

EN SAMMANSTÄLLNING

# FRILAGRETS DIALOG- PROCESS 2018

**FÖRFATTARE**

Sebastian Arrosamena Mellgren

Sümeyya Gencoglu

Tomás López Izquierdo

**FRILAGRET**



Dialogprocessen 2018 utfördes av Frilagrets ambassadörer Sebastian Arrosamena Mellgren, Sümeyya Gencoglu och Tomás López Izquierdo som också författat rapporten.

# INNEHÅLL

Varför gör vi det här? 4.

Dialogprocessen 2018 5.

11 rekommendationer 7.

Resultat och analys 12.

Så här utförde vi Dialogprocessen 21.



## Varför gör vi det här?

Hela Frilagrets verksamhet bygger på en lång och genuin dialogprocess mellan 19 unga ambassadörer och tusentals unga göteborgare från precis hela göteborgsområdet.

Under 2011 besökte dåvarande ambassadörer på Frilagret skolor, fritidsgårdar, klubbar, köpcentrum, ungdomssatsningar och många andra platser för att möta unga mellan 13-30 år. Begreppet "ung" liksom begreppet "kultur" vidgades under hela processen och tolkas ständigt på nytt alltefter som nya initiativ och idéer kommer in.

Resultatet av processen är nu ett kulturhus där unga står för hela innehållet och strukturen lyfts upp av enheten Ung Kultur inom Göteborgs Kulturförvaltning. Processen hålls ständigt levande med hjälp av

unga ambassadörer runt om i staden och verksamheten är ständigt beredd att rätta sig efter nya behov och önskemål från dem som huset tillhör, alla unga i Göteborg.

I samband med Frilagrets femårsjubileum började tankarna formuleras kring behovet av en ny dialogprocess. Mycket har hänt både i och utanför Frilagret sedan dörrarna slogs upp. Samhället förändras och det gör också ungdomarna, fem år är lång tid i en ung människas perspektiv. Frilagret har som mål att förbli relevant för målgruppen. Därför startade en ny Dialogprocess under våren 2018. Frilagrets ambassadörer jobbar ständigt med dialog, men har saknat ett forum för att systematiskt sammanställa den input som kommer.

# DIALOG PROCESS 2018

Dialogprocessen 2018 är en studie över hur Frilagrets verksamhet kan bli tillgänglig för fler inom målgruppen och hur Frilagret kan förbli aktuellt. Dialogprocessen strävar efter att, i samråd med målgruppen, ta fram konkreta förslag på hur Frilagret kan arbeta för att bättre nå sina mål. Målen är att **sänka trösklar för deltagande och eget skapande**, att **stärka ungas olika röster** samt att **utveckla verksamheten i dialog med målgruppen för att verksamheten ständigt ska vara relevant**.

Resultatet av Dialogprocessen 2018 har tagits fram av Frilagrets ambassadörer och kan sammanfattas med 11 rekommendationer\* inom 6 områden.

---

\*Rekommendationerna bör ses som en sammanfattning av åtgärder utifrån resultatet av Dialogprocessen 2018 och de åsikter som respondenterna fört fram, men är också påverkade av författarnas förståelse för Frilagret. Författarna utesluter inte att det kan finnas andra åtgärder som inte lyfts här som också tillgodoser de behov som målgruppen framför.



**11** ▶ ▶ ▶  
**REKOMMENDATIONER**

# FRILAGRETS LOKALER

1

## Både lugna och sociala ytor i kafélokal

Ett återkommande önskemål som lyfts är att många vill se att kafélokalen delas upp i olika ytor. Dels vill besökarna använda kafélokalen till olika ändamål som utesluter varandra, vissa kan inte studera när andra är sociala. Dels behöver vissa mer lugn och ro för att känna sig välkomna. Vi är dock medvetna om att detta önskemål eventuellt krockar med Frilagrets behov av att variera lokalernas användning och undvika att lokalerna missbrukas. Att göra Verkstan till ett bokningsbart studierum vissa dagar i veckan skulle vara ett sätt att under begränsade tider kunna lösa behov av lugnare plats.

2

## Bokningsbara ytor

Många lyfter att de gärna skulle ha fler bokningsbara ytor på Frilagret. De saknar till exempel en plats för att pyssla. Samtidigt upplevs Verkstan som outnyttjad och ett enkelt system för att boka Verkstan kunde ge fler möjlighet till en yta att använda efter egna behov. Få personer har uppgett hantverk som sitt primära intresse på Frilagret. Det kan därför vara relevant att periodvis använda Verkstan som ett "urban office" för studier/arbete. Det är viktigt att ytterligare synliggöra att logen är bokningsbar eftersom många som lyfter behovet av studieytor inte verkar känna till att det redan finns ett rum som kan fylla det behovet. Eftersom Frilagret haft problem med avskilda ytor som används av personer utanför målgruppen föreslås att avskilda ytor tillgängliggöras för målgruppen främst genom bokningssystem.

3

# KAFÉVERKSAMHETEN

## Kulturkafé utan köptvång

Det är viktigt att värna om Frilagret som ett kulturellt kafé fullt med innehåll. Frilagret får genomgripande beröm för att vara en plats som inte kretsar kring konsumtion. Detta har blivit en hörnsten i Frilagrets identitet som unga önskar ha kvar. Det är viktigt för Frilagrets mångfald att ytterligare synliggöra att kafét inte har köptvång. Om det är praktisk genomförbart vore det också fördelaktigt om kaféet sänkta priser/kompletterade med billigare utbud.

Ett annat önskemål är att återinföra mikrovågsugnar så att besökare kan värma sin egen mat. Detta skulle behöva göras under kontrollerade former. Det kan till exempel vara husvärdens uppgift att släppa in dem som vill micra i verkstan och/eller att hålla ordning på mikrovågsugnarna.

# KOMMUNIKATION

4

## Arbete med publikutveckling

Flera arrangörer önskar att Frilagret arbetar mer med publikutveckling. Ett förslag är att Frilagret inleder samarbete med övriga kulturhus i Göteborg och att alla kulturhus länkar till varandras hemsidor för att göra det enklare för publiken att hitta mellan kulturhusen. Ett annat förslag som lyfts, en "Frilagret app" kan vara en god idé för att tillgängliggöra event och få mer återkommande publik. Detta skulle svara mot önskemålet från arrangörer om att Frilagret jobbar med publikutveckling så att arrangörerna blir mindre beroende av egna nätverk. Besökare kan då följa kategorier (till exempel dans) som de är intresserade av och få en notis varje gång ett sådant event äger rum. Det vore också bra att direkt i appen kunna lägga in event i telefonens kalender.

5

## Stärkt mångfald, representation och normmedvetenhet

Många lyfter att Frilagret kan upplevas som internt eller att det krävs ett visst kulturellt kapital för att vara på Frilagret. Lösningen som återkommer är en mångfaldig personal som besökare kan spegla sig i samt riktade insatser till särskilda målgrupper. Det är viktigt att Frilagrets personal har gemensamma förhållningssätt och delad kompetens i bemötande av arrangörer och besökare. Detta gäller till exempel när det kommer till normbrytande funktionalitet, språk och könsidentitet. Förslag på åtgärder:

- Riktade insatser mot ytterstasdelar
- Ytterligare synliggöra tillgänglighet på Frilagret
- Vidareutbilda personal i bemötande av normbrytande personer
- Göra vissa aktiviteter exklusiva för yngre personer ur målgruppen
- Ta inspiration från andra kulturhus som kommit längre i arbetet med ungas medbeslutande. till exempel finska Happi







## UTBUD AV ARRANGEMANG OCH AKTIVITETER

6

### Återkommande arrangemang med låg tröskel

Många arrangörer uttrycker att de gärna vill inspireras och lära sig av varandra. Väldigt många vill också att Frilagret erbjuder återkommande workshops i hur en går tillväga för att arrangera event. Eftersom Frilagrets koncept bygger på att det är unga som arrangerar föreslår författarna att unga också lär unga att arrangera. Sådana träffar kan till exempel kallas "Arrangörs Workshops" och struktureras av Frilagrets personal, men ges innehåll av målgruppen. Eventuellt kan även andra typer av träffar struktureras av Frilagrets personal för att skapa mer aktiviteter med låga trösklar och på så sätt kunna nå personer som Frilagret idag har svårt att nå. Författarna föreslår också att Frilagret arbetar för att bli en knutpunkt mellan ideella föreningar och unga som engagerar sig i kulturella-/samlingsfrågor. På så sätt kan Frilagret verka för ungas empowerment och demokratiska deltagande i staden.

7

### Professionell coaching till arrangörer

Frilagrets personal bör vara samspelt så att alla får samma information. Arrangörer upplever att de haft olika möjligheter beroende på vem i programgruppen de blivit coachade av. Det upplevs också att löften brutits och att event överlappat varandra i samma lokal. Om detta är problem som har löst sig i och med byte av programgrupp kan författarna inte uttala sig om. Det verkar vara en spridd uppfattning att "det alltid är lång kö på Frilagret för att arrangera". Det kan eventuellt vara bättre att prata om kön på Frilagret i mer specifika termer. Text "det är två månaders kötid" för att inte skrämja bort potentiella arrangörer.

# TILLGÄNGLIGHET OCH VÄLKOMNANDE

8

## Välkomnande utomhusmiljö

En av Frilagrets utmaningar är att platsen upplevs som avskild från resten av staden och att utemiljön är tråkig. Frilagret behöver synas bättre utifrån eftersom vissa har svårt att hitta till platsen. Om det är möjligt kan Frilagret skylta vägen från Järntorget och göra terrassen mer utsmyckad. Fler och bättre cykelparkeringar är också något som efterfrågas.

9

## Tydligare information om tillgänglighet

Tillgänglighet är essentiellt för att Frilagret når målet om att stärka ungas olika röster. Frilagret har kommit långt i att tillgängliggöra lokaler, men kan bli bättre på att informera om detta. Tillgänglighet kan också handla om sådana saker som öppettider, kommunikationskanaler, vilken framförhållning som krävs för att kunna arrangera på Frilagret samt vilken verksamhet som uppmuntras att bedrivas på Frilagret. Målgruppen är generellt nöjd med Frilagrets användning av sociala medier och hemsida. Trots detta är det många som inte vet vart de ska vända sig för att boka rum/nå programgruppen. Detta bör synliggöras tydligare så att det inte råder något tvivel om vem som ska kontaktas och hur kontakten går till.



\* **Empowerment** handlar om att stärka och mobilisera individers och grupper egna resurser för att förändra sin livssituation och delta i samhället. På svenska används ibland ordet egenmakt.

10

## EMPOWERMENT\*

### Särskilt fokus underrepresenterade grupper

Frilagret bör göra riktade insatser mot utsatta grupper för att få dem att känna sig extra välkomna på Frilagret. En paradox i detta arbete är att när en grupp känner sig mer välkommen kan det göra att en annan grupp känna sig mindre välkommen. Frilagret bör ha tydliga riktlinjer för hur personalen ska göra om gruppernas intressen krockar. Grupper som författarna ser att det behöver satsas mer på är personer från ytterstadsdelar, utövare av digitala konstformer och unga göteborgare under 20 år. Arrangemang och aktiviteter riktade till specifika målgrupper ses som betydelsefullt för att få fler att känna sig välkomna och trygga på Frilagret.

11

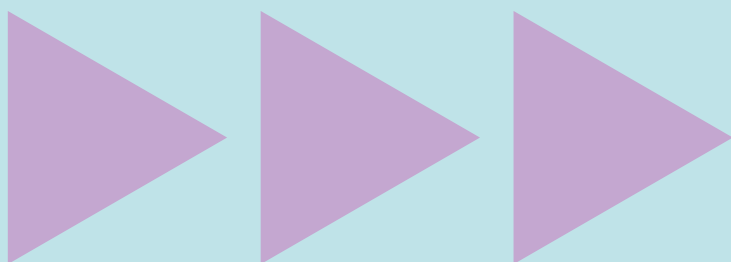
### Etablera Dialogforum som kanal för ökad dialog och inflytande

Dialogforumens syfte var att fungera som fokusgruppsintervjuer samt att testa om de kunde vara en fungerande kanal för dialog med Frilagrets målgrupp. Författarna är av uppfattningen att Dialogforumen fungerat mycket bra och att målgruppen önskar göra det till en återkommande företeelse. Detta kan vara en kanal för dialog mellan besökare och personal som inte finns i dagsläget och säkerställer att unga får mer att säga till om. Frågor som kan lyftas här är till exempel hur deltagarna tycker att Frilagret ska utvecklas, behov av nya utrustning och kafétverksamheten. Frilagrets personal kan göra forumen attraktiva genom att strukturera dem och bjuda in deltagare till panelsamtal.



## RESULTAT OCH ANALYS

Resultat är strukturerat efter samma teman som används för att sortera materialet. Resultatet presenteras som en sammanslagning av vad som sagts under varje tema. Det betyder att input från intervjuer, dialogforum och enkäter presenteras ihop.



# Frilagrets lokaler

Trots att Frilagrets lokaler finns i samma hus är rummen tydligt åtskilda och används i olika syften. Vissa rum upplevs som mer offentliga eller tillgängliga av besökare än andra. Generellt är kafélokalen det rum som besökare har enklast att ta sig till, medan väldigt få känner till Frilagrets kontorsyta (där fastanställd personal sitter). Det hade förmodligen varit önskvärt med ett mindre fysiskt avstånd mellan besökare och personal.

## Utställningshallen

Alla deltagare i studien som tagit upp utställningshallen är mycket nöjda med den. Arrangörer berättar att de fått bra och professionell hjälp med att hänga upp sina verk och en besökare berättar hur den "alltid brukar" titta in i utställningshallen när den är på Frilagret.

## Verkstan

Flera personer uppger att de vill skapa/pyssla/ha atelje på Frilagret samt att verkstaden borde vara mer öppet, en plats där man kan vara varje dag. En person beskriver specifikt hur den skulle vilja ha en pysselverkstad där det går att vara kreativ. Det framkommer också att en person skulle vilja sitta i Verkstan och jobba med text. Samtidigt upplevs Verkstan som outnyttjad/underanvänd. Under Dialogprocessen har författarna suttit i Verkstan och jobbat med materialet och därför kunnat göra vissa observationer. Verkstan har varit låst det senaste året vilket gjort att besökarna vant sig av vid att använda rummet. Verkstan är i dagsläget öppen två dagar i veckan. Även om detta är en förbättring har besökarna ännu inte vant sig

” En person som får frågan om varför den inte använder Verkstan svarar "Det känns som att en behöver kunna saker för att vara här."

vid att använda Verkstan. En trend som syns är att de få besökare som vågar sig in ursäktar sig och tror att de stör en intern verksamhet. Verkstan upplevs inte som en publik yta. En person som får frågan om varför den inte använder Verkstan svarar "Det känns som att en behöver kunna saker för att vara här."

## Kafélokalen

En trend under Dialogprocessen är att många vill dela upp lokalen för separata ändamål. Till exempel uppger flera att kafélokalen ofta är för stimmig för att de ska kunna sitta där och plugga/jobba. De skulle därför vilja att en yta avskiljades där det gick att koncentrera sig bättre. Flera personer uttrycker en vilja att ha bokningsbara skrivbordsplatser (s.k. urban office) samt fler möteslokaler. En person vill specifikt ha en mötesplats formad som en cirkel dit folk kan komma för "cirkelsamtal".

Representanter för kvinnor med psykisk ohälsa lyfter vikten av färg och möbler för att den målgruppen ska känna sig välkomna. Personen lyfter också vikten av lugna

och trygga platser att sitta på. Det kan handla om avskilda läsplatser, pysselplatser och ett "andningsrum". Dessutom önskas olika "sittmöj-

ligheter" så att personer kan sitta på så sätt att de känner sig bekväma. Personen föreslår fåtöljer, stolar och saccosäckar. En annan person lyfter att Frilagrets soffor alltid är upptagna och önskar fler soffor.

Övriga önskemål är till exempel:

- eluttag vid alla sittplatser
- att microvågsugnarerna återinförs
- en fotoautomat
- filtar
- möjlighet att sända/se webinarer
- biljardrum

- pingisbord
- fotbollsbord
- playstation 4
- symaskiner

Det allra vanligaste önskemålet på förbättring på Frilagret är ett fungerande och stabilt Wifi.

## Toaletterna

Frilagrets toaletter var inte något som författarna frågade specifikt efter. Ändå kom vissa synpunkter på dessa in. En

person tycker inte att toaletterna känns inbjudande. Personen skriver:

”Renare och trevligare toaletter! Ofta papper på golvet. Eftersom toaletterna är metallfärgade ger de ett kallt och icke-inbjudande intryck. Viktigt. Trevligt ljus, städat, lugnt. 13-åringar vill inte använda toaletterna.”

En annan person vill ha ”fler speglar” på toaletterna. En tredje lyfter att det är bra att Frilagret satt upp schemat för kommande arrangemang på insida av toalettdörrarna. Slutligen lyfter en person att ”af-fischväggen” utanför toaletterna är positiv, mer om detta under social tillgänglighet.

## Utomhusytor

Många har tankar om ytorna utanför Frilagret. Frilagret upplevs som avskilt från resten av Järntorget. Parkeringsplatsen upplevs som blåsig och tråkig. Dock uttrycker en person att det är positivt att kajen blivit en ”hängplats” och tror att det beror på Frilagret. Personen skulle gärna se att området utanför Frilagret också blev en plats att vara på med träd som stoppar vinden. En annan person lyfter att terrassen utanför Frilagret ser tråkig ut och att en inte förstår vad för sorts verksamhet som pågår på Frilagret utifrån. Personen föreslår att Frilagret odlar

växter i lastpallar på terrassen för att göra den finare. Att Frilagret behöver exponera sig bättre styrks av en annan person:

”För några veckor sen jag råkade gå förbi och bokstavligen såg att det står cafe Frilagret, så jag hade inte förstått var Frilagret fanns, vilken är lite lustig eftersom jag hade varit flera gånger på den där lokal (Restaurang Lagerhuset) så jag visste att lokalen fanns, men jag visste inte hur den såg ut eller vilka typ av verksamheter ni hade.”

” ...terrassen utanför Frilagret ser tråkig ut och att en inte förstår vad för sorts verksamhet som pågår på Frilagret utifrån.

Flera personer uttrycker också att det saknas parkeringsplatser för cyklar utanför Frilagret. En person föreslår att Frilagret köper

in och målar cykelställ så att de ser kreativa ut och vittnar om verksamhetens kulturella syfte.

## Kaféverksamheten

### Kafét

Kaféverksamheten är bra för dem som behöver något att göra på dagtid. Generellt uppskattas utbudet i kafét, inga negativa synpunkter har kommit upp kring kaféets vegetariska profil. Dock lyfter en person att utbudet ibland känns lite ”skralt”, en annan skriver att den vill se fler glutenfria alternativ. Många tycker att priserna i kafét är för höga eller att varorna inte är prisvärda. Billigare alternativ och billigare bryggkaffe är generella önskemål. mer om detta under social tillgänglighet.

## Kommunikation

### Sociala medier

En majoritet av de tillfrågade har sett Frilagrets inlägg på sociala medier och är positiva till dem. En person lyfter att Frilagret är bra på stories och har många följare, men

saknar "engagemang", dvs att folk kommenterar på Frilagrets inlägg. Personen föreslår att Frilagret jobbar mer med film och hashtags för att skapa engagemang. Hashtaggen #Psynligt och #CultureGbg lyfts specifikt som exempel. Flera arrangörer är glada över att Frilagret delar ungdomars arrangemang på Facebook.

## Hemsidan

En majoritet av de tillfrågade har varit inne på Frilagrets hemsida och är positiva till den. Vissa upplever att den är svår att hitta på medan andra tycker att den är väldigt bra. Många saknar kunskap om vem de ska vända sig till och hur de ska gå till väga för att arrangera på Frilagret.

## Marknadsföring

Flera respondenter lyfter marknadsföring som en central del i Frilagrets utvecklingsarbete för att nå nya målgrupper. De menar att många i målgruppen inte känner till Frilagret. För att få dem att hitta till Frilagret föreslås bland annat: annonser i tidningar och i kollektivtrafiken, flygblad och affischer på stan, anslag på andra platser och speciella kampanjer riktade mot utsatta grupper samt att fortsätta synas på sociala medier. En person föreslår att Frilagret tar inspiration i marknadsföring

från Världskulturmuseet och Fryshuset. En sak som också lyfts är att många som känner till ett kulturhus i Göteborg inte vet om att det finns andra kulturhus. Ett förslag är att alla kulturhus kunde länka till varandra genom sina respektive hemsidor. Det är extra viktigt att synliggöra att det är gratis att arrangera på Frilagret samt att kafét inte har något köptvång.

Flera lyfter att kontakt med andra arenor kan gynna Frilagret. Grupper som Frilagret kan marknadsföra sig emot är till exempel: föreningar, BUPP-mottagningar, bibliotek,

universitet, arbetsförmedlingen och komvux. Det är centralt att identifiera kluster av sammanhang där unga är aktiva och rikta marknadsföringen mot dem. På så sätt kan Frilagret fungera som en knypunkt i ett kulturellt ekosystem. Vissa upplever att det är svårt att hitta till Frilagret och efterfrågar tydlig skyltning från Järntorget.

Inne i lokalen upplevs skylten "händer idag på Frilagret" som inbjudande, genom den känner en av de personer vi pratat med att den är inbjuden till alla event på Frilagret. TV:n i entréen beskrivs (innan den var på plats) som ett riskmoment eftersom innehållet kan påminna om reklam. Framförallt lyfter en person att det är störande med rörliga bilder som en tvingas titta på och innehållslösa budskap.

En person föreslår att Frilagret utvecklar en app där en kan följa event från en viss kategori. Är en till exempel intresserad av dans kan en få en notifiering varje gång ett dansevent inträffar.

## Kontakt med personal

Generellt är respondenterna mycket nöjda med bemötandet från Frilagrets personal. Personalen upplevs som ödmjuk, välvillig, lätt att samarbeta med och att de "har koll på vad de gör".

Genomgående lyfts dock behovet av bättre och tydligare kommunikation,

tydligare information om vilka möjligheter som finns på Frilagret och hur en går tillväga för att nyttja dem. Flera vet inte om vem på Frilagret de ska vända sig till för att arrangera. Många vittnar också om att kontakten med programgruppen har fallerat. Till exempel har det ibland dröjt månader innan de fått svar vilket gjort att vissa har tänkt att Frilagret inte varit intresserade av deras arrangemang. En person som är särskilt missnöjd skriver:

"Kommunikationen är väldigt dålig. När jag skulle arrangera var personalen opro-



Inne i lokalen upplevs skylten "Händer idag på Frilagret" som inbjudande.

fessionell, och var sena med svar som nästan gjorde att jag bytte utställningslokal. Vissa löften hölls inte och allt kändes väldigt amatörmässigt. Vi fick aldrig en bra bild av Frilagret, men jag hoppas andra får ett bättre intryck.”

Under det andra Dialogforumet framkommer det att arrangörerna upplever att de haft olika möjligheter beroende på vem i programgruppen de blivit coachade av. De uppfattar att vissa personer i programgruppen varit betydligt hjälpsammare än andra. Flera berättar också om dubbelbokningar som har behövts lösas på plats. En annan tendens som författarna snappat upp är att det är en vanlig uppfattning hos målgruppen att den som vill arrangera måste vara ute i mycket god tid. Frilagret är väl- använt vilket gör att det ofta är kö för att arrangera. Dock kan ryktet om att det är så skrämja bort potentiella arrangörer.

En person som representerar kvinnor med psykisk ohälsa betonar vikten av att personal (generellt, inte bara på Frilagret) är lyhörd och inte utgår från att alla är okej med att skaka hand eller bli tittade i ögonen.

## Utbud

### Önskemål

Målgruppen uppskattar Frilagret koncept med unga som själva arrangerar event. Vissa önskar ett bredare utbud och många vill se mer event. Många lyfter också vikten av att jobba vidare med Frilagrets koncept och erbjuda mer stöd i form av coachning till unga genom hela processen. I enkäten uppger en stor majoritet att de framförallt vill använda Frilagret till att fika och umgås, gå på andras even och arrangera egna event. Endast en del av de tillfrågade vill i första hand använda Frilagret för skapande

till exempel att sy eller snickra i Verkstan. Samtidigt efterfrågas utrymmen för pyssel och ett "creative space" vilket tyder på att många inte har insett att Verkstan finns tillgänglig. Om det är så att en majoritet av målgruppen inte vill använda Frilagret för hantverk kan det vara aktuellt att istället använda Verkstadsrummet som ett "urban office". För att säga något säkert om detta krävs vidare studier.

På frågan om vad målgruppen önskar se framöver svarar ca en fjärdedel att de vill att Frilagret arrangerar återkommande event/workshops. Detta är också något som lyfts i flera intervjuer och under Dialogforumen. Ett exempel som lyfts flera gånger och utifrån flera perspektiv är workshops i hur en gör för att arrangera

event. Genom dessa aktiviteter kan ungdomar få stöd och verktyg för att genomföra sina idéer samt hitta andra som vill jobba med samma projekt.

En person skriver att den skulle vilja hålla i sådana workshops vilket vittnar om ett intresse från unga att själva lösa problemet:

Jag skulle gärna genom den organisation jag är aktiv i arrangera återkommande workshops och arrangemang med fokus på jämlikhet och ungas organisering.”

En annan person som gärna vill ha workshops med Frilagrets personal poängterar att det är viktigt att undvika statusskillnader och att hierarkier uppstår.

Andra exempel på återkommande aktiviteter som önskas är matlagningskurser, öppen scen, gamingverksamhet, programmering för tjejer och transpersoner, filmkvällar, rollspel, skrivarcirkel, turneringar, pluggkvällar, målarcirklar, och sångaktivitet. En person uttrycker att det saknas:

”Träffar på kvällarna för folk som bara vill hänga med varandra. Inte fest, utan bara hänga någonstans utan att behöva konsumera.”

” I enkäten uppger en stor majoritet att de framförallt vill använda Frilagret till att fika och umgås, gå på andras event och arrangera egna event.



En person önskar mer publikutveckling från frilagrets eftersom den upplever att det främst är arrangörernas nätverk som kommer på event.

## Tillgänglighet och välkomnande

### Tillgänglighet i lokaler

Frilagret har kommit långt i arbetet med att tillgängliggöra lokalerna. En person med funktionshinder lyfter att den kan ta sig runt överallt i lokalen och att toaletten fungerar. Samma person lyfter också vikten av att synliggöra tillgänglighet (generellt) eftersom det är jobbigt att behöva ringa till ställen och fråga om en kommer in. Något som målgruppen upplever kan bli enklare är möjligheten att boka lokaler på nätet. Då detta inte upplevs som tydligt blir det ett tillgänglighetsproblem. En person upplever hundar som ett hinder för att kunna använda Frilagret. Personen skriver:

”Som allergiker och hundrädd är det ganska jobbigt att hundar är tillåtna.”  
Något som lyftes under det första Dialogforumet var att Frilagret kunde haft tecken-  
språkstolk på plats. Frilagrets öppettider lyfts också som ett hinder, flera önskar senare öppettider och öppet under sommaren. Att all Frilagrets verksamhet ligger i samma hus råder det delade meningar om. Vissa tycker att det är positivt eftersom det är enkelt att hitta mellan lokalerna medan andra vill se Frilagret på fler platser, framförallt i ytterstadsdelar.

### Social tillgänglighet

En central fråga i Dialogprocessen har varit hur Frilagret kan få besökare att känna sig

mer välkomna. Frilagret upplevs generellt positivt av deltagarna i Dialogprocessen. Ord som ”välkomnande”, ”inkluderande” och ”tillgängligt” används för att beskriva platsen. För många är Frilagret i första hand ett ”kulturkafé” där besökarna är ”mitt i det (arrangemangen) som pågår”. Detta avsnitt söker sammanställa de sociala hinder som målgruppen upplever på Frilagret.

### Besökare i huset

De flesta verkar vara medvetna om att det är privatpersoner som står bakom arrangemangen på Frilagret. Dock tycks många sakna kunskap om att målgruppens ålder är 13-30 år. Vissa inom målgruppen känner sig för gamla och många över 30 befinner sig gärna i lokalerna. Flera lyfter att Frilagret kan upplevas som internt. I en intervju säger en person

”... det känns lite som att jag tillhör den kulturen, alltså de som brukar arra. Det känns som att jag känner igen de som sitter i kafét för att jag har träffat dem på andra kulturgrejer...”

Flera lyfter att de som använder Frilagret tillhör en viss

kulturell krets. En person beskriver Frilagret som ett ”typiskt Majorna-kultur ställe.” En annan använder orden ”homogen och vit” för att beskriva besökarna. Andra upplever tvärtom att både publik och personal har bredd och mångfald. En övergripande fråga som diskuterades under Dialogforumet är att Frilagret definieras som ett kulturhus, men att alla ungdomar inte vill skapa kultur. Många vill snarare använda Frilagret för att engagera sig i samhällsfrågor. Eventuellt kan detta utgöra ett tillgänglighetshinder, men det kan också hända att önskemålet faller utanför Frilagrets uppdrag.

## Priser i kaféet

Att en inte behöver konsumera för att sitta i Frilagrets lokaler upplevs som mycket positivt och en central del av Frilagrets identitet. En person säger:

"...det är viktigt att skapa ett utrymme där det är inte en förutsättning att du har pengar för att du ska vara där. Och samtidigt att göra det så trivsamt och centralt och tillgängligt som möjligt."

En annan person säger:

"Bra att det inte är köptvång, men hur många vet?"

Som togs upp under avsnittet kaféevenksamhet tycker många att kaféet har för höga priser. En person menar att de höga priserna sänder ut en signal om vilka som är välkomna på Frilagret:

"...Asså jag tänker att det ger en signal om vilka som är välkomna, då ska man helt plötsligt ha jobb.. Det är ju unga som ska vara här, hur ofta har man pengar då liksom, äns? ...det känns vuxet istället att den kostar så mycket då blir det inte en mötesplats för kultur längre, då blir det ett restaurang ställe."

Personen lyfter framförallt Frilagrets Brunch som en dyr aktivitet som exkluderar många ur målgruppen och som personen upplever att Frilagret marknadsför extra kraftigt.

## Utsatta grupper

En person uttrycker specifikt att affischer- na vid toaletterna gör att den känner sig välkommen eftersom det finns "massa viktiga saker som de tar upp". Personen anser också att det är bra att Frilagret är tillgängligt även för utsatta grupper:

"Jag anser att Frilagret är en plats som öppnar upp för alla i samhället, tex det kan komma hemlösa personer och sätter sig in i värmen, de är välkomna och ingen som dömer dem"

En person från HBTQ-communityt lyfter att den känner sig sig välkommen "som HBTQ-person" på Frilagret. Dock menar andra att stämningen kan uppfattas som

intern eller "Majorna-kulturell" vilket kan exkludera personer från ytterstadsdelar. Under det första Dialogforumet diskuteras frågan om representation och tillgänglighet på Frilagret utförligt. Det lyfts bland annat att:

- Unga i utsatta områden saknar kunskap om sina möjligheter, Frilagret behöver rikta sig mer till dem för att nå dem.
- För att nå personer med funktionsvariationer är det viktigt att synliggöra Frilagrets tillgänglighet.
- För att nå transpersoner är det viktigt att respektera det pronomen de använder och normalisera pronomen rundor.
- För att nå unga personer i målgruppen kan sammanhang behöva vara "ung-separatistiska" eller "fria från äldre personer".

## Empowerment

Flera personer som författarna varit i kontakt med lyfter Frilagrets roll i att stärka ungas position i samhället. Genom att jobba med ungas empowerment bidrar Frilagret till att unga tar plats i staden och engagerar sig i demokratin. Många ser Frilagret som en plats med potential att ge unga ett meningsfullt samband och en möjlighet att lära sig verka i samförstånd med andra. En person säger:

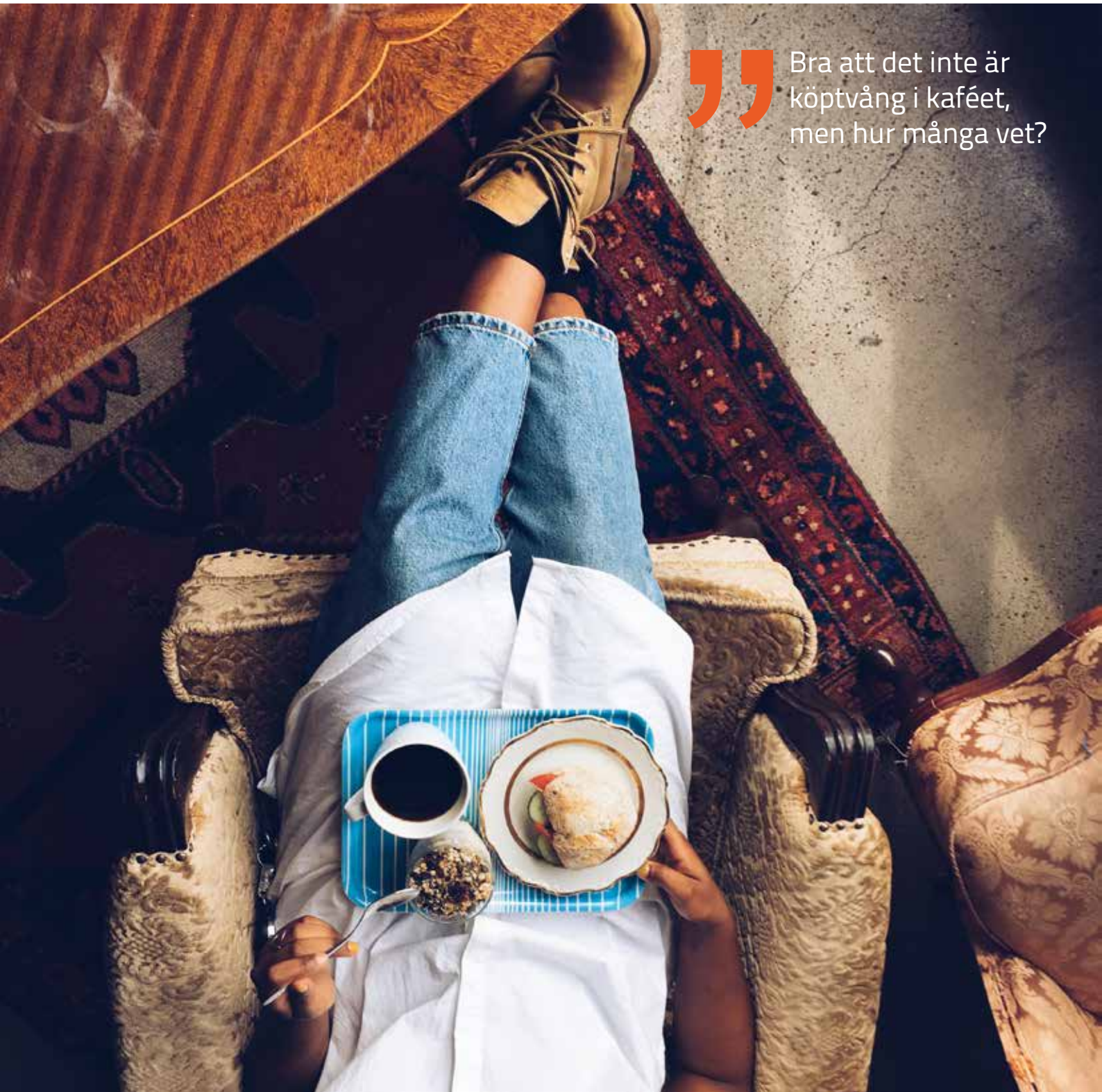
"Att ta ansvar när man är en yngre person skapar en känsla att man har gjort någonting själv, och det är väldigt empowering. Det ger dig ett stark känsla av att du kan göra vad du siktade på att göra och att du behöver."

Många uttrycker att om Frilagret är till för unga så måste också unga få vara med och fatta beslut kring hur Frilagret ska styras. De poängterar dock att det är bra att det finns vuxna som kan säkerställa att huset fungerar. Till exempel lyfter en person att Frilagret i högre utsträckning också kunde vara till för unga som jobbar med samhällsfrågor. En annan lyfter att Frilagret kunde fungera som en plattform

som möjliggöra samhällsengagemang och möten mellan ideella föreningar. Det blir också tydligt att det saknas en permanent kanal för kommunikation mellan målgruppen och Frilagret. Vissa föreslår att denna kanal kan skapas genom en "lista att skriva önskemål på", "en förslagsbrevlåda" och/eller återkommande dialogforum. Frilagrets personal behöver sträcka ut en hand till dem som besöker och nyttjar Frilagret. Det är framförallt viktigt att det syns tydligt vilka personalen är och att personalen pratar

med dem som kommer. En annan person som pratar om hur Frilagret kan få fler att engagera sig säger:

"Det finns två skäl till engagemang, det ena kommer ur att du har ett stort problem framför dig, det andra ur att du har en stabil och bra situation och vill använda ditt handlingsutrymme till att förändra. Vi ska givetvis inte skapa mer problem utan uppmuntra engagemang genom att ge fler handlingsutrymme."



” Bra att det inte är köptvång i kaféet, men hur många vet?

# SÅ HÄR UTFÖRDE VI DIALOGPROCESSEN

Dialogprocessen 2018 utfördes av Frilagrets ambassadörer Sebastian Arrosamena Mellgren, Sümeyya Gencoglu och Tomás López Izquierdo som också författat rapporten. Metod för datainsamling och frågeställningar togs fram i samarbete med Frilagrets chef Emma Brattgård. Metod för analys av data bestämdes tillsammans med Sofia Lindström, forskare på Kulturförvaltningen i Göteborg. Sofia har också fungerat som ett bollplank för allehanda metodfrågor. Med under genomförandet av studien och vid rapportskrivningen var också Ellis Holmberg från Frilagrets programgrupp. Ellis har kommit med värdefulla tankar kring struktur i rapporten. Alla dessa personer har fungerat som bollplank och har därför påverkat resultatet. Det är möjligt att en utomstående granskning av Frilagret skulle lyfta andra utmaningar som författarna inte ser.

## Bakgrund och problemställning

Frilagret är ett kulturhus för ung kultur i Göteborg. Frilagret ingår i Göteborgs Stads kulturförvaltning och drivs av enheten Ung Kultur. På Frilagret kan unga mellan 13-30 år förverkliga sina idéer och genomföra sina projekt. Frilagrets roll är att möjliggöra och stötta. I princip allt som sker i huset sker på förslag, initiativ och önskemål från unga. Genom att tillhandahålla en professionell kontext och arbeta utifrån ungas egna initiativ, förutsättningar och erfarenheter vill Frilagret skapa möjligheter och rum för alla med ett intresse för ung kultur. Verksamheten utgår från ungas rätt till delaktighet i konst- och kulturlivet. Frilagret arbetar ständigt för att säkerställa ungas inflytande i stadens kulturliv och för att vidareutveckla strukturerna för ungas medbestämmande.

All verksamhet vilar på FN:s konvention om barns rättigheter, särskilt artikel 12 (Åsiktsfrihet och rätten att bli hörd) och artikel 31 (Vila och fritid). För att säkerställa att Frilagret förblir aktuellt och tillgängligt för hela målgruppen är den övergripande frågeställningen som denna studie har utgått ifrån:

- hur gör Frilagret en initiativbaserad verksamhet tillgänglig för fler?

## Syfte och avgränsning

Dialogprocessen 2018 gör inte anspråk på att vara en akademisk studie utan påminner mer om ett strukturerat journalistiskt arbete. Syftet med Dialogprocessen har genomgående varit att involvera Frilagrets målgrupp i tankeprocessen kring hur Frilagret kan utveckla verksamheten för att uppnå målen om att:

- sänka tröskeln för deltagande och eget skapande
- stärka ungas olika röster

Frilagret har också ett tredje mål om att

- utveckla verksamheten i dialog med målgruppen för att verksamheten ständigt ska vara relevant

Detta mål har inte särskilt undersökts i frågor till målgruppen under dialogprocessen, eftersom dialogen per se syftar till att uppfylla målet.

Studien har avgränsats till tidsperioden mellan 1 februari-14 maj 2018 och personer i Frilagrets målgrupp (unga, 13-30 år). Svarande som inte tillhör målgruppen har sorterats bort, undantaget Dialogforumen där gästernas ålder inte kontrollerats. Dock är författarna av uppfattning att deltagarna tillhörde målgruppen.

## Metod och teori för datainsamling

Dialogprocessen 2018 använder en kombination av semistrukturerade intervjuer, fokusgruppsintervjuer (dialogforum) och enkäter för datainsamling. Studien använder således en kombination av kvalitativ- och kvantitativ metod för datainsamling. Syftet med att kombinera metoderna har varit att få olika typer av kunskap. Genom enkäterna kan vissa trender och preferenser hos målgruppen avläsas, genom intervjuerna har författarna kunnat få djupare förståelse

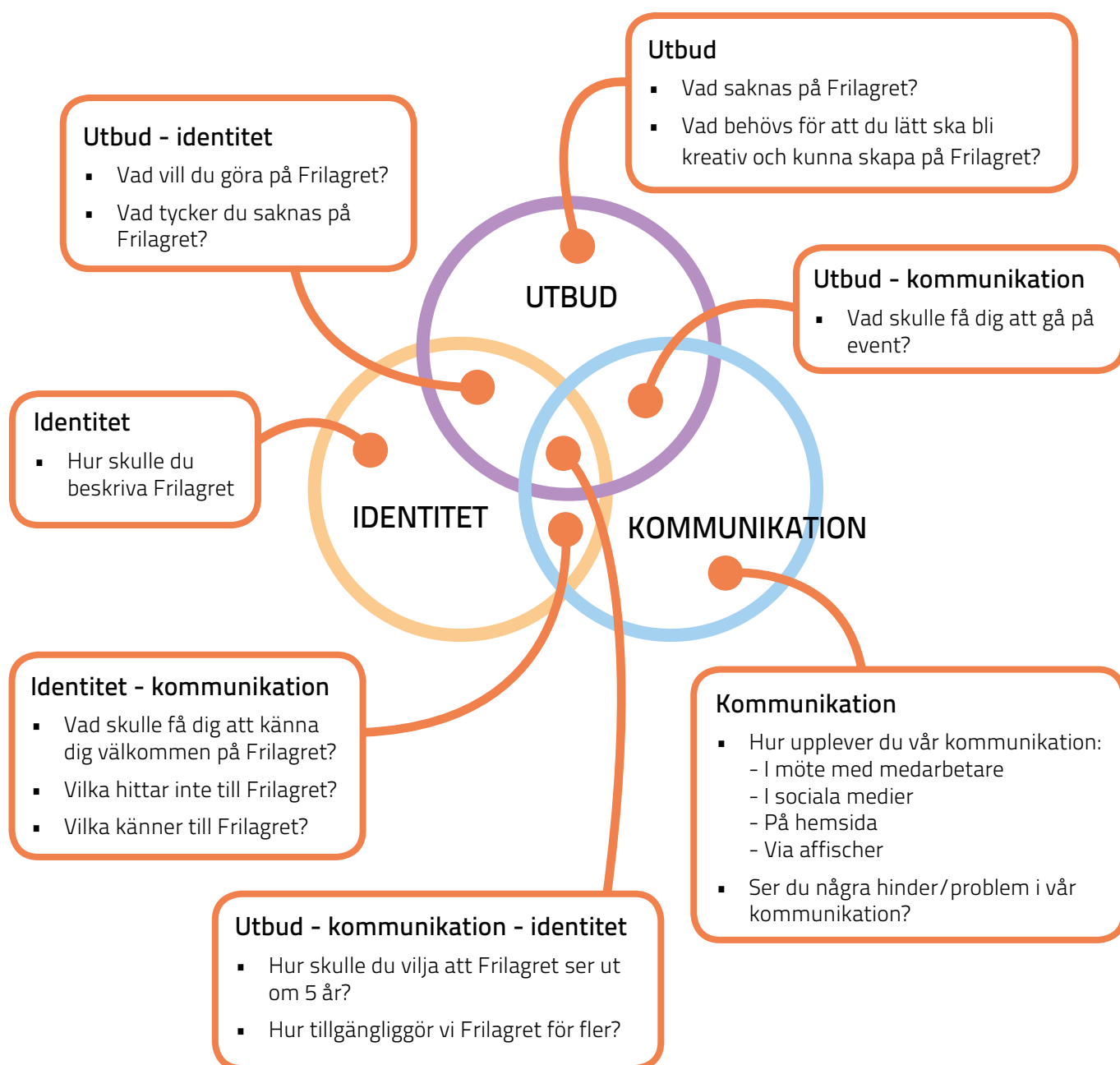
för varför målgruppen lyfter dessa frågor och genom Dialogforumen (fokusgrupp-sintervjuer) har författarna kunnat ta del av kunskap som resonerats fram i möten mellan personer i målgruppen.

Dialogprocessen har varit tillgänglig för envar som velat delta genom enkäterna. Frilagret har speciellt bjudit in arrangörer som genomfört arrangemang på Frilagret under 2017 fram till Dialogprocessen påbörjades genom att maila dessa och be dem medverka.

## Datainsamling

Datainsamlingen genomfördes genom tre olika metoder: semistrukturerade intervjuer, fokusgruppsintervjuer och enkäter.

Intervjuer och enkäter utformades för att ge svar på framförallt tre teman: Frilagrets identitet (hur målgruppen förstår Frilagret), Frilagrets utbud (vad målgruppen tycker om utbudet) och Frilagrets kommunikation (hur målgruppen upplever kontakt med Frilagret). Intervjuer och enkäter gav utrymme för egna reflektioner och förslag på lösningar samt att ta upp andra frågor.



## Intervjuer

Personer för intervjuer valdes strategiskt ur tre grupper. Dessa grupper var:

1. "Tidigare arrangörer", personer som känner till Frilagret och har arrangerat ett eget event på Frilagret. Ur denna grupp intervjuades 5 personer.
2. "Besökare", personer som har besökt Frilagrets event och eller kafé, men ej arrangerat egna event på Frilagret. Ur denna grupp intervjuades 5 personer.
3. "Icke-besökare", personer som ej varit på Frilagret, men som representerar grupper vars verksamhet skulle vara relevant på Frilagret. Ur denna grupp intervjuades 2 personer.

Indelningen gjordes för att uppnå en så bred representation från målgruppen som möjligt. Genom att tala med "arrangörer" fick författarna kunskap om hur kommunikationen med Frilagrets personal upplevs och hur arrangörer upplever Frilagrets lokaler. Genom att tala med "besökare" fick författarna kunskap om hur de förstår Frilagret och möjlighet att fråga vad dessa personer (som känner väl till Frilagret) upplever för hinder för att arrangera. Genom gruppen "icke-besökare" fick författarna en möjlighet att tala med dem som valt att inte vara på Frilagret. Dessa personer valdes för att de representerade ungdomsverksamhet i Göteborg som hade kunnat vara på Frilagret, men som inte är det. Gruppen bidrog med insikter om vad som saknas på Frilagret och kunskap från andra platser.

Att hitta folk som ville ställa upp på intervju visade sig vara svårt. Speciellt var det svårt att få yngre personer ur Frilagrets målgrupp att ställa upp på intervjuer. Den yngsta personen som medverkade i Dialogprocessen var 17 år gammal, men majoriteten av deltagarna var i 25-årsåldern.

## Dialogforum

Fokusgrupps intervjuerna genomfördes i två stycken så kallade "Dialogforum". I det

första forumet bjöds målgruppen samt gästtalare ur målgruppen in. Gästtalare valdes för att ge en bred representation av unga Göteborgare med olika möjligheter och utmaningar. Totalt medverkade 7 gästtalare och 20 gäster ur målgruppen. Frilagrets ambassadörer var på plats och strukturerade samtalet kring frågeställningen och så att alla skulle få komma till tals. Gästernas ålder kontrollerades inte, men författarna är av uppfattningen att majoriteten av deltagarna var kring 20-årsåldern

I det andra forumet bjöds unga kreatörer med koppling till Frilagret in som gästtalare och målgruppen bjöds in som åhörare. Totalt medverkade 3 gästtalare och 3 gäster ur målgruppen. Frilagrets ambassadörer var på plats och strukturerade samtalet kring frågeställningen och så att alla skulle få komma till tals. Även här var deltagarnas ålder uppskattningsvis runt 20 år.

Ett tredje dialogforum är planerat under sommaren 2018. Detta kommer att ha till syfte att delge (främst deltagarna) resultaten ur Dialogprocessen 2018 och att ha ett samtal kring vad som kan göras och hur det kan göras för att tillgängliggöra Frilagrets verksamhet för fler. På detta samtal kommer Frilagrets chef Emma Brattgård att delta.

Dialogforumen var strukturerade så att först talade gäster som Frilagret hade bjudit in och sedan fördes ett rundabords-samtal med alla deltagare. Vem som helst fick lov att komma som gäst. Teman för Dialogforumen valdes eftersom Frilagrets arrangörer är ungdomar från staden som skapar kultur och eller engagerar sig i samhällsfrågor. Under det första forumet var temat inkludering och mångfald och under det andra att inspireras av unga kreatörer.

Dialogforum 1 "Deltagande i staden - Ett samtal om ungas inflytande"

Gästerna i det första dialogforumet valdes med fokus på representation. Målet var att involvera personer som representerar olika grupper som står inför olika utmaningar. Till exempel kom representanter

från HBTQ-rörelsen, tillgänglighets rörelsen (för personer med funktionshinder), personer i ytterstadsdelar, nyanlända och unga i politiskt engagemang. Forumen marknadsfördes genom Frilagrets kanaler samt affischer på stadens skolor och universitet.

Det första Dialogforumet startade med ett panelsamtal där gästerna först introducerade sig och deras verksamhet och sedan engagerade sig i diskussioner med de andra gästerna som svarade på frågor och diskuterade de ämnen som föreslagits av ambassadörerna. I andra delen av Dialogforumet var gästtalarna och publiken uppdelade i grupper där de diskuterade tre nya frågor som föreslogs av ambassadörerna. Slutligen samlades alla grupper för presentation och diskussion i helgrupp.

Dialogforum två "Ta plats i staden - Unga kreatörer"

I det andra Dialogforumet bjöds gästtalare in i egenskap av att ha arrangerat event på Frilagret och vara utövare av kultur. Dagen för forumet visade sig vara svår, endast tre gästtalare kunde komma. Detta gjorde att kulturutövarna som kom vad två fotografer och en skräddare. För framtida liknande träffar vore det önskvärt med större representation hos gästtalare.

Det andra Dialogforumet gick till så att gästerna först fick presentera sitt kulturutövande genom en pecha kucha.

## Enkäter

Enkäterna har kombinerat "välj ett alternativ-", "ranka på en skala-" och "skriv egen text-" frågor. Eftersom enkäterna legat tillgängliga för envar kan författarna inte säga något om svarsfrekvens. Den har dock upplevts som hög vid de tillfällen då enkäter aktivt delats ut. Det vill säga under vissa evenemang. Eftersom det inte funnits någon struktur för när enkäter aktivt ska delas ut finns risk för snedvridning i

enkätsvaren. Dessutom är underlaget för litet för att säga något om vad Frilagrets målgrupp egentligen tycker. Enkäterna ska därför ses som förslag på saker som kan göras och inte som statistik över vad Frilagrets målgrupp tycker. Ungefär 23% av enkätsvaren sorterades bort eftersom de kom från personer som fyllt i en ålder högre än den tillåtna maxåldern för att svara (det vill säga 31 år eller mer). Efter att enkäter sorterats bort återstod 72 enkätvar.

Enkäter har funnits tillgängliga digitalt och analogt:






1. Digitalt har enkäterna funnits på Frilagrets hemsida (länkade från Facebook, Instagram och i mail).
2. Analogt har enkäterna funnits på Frilagret med möjlighet att lämna in dem anonymt.

## Deltagandetrappan

I en utbildande workshop för Frilagrets personal, var forskaren Sofia Lindström Sol inbjuden för att tala om sitt arbete för Göteborgs Stad kring deltagande på institutionerna i stadens offentliga sektor. I en av aktiviteterna Sofia höll ipresenterade hon ett koncept kallat "Deltagandetrappan" som ursprungligen introducerades av Sherry Arnstein på 60-talet för att analysera utvecklingsproblem i USA (Arnstein, 1969). Vilket har anpassats flera gånger de senaste decennierna och som används idag för att förklara den delaktighet som medborgarna i en befolkning hade i förhållande till en viss institution.

Det sätt som "Deltagandetrappan" fungerar på, är genom att beskriva och tilldela en nivå om i vilken utsträckning medborgarna i en befolkning har förmåga att påverka och förändra sin omgivning genom sitt aktiva deltagande eller tvärtom är de bara informerade om de förändringar som håller på att genomföras utan att ens kunna klaga.



Former av delaktighet	Kännetecken	Du får	Exempel på metoder	Hur får vi med fler
Information 	Envägs-kommunikation Frågor och svar	Veta	Tidning Webb Trycksak Stormöte	<b>VAR?</b> Tillgänglig & attraktiv mötesplats  <b>NÄR?</b> Målgrupps-anpassad tidpunkt  <b>HUR?</b> Rätt informationsvägar  <b>INKLUDERA!</b> Riv hindren - gör det möjligt för alla
Konsultation 	Inhämta synpunkter Ofta punktinsats	Tycka	Enkät Fokusgrupp Samråd Områdesvandring	
Dialog 	Utbyte av tankar Ofta flera tillfällen	Resonera	Dialogseminarium Dialoggrupp	
Samarbete 	Aktiviteter planeras och genomförs	Genomföra	Arbetsgrupp Framtidsverkstad	
Medbestämmande 	Gemensamt beslutsfattande	Bestämma	Rådslag	

Den version som slutligen har används av författarna till denna rapport har fem nivåer som börjar med mindre inflytande till den med mer inflytande; Information, konsultation, dialog, samarbete och medbestämmande.

I bilden ovan (Huddinge, 2007) förklaras de fem olika nivåerna med deras kännetecken om vad medborgarna får göra ("Du får") och exempel på olika metoder, genom den nivå som kan utövas.

Konceptet "Deltagandetrappan" resonerar speciellt med ambassadörens ambition att skapa en djupare dialog med unga i möjligheten att ge dem möjlighet att nå en högre grad av inflytande och deltagande i deras stad genom Frilagret.

Författarna har använt sig av "Deltagandetrappan" som teori när Dialogprocessen utformats. Målet har varit att nå stegens tredje nivå "Dialog", och därmed kunnat ge unga möjlighet att utbyta idéer med Fri-

lagret samt hjälpa till att bestämma om vilken riktning kulturhuset skall utvecklas. Genom det planerade tredje Dialogforumet hoppas författarna att dialogprocessen ska resultera i trappans fjärde nivå, "samarbete". Skulle Dialogforum bli en etablerad kanal för kommunikation mellan Frilagrets personal, beslutande politiker och besökare kan eventuellt trappans femte nivå, "medbestämmande" också nås.

## Metod för analys

För analys av insamlad data användes en kategoriseringsmetod inspirerad av Grounded Theory (Glaser & Strauss, 1967). Processen gick till så att all data kategoriseras och sammanställs efter teman. Efter hand slogs kategorier ihop och nya tillkom. Syftet var att kategorierna ska svara mot problem som lyfts i studien och vara ett sätt att presentera resultatet.

Slutgiltiga teman/kategorier efter vilka resultatet är presenterat:

- Lokalen: Under denna kategori faller alla synpunkter/idéer som berör Frilagrets som en fysisk plats. Det kan till exempel vara frågor om de olika rummen på Frilagret och hur de används och möblerna i kaféet.
- Kaféverksamheten: Kaféverksamheten var inte inkluderad i ursprungsplanen över vad som skulle frågas om. Ändå framkom vissa synpunkter om kaféets utbud och priser. Dessa presenteras här.
- Kommunikation och personal: I denna kategori sammanställs synpunkter rörande Frilagrets kommunikation. Till exempel på sociala medier och Frilagrets hemsida. Kommunikation definieras som förmåga att nå ut och synliggöra sig. Även synpunkter som berör kontakt med Frilagrets personal presenteras i denna kategori eftersom personalen också är en kanal genom vilken Frilagret kommunicerar.
- Tillgänglighet och välkomnande: En central fråga för Dialogprocess har varit hur Frilagret kan nå fler och nya målgrupper. För att detta ska vara möjligt behöver Frilagret vara tillgängligt för så många som möjligt. Författarna har valt en bredare förståelse av begreppet tillgänglighet så att det inkluderar såväl fysisk tillgänglighetsanpassning som sociala praktiker. Allt som framkommit om hur Frilagret kan vara tillgängligt

och välkomnande finns under denna kategori.

- Utbud av arrangemang: Många synpunkter och önskemål har framkommit om utbudet på Frilagret. Dessa finns kategoriserade här.
- Empowerment: En fråga som kom att bli central på framförallt det första Dialogforumet var hur Frilagret kan jobba för att stärka unga och uppmuntra dem att växa som personer. Dessa tankar finns presenterade under empowerment.

## Etiska betänkanden

Det material som rapporten är baserad på har samlats in med deltagares godkännande. Materialet har sedan behandlats på sådant sätt att det inte går att utläsa ur resultatet vem som sagt vad. För en person med mycket insyn i Frilagrets verksamhet kan det dock i utdragen från intervjuer vara möjligt att gissa sig till vem källan är. Författarna bedömer inte att detta är ett problem eftersom denna informationen inte är av känslig karaktär. Samtidigt har det kommit in information av mer känslig karaktär i enkätsvaren. Det gäller vissa personer som inte varit nöjda med det bemötande de fått av Frilagrets personal. Denna information har framkommit i anonyma enkäter och riskerar därför inte att spåras till källan.

## Källor

Teori:

Arnstein, Sherry (1969). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Planning Association*, 35(4), pp. 216-224.

Glaser, Barney G. & Strauss, Anselm L. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. New York: Aldine de Gruyter

Huddinge. (2007). *Handbok i delaktighet: Från vision till verklighet*. Huddinge: Huddinge kommun.



Har du frågor eller bara är nyfiken på Frilagret.  
Välkommen att besöka oss eller höra av dig till oss.

### FRILAGRET

Heurlins plats 1  
413 01 Göteborg  
031-368 32 50

[frilagret@kultur.goteborg.se](mailto:frilagret@kultur.goteborg.se)  
[www.frilagret.se](http://www.frilagret.se)

