

BazarMusicShop

Case #2

HVEM: BazarMusicShop.

DELTAGERE FRA BAZARMUSICSHOP: Amir Reza Ghome, initiativtager og leder, og otte unge fra hip hop-gruppen Flækkers. Øverst fra venstre: Ali Asif, xx, Amir Reza Ghome (bagerst), Khader Azzam, Rami Aydi, Warel Naji og Shadi Ahmad. Nederst fra venstre: Ahmad Ali Barakji og Bilal El-Malti.

DELTAGERE UDEFRA: Evin Cilgin, studerende ved RUC og ansat i Forsknings- og Innovationsstyrelsen og Sally Khallash Bengtsen, Institutet for Fremtidsforskning.

KREATIVITETSEKSPERTER: Niels Krøjgaard, Institutet for Fremtidsforskning, og Thomas Lütken, Vovemod.

UDFORDRING/PROBLEMSTILLING: Hvilke aktiviteter vil give de stærkeste folk i oplevelsesbranchen lyst til at samarbejde med de unge fra BazarMusicShop?

TO BEDSTE IDÉER/LØSNINGSFORSLAG: 1. Tage på turne i Libanon/Mellemøsten. 2. Tage ud at rappe i asylcentre, fængsler, plejehjem, jobcentre, Folketinget, på strøget etc.

EKSEMPLER PÅ ANDRE IDÉER: Rappe Dronningens nytårstale den 2. januar 2009, medvirke i kendt rappers musikvideo, starte hip-hop festival på Bornholm og rappe i tøjbutik.

Om BazarMusicShop

BazarMusicShop er en forening med et fritidstilbud til unge i Mjølnerparken med et kreativt og musisk potentiale, og den åbnede den 1. august 2008. Organisationen er ny og i gang med at blive etableret, og grundidéen er at skabe bedre integration gennem musikken. Formålet er at give de musikinteresserede unge mellem 15 og 20 år forståelse for musikproduktion og værktøjer, som gør dem i stand til at gennemføre musikprojekter. BazarMusicShop vil give de unge kompetencer inden for alt fra idéudvikling til

musikproduktion, markedsføring og pladeudgivelser – og ikke mindst vil BazarMusicShop gerne give dem oplevelsen af, at de kan producere noget selv.

Et musikprojekt varer typisk tre til seks måneder og har følgende faser: Research, idéudvikling, sangskrivning, musikindsplining, presse/markedsføring og en udgivelsesfest. BazarMusicShop ønsker altså at være et musisk produktionsværksted, der fungerer som et moderne pladeselskab med både kontor, studie, kontrol- og opholdsrum.

BazarMusicShop står over for mange udfordringer. En af de mest afgørende er, om de unge stoler på foreningen og dets metoder. En anden udfordring ligger i at sætte ord og lyrik på følelser, arbejde i fællesskab og opbygge generelle sociale og faglige kompetencer og netværk, der rækker ud af ghettoen. Endelig er der en række praktiske udfordringer, herunder ikke mindst finansiering. Amir Reza Ghome vurderer, at den største udfordring er, at hans målgruppe på den ene side er uden erfaring og forudsætninger, og på den anden side er mistænksomme og afvisende, så han har svært ved at fastholde dem. Han spørger blandt andet om, hvordan man får de unge til at åbne op og deltage aktivt og engageret i projektet, hvordan man kan påvirke de unge til at stole på sig selv og deres evner, og hvordan man skaber et tillidsfuldt forhold til de unges forældre, så de bakker de unge op i projektet i stedet for at skabe yderligere barrierer.

Amirs drøm er at gøre BazarMusicShop til en bevægelse, hvor kreativitet og musik er en måde for unge at tage aktiv del i samfundet. Han vil gerne skabe en alternativ skole/uddannelse med en musikalsk vinkel og dermed blive en hybrid mellem business, iværksætter, læring og musik.

Læs mere om BazarMusicShop på BazarMusicShop.dk og i netartiklen "Ny Bazar åbner på Nørrebro," som du finder på fo-online.dk under FO#4.