsmessig med mer spisset kommunikasjon:
 - Vær en inspirator, kom og snakk med målgruppen, ta kontakt via ungdomsskolene og i nærmiljøene, på bibliotekene, ha foredrag, ha dialog.
- Målgruppen må få følelsen av at man kan kjenne seg igjen i at det faktisk er et tilbud for dem, noe vi får indikasjoner på at er svak i dag.

Oppsummering hovedfunn (2)

- Samhandle:
 - Vi anbefaler å gå mer målrettet inn mot de ulike små miljøene/arenaene der de ulike innvandrergroppene er, og inkludere de slik at de kan være delaktig og rekruttere sine venner – en bedre samhandling mellom tilbyder og innvandrerne
- Stimulere mer attraksjonsverdi mer presist for denne gruppen:
 - Drivere for sosialisering og nettverksbygging er stor så det kan være effektivt å inkludere dette
 - Mer publikumsorientert - økt fokus på aktiviteter (ikke passivt), mer opplevelse og interaksjoner
 - Føle seg invitert, men ikke bli spesielt hensyntatt, heller bli involvert mer naturlig og være delaktig
- Invitere og legge til rette for arrangementer for barn/mødre/familier helst i nærmiljøet – hvor de kan bidra med mat, være mer deltagende i både, kultur, sport og aktiviteter

Impulser og veivisere til kulturbruk

- Inspirasjon til deltakelse på ulike arrangementer virker først og fremst å komme fra folk i same situasjon, "deres egne" og fra institusjoner som jobber spesifikt mot innvandrere (f.eks. mottaket for nye innvandrere, og opinionsledere for mer etablerte innvandrere)
- De unge oppsøker arenaer hvor ulike folk møtes, men det er allikevel folk i samme situasjon (f.eks. bibliotek, private sosiale selskaper, livssyns/trossteder).
- Gjennomgående synes flere ulike innvandrere at det er vanskelig å komme i kontakt med nordmenn, og at det er få arenaer hvor de får praktisert norsk så mye som de selv vil
 - Dette gjelder ikke ungdommene med utenlandske foreldre som har vokst opp i Norge, de har mange norske venner, men det er allikevel tydelig at de nærmeste vennene og de de "henger" oftest med er andre med utenlandsk opprinnelse.
- Mennesker og institusjoner som jobber spesifikt ut mot innvandrere (skolen, ansatte/frivillige på f.eks. Røde Kors) virker å kunne ha stor innflytelse på hva disse menneskene opplever av kultur.
- Tilbud som er enkelt og lett tilgjengelig med en lavere terskel (mer "folkelig") hvor det er naturlig å ferdes uten at det oppfattes "truende" eller komplisert er viktig. Det må heller ikke koste (så mye).
- Utekontakten spiller ofte en stor rolle og kan ha stor innflytelse på ungdommen (nb: dette er svært personavhengig) og de unge innvandrerne prater med han/henne og bruker han/henne som en venn og mentor/inspirator til å bruke ulike aktiviteter.

Anbefalinger for å skape mer interesse rundt etablerte kulturinstitusjoner

○ SAMHANDLE, REVITALISERE OG MER SPISSING MOT INTERESSEFELT

- Selve "imaget" til kulturinstitusjonene kan bli mer aspirerende og tilpasset identiteten
- Gjøre besøkene mer spennende og inkluderende: Invitere innvandrerne til å være mer delaktig/økt involvering, mer aktivitet, lokale events med lav terskel (betaling en barriere, familierabatt er i så fall viktig)
- Fokus på en større helhetsopplevelse som involverer sosialisering, innvandrerne føler seg også mer velkommen hvis de skal dele noe/bidra med noe (mat f.eks.) - da har den en "purpose"
- Mer samarbeid med tros/livssynssteder og ulike etniske "arbeidsgrupper"

○ BRUKE DE RIKTIGE ARENAENE OG OPINIONSLEDERNE FOR Å SPRE BUDSKAPET

- Få stedene mer interessante eller positivt omtalt blant ulike miljøer (viktig for ungdom/unge)
 - Musikk, kultur, ungdomsskoler/klubb, utekontakten, unge foreninger, studenter, på utesteder/cafeer, blant bloggere man ser opp til (i subkulturene) som unge målgrupper lytter til/blir påvirket av
 - Det sosiale nettverkselementet særlig viktig for unge/voksne

○ KOMMUNIKASJON, ØKT MARKEDSFØRING OG MEDIEOMTALE

- Behov for økt oppmerksomhet og synlighet i riktige kanaler (sosiale medier/spres av helter i subkulturen for unge), W.O.M for unge/voksne

**Om kulturbruk:
Assosiasjoner, holdninger og
forholdet til kulturbruk**

Noen av profilene i studien

UNG MIDTØSTEN

Opptatt av sin interesse/sport, spiller fotball f.eks (guttene), opptatt av skolearbeid, bryllupsforberedelser/ bursdager, møtes på biblioteket/jobber/ leser, går på ungdomsklubb når det er FIFA-kveld, konsert eller en morsom event.

UNG FAMILIE AFRIKANSK

Søken etter å skape et sosialt nettverk, prater med andre med utenlandsk opprinnelse og norske, oppsøker samlingspunkter der man kan møte andre med små barn: sang, dans, musikkinstrumenter.

Ungdom/unge

Søken, sosiale, redusere sosiale risikoer, trygghetsorienterte er fellesnevner. Kulturbruk er sosial drivkraft.

Ungvoksne i etableringsfase

UNG AFRIKANSK

Opptatt av skolearbeid (jentene spesielt), helgene er det sosiale eventer med hele familien: store og små møtes med mat fra ulike land, møter også andre unge her. Opptatt av å lære: møter på moskeen for å lære arabisk, lære hvordan man blir en god person.

FAMILIER ASIATISK + MIDT-ØSTEN

Et etablert nettverk med andre i området med utenlandsk opprinnelse (få norske). Store selskaper: mat er sentralt, venners venner, karaoke, utkleddningsfester, eller kvinnedag, matmix osv. Er veldig sosiale i hjemmene og nabo/kjente er utvidet familie

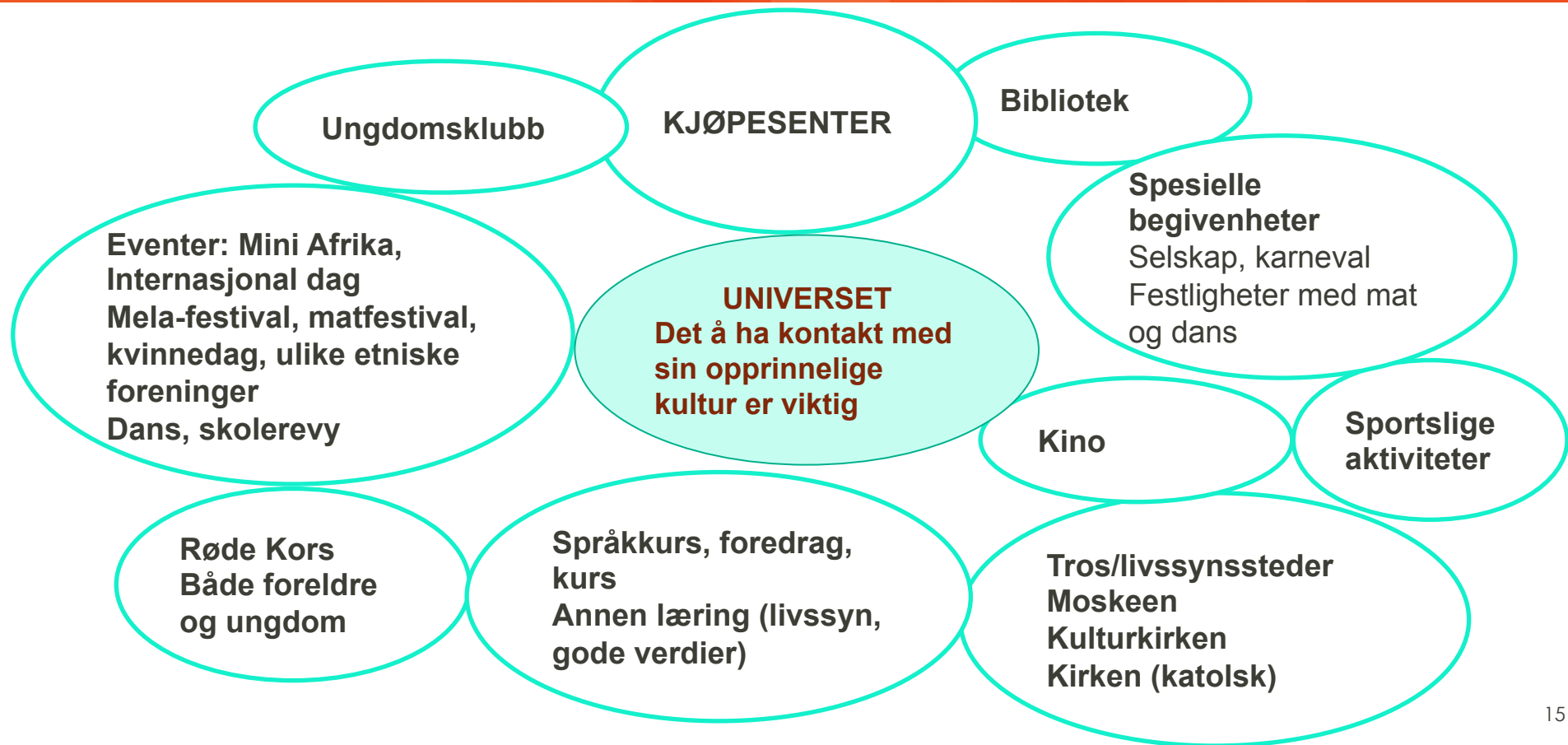
Assosiasjoner og forhold til kulturtilbud

- Begrepet kultur oppleves generelt som svevende og varierende for informantene
 - Begreper som kulturinstitusjon og kulturelle arrangementer er spesielt uklare og vanskelig å forstå hos innvandrere med kort tid i Norge (3 år ca.), men også blant de som har bodd i Norge lenge og hele livet (og spesielt ungdom).
 - Liten kjennskap til sentrale kulturinstitusjoner i Akershus og det mer etablerte kulturtilbudet.
- De tydeligste assosiasjonene er: en stor begivenhet som Mela-festival, teater, matfestival med ulike etniske grupper, dans, konsert, mens andre tenker bredere i retning kino og rene sosiale samlinger/fester.
- Lav bevissthet rundt kulturtilbud generelt og offentlig finansiert kulturtilbud spesielt.
- Liten kjennskap til forskjellen mellom hvilke tilbud som finansieres med offentlige midler og ikke
 - Deltagelse i kunst- og kulturtilbud er lav, men stor bruk av "alternative" kulturtilbud
- Arrangementer hvor man treffes og spiser sammen virker å være den mest nærliggende referansen til begrepet kultur.
- "Institusjonelle" kulturbegivenheter er typisk konserter med artister fra hjemlandet, og f.eks. den arabiske eller afrikanske populærmusikkverdenen eller festligheter hvor man spiser mat og sosialiserer med andre innvandrere i nærområdet.
- For de med asiatisk opprinnelse er det selskaper eller kirken, for en del afrikanske og fra Midtøsten er det moskeen.

Assosiasjoner og forhold til kulturtilbud forts.

- For en del av de unge informantene snakkes det mer ut ifra spesifikke kultursjangre, slik som konserter, musikk, dans, breaking, hip hop osv.
 - "Konserter" og "artister" er begreper det fungerer å resonnerer ut i fra
 - For innvandrerne med kort tid i Norge har det utelukkende vært snakk om konserter med artister fra hjemlandet (eller fra beslektet musikksfære) opplevd på klubber/cafeer hvor folk fra Eritrea gjerne møtes, i Oslo.
 - Ungdom snakker ut i fra ungdomsklubb, teater/revy på skolen, turer og fester/bursdager/feiring.
 - Generelt ser vi at det er en tendens til at kvinnene i vårt utvalg i større grad (enn menn) både går på tros-/livssynsmøter og er brukere av museer og kunstutstillinger, i den grad sistnevnt gjøres i det hele tatt.
- Antall besøk på ulike kulturtilbud varierer mye mellom gruppene og det er liten bruk av etablerte kulturinstitusjoner.
- Informantene i studien vår som har innvandrerbakgrunn fra Asia/Afrika indikerer mest bruk av folkebibliotek og tros-/livssynsmøter, etter kjøpesenter og kino for de unge.
- Den eldre aldersgruppen uttrykker kun bruk av kirken (katolsk) eller moskeen som institusjonsbruk, ellers er det mange store sosiale festligheter med mye mat og mange mennesker eller man deltar på f.eks kvinnetiden eller internasjonal mat-fest. Man bruker de etablerte kulturinstitusjonene sjeldnere - dersom man får besøk fra utlandet.

Mest sentrale "kulturbruk" i utvidet kontekst



Noe negative assosiasjoner til etablerte kulturinstitusjoner



- De etablerte kulturinstitusjonene, som f.eks. museum, kunstutstillinger og teater, er for **anonyme og usynlige** og er **ikke tilstede i bevisstheten** til vårt utvalg.
- Oppfattes som noe distansert, ”kaldt”, kunstig, upersonlig, traust, gammeldags (for yngre), kjedelig og ”tungt”, for overklassen, gjøres kun på ferie og noe som ”ikke angår meg”
- Knyttet til ”plikt” fordi man har deltatt i forbindelse med skolen: ”dette *må* du lære” – historie
- Distansert/”fjernet” og upersonlig: liten grad av fornyelse og **satsing**
- Årsakene til disse assosiasjonene er dels formatene, formen, strukturen, formidlingen, lokalene, omgivelsene, tilbudet/tilbudene rundt, eldre utstyr/maskineri/teknologi kan påvirke for de yngre (ikke spennende nok), ikke involverende eller ”fengende” (mot ungdom), dels holdninger og dels begrepene
- De er også dyre, er lokalisert langt unna, og aller viktigst: ingen ”som meg” ferdes her.

En stor distanse mellom faktisk kulturbruk og de etablerte institusjonene

- Flere av informantene **forstår ikke begrepet kulturbruk** slik at vi (i undersøkelsen) må grave i hva de gjør når de har fritid, både på ukedager og i helger
- Vi oppdager raskt **nisjepregete, spissede aktiviteter eller mer folkelig kulturbruk i utvidet kontekst knyttet opp mot lik etnisk gruppe i nærområde**/og andre innvandrere i nærområde:
- Dette går mer på det sosiale
- Det er viktig å by på relevant tilbud, som oppleves lett tilgjengelig, imøtekommende, og som treffer dagens behov og drivere for sosialisering og nettverksbygging



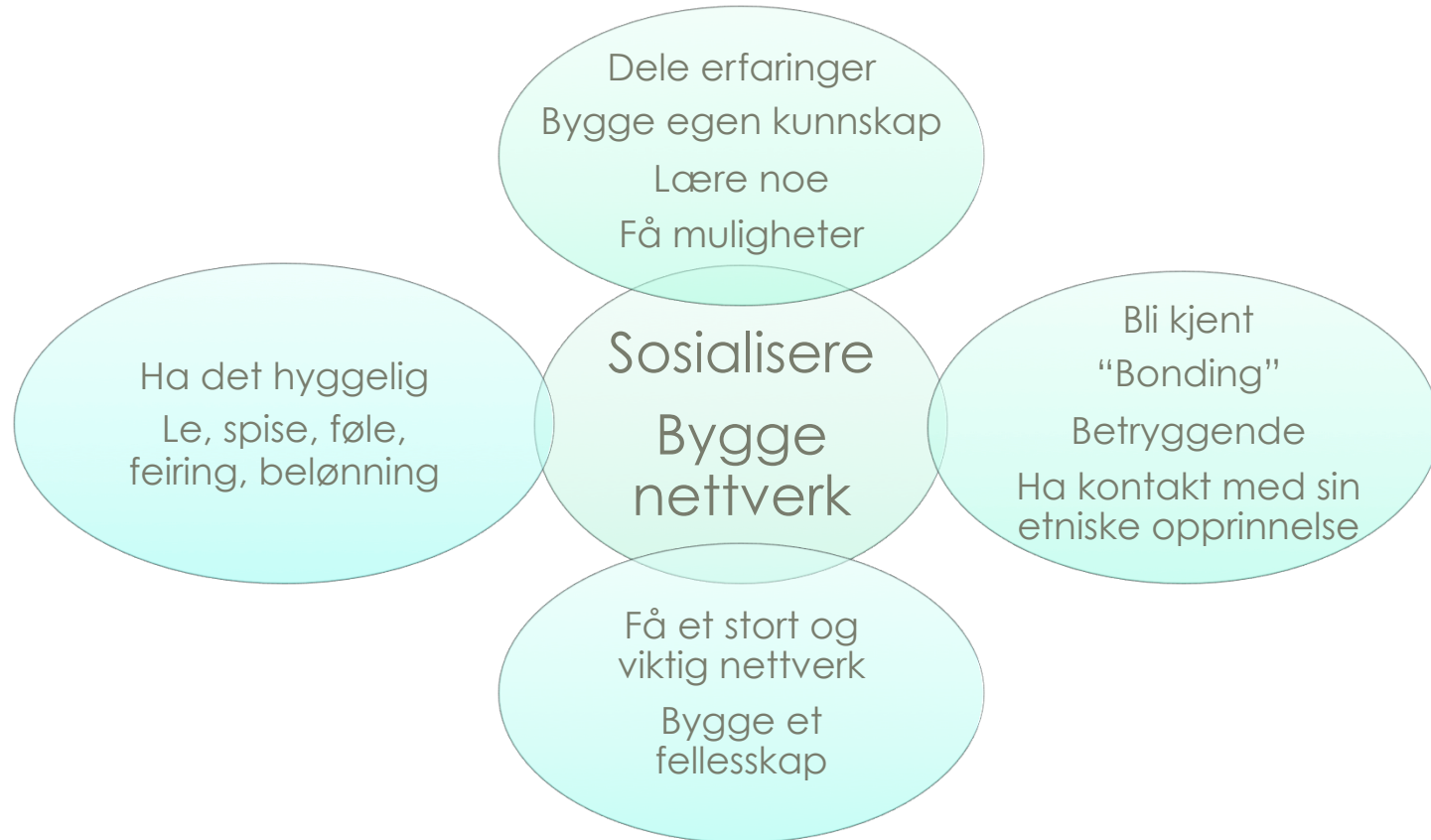
Teater, kunstutstillinger, opera, dans (større arrangement) er lite relevant generelt i vårt utvalg

Man går kun på store museer, kunstutstillinger eller teater på større/mer kjente steder når man har besøk fra utlandet eller når det er en spesiell anledning

"Jeg har kun gått på museum når vi har besøk fra utlandet, da er det litt for å vise Norge og vi tar en Oslotur og ser ting"

"Vi har jo gjort det i forbindelse med skolen, ellers lite"

Behov og motivasjoner: Viktige triggerpunkter for målgruppene



Ramme / kontekst: Vest i Akershus

- På Asker bibliotek kommer det et stort antall innvandrere hver dag. De er i alle aldre og fra mange forskjellige steder. Betjeningen oppgir at det er en viss overvekt av folk fra muslimske land, men også kristne kulturer er hyppig representert.
- De innvandrergroppene (fra utenfor Europa) som er mest representert når vi er tilstede er: somaliere, eritreere og syrere.
- Både unge og mer voksne mennesker. Kvinner og menn, men de opptrer hovedsakelig i kjønnsdelte grupperinger.
- Flere her har relativt dårlige norskkunnskaper, deler av samtalen foregår på engelsk, de har kun vært i Norge i 2-3 år.
- Tre unge innvandrere 20-23 år (Somalia, Syria, Palestina (Gaza)). Alle tre går i mottaksklasse på videregående i Asker. To av dem bor på hybel, en på asylmottak. Alle tre har vært i Norge i 2-3 år. De tre unge mennene har kommet alene til Norge. De henger ofte sammen og fremstår som gode venner.
- Ungdom ferdes i tillegg på kjøpesenter, CC Vest, går på kino, fester, drar inn til byen, men det meste av tiden i hverdagen går til lekser og sportslige aktiviteter (en ung jente fra Irak).

Ramme / kontekst: Øst i Akershus

- Lørenskog Hus blir hyppig brukt, og det er tydelig positivt at kulturhuset og biblioteket er knyttet opp i mot hverandre. Man sosialiserer, handler, bruker biblioteket og eventer som skjer på kulturhuset.
- Her observeres mange ulike aldre, spesielt små barnefamilier, og flere ulike etniske bakgrunner: asiater, afrikanere, Midtøsten, Øst-Europa.
- Betjeningen oppgir at det er en hyppig bruk av mange fra mange ulike land.
- De innvandrergroppene (fra utenfor Europa) som er mest representert når vi er tilstede er: Afrika: Sudan, Etiopia, Kenya, Somaliere, Midtøsten.
- Det var to eventer hvor det var overvekt av folk med utenlandsk opprinnelse: Mini Afrika med sanselig opplevelse med musikk og instrumenter og en annen musikkopptreden i biblioteket. På Mini Afrika var det kun noen få nordmenn, gjerne sammen med de utenlandske: både fra Afrika, Midtøsten og Asia. Mens på den andre musikkopptreden var det noen flere nordmenn.
- Inne på kjøpesenteret var majoriteten med utenlandsk opprinnelse.
- Vi har også vært på ungdomsklubb og "kulturkirken" og her var det en salig blanding av norske og ungdom med utenlandsk opprinnelse som sosialiserte godt sammen, og her er det ofte ulike aktiviteter. Utekontakten spiller en viktig rolle på visse steder.
- Videre var vi på Kolben kultur og aktivitetssenter og her var det mange norske, men også endel med utenlandsk opprinnelse
- Vi var også på Moskeen og her var det et pakistansk miljø.

Norskfødte med innvandrereforeldre og kulturbruk

- De norskfødte med innvandrerbakgrunn bruker i større grad kulturtilbud enn innvandrerne med kort tid i Norge, og de er i større grad sammen med norske, generelt også i kulturbruken.
 - Ungdommen spesielt, mens foreldrene deres er mer sammen med andre innvandrere, både sosialt og i kulturbruk.
 - Noe indikasjoner på at familiene med høyere utdanning og høyere inntekt bruker kulturtilbud oftere (NB dette kan være tilfeldig)
- Generelt i studien er jentene mer sosiale, er største pådriverne når det gjelder selskaper og kulturbruk generelt.
 - Og selv om dette er i liten grad, så ser jentene mer på både teater, danse-show og sceneforestillinger enn guttene
 - Mens guttene ser mer på idrettsarrangement, driver selv aktivt med idrett, bruker ungdomsklubb i i større grad, biblioteket og går på kino.
 - Felles for guttene og jentene er at de hadde mer hyppig kulturbruk på skolen (teater, revy, dans)
- Samtidig indikeres det viktigheten av å lære om/ha kontakt med sin opprinnelige kultur og at mye av kulturbruken er knyttet mot dette.
- De unge jentene spesielt er svært **samfunnsengasjerte**, opptatt av å se de store linjene i samfunnet, jobber frivillig, er ekstra opptatt av å lære: går på skrivekurs, ønsker/har debatter/diskusjoner osv.
- Selv om disse har mange norske venner, har de nærmeste vennene samme etniske opprinnelse eller har en annen etnisk opprinnelse.



Innvandrere med kort tid i Norge og kulturbruk

- Våre informanter med kort tid i Norge har minst bruk av kulturtilbud, og de unge mennene (fra Somalia, Syria og Palestina) har i større grad oppsøkt arrangementer hvor hovedstrømmen av norske tenåringer møtes, f.eks. VG-lista topp 20 (på Rådhusplassen).
- Det fremstår viktig å gå på arrangementer som andre norske ungdommer går på.
- Konsert med Admiral P på Aker brygge (Mela festivalen. MERK: det er konserten med Admiral P mennene er opptatt av å ha vært på). Norske hip hop-artister nevnes, men ingen husker helt navnene (sjangeren hip hop er det som står sentralt).
- En av de unge mennene ønsker seg inn i et miljø hvor de bedriver hip hop, DJ, dans osv. Og oppgir å ha skaffet seg noen kontakter innenfor et miljø knyttet til Asker/Sandvika.
- Her har unge mennesker tilgang på diverse studioer. Han ønsker selv å lære seg DJ-kunsten. Han har besøkt et dansestudie i nærheten av Tøyen skole tidligere og føler at slike ting resonnerer med hans interesser.
- Asylmottaket har hatt flere kulturelle arrangementer. Artister har gjestet mottaket, men de har også reist på arrangementer i Oslo. Et arrangement på Nationalteatret i regi av asylmottaket nevnes.
- En annen av de unge mennene oppgir å ha brukt Asker kino ved flere anledninger. Dette virker ikke å ha vært like naturlig for de to andre.
- På møtene i den lokale gruppen for syriske flyktninger virker dans å være en viktig bestanddel. Syriske folkedanser blir lært og formidlet generasjonene i mellom.

Hva er et kulturtilbud for deg?

- *”Kulturtilbud er det som samler folk, f.eks. konserter, arrangerte samlinger, litteratur osv. Det er for alle, både unge og eldre”*
- *”Der det er andre kulturer, eller der man kan lære om andre steder, kulturmix?”*
- *”Jeg mener jo at kulturtilbud er for alle. Går du på kino benytter du deg av ett kulturtilbud. Samme med kjøpesenter til en viss grad.”*
- *”Sånn kvinnedag mamma arrangerer med folk fra mange andre land. Teater med klassen er kjempegøy, det er jo kulturtilbud”*
- *”Store selskap med mat fra ulike land, dans, musikk”*
- *”Arrangementer med mat fra andre land, miks av ulike kulturer”*



**Mer konkret om målgruppens
egen kulturbruk**

Biblioteket blir brukt som “stue” og et sosialt lim

- Biblioteket brukes fordi det er lett tilgjengelig, gratis og føles enkelt å ta i bruk.
- Dessuten er det ”lite truende”; ingen som kommer og spør hva du skal og det er mange å sosialisere med og stor sjanse for å møte kjente i nærområdet.
- Spesielt positivt når det er flere aktiviteter under samme tak, det er også biljard i 2 etage som aldri står uten spillere.
- Visse bibliotek er åpent på søndager ved at man bruker kort og ”låser seg inn” og etter vanlig stengt tid kan man låse seg inn på biblioteket.
 - Dette syntes ungdommene er veldig fint, fordi de **liker å være ute lenge uten å faktisk være ute**
 - Mange jobber med lekser, har med pc, men flere er bare to og to som sitter med mobilen (bruker biblioteket som stue)
- Noen kommer fra store familier og syntes det er deilig å sitte på biblioteket alene sammen med venner.



Illustrasjonsfoto: Birgithe Schumann-Olsen

”Det er skikkelig koselig og fint interiør og sånn”

Et rikt sosialliv

- De mer etablerte i vårt studie har ofte store selskaper hvor det er en egen gruppe i det sosiale nettverket som arrangerer festen.
- Det kan være hjemme hos en, eller man leier (de med asiatisk opprinnelse i utvalget spesielt) skoler, gymsaler, kirkelokaler osv. Til selskaper, karneval, konfirmasjon, bryllup eller andre begivenheter.
- Alle betaler en liten sum (200 kr) og får mat og drikke på festen, kvinnene organiserer, mennene virker å ha liten rolle her. Alle aldre, både eldre og små barn er med på festen.
- Gruppeleder har med seg flere i gruppen som lager mat og rigger festen (leier lokale, gjerne en barneskole i nærheten, lager mat og rydder, organiserer sitteplasser og musikk til dans)
- Her kommer det 100+ personer: stor venners venner fest, gjerne karaoke og man pynter seg.
- Dette kan også skje i forbindelse med jul og påske - og nå planlegger de utkledningsfest og skal ha Halloween-fest i et skolelokale.
- Både store og små er med og det er mye forskjellig mat fra de landene som arbeidsgruppen kommer fra.

Unge sosiale jenter

- Helgene går til jentekvelder, bursdager og bryllupplanlegging (sistnevnte tar mye av tiden spesielt for jentene med pakistansk opprinnelse)
- Bruker særdeles mye tid i forbindelse med bryllup:
 - Lang planleggingsprosess: alt gjøres selv og bryllupene er STORE
 - Mange "før"-fester: 6-7 fester før bryllupet der man danser, spiser, fotograferes av fotograf, skravler
 - Kjenner man noen nært, så "må" man være med i dansegruppen som krever mye tid
 - *"Hvis man ikke har danseshow i bryllupet, så blir det en snakkis liksom"*
 - *"Fetteren min skal gifte seg i desember og vi kusunene er skikkelig treige, vi har akkurat begynt å øve"*
 - *"Det er mange møter med andre pakistanere, hvis noen er syke må vi bort å levere mat for eksempel. Hvis en nabo har fått baby, så må alle bort å hilse på"*
- De unge jentene leier også ofte lokale (f.eks. bomberrommet i blokka de bor i) til bursdager, før-bryllupsfester osv. De forbereder også danseshow og mye mat til bursdager.
- EID: den religiøse høytiden, så reiser de inn til Grønland og besøker alle bodene og kjøper de siste gavene der, tar henna-maling med sine venner, spiser ute med venner/familie, gir gaver, en stor og hyggelig begivenhet når de skal bryte fasten
 - *"Det er også slike feiringer her ute, men det er på Grønland som er det virkelige stedet å være og det er mest gøy"*

Tros-/livssynssteder: Moskeen

- Religion og kultur går hånd i hånd for målgruppene.
- Baitun Nasr: Det er flest pakistanere, men noe arabere og noen norske konvertitter. Dette er en retning innen Islam som ikke er så utbredt, så derfor kommer de fra hele Østlandet.
- Vi intervjuet også endel som bruker moskeen på Grønland/Oslo og Galgeberg.
- Hele helgen vi observerte, var det “klasser” dvs. gruppeundervisning i alle lokalene
 - Separat for kvinner og menn, barna er sammen med kvinnene
 - Det er smågrupper overalt og de er delt etter nivå og tema
 - Lederen forteller at de har slike gruppehelger 1 gang i måneden og da er det hele familier som kommer
 - Det er mennesker fra hele Østlandet, tilbudet er gratis inkl. mat etter endt sesjon
 - Det er et styre som går ned i lokallag i ulike byer i hele Norge

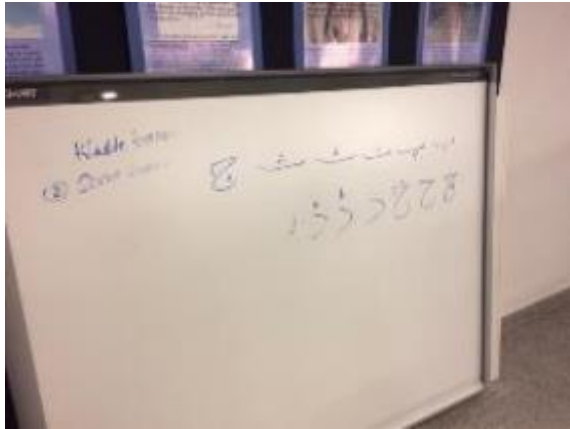


Tros/livssynssteder: Moskeen

- Mange ulike aktiviteter i løpet av året (planlagt i begynnelsen av året): aktivetsdager ute, basketball, bordtennis, EID-feiring, arabisk og urdu-undervisning osv.
- Kvinneaktiviteter spesifikt er helsedager, hvor det kommer en lege og snakker med kvinnene.
- Ungdommene har egne grupper med jevnaldrende. Her er det mange aktiviteter: utenlandsturer, jentekvelder og overnatting på moskeen.
- Lederen for kvinnene mener det er mange som kommer bare på grunn av det sosiale: Mat/kaffe etter undervisning oppleves som veldig koselig.
- Aktivitetene blant unge er noen ganger delvis finansiert av moskeen, noen ganger betaler de alt selv, så dette er en kostnad for flere – men, det er sjeldent et problem.
- Jentene har også hobbykvelder hvor de lager kunst basert på koranundervisningen (se bilder).
- Andre ganger lærer de hvordan de skal bli bedre folk: hjelper eldre, gjør gode gjerninger, lærer om god moral.
- *"Det er som friminutt etter undervisningene, har jeg blitt kjent med masse folk!"*
"Maten gjør det ekstra hyggelig"



Læring, sport og kunst på moskeen



Lørenskog kulturhus



I rommet med kunstutstilling på kulturhuset var det kun eldre norske og det så veldig "lukket ut"



Mens biblioteket og aktivitetsrom var mer åpent for alle, og alle gikk inn/ut

Lørenskog kulturhus

- Kulturhuset har en salig blanding med ulike etniske grupper og norsk opprinnelse.
- Biblioteket og lekerom er særlig brukt av unge barnefamilier med innvandrerbakgrunn.
- Ungdomsklubben i 5 etasje blir hyppig brukt av unge innvandrere.



Spesifikke eventer der man kan møte likesinnede

- “Mini Afrika”: Musikk, sang, instrumenter.
- Gøy for barna, men også et ønske om å bli kjent med andre i samme situasjon
- Knytte nye bånd
- En tydelig sosial rolle: “Bygge nettverk”



Mela festivalen treffer bredt i utvalget

- Mela festivalen omtales med stor begeistring og iver! Mange deltar fast og dette snakkes det varmt om i vennekretsen.
- Historier fra de unge i utvalget går på at de alltid står på første rad, pynter seg, er der hele dagen og gleder seg veldig til dette.
- Flere av våre informanter er fullt oppdaterte på hvem som kommer og elsker at det er virkelig store kjendiser fra utlandet som kommer.
- Dessuten er det masse mat og spennende ting å kjøpe som smykker og klær.
- *"Det regnet skikkelig på Mela i år, men det gjorde ingenting selv om vi ble klissvåte"* (Jente 19 år)
- *"Hvor er Bollywood musikalen? Jeg har hørt at det finnes en Bollywood festival på Lørenskog – den skal visst være skikkelig bra"* (Jente 19)



Jessica Jørgensen: Publikum på Mela festival i Oslo, august 2010. Wikimedia

Senteret: Følelsen av myldrende marked?

- Kjøpesenter er hyppig brukt! Det nye markedet?
- Flest folk med utenlandsk opprinnelse ble observert både på Triaden og Lørenskog senter og det "vrirler" med voksne og barn.
- De unge tar også bussen til Oslo og går på Karl Johan, spiser på McDonalds (helgene).
- Asiater, Afrika, Midtøsten, Øst-Europa observeres.

- *"Vi er for det meste på senteret, der møter vi gjerne flere"*
- *"Vi går på kino, senteret, har filmkveld, vi baker kake, koser oss. Det er når som helst.... Noen ganger går vi på ungdomsklubben, men vi er mest hjemme hos hverandre og prater sammen. Jeg har mest norske venner"*



Kunst og museer lite brukt tilbud

- Når man ser på kunst, så er det svært tilgjengelig (dette lå ved inngangen til kjøpesenteret) der man ellers ferdes, gratis.
- *“Her er det bare å gå inn. Skal jeg på et museum i byen, så er det når jeg har besøk fra utlandet, det blir liksom en stor greie. Her kunne jeg bare gå inn mens kona handler”*
- *“Når vi har besøk fra utlandet hender det vi går på museer og ser kunst, men ellers ikke”*



Hvorfor bruker du ikke disse kulturtilbudene?

- *"Offentlig oppleves å være mer kjedelige. Tid og interesse hindrer meg, for det meste. Dessuten er det ikke mye reklame for offentlig "*
- *"For lange køer" "Dyrt" "Ligger for langt unna"*
- *"Teater og dans gikk vi på med klassen og det var gøy"*
- *"Men hvis for eksempel et privat firma arrangerer ett evt tilbud er det ofte litt mer stas rundt det"*
- *"Tid, pris og til tider mangel på interesse for aktuelle tilbud"*
- *"Utenom lange køer, så er det overpriset mat og noen pleier å være en mil unna"*
- *"Det er noe jeg finner fascinerende og inspirerende. At jeg ikke går på disse stedene her i Norge, er vel fordi det ikke er like tilgjengelig, at det er av lavere standard sammenlignet med England og rett og slett fordi det er for dyrt (noe som kan være mer persepsjon enn realitet.)"*

Ungdom vil ha et sted å møtes uformelt

"Jeg forbinder kulturtilbud med diverse aktiviteter man kan bruke, som kanskje også er noe man ikke har prøvd før. Jeg ser på det som noe som både kan være underholdende, men også læringsrikt. For meg personlig er det ikke det jeg har behov for nå. Jeg prioriterer for tiden aktiviteter som engasjerer meg og der kulturtilbud ikke trengs"

"Det er bra og ha kulturkirken: en plass å gå etter skolen, bare et sted vi kan møtes og prate sammen"

"Savner aktivitetssteder for ungdom, der det er mange unge på flere aldersnivå: trampoliner, klatrevegg, et sted man bare kan "henge" eller bare komme til for å treffe andre unge"

"Det skjer en del på ungdomsklubben, men ofte blir ungdomsklubben for ungt, der går du når du er 16 liksom"

"Bibliotek, kino og ulike konserter og teater på kulturhuset i Lillestrøm, men har ikke benyttet meg av mange"

"Savner at det skjer "Mer", da gjerne i form av arrangementer som er litt fengende for oss under 30 (syklubber er ikke så aktuelt for meg) Festivaler hadde vært gøy. Samme hadde matkurs"

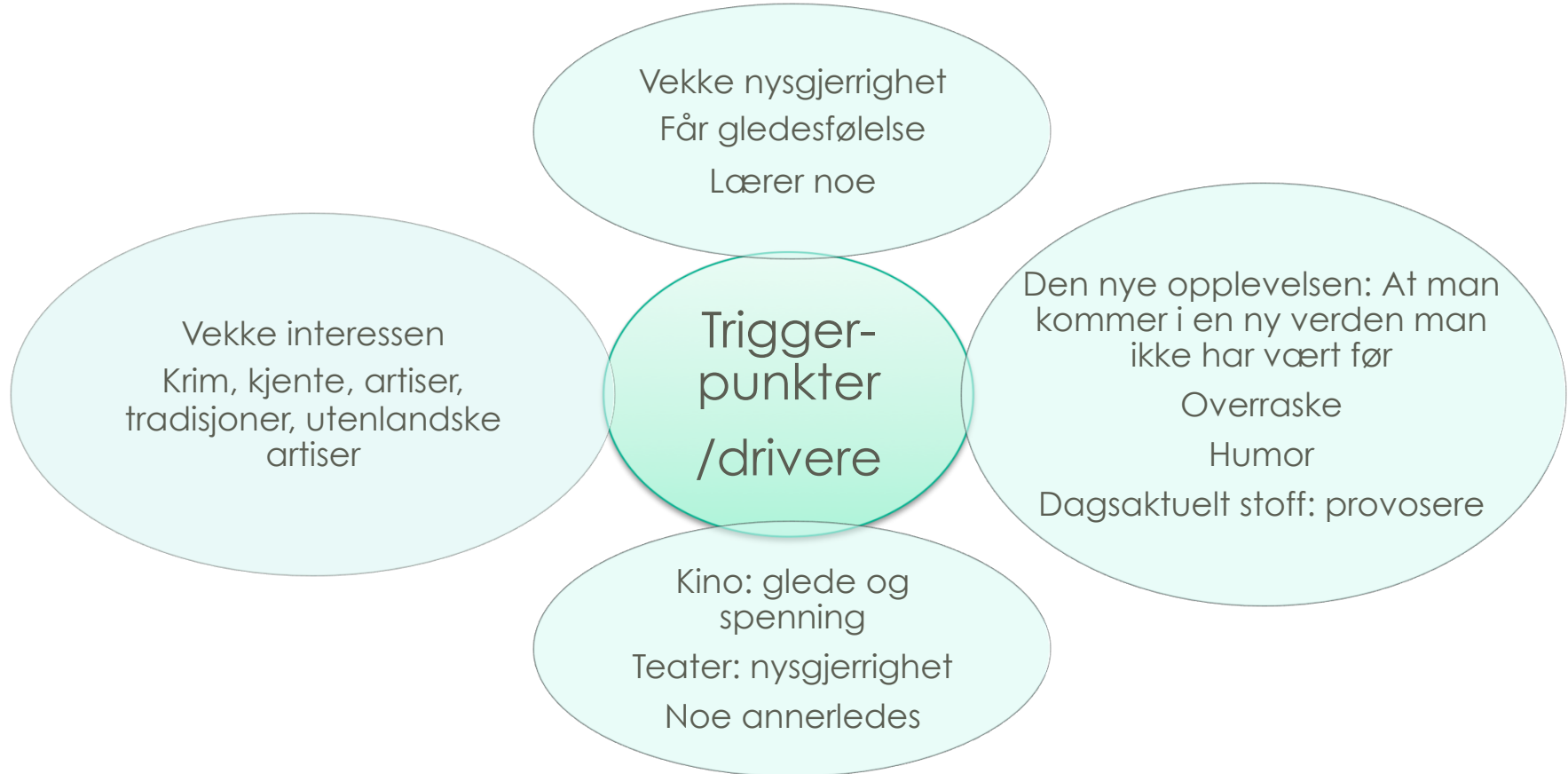
Kommunikasjon i riktige kanaler fra riktig avsender er avgjørende for de unge

- Flere av informantene sier de sjeldent hører om eller ser noe kommunikasjon fra noen kultur-eventer
- Det er tydelig at kommunikasjonen blir sett i **sosiale medier**, men den må ha "riktig" spredning/må kommuniseres med riktige deltagere.
- I enkelte miljøer innen dans og hip hop, er riktig type "flyer" viktig.
- For de unge/voksne er det W.O.M (folkemunne) som rå. De har et stort sosialt nettverk som brukes aktivt. Dette er gjerne en personlig kontakt: De ringer hverandre og prater om dette i sosiale anledninger, hvor de inviterer venner av venner. De kommer ofte på besøk til hverandre, i flere av intervjuene bare kom det naboer og venner rett inn med barn osv. på spontanbesøk.

- *"Jeg hører om det fra vennene eller naboen" (Kvinne 36)*
- *"Vi vet liksom ikke hva som går på teater liksom, det er sjeldent noen facebookgrupper om det eller noen invites" (Jente 19)*
- *"Teater har man liksom vokst fra" (Jente 19)*
"Jeg går i hvert fall ikke på ting når jeg ser det på facebook står 30 attending, det må være kjempemange som skal!"
- *"Det spørs helt hvem som inviterer og skal dit" (Jente 25)*
- *"Det må være kjempemange som skal, og kjente folk som trekkplaser, deles masse på sosiale medier"*
- *"Avsender er viktig, det kan ikke være kommunen, da er arrangementet kjipt og barnslig"*



Hva ønskes eller savnes av kulturtilbud?





INNSIKT SOM BRINGER DEG VIDERE

Opinion AS
Vulkan 16
0178 OSLO
T: 21 300 400
E: post@opinion.no
www.opinion.no