

Nye rom.

Nye roller?

-en holdningsundersøkelse
om kunstneres forhold til
næringslivet

Jenny Magnusson

Line Grenheim

Fredrik Søfteland

Susanne Viste Bie



SAMMENDRAG

Denne rapporten er utført på oppdrag fra Forum for Kultur og Næringsliv, som en prosjektoppgave for Humanistisk prosjektsemester ved Universitetet i Oslo, høsten 2008

Prosjektets formål har vært å gjennomføre en studie av kunstneres holdninger til samarbeid med næringslivet. Dette har vi gjort ved å intervju 20 kunstnere i alderen 20 – 80 år. Vi valgte å belyse kunstneres holdninger gjennom å se på forskjeller innenfor ulike kunstarter, mellom menn og kvinner, mellom etablerte kunstnere og studenter ved henholdsvis Kunsthøgskolen i Oslo, Statens Kunstakademi og Norges Musikkhøgskole. Kunstartene i undersøkelsen ble avgrenset til å gjelde klassisk musikk og billedkunst. Det er også blitt gjennomført en mindre spørreundersøkelse for å skape oversikt over feltet.

Generelt sett stiller flesteparten av våre informanter seg positive til samarbeid med næringslivet. For å si det på en annen måte er det ingen som har sagt at de aldri kunne tenke å samarbeide, men det kommer frem gjennom intervjuene at det avhenger av hva slags samarbeid det er snakk om, hvilke ønsker samarbeidspartner har, og ikke minst hvem denne er. Vi har pekt på temaer som informantene opplever som problematiske, og på grunnlag av hovedfunnene forsøkt å drøfte hvorfor enkelte grupper stiller seg mer negative enn andre. Vi har dannet tre idealtyper av kunstnere som informantene representerer, for lettere å se eventuelle holdningsmønstre. På bakgrunn av de erfaringer vi har fått i løpet av prosjektperioden tilslutt kommet med noen anbefalinger til hvordan samarbeidsrelasjonen mellom kunstnere og næringsliv kan forbedres, og kommet med tiltak til hva Forum for Kultur og Næringsliv kan gjøre i dette henseende.

Erfaringen fra intervjusituasjonen og møtet med våre informanter har vært svært lærerikt. Arbeidet med å sette seg inn i musikere og billedkunstners liv og arbeidsmåter har påvirket oss som studenter og privatpersoner. Vi sitter igjen med et nyansert bilde av sterke, reflekterte og samfunnsbevisste individer, som ønsker å tilføre sin samtid sine ressurser, og gjennom sin utvalgte kunstart å påvirke oss til det bedre.

FORORD

Humanistisk prosjektsemester har gjennom denne høsten gitt oss utfordringer og erfaringer i forhold til hvordan humanistisk kompetanse kan brukes i arbeidslivet. Fire måneder har gått siden prosjektets oppstart, og en rapport utført for Forum for Kultur og Næringsliv er ferdigstilt. I den anledning er det mange vi ønsker å takke for behjelpelighet og bidrag til at denne rapporten skulle komme i havn.

Først og fremst vil vi takke Kari Telste for all den tid hun har satt til side for bidra med gode råd og veiledning til utformingen av rapporten. Hun har vært en stødig bidragsyter og veileder, som har kommet med oppmuntring og konstruktiv kritikk.

Vi vil også takke vår kontaktperson ved Universitet i Oslo, Ragnhild Zorgati, for gode samtaler og god hjelp til de mange praktiske utfordringer prosjektet har støtt på.

Uten informantenes imøtekommenhet og deltagelse hadde ikke denne rapporten sett dagens lys. Vi vil derfor rette en stor takk til alle kunstnerne som inspirerte oss til utviklingen av rapporten. Vi vil også takke våre medstudenter, som har vært behjelpelige til å skaffe informanter, og som ellers har delt våre gleder og frustrasjoner i prosessen.

Takk til Forum for Kultur og Næringsliv, ved Rebekka Torsdatter for samarbeidet denne høsten.

Til sist vil vi rette en stor takk til Camilla Viste Bie for design av omslag.

Prosjektgruppen består av:

Line Grenheim, bachelor, statsvitenskap

Susanne Viste Bie, bachelor, filosofi

Jenny Magnusson, bachelor, medievitenskap

Fredrik A. Søfteland, bachelor, medievitenskap

Oslo, 3. desember 2008

SAMMENDRAG	1
KAPITTEL 1: INNLEDNING	7
1.1 Oppdragsgiver	9
1.2 Prosjektets formål	9
1.3 Problemstilling og avgrensning	10
1.4 Orientering om rapportens oppbygning	11
KAPITTEL 2: KUNSTNEREN OG NÆRINGSLIVET	13
2.1 TEORETISK DISKUSJON	13
2.2 BEGREPSAVKLARING	15
2.2.1 Kunstneren og kunstinstitusjonen	16
2.2.2 Kunstnerisk frihet	17
2.2.3 Samarbeid	19
2.2.4 Næringslivet	20
KAPITTEL 3: METODE	21
3.1 SPØRREUNDERSØKELSEN	21
3.1.1 Utvalg av respondenter	22
3.1.2 Gjennomføring av spørreundersøkelsen	23
3.1.3 Metodiske utfordringer ved spørreundersøkelsen	25
3.2 KVALITATIV METODE	26
3.2.1 Intervjuer	26
3.2.2 Utvalg av informanter	27
3.2.3 Intervjuguiden	29
3.2.4 Gjennomføring av intervjuer	30
3.3 ETISKE VURDERINGER	30
3.3.1 Informert samtykke	31
3.3.2 Anonymisering og konfidensialitet	31
3.4 FORSKERROLLEN	32
3.5 VITENSKAPSTEORETISK GRUNNLAG OG ANALYSE	33
KAPITTEL 4: FUNN OG TOLKNING	35
4.1 SPØRREUNDERSØKELSEN	35
4.1.1 Kvinner	36
4.1.2 Menn	37
4.1.3 Hva er tendensene?	37

4.2 KVALITATIVE FUNN	38
4.2.1 Erfaring fra næringslivet:	38
4.2.2 Familiebakgrunn og motivasjon.....	39
4.2.3 Kunstsyn.....	41
4.2.4 Næringslivet	42
4.2.5 Samarbeid med næringslivet.....	44
4.2.6 Økonomi.....	46
4.2.7 Andre ressurser.....	47
4.3 TOLKNINGEN AV HOVEDFUNN	48
4.3.1 Den positive, den forbeholdne og den skeptiske.....	48
4.3.3 Nye rom, nye muligheter?.....	51

KAPITTEL 5: DRØFTING OG TEORETISERING AV HOVEDFUNN 53

5.1 DE TRE IDEALTYPENE.....	54
5.1.1 Den positive kunstneren.....	54
5.1.2 Den forbeholdne kunstneren	54
5.1.3 Den skeptiske kunstneren.....	55
5.2 KUNSTINSTITUSJONENS TRE ANSIKTER.....	56
5.3 OPPLAGTE ROLLER?	57
5.3.1 Formidleren	58
5.3.2 Håndverkeren og den offentlige tjenestemannen.....	58
5.3.3 Den konservative.....	59
5.3.4 Oppsummering.....	60
5.4 HÅNDVERKEREN VERSUS KUNSTNEREN.....	60
5.4.1 Finansieringsform	62
5.4.2 Kunstnerisk frihet?.....	63
5.5. TILHØRIGHETSPROBLEMATIKKEN.....	64
5.6 TRADISJONSOPPRØR? UNGDOMSOPPRØR?.....	66
5.7 SAMARBEID – ET SPØRSMÅL OM MAKT	68

KAPITTEL 6: EVALUERING OG KONKLUSJON 71

6.1 EVALUERING AV PROSJEKTETS AVGRENSNINGER.....	71
6.2 OPPSUMMERING AV HOVEDFUNN	72
6.3 FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING OG ARBEID	74

LITTERATURLISTE 78

Vedlagt følger 6 vedlegg

KAPITTEL 1: INNLEDNING

Kulturlivet rundt om i vårt langstrakte land er i stadig endring. Der hvor det tidligere har eksistert en mer eller mindre uttalt kløft mellom kultursektoren og næringslivet, har det de senere årene blitt mer vanlig å bevege seg mer på tvers av denne. Samarbeid mellom kulturliv og bedrifter er blitt mer utbredt, og samarbeidsformene er under stadig utvikling. Kunstnere er ikke lenger bare etterspurt for den kunsten de produserer, men det er også blitt interessant å bruke kunnskapene de har ervervet seg gjennom sitt kunstneriske virke. Bedrifter har begynt å rette blikket mot kunstneres kreative kompetanse. Som et resultat av dette inviteres kunstnere stadig inn i bedrifter for å fortelle om de skapende prosessene de befinner seg i gjennom arbeidet sitt, og om hvordan de jobber kreativt mot sine målsettinger.

Som to tradisjonelt atskilte sfærer har forholdet mellom næringslivet og kultursektoren vært preget av fordommer og gjensidig mistillit. Dette har resultert i en rekke myter om at feltene kultursponsing og kultursamarbeid er noe uglesett, som verken er ønsket eller forekommer særlig hyppig mellom de to sektorene. Perduco & Cultura Capital¹ tar i sin rapport om kultur og næring et oppgjør med noen av disse mytene, blant annet den om at skepsisen til slike samarbeider er større i kulturlivet enn i næringslivet. I følge Perduco & Cultura Capital uttrykker kulturaktører i stor grad at de ser på samarbeid med næringslivet som noe positivt.²

Men det finnes andre trender i dag som tyder på at disse mytene er på vei til å forsvinne. I dag finner vi flere eksempler på store og tydelig samarbeidsprosjekter mellom kunstnere og næringsliv. Et av de mest iøyenfallende eksemplene er det såkalte "Mozell-eplet" til kunstneren Odd Nerdrum. Ringnes' Mozell-drikke inngikk i 2000 et samarbeid med Nerdrum, der han malte "Mozell-eplet" som en del av deres nye markedsføringsstrategi. Samarbeidet ble synliggjort gjennom media, og det ble inngått en avtale med Stenersenmuseet, hvor museet ble arena for visningen av Nerdrums maleri.³ I tilfellet med Nerdrum og «Mozell-eplet» ble samarbeidet utformet etter ganske tradisjonelle strukturer. Kunstneren kom inn og utførte et konkret oppdrag for en mesen, her næringslivet. Vi finner en rekke andre eksempler på større og mer integrerte samarbeidsavtaler mellom fremtredende kulturaktører og næringslivet. Flere av de større kulturinstitusjonene som

¹ Perduco, Cultura Capital. Kultur og næring. En rapport om kultursponsing og kultursamarbeid. Med bidrag av Anne Britt Gran, Gyrd Steen, og Roy Eskil Banken. (Oslo, 2004).

² Ibid, 18-21.

³ Anne-Britt Gran, og Donatella De Paoli, *Kunst og kapital: nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*. (Oslo: Pax forlag 2005), 25-26.

eksempelvis teatrene og Den Norske Opera, har egne opplegg for bedrifter som ønsker å samarbeide med dem. Norsk Hydros sponsorat av Oslo-Filharmonien er et eksempel på et slikt integrert samarbeid mellom en stor bedrift og en stor institusjon. Samarbeidet begrunnes med et felles verdivalg mellom Filharmonien og Norsk Hydro.⁴

Disse ovennevnte og mer integrerte samarbeidsformene er prosjektets oppdragsgiver, Forum for Kultur og Næringsliv, en del av. Forumet tar sikte på å være akkurat hva navnet tilsier: et forum, et bindeledd og en møteplass for kunstnere, kunstinstitusjoner og næringslivet. Denne utviklingen har særlig i senere tid blitt oppmuntret fra statlig hold, og i år ser vi at en større del enn noensinne av statsbudsjettet tildeles akkurat det felt å skulle skape forbindelser mellom kultur og næringsliv.⁵ Det er derfor naturlig å se for seg at også kulturinstitusjoner og aktører, i stadig større grad begynner å gjøre seg avhengige av midler fra næringslivet.

Med den nylige finanskrisen i bakhodet, står debatten om hvorvidt vi kommer til å se store endringer i bedrifters åpenhet for kultursponsing og kultursamarbeid. Daglig leder i Perduco Kultur, Anne-Britt Gran mener at redselen for økonomiske nedgangstider vil gjøre seg sterkt gjeldende på sponsormarkedet. I følge Gran viser en undersøkelse gjennomført av Perduco Kultur at andelen bedrifter som kunne tenke seg å sponse kultur, er halvert siden Lehman Brothers' drastiske konkurs i september 2008.⁶ Kultursamarbeid er mer omfattende i den norske konteksten i dag, enn hva det har fremstått som tidligere. Det er imidlertid ikke gjennomført noen undersøkelser som viser i hvilken grad finanskriser og økonomiske nedgangstider vil påvirke feltet. Vi forutsetter her at utviklingen i kultursamarbeidsfeltet stabiliserer seg eller fortsetter som før, og ser bort fra krisens eventuelle konsekvenser.

I løpet av dette prosjektet har vi imidlertid vært i kontakt med kunstnere for å undersøke hva de selv mener om å samarbeide med næringslivet. Hva slags samarbeid ser kunstnerne for seg er mulig, og hvilke erfaringer har de med det å samarbeide med næringslivet? Hvilke holdninger har de? Er det slik Perduco & Cultura Capital påstår, at forestillingen om kunstnernes motforestillinger mot å involvere seg med næringslivet er passé?⁷ Ser dagens kunstnere på næringsliv og kunst som to forenelige sfærer?

⁴ Oslo konserthus, om *Hydro*, http://www.oslofilharmonien.no/no/Om_oss/Hydro/ (oppført 23.11.2008)

⁵ Kultur- og kirke departementet, pressemelding, publisert 07.10.2008 Nr.: 133/08. Kulturbudsjettet 2009, *Styrker forbindelsen mellom kulturen og næringslivet*, <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/pressemeldinger/2008/styrker-forbindelsen-mellom-kulturen-og-.html?id=531204&epslanguage=NO>, (oppført 21. 11. 2008).

⁶ NRK, *Finanskrisen gir sponsortørke*, (<http://www.nrk.no/nyheter/kultur/1.6303736>), oppført 21. 11. 2008)

⁷ Perduco & Cultura Capital, *Rapport om kultur og næring*, 18-21.

1.1 Oppdragsgiver

Forum for Kultur og Næringsliv (FKN) ble opprettet i 2001 som et bindeledd mellom kultur og næringsliv. Bakgrunnen var blant annet fremveksten av slike fora i andre land, noe som beviste at feltet kultursamarbeid hadde et stort utviklingspotensiale. Forumets formål er å se og formidle de ulike sektorenes verdier og kompetanse, slik at sektorene selv sammen kan skape nye verdier og øke kreativitet og kvalitet. Antallet medlemmer har økt jevnt, og FKN har per i dag en medlemsmasse på ca. 230.⁸

FKN har mottatt støtte fra både Kultur- og kirke departementet og Nærings- og handelsdepartementet siden oppstarten i 2001. Fra 2007 har forumet også samarbeidet med Kommunal- og regionaldepartementet.⁹ Årsaken til den økte oppmerksomheten er at interessen for kultursponsing tradisjonelt har vært lav i den norske konteksten. FKNs innsats som møteplass og bindeledd for å øke verdiskaping og kvalitet mellom kultur og næringsliv, har derfor utmerket seg på feltet. Forumets fokus har fra starten av vært kompetansebygging, nettverksdanning, informasjonsformidling og noe lobbyvirksomhet for utviklingen av rammevilkår for samarbeid, sponning og kulturnæringer. Forumets hovedaktiviteter er blant annet kurs, seminarer, workshops og konferanser for sine medlemmer.¹⁰

1.2 Prosjektets formål

Næringslivets interesse for kultursponsing har som sagt (pre finanskrisen) økt betraktelig, og siden årtusenskiftet har mange sponsoravtaler blitt erstattet med samarbeidsavtaler. Disse samarbeidsavtalene krever større involvering fra begge parter i utviklingen av prosjekter, slik at begge opplever et utbytte av samarbeidet.¹¹ Prosjektets formål har derfor vært å få innblikk i kunstneres holdninger til samarbeid med næringslivet, og hvordan dette samarbeidet vurderes blant kunstnere. Det er meningen at rapporten skal danne et grunnlag for oppdragsgiver til å finne og videreutvikle nye samarbeidsformer mellom kunstnere og næringslivet. Rapporten skal fungere som en pilotundersøkelse, og skal danne et grunnlag for å utvikle kunnskapsfeltet videre.

⁸ Forum for Kultur og Næringsliv, <http://www.kulturognaringsliv.org/Om%20fkn/omfkn2.html>, oppsøkt 23. 11. 2008

⁹ Forum for Kultur og Næringsliv, <http://www.kulturognaringsliv.org/Om%20fkn/omfkn2.html>, oppsøkt 23. 11. 2008

¹⁰ Prosjektbeskrivelse, vedlegg I

¹¹ Ibid.

1.3 Problemstilling og avgrensning

Ut i fra oppdragsgivers ønsker og retningslinjer har vi gjennomført en holdningsundersøkelse blant kunstnere. For å nærme oss feltet har vi formulert følgende problemstilling:

Hvilke holdninger har kunstnere til det å samarbeide med næringslivet?

Ved å ta for oss kunstnernes holdninger ønsket vi å få innblikk i de viktigste faktorene som ligger til grunn for en eventuell kritisk eller positiv innstilling til næringsliv og næringslivssamarbeid. Vi har valgt å ta utgangspunkt i tre kategorier av informanter for å belyse problemstillingen. Disse er dels bygget på antakelser fra oppdragsgiver, og dels på gruppens egne oppfatninger av hvilke faktorer vi selv oppfatter som relevante og interessante i forhold til problemstillingen.

Først og fremst ønsket vi å utforske hvorvidt det eksisterer forskjellige holdninger blant kunstnere innenfor forskjellige kunstarter, når det gjelder samarbeid med næringslivet. I denne sammenhengen har det vært interessant å undersøke hvordan kunstnerne selv oppfatter sitt eget kunstneriske virke og sin egen kompetanse. Vi ønsket også å undersøke hvorvidt de mener at deres virke er uforenelig eller forenelig med næringslivets virke, og om de oppfatter at de besitter en kompetanse rent utover det å produsere kunst. Vi har her tatt utgangspunkt i en antakelse fra oppdragsgiver om at kunstnere innenfor performative kunstarter (eksempelvis musikk) ser på sin egen kompetanse og sitt eget virke som mer egnet for samarbeid, enn hva eksempelvis billedkunstnere gjør.

Vi ville videre undersøke antakelsen om at etablerte kunstnere er mer skeptiske til samarbeid med næringslivet enn studenter. Er det slik at kunstnere som fortsatt er under utdanning har et annet forhold til det å samarbeide med næringslivet, enn hva de etablerte kunstnerne har?

Til sist har vi ansett kjønn som en interessant inndeling. Forholder menn og kvinner seg ulikt til næringslivet, og har de forskjellige innstillinger til det å gå inn i et samarbeidsforhold?

Hva er det som bidrar til å skape ulike holdninger blant kunstnerne? Er det hva slags erfaringer de har med å samarbeide med næringslivet? Er familiebakgrunn og motivasjon for å drive med kunst, relevant? Er det at kunstnerne har ulikt kunstsyn? Hvordan forstår musikere og billedkunstnere samarbeidsbegrepet? Har kunstnernes økonomiske situasjon noe å si for holdningene til samarbeid?

For å tilnærme oss problemstillingen og de tre hovedkategoriene har vi foretatt noen inndelinger i

ulike temaer, basert på hva vi har ansett som viktig for rapportens avgrensning. Disse temaene skulle hjelpe oss å belyse ulike faktorer som kan ha påvirket kunstnerne holdninger. De var delvis basert på hvilke faktorer oppdragsgiver på forhånd har vurdert som interessante, og delvis på gruppas egen vurdering. Det første temaet vi valgte å ta for oss var *familiebakgrunn*; har informanten nær familie som er/har vært utøvende kunstnere? Har eksempelvis sosial omgangskrets noen betydning for kunstnerne karrierevalg? Tema nummer to var *motivasjon*; hvorfor bestemte informanten selv seg for å studere kunst? Hvorfor valgte vedkommende den aktuelle kunstarten? Hvilke faktorer var viktige for valget å bli kunstner? Deretter har vi *kunstsyn*; hva er kunstnerne syn på kunst generelt, og hvordan ser de på sin egen kunstart? Påvirker kunstsynet innstillingen til samarbeid? Det fjerde temaet var *holdninger til næringslivet*; hvilke holdninger har kunstnerne, og hva har formet disse holdningene? Finnes det fordommer mot å samarbeide med næringslivet? Er disse eventuelt knyttet opp mot politiske syn/standpunkter? Det femte var *økonomisk avhengighet/uavhengighet*; vil økonomisk press gjøre kunstnere mer disponert for å oppsøke alternative fora for inntekt? I hvilken grad kan økonomi påvirke kunstnerne? Til slutt har vi temaet *erfaring med støtte og samarbeid*; har kunstnerne erfaringer med støtte fra det offentlige og/eller det private noen betydning for holdning til samarbeid med næringslivet? Hvilke erfaringer har de hatt med ulike økonomiske bidragsytere? Har slik støtte gitt større frihet eller begrensninger for kunstneren?

Menneskers ulike holdninger er mangfoldige, og ofte avhengig av personlighet og sosial og kulturell kontekst. Med disse temaene som avgrensning av problemstillingen håpet vi å lettere kunne kartlegge og forstå kunstnerne meningsutvekslinger og holdninger.

1.4 Orientering om rapportens oppbygning

For å kunne svare på undersøkelsens problemstilling er det viktig at vi kontekstualiserer og påpeker rapportens agenda. Vi har derfor i kapittel 2 foretatt en teoretisk diskusjon om kunstneren og næringslivet, for å skissere et bilde av kunstneres levekår og hvordan næringslivet kan komme inn som bidragsyter. I samme kapittel har vi redegjort for sentrale ord og begreper som vil være gjennomgående i rapporten, og som vi anser som viktige for forståelsen av våre avgrensninger.

I kapittel 3 har vi gjort rede for de metodiske fremgangsmåtene vi har benyttet oss av for gjennomføringen av undersøkelsen. Vi har begrunnet valg av metoder, redegjort for avgrensingen av utvalgene, oppbyggingen av intervjuguiden, samt den praktiske gjennomføring av de ulike

undersøkelsene. Her følger også en etikkdel som tar for seg de etiske vurderinger gjort i forbindelse med undersøkelsen.

Deretter har vi, i kapittel 4, fremlagt de funn de metodiske fremgangsmåtene gav oss. Vi begrenset oss ved å plukke frem og fokusere på de funn vi så som relevante for problemstillingen. Samtidig vil vi tolke og konkludere disse med tanke på videre drøfting.

I kapittel 5 tok vi utgangspunkt i hovedfunnene og drøftet disse i teoretiske sammenhenger. Dette ble gjort for å skape diskusjon som vi tror kan danne et utgangspunkt for videre forskning på feltet.

I kapittel 6 er undersøkelsen fremgang og våre egne funn evaluert. Dette er lagt frem på en måte som oppdragsgiver kan dra nytte av i sitt videre arbeid med problemstillingen.

Til sist foreligger de vedlegg som følger av rapportens metodiske fremgangsmåte. Disse vedleggene består av prosjektbeskrivelse, intervjuguide, spørreskjema og det informasjonsskrivet vi har sendt til informantene. I tillegg finnes også kontrakten mellom Universitetet i Oslo og oppdragsgiver vedlagt rapporten.

KAPITTEL 2: KUNSTNEREN OG NÆRINGSLIVET

En begrepsavklaring kan være viktig for å kontekstualisere de temaene den videre undersøkelsen vil ta for seg. Vi vil innledningsvis kort ta for oss feltet kunstneres arbeidssituasjon, med utgangspunkt i foreliggende forskning på området. Ved å bruke eksempler på tidligere fagdiskusjoner og forskning ønsker vi å understreke viktigheten av å gjennomføre en slik undersøkelse. Deretter redegjør vi for, forklarer og diskuterer noen av de sentrale begrepene vi bruker i rapporten. Noe av dette har til hensikt å belyse debatten rundt enkelte av begrepene i seg selv, og annet for å redegjøre for de avgrensinger gruppen selv har foretatt gjennom prosjektet.

2.1 TEORETISK DISKUSJON

Tross all skremselspropaganda om kunstneres tøffe levekår og harde arbeidsmarked, er antallet kunstutdannede i samfunnet i stadig vekst. Kunstutdanningen er populær, selv om mye tyder på at få med gjennomført utdanning klarer å etablere seg som kunstnere. I følge en rapport om kunstneres levekår utgitt av Telemarksforskning¹² står de nordiske landene i særstilling i forhold til andre land ved at de har utviklet en kunstnerpolitikk, som en motsetning til en ren kunstpolitikk. Kunstnerpolitikken innebærer blant annet at det er utviklet statlige støtteordninger i form av stipender og garantiinntekter, som økonomiske bidrag til utvalgte kunstnere. Selv om vi tar i betraktning høykonjunkturen i den grad denne har påvirket arbeidsmarkedet for kunstnere de siste årene, samt utbredelsen av kunstnere som selvstendig næringsdrivende/ frilansere, kan imidlertid ikke alle leve av denne støtten. Dette kan være grunnet både størrelsen på de respektive støtteordningene, og tilgangen på disse. Selv om kunstnerne ofte supplerer inntekten sin på andre måter og ikke utelukkende baserer sitt virke på støtte, må de allikevel stadig vende seg til nye fora for inntekt.

Klausen omtaler i følge Solhjell kunstnerne som ”en gruppe mennesker som er villig til å betale en relativt høy pris for å drive med sin skapende virksomhet”.¹³ Levekårsundersøkelsen fra

¹² Telemarksforskning, *Kunstnerens aktivitet, arbeids- og inntektsforhold*. Rapport nr. 241 (Bø i Telemark, 2006, revidert 2008), 11.

¹³ Klausen sitert i Solhjell, Dag Solhjell, *Kunst-Norge : En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*. (Oslo: Universitetsforlaget 1995), 99.

Telemarksforskning viser at inntekter blant kunstnere er svært varierte og ujevnt fordelt.¹⁴ Mange utøvende kunstnere kompenserer for lave kunstneriske inntekter ved å benytte seg av flere inntektskombinasjoner. Mens noen kunstnere kategorisk ikke vil bevege seg utenfor kunstinstitusjonen og heller subsidierer livsgrunnlaget sitt gjennom trygd fremfor å «gi opp kunsten», er andre kunstnere mer fleksible i forhold til alternative og supplerende inntektskilder. Dette arbeidet kan, i følge Telemarksforskning¹⁵, være av kunstnerisk tilknytning og forutsette en kunstnerisk kompetanse, som eksempelvis undervisning, utsmykkingsoppdrag, tillitsverv og lignende. Det kan også dreie seg om yrkesaktiviteter av ikke-kunstnerisk art, som kan omfatte andre arbeidsmarkeder enn det kunstneriske. Det er imidlertid arbeidet av kunstnerisk tilknytning som er av størst interesse for vår undersøkelse. Dette er fordi det er her de nye samarbeidsformene oppstår, i skjæringspunktet mellom næringslivet og kunstverden.

Allerede i temaheftet ”Tango for to. Samspill mellom kultur og næringsliv”¹⁶, tas det til orde for å utvikle samarbeid mellom næringslivssektoren og kultursektoren basert på kunstnere i kunstnerisk tilknyttet arbeid. Dette oppfølges blant annet i Stortingsmelding nr 22 Kultur og næring fra 2005¹⁷, hvor potensialet i et samarbeid mellom de to sektorene fremheves. Det ses som samfunnsnyttig at bedriftene drar nytte av de kunnskaper som kulturlivet har.

Også Anne-Britt Gran og Donatella De Paoli skriver i sin bok ”Kunst og kapital” om hvordan kunstnere har blitt mer bevisste på næringslivet som oppdragsgiver. Dette er i følge Gran og De Paoli, blant annet i sammenheng med at det foregår en estetisering av økonomien, at bedrifter i stadig økende grad ser det som samfunnsnyttig å støtte opp om kunst og kunstnere, og sist men ikke minst at bedrifter også i større grad har begynt å etterspørre kunnskaper kunstnere besitter.¹⁸ Slikt arbeid kan eksempelvis være kunstnere som skuespiller som utvikler bedriftens ansatte, og kunstnere som bruker sin kreative evner for å utvikle produkter. Gran og De Paoli hevder at kunstnerne i forlengelsen av de økonomiske drivkreftene bak slike jobber, også har begynt å se på næringslivet som en arena. De kan komme til bedrifter for å opptre på samme måte som når de opptrer på en scene ved de tradisjonelle kunstinstitusjonene.¹⁹ Rapporten ”Kultur og næring” fra

¹⁴ Telemarksforskning, *Kunstnernes aktivitet, arbeids- og inntektsforhold*, 135-152

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet (2001), *Tango for to. Samspill mellom kultur og næringsliv*. http://www.regjeringen.no/upload/kilde/kd/bro/2001/0004/ddd/pdfv/137103-110647kultur_naering.pdf (oppsøkt 19.11.2008)

¹⁷ Stortingsmelding nr 22 (2004-2005) *Kultur og næring*.

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/dok/regpubl/stmeld/20042005/Stmeld-nr-22-2004-2005-.html?id=407136> (oppsøkt 19.11.2008)

¹⁸ Anne-Britt Gran og Donatella De Paoli, *Kunst og kapital: nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*, 16-22.

¹⁹ Ibid, 22-26.

Perduco & Cultura Capital underbygger videre dette ved å hevde at 9 av 10 kunstnere sier seg enige i påstanden om at ”samarbeid med næringslivet er til det gode for kunstlivet.”²⁰

Men hvordan forholder egentlig kunstnere flest seg til det å tre ut av institusjonens trygge (eller saktens økonomisk utrygge) rammer og over i gråsonene mellom faktisk kunstnerisk arbeid og arbeid som forutsetter kunstnerisk kompetanse? Throsby²¹ hevder at kunstnernes arbeidspreferanser fordeler seg etter grad av kunstnerisk tilknytning. I praksis vil dette si at kunstnerne foretrekker arbeid som er direkte kunstnerisk, fremfor kunstnerisk tilknyttet arbeide, og dette igjen fremfor ikke-kunstnerisk arbeide. Hvor grensene går for hvem som er villige til hva, og hvorfor, er imidlertid ikke spesifisert. Hva tenker så kunstnerne om det å skulle utføre kunstnerisk tilknyttet arbeid fremfor rent kunstnerisk arbeid, og hva tenker de om næringslivet som en arena for økonomiske tilskudd? Hva skiller kunstnerne som er åpne for dette fra kunstnerne som kategorisk avviser det å arbeide utenfor institusjonen? Er Gran og De Paolis metafor på kunsten og næringslivet som skjønnet og udyret, en gang for alle lagt brakk?²²

I vår undersøkelse vil vi se på kunstnernes egne tanker rundt sitt kunstneriske virke, rundt samarbeidsbegrepet og rundt næringslivet som sektor og samarbeidspartner. Gjennom dybdeintervjuer med tjue utøvende kunstnere har vi forsøkt å samle noen tråder rundt temaer vi har oppfattet som viktige i forbindelse med denne debatten. Vi ønsker ut fra dette å skape et bilde av noen av de holdningene som eksisterer blant kunstnere, og legge et grunnlag for videre forskning på feltet.

Vi bruker i rapporten begrepet kunstnere generelt om våre informanter og respondenter. Begrepet kunstner anvendes som en fellesbetegnelse både for billedkunstnere og musikere, i kontekster hvor annet ikke er spesifisert.

2.2 BEGREPSAVKLARING

Begrepene kunstner, kunstinstitusjon, kunstnerisk frihet, samarbeid og næringsliv er på sett og vis både analytiske og kulturelle kategorier. Dette er fordi begrepene både har et slags allment betydningsinnhold, samtidig som informantene også legger sitt eget innhold i dem. Vi vil her

²⁰ Perduco & Cultura Capital, *Rapport om kultur og næring*, 18.

²¹ Throsby gjengitt i Telemarksforskning, *Kunstnernes aktivitet, arbeids- og inntektsforhold*, 113

²² Anne-Britt Gran, og Donatella De Paoli, *Kunst og kapital: nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*, 30-40.

allikevel forsøke å kort ta for oss noen syn på hvordan disse begrepene kan forstås, og se på hvordan de er brukt i vårt prosjekt. Dette vil ikke være noen uttømmende forklaring av begrepenes innhold, men derimot et hjelpemiddel til å avgrense undersøkelsen vår.

2.2.1 Kunstneren og kunstinstitusjonen

Diskusjonen om hvem som kan kategoriseres som kunstnere er tett knyttet opp mot debatten om hva kunstbegrepet i seg selv rommer, og begrepet kan avgrenses på mange måter. Forholdet til kunstinstitusjonen er i denne konteksten også ofte av relevans for hvorvidt begrepet kunstner benyttes eller ikke.

Gran og De Paoli²³ deler bruken av kunstbegrepet inn i to, hvor hver av delene representerer et eget syn på hva kunst og hva en kunstner skal være. Den første av disse er den smale og romantiske forståelsen av kunst som noe opphøyd og utskilt. Kunstneren er i denne konteksten det mystiske og romantiske geniet som kan skape dette opphøyde. Den andre forståelsen av kunst skissert av Gran og De Paoli tar utgangspunkt i kunstbegrepets etymologiske betydning, nemlig det å kunne noe. I denne forståelsen handler kunst om det å kunne et håndverk og beherske visse teknikker. Kunstneren er således i forlengelsen av dette en håndverker. Gran og De Paoli²⁴ skiller videre mellom det de kaller en substansiell og en institusjonell eller kontekstuell kunstforståelse. I den substansielle kunstforståelsen er det egenskaper ved kunstverket i seg selv som gjør det til kunst. I den institusjonelle eller kontekstuelle er imidlertid kunst det som kunstinstitusjonen selv definerer som kunst. Begrepet kunstinstitusjon henspiller videre på kunsten som en samfunnsinstitusjon, på lik linje med andre institusjoner i samfunnet. Kunstinstitusjonen defineres i Solhjell som

et helt sosialt og kulturelt system av mennesker og institusjoner med ulike verdier, som stadig skifter posisjoner, standpunkter og handlingsformer i et uoversiktlig, men likevel strukturert samspill av konflikt og samarbeid.²⁵

I følge Kjørup²⁶ består dette systemet av regler som er styrende for personer og deres aktiviteter. Utøverens og verkets forhold til institusjonen vil innenfor denne sistnevnte kunstforståelsen, være avgjørende for hvem som kategoriseres som kunstner og ikke. Solhjell introduserer nok en avgrensning av kunstnerrollen. Her defineres kunstneren som den som klarer å fremstille kunstverk som skaper virkninger i kunstinstitusjonen. Disse virkningene består av virksomhet hos andre

²³ Anne-Britt Gran, og Donatella De Paoli, *Kunst og kapital: nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*, 42-43.

²⁴ Ibid , 43-44.

²⁵ Dag Solhjell, *Kunst-Norge: En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*, 18.

²⁶ Søren Kjørup, *Kunstens filosofi : en indføring i æstetik*. 2 opplag, (Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag, 2004), 37-39.

agenter innenfor institusjonen, eksempelvis utstillinger, salg av kunst, omtaler, publikumsbesøk og liknende.²⁷ Antall kunstnere vil derfor avhenge av hvilke typer virksomhet man inkluderer i definisjonen.

I rapporten fra Telemarksforskning problematiseres bruken av begrepet kunster ut fra mer praktisk målbare kriterier, og noen entydig definisjon gis ikke. Telemarksforskning tar utgangspunkt i yrkesaktivitet som et mulig kriterium for å definere kunstneren.²⁸ Problemene med en slik avgrensning kan imidlertid være at mange kunstnere i realiteten ikke kan livnære seg av å utelukkende holde på med kunst, og heller finansierer seg gjennom å ha andre jobber på si. Mange profesjonelle kunstnere er i følge rapporten ”mangesyslere” og kombinerer yrkesmessige sysler av både kunstnerisk og ikke-kunstnerisk art. Et annet kriterium som trekkes fram som dominerende innenfor den norske kunstnerpolitikken, er medlemskap i en kunstnerorganisasjon. Dette gjelder også for kunstnere som ikke er medlemmer, men holder et kunstnerisk kvalitetsnivå som ville åpnet for et slikt medlemskap.²⁹ Samme rapport trekker også frem utdanning som et mulig kriterium. Dette beskrives imidlertid også som problematisk. Dette kan være både fordi det forutsetter en vurdering av hvilke utdanninger som holder høy nok kvalitet til å anerkjennes som profesjonelle kunstutdanninger, og fordi mange av de som gjennomfører kunstutdanninger ikke etablerer seg eller forblir i et kunstneryrke.³⁰ Våre informanter har alle gjennomført - eller er under en høyere utdanning innenfor sin kunstart. For denne rapportens del vil begrepet kunstner betegne en person som enten er under utdanning, eller arbeider aktivt som etablert kunstner. Vi har her valgt å ikke ta hensyn til i hvilken grad informantene utelukkende arbeider med kunstnerisk arbeid, eller er såkalte ”mangesyslere.”

Flere av informantene har karakterisert seg selv som håndverkere heller enn kunstnere. Dette viser at kunstnerbegrepet er problematisk, selv for de som defineres som kunstnere i prosjektet.

2.2.2 Kunstnerisk frihet

Det kan være oss fordelaktig å se kunstnerisk frihet og kunstens autonomi, på to måter. Den første går på kunstnerens frihet og den andre på kunstens frihet. Oppdragsgiver presenterte allerede i prosjektbeskrivelsen en antakelse om at en del kunstnere ser på det å samarbeide med næringslivet som ”å selge sjela si.” Tanken om at man selger sjela si kan relateres til det tidligere omtalte

²⁷ Solhjell, *Kunst-Norge: En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*, 76.

²⁸ Telemarksforskning, *Kunstnerundersøkelsen, Revidert utgave av rapporten om kunstnerens aktivitet, arbeids- og inntektsforhold*, 18-21.

²⁹ Ibid.

³⁰ Ibid, 19.

romantiske synet på kunst som noe opphøyd og utskilt. Det kan imidlertid også sees på som knyttet opp mot ideen om at kunsten innehar en viss frihet og autonomi. Med kunstnerisk frihet er det lett å visualisere at kunstneren har en faktisk, og kanskje til og med fysisk frihet til å produsere kunst. Den kunstneriske friheten blir i likhet med ytringsfriheten noe som sier noe om kunstnerens tekniske og strukturelle mulighet til å uttrykke seg fritt. Det å gjøre oppdrag for en ekstern aktør med egne ønsker og preferanser, sees i denne konteksten på som en motsetning til det å skape noe som er fritt og ”ubesudlet” av andre enn kunstneren selv. Oppfatninger av samarbeidsbegrepet som enten en integrert samproduksjon eller en oppdragsbasert relasjon, vil også være av relevans. Dette begrepet vil imidlertid diskuteres mer inngående under punkt 2.2.3.

Ideen om kunstens autonomi knyttes på sin side oftere opp mot selve kunstinstitusjonen. I følge Arnfinn Bø-Rygg³¹ har kunstens autonomi med sektoriseringen av de forskjellige samfunnsområdene å gjøre. Når kunsten løsriveres fra de andre samfunnsområdene utvikles kunstinstitusjonen, som på sin side legger rammer for produksjon og resepsjon av kunst. Debatten om kunstens autonomi blir i vår kontekst mest relevant i forhold til billedkunsten og billedkunstnerne, ettersom vi forutsetter at musikerne må forholde seg mindre til ideen om kunstens autonomi i sitt virke.

Autonomien i et felt for begrenset produksjon kan måles på den styrke det har til å definere sine egne kriterier for produksjon og evaluering av sine produkter.³²

For å forklare dette kan det være fruktbart å trekke noen paralleller til den historiske utskillelsen av kunsten som en institusjon gjennom etableringen av kunstakademier på 1700-tallet. Akademiene hadde som forbindelsesledd mellom staten og kunsten, det samfunnsansvar å lede kunsten, ikke slippe den fri. De opererte dermed som en reguleringsmyndighet, og ble slik sett også den institusjonen hvor den kunstneriske friheten først ble forankret.³³ Autonom kunst blir først mulig i det øyeblikk den sliter seg fri fra akademiets symbolske makt, og skaper sine egne posisjoner og regler for hva som er god og dårlig kunst. Med dette markeres et brudd med institusjonen. I følge Solhjell³⁴ er ”en vanlig oppfatning i Norge at staten er en garantist for kunstens autonomi.” Staten som garantist for autonomien er imidlertid ikke noe selvsagt og gitt innenfor kunstarenaen, og i verste fall kan omfattende statlig makt innenfor kunstsfæren ende med det motsatte, nemlig at staten hemmer kunstens autonomi. I tillegg til staten spiller både marked, private foreninger og

³¹ Bø-Rygg sitert i Dag Solhjell, *Kunst-Norge: En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*, 33-34.

³² Bourdieu sitert i Dag Solhjell, *Kunst-Norge: En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*, 125.

³³ Dag Solhjell, *Kuratorene kommer – Kunstpolitikk 1980 – 2006*, (Oslo: Unipub AS 2006), 153, 190

³⁴ *Ibid*, 190.

privatpersoner en rolle i forhold til utviklingen og opprettholdelsen av autonome posisjoner i kunsten.³⁵

I vårt prosjekt har det vært interessant å se på begge begrepene, både det som omhandler kunstnerens frihet til å skape et produkt og det som omhandler selve kunstproduktets frihet. Kunstens autonomi ser vi på som vanskelig å definere fordi den hele tiden innebærer å skulle fri seg fra regler og påvirkning. Kunstens autonomi kommer med andre ord til syne i det den bryter med reglene. Men det er en kortvarig frihet.

Den kunstneriske friheten er også noe det er vanskelig å sette fingeren på. Kunstnerens strukturelle frihet til å skape kunst er noe som både til dels er påvirket av kunstnerens forhold til institusjonen, og til hvordan kunstneren står i forhold til den rammen han produserer innenfor. Kunstnerens posisjon i et eventuelt samarbeid vil også være av relevans for hvor stor grad av kunstnerisk frihet kunstneren opplever at han har i sin produksjon. Maktbalanse og symmetri i samarbeidsrelasjonen vil diskuteres videre i kapittel 5, som en videreføring av diskusjonen om kunstnerens posisjon og hans kunstneriske frihet i et samarbeid.

2.2.3 Samarbeid

Et annet viktig begrep i prosjektet har vært samarbeid. I intervjuene ble informantene dels spurte om samarbeid generelt, og dels ble det satt inn i en næringslivskontekst. Det fremstod som tydelig hos flere av informantene at samarbeidsbegrepet står med forskjellige konnotasjoner i de to kontekstene. Samarbeid ble, av informantene, generelt forstått i retning av at det jobbes mot et felles mål. Dette innebærer oftest at to eller flere aktører gjør noe sammen som de ikke vil ha klart alene. Når vi relaterte begrepet til å gjelde samarbeid med næringslivet beskrev flere av informantene dette som en situasjon hvor de som kunstnere utfører bestemte oppdrag mot betaling. Slik sett fikk vi inntrykk av at informantene bruker begrepet samarbeid relativt til kontekst. Andre informanter uttrykte imidlertid problemer med å bruke ordet samarbeid i denne konteksten nettopp fordi de ikke synes denne relasjonen oppfylte kravet om at to aktører går sammen om å skape noe nytt i fellesskap.

Et begrep som kanskje er mer relevant for å beskrive samarbeid mellom kunstnere og næringsliv, er kultursamarbeid. I rapporten "Hvorfor kultursamarbeid?" beskrives dette samarbeidet som noe mer enn det at en næringslivsaktør sponser kulturen.³⁶ Kultursamarbeidene er mer integrerte og tar

³⁵ Ibid, 191.

³⁶ Rapport fra Humanistisk prosjektsemester, Det humanistiske fakultet, (Universitetet i Oslo 2006), *Hvorfor*

utgangspunkt i at begge parter skal oppleve visse motytelser fra den andre, utover det tradisjonelle penger-mot-produkt. Eksempler på slike ytelser kan for næringslivet være PR og synlighet, omdømme- og merkevarebygging, produktutvikling og innovasjon, samfunnsansvar, kundepleie og intern kompetansebygging i bedriftene.³⁷ For kunstnere er eksempel på slike ytelser i tillegg til det rent økonomiske aspektet, et nytt publikum, forretningsmessig kompetanse og nye utfordringer.³⁸

Gran og De Paoli³⁹ snakker om en ny og mer kravstor sponsergenerasjon som har utviklet seg i løpet av 1990-tallet. Karakteristisk for den nye sponsergenerasjonen er et nytt og mer instrumentelt forhold til kunsten, som noe som kan inngå i bedriftenes egne markedsføringsstrategier. Begrepene integrert sponsering og kultursamarbeid viser i forlengelsen av den nye sponsergenerasjonen, til mer samarbeidsbaserte sponseravtaler som nå i større grad er integrert i bedriftenes virke. Den tradisjonelle sponserrelasjonen hvor næringslivet donerer penger til kulturen, har blitt erstattet av et tettere bytteforhold mellom kultursektoren og næringslivet. Her står gjensidig kompetanseoverføring og ressursformidling i sentrum, og involverer kulturlivet i næringslivet på helt nye måter.⁴⁰ Relasjonen, som beskrevet i begrepet kultursamarbeid, er den vi har tatt utgangspunkt i når vi har eksemplifisert det å samarbeide med næringslivet for våre informanter.

2.2.4 Næringslivet

Næringslivet har også vært et relativt sentralt begrep i undersøkelsen vår. Det har imidlertid vist seg at størrelsen næringsliv ikke har vært like selvsagt og lett å definere blant informantene. Rent språklig ble ordet næringsliv definert som ”produksjon og omsetning av varer; samlet økonomisk virksomhet.”⁴¹ De fleste av informantene assosierte begrepet med private virksomheter, større og mindre bedrifter og aktiviteter relatert til kjøp og salg. Vi har i vår undersøkelse valgt å ikke skille mellom det offentlige og det private næringslivet i diskusjonen om kunstneres holdninger til samarbeid. Dette har vært delvis fordi vi ikke har sett denne distinksjonen som relevant i konteksten, og delvis fordi informantene generelt sett heller ikke var oppmerksomme på dette.

Kultursamarbeid. En rapport om næringslivets relasjoner med kulturaktører.

³⁷ Forum for Kultur og Næringsliv - En håndbok for utvikling av lønnsomt samarbeid med kulturlivet, 14-16

³⁸ Forum for Kultur og Næringsliv: <http://www.kulturognaringsliv.org/Om%20fkn/omfkn2.html> (oppsøkt 24. 11. 2008).

³⁹ Anne-Britt Gran og Donatella De Paoli, *Kunst og kapital: nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*, 214.

⁴⁰ Ibid, 214, 218

⁴¹ Kunnskapsforlagets, *Norsk ordbok*, nettutgave

http://ordnett.no/ordbok.html?search=%E6ringsliv&search_type=&publications=23, (oppsøkt 24. 11. 2008).

KAPITTEL 3: METODE

For å hente inn kunnskap om sosiale fenomener må vi benytte oss av ulike metodiske verktøy. I dette kapitlet vil vi redegjøre for de metodiske fremgangsmåtene vi har benyttet oss av ved innsamlingen av data. Vi har både gjennomført dybdeintervjuer og en mindre spørreundersøkelse. Kvalitativ metode søker i følge Thagaard⁴² å gå i dybden på temaer. Gjennom denne metoden ønsker forskeren å få en forståelse av virkeligheten som er i samsvar med hvordan de som studeres, oppfatter sin egen livssituasjon. Motivet er altså å få innsikt. En av de mest utbredte kvalitative metodene er dybdeintervjuer, og dette er også den metoden vi har benyttet oss av i prosjektet. Den kvantitative metoden er på sin side opptatt av utbredelse og antall, og egner seg bedre for å skape en oversikt.⁴³ Vi har i tillegg til de kvalitative intervjuene, gjennomført en mindre spørreundersøkelse for å skape en slik oversikt.

I det følgende vil vi presentere de to undersøkelsene vi har gjort. Vi vil først ta for oss spørreundersøkelsen, og deretter redegjøre for den kvalitative metoden. Vi vil begrunne valg av metoder, redegjøre for avgrensinger av utvalg, ta for oss oppbyggingen av intervjuguiden og se på gjennomføringen av de ulike undersøkelsene. Vi vil også se på noen av de metodiske utfordringene vi har støtt på underveis, særlig i forhold til spørreundersøkelsen. Avslutningsvis vil vi kort ta for oss de etiske vurderingene vi har foretatt i forbindelse med prosjektet, og sette analysen vår inn i en vitenskapsteoretisk kontekst.

3.1 SPØRREUNDERSØKELSEN

Oppdragsgiver ønsket at prosjektgruppen skulle avdekke noen generelle tendenser i kunstneres holdninger til å samarbeide med næringslivet. For å finne disse tendensene valgte vi å utføre en spørreundersøkelse. I dette tilfellet vil det derfor være gunstig å benytte seg av en kvantitativ metodikk. En kvantitativ spørreskjemaundersøkelse er ifølge Østby

betegnelsen på en gruppe av metoder for relativt strukturert datainnsamling ved hjelp av spørsmål og svar. Spørsmålene stilles til et relativt stort antall mennesker. Alle som blir spurt, svarer tilnærmet samme sett av spørsmål.⁴⁴

⁴² Thagaard, Tove, *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*. (Bergen: Fagbokforlaget, 2003), 16.

⁴³ Ibid, 17.

⁴⁴ Helge Østby, *Metodebok for mediefag*, Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ove Larsen, 2 utg. (Bergen : Fagbokforlaget, 2002), 131.

Dette innebærer at vi kan behandle det innsamlede datamaterialet som tall. Målet er dermed å telle for å finne sammenhenger og strukturer i materialet.⁴⁵

Enderud og Andersen skriver på sin side at kvantitative undersøkelsesmetoder skal kunne bestemme tendenser med det formål å generalisere.⁴⁶ Med den knappe tiden som stod til rådighet for prosjektarbeidet var det ikke mulig å gjennomføre noen større kvantitativ spørreundersøkelse som ville gitt et representativt bilde av generelle tendenser. I samråd med oppdragsgiver, veileder og kontaktperson for gruppen har vi derfor utarbeidet en mindre undersøkelse, som imøtekommer oppdragsgivers ønske. Denne undersøkelsen er avgrenset til 60 deltakere. På grunn av for lite utvalg, for liten tidsperiode, for få spørsmål og for få variabler i spørreundersøkelsen, fant vi ikke grunnlag for å kunne generalisere kunstneres holdninger. Vi hadde derfor problemer med å forsvare undersøkelsen faglig som kvantitativ. Vi så den heller som en ren spørreundersøkelse, uten tilknytning til de kravene som den kvantitative metoden fordrer. Men som vi skriver i punkt 3.1.3 ser vi likevel en mulighet til å bruke spørreundersøkelsen som en introduksjon til feltet.

Spørreundersøkelsen vil kort analyseres og presenteres i kapittel 4, men fungerer hovedsakelig som et utgangspunkt for den kvalitative undersøkelsen. Vi vil ikke tillegge denne noen videre vekt utover i drøftingen av funn.

3.1.1 Utvalg av respondenter

Vi har definert respondentene som de personene som gjennom deltakelse i spørreundersøkelsen, har bidratt med den responsen vi har bygget analysen vår på. Vi har skilt mellom begrepene informanter og respondenter i henholdsvis den kvalitative undersøkelsen og spørreundersøkelsen. Dette er fordi vi anser informanter i større grad som heimelspersoner som gir begrunnelser, mens respondenter gir konkrete svar og slutninger som kan benyttes i en meningsmåling. Respondentene svarer innenfor fastlagte svaralternativer, jamfør praksis i en spørreundersøkelse.

For at dataene vi fikk fra spørreundersøkelsen og de kvalitative intervjuene skulle ha en nyttefunksjon relativ til hverandre, har vi benyttet oss av samme type kategorier i begge undersøkelsene. Disse kategoriene var kunstart, kjønn og under utdanning versus etablert. Ved å konsentrere oss om samme kategorier i begge undersøkelsene så vi også muligheten for at de ulike

⁴⁵ Ibid, 157.

⁴⁶ Harald Enderud og Ib Andersen, *Vidensproduksjonens arbeidsgang i hovedtrekk*, (Samfundslitteratur: 1990). Kapittel 2 i "Valg af organisations-sociologiske metoder. Et kombinasjonsperspektiv," 23.

metodiske verktøyene ville begunstige hverandre.

I samråd med oppdragsgivers ønske, har vi valgt å ta utgangspunkt i 60 respondenter, fordelt på én såkalt introvert og én såkalt ekstrovert eller performativ kunstart. Vi fordelte utvalget av respondenter jevnt mellom gruppene billedkunst og klassisk musikk, respektivt 30 på den introverte kunstarten og 30 på den performative. Som introvert kunstart tok vi utgangspunkt i billedkunstnere, og som ekstrovert klassiske musikere. Vi har utdypet avgrensingen av informanter og dermed også respondenter, mer inngående under punkt 3.3, da en streng inndeling har vært viktigere ved de kvalitative intervjuene.

I prosjektet som helhet ønsket vi å basere oss på en jevn fordeling av kjønn. Med 60 respondenter kunne vi i prinsipper klare å fordele disse kategoriene langs en jevn akse, med et likt antall respondenter i alle gruppene. Dette viste seg imidlertid vanskelig å gjennomføre i praksis. Årsaken var ulik tilgang til respondenter, og dermed fikk ikke spørreundersøkelsen en like jevn kjønnsbalanse som den kvalitative undersøkelsen. Vi mener allikevel at vi har sikret et tilstrekkelig antall respondenter til å kunne si noe om eventuelle forskjeller mellom de ulike gruppene.

Ved hjelp av oppdragsgiver fikk vi tilgang på ulike telefonlister fra kunstnerforeninger, og kunne ta utgangspunkt i listene til å rekruttere respondenter. Disse kunstnerne hørte til i kategorien etablerte kunstnere. Kunstnere under utdanning fant vi ved å oppsøke kunstfaglige utdanningsinstitusjoner i Oslo. Disse institusjonene var Kunstakademiet, Kunsthøgskolen og Musikkhøgskolen. Vi syntes det var viktig å inkludere respondenter fra begge de statlige institusjonene, for å ta høyde for eventuelle miljøforskjeller mellom disse. Spørreskjemaet vi hadde utarbeidet ble delt ut til de studentene som sa seg villige til å delta i undersøkelsen. Denne fremgangsmåten ga oss et utvalg av respondenter basert på tilgjengelighet. De etablerte kunstnerne ble kontaktet via telefon. Ettersom telefonnumrene til disse kunstnerne alle stammet fra listene vi hadde fått fra oppdragsgiver, var utvalget her ikke like tilfeldig som utvalget av kunststudenter.

3.1.2. Gjennomføring av spørreundersøkelsen

Første skritt for gjennomføring av spørreundersøkelsen var å utarbeide et spørreskjema.⁴⁷ Her valgte vi å følge oppdragsgivers ønske ved at vi formulerte ett spørsmål i henhold til rapportens problemstilling. Dette spørsmålet kunne respondentene besvare med tre svaralternativer. Spørreundersøkelsen skulle generelt gi et grovt bilde av hvordan kunstnere stilte seg i forhold til

⁴⁷ Spørreskjema, vedlegg IV.

problemstillingen. Det ga oss samtidig muligheten å komme i kontakt med informanter til den kvalitative undersøkelsen. Spørreskjemaet bestod av ett spørsmål med følgende tre svaralternativer:

Hva er dine holdninger til det å samarbeide med næringslivet?

Positiv, negativ eller vet ikke.

Respondentene måtte også krysse av for tilhørighet i forhold til kategoriene kunstart, kjønn og alder, slik at det ville bli lettere å se de ulike gruppene forhold til hverandre etterpå.

Vi valgte å ta for oss kunststudentene først. På denne måten kunne vi møte vårt forskningsobjekt og danne oss et inntrykk av hvordan den videre forskningen ville være, uten at utspørringen ble like krevende som den muligens ville komme til å bli i intervjusituasjonen. Vi valgte å oppsøke kantiner og skolelokaler som er typiske møteplasser for studentene. Etter hvert som vi delte ut spørreskjemaer til studenter som satt og spiste sammen i kantinene opplevde vi at det ble mye snakk omkring spørsmålsstillingen. Ofte ble vi spurt om å forklare spørsmålet. Dette ble noe problematisk. Respondentene kunne kanskje bli farget av hvordan vi forklarte og redegjorde spørsmålet for dem, og svarene kunne på denne måten bli mindre forsvarlige eller ugyldige. Vi opplevde imidlertid at disse diskusjonene også var lærerike. De ga oss perspektiver på at begreper som samarbeid kunne være vanskelig å definere, og videre på hvordan de forespurte opplevde det som vanskelig å plassere seg i en av de tre kategoriene.

De fleste studentene var positive til å svare på undersøkelsen, mens kun et fåtall ikke var interesserte. Vi opplevde imidlertid ulik respons fra studentene ved henholdsvis Kunsthøgskolen og Kunstakademiet. De førstnevnte var mer villige til å svare på spørreskjemaet, mens de fra Kunstakademiet var mer tilbakeholdne, og mange ville ikke svare.

Det var først i møte med de etablerte kunstnerne, som vi snakket med via telefon, at vi opplevde de største problemene med spørreundersøkelsen. Etersom vi ble sittende i samtale med respondentene, fikk vi inntrykk av at mange av dem ville redegjøre og begrunne sine svar. Dette ble problematisk på flere måter. For det første følte vi at vi som forskere ble sittende og forsvare spørsmålsstillingen. For det andre så vi spørreundersøkelsen som mindre anonym, ettersom vi etter hver samtale ble sittende igjen med et inntrykk av respondenten. For det tredje opplevde vi spørreundersøkelsens gyldighet som svekket, nettopp på grunn av lite utredende begrepsdefinisjoner.

De ulike tilnærmingene til studentene og de etablerte kunstnerne ble derfor ikke av så ulik art, siden vi støtte på det samme problemet; å forsvare spørsmålsstillingen. Ettersom utvalget generelt sett ble basert på tilgjengelighet var det også vanskelig å få respondenter likt fordelt på kjønn. Dette utkrystalliserte seg i en ujevn kjønnsbalanse, hvor mer enn halvparten av respondentene var kvinner. Vi anser allikevel tallene våre som valide til å benyttes i en analyse.

3.1.3 Metodiske utfordringer ved spørreundersøkelsen

Spørsmålsstillingen ble, på grunn av ovennevnte forhold, den største utfordringen i spørreundersøkelsen. Spørsmålets formulering var for åpen, og begrepet *samarbeid* var ikke definert. Dette gjorde det vanskelig for respondentene å svare konkret. Samarbeid kan, som redegjort for i kapittel 2, defineres på mange ulike måter avhengig av hvilken kontekst det knytter seg til. Det kan eksempelvis sees på som oppdrag, bestillingsverk og utsmykning. Det kan også, som tidligere diskutert, defineres som at to parter eller grupper av mennesker utfører en oppgave/prosjekt sammen fra start til slutt.

Alternativt kunne respondentene ha blitt spurt flere konkrete spørsmål i spørreundersøkelsen, for å bedre få frem skillet mellom de ulike samarbeidsrelasjonene. Eksempelvis ville spørsmål som ”kunne du tenke deg å spille en konsert på et arrangement/ stille ut verkene dine i en bedrift?” og ”kunne du tenkt deg å bidra til et kulturarrangement som er iverksatt og fullstendig sponset av en næringslivsaktør”, bidratt til å nyansere bildet av respondentenes holdninger.

Fordi spørsmålsstillingen ikke var utdypet nok fikk spørreundersøkelsen derfor en helt ny plattform å stå på. Selv om spørreundersøkelsen var vesentlig mindre utdypende i forhold til kunstneres holdninger enn hva den kvalitative undersøkelsen viste seg å bli, fantes det imidlertid fortsatt rom for å benytte seg av resultatene fra spørreundersøkelsen. Selv om den ble et redskap som stod litt utenfor rapportens gyldige utredninger, kunne undersøkelsen fortsatt brukes til å se an holdningene på et mer generelt plan. Vi forventet fortsatt å kunne se noen legitime tendenser og holdningsmønstre.

Holdningsmønstre er nettopp hva vi har funnet i undersøkelsen. Et mønster var at mange respondenter hadde vanskeligheter med å plassere seg i en bestemt svarkategori. Mange av de forespurte nektet å svare på undersøkelsen, og mange kunne ha tenkt seg en annen kategori med *problematiske* som et svaralternativ. Spørreundersøkelsen understreket verdien av og behovet for den kvalitative undersøkelsen, og ga oss en ny giv da vi utarbeidet intervjuguiden til det kvalitative intervjuet.

I tillegg til innsyn i holdningsmønstrene ga spørreundersøkelsen oss muligheten til å observere og erfare vårt forskningsobjekt, kunstneren. Diskusjonene vi hadde med respondentene omkring temaene kunst og næringsliv, ga oss en ny innsikt i feltet, og flere av dem var interesserte i å bidra mer ved å stille til dybdeintervjuer.

3.2 KVALITATIV METODE

Ettersom vår problemstilling var å se på kunstners holdninger, opplevde vi det som viktig at informantene selv fikk anledning til å utdype sine meninger. Ved å gjennomføre en kvalitativ undersøkelse håpet vi å få en dypere forståelse av hvordan informantene selv definerte ulike sentrale begreper. Den kvalitative metoden åpner nettopp opp for fleksibilitet og åpenhet hva gjelder endringer i løpet av forskningsprosessen.⁴⁸ Dette var noe vi så som betydningsfullt med tanke på vår problemstilling.

3.2.1 Intervjuer

Med utgangspunkt i problemstillingen fant vi det hensiktsmessig å velge kvalitative dybdeintervjuer som fremgangsmåte for innsamling av data. Intervjuundersøkelser er i følge Thagaard en egnet metode for å få innsikt i informantenes egne erfaringer, tanker og følelser.⁴⁹ I vårt prosjekt har det vært viktig at informantene selv har fått reflektere over spørsmålene, og fritt sette ord på sitt forhold til dem.

I forlengelsen av dette valgte vi å basere intervjuene på en halvstrukturert, eller delvis strukturert tilnærming. Dette innebar at vi på forhånd hadde fastlagt noen temaer og retningsgivende spørsmål i intervjuguiden.⁵⁰ Samtidig ville vi ha muligheten til å være åpne for innspill og responser fra informantene underveis i intervjuet. På denne måten ivaretar den halvstrukturerte intervjuformen at forskeren får informasjon om de temaene som er fastlagt på forhånd, samtidig som intervjuet kan følge informantens egen fortelling.⁵¹

48 Tove Thagaard, *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*, 47.

49 Ibid, 58, 83.

50 Intervjuguide, vedlegg nr. III

51 Tove Thagaard, *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*, 85.

3.2.2 Utvalg av informanter

Informantene i prosjektet er definert som de personene som gjennom deltakelse i dybdeintervjuer, har bidratt med den informasjonen som analysen vår er bygget på. I vårt prosjekt har vi gjennomført slike dybdeintervjuer med 20 informanter.

Som skissert i problemstillingen ønsket vi i samsvar med oppdragsgivers ønske, å ta utgangspunkt i antakelsene om at det eksisterer forskjellige holdninger til det å samarbeide med næringslivet. Forskjellen finnes, i følge disse antakelsene, blant kunstnere innenfor forskjellige kunstarter, mellom menn og kvinner, og mellom kunstnere under utdanning og de etablerte. Etter avtale med oppdragsgiver valgte vi å ta utgangspunkt i én såkalt introvert og én såkalt ekstrovert eller performativ kunstart, for å undersøke eventuelle forskjeller. Den introverte kunstarten, billedkunst, definerte vi i prosjektet som kunst basert på visuelle uttrykk. Vi valgte å utelate sjangrene teater og dans ettersom disse er av mer performative art. Billedkunstnere er også en gruppe hvis holdninger på dette feltet er lite kjent. Som ekstrovert kunstart valgte vi musikk. Ettersom vi antok at det kunne eksistere visse forskjeller i holdningene til utøvere innenfor forskjellige musikkjangere, valgte vi derfor å innsnevre denne gruppen til å gjelde utøvere av klassisk musikk, ofte benevnt som kunstmusikk. Slik ønsket vi å begrense forekomsten av eventuelle andre bakenforliggende faktorer knyttet til ulike musikalske sjangere og miljøer, selv om vi naturligvis også var oppmerksomme på at det kunne eksistere forskjellige miljøer innenfor sjangrene selv.

Vi har ikke tatt hensyn til om informantene har hatt sitt virke som selvstendig næringsdrivende, eller om de har vært fast ansatt i eller tilknyttet en institusjon. Studentene vi har intervjuet har også vært på forskjellig nivå i utdannelsen sin, noen har befunnet seg tidlig i studieløpet sitt, mens andre har vært på slutten.

Kategorien kunstnere under utdanning versus etablerte operasjonaliserte vi gjennom å sette et alderskriterium. Dette var for å avgrense hvilken gruppe studenter vi ønsket å inkludere i undersøkelsen, og hvem vi definerte som etablerte kunstnere. Vi opplevde at dikotomien under utdanning versus etablert var den viktigste, og at alder således ikke var avgjørende. Visse aldersmessige avgrensinger valgte vi som sagt allikevel å foreta. I praksis avgrenset vi gruppene ved å definere dem under utdanning som kunststudenter opptil 35 år gamle. Med etablerte kunstnere tok vi utgangspunkt i kunstnere fra alderen 30 år eller eldre, og som var yrkesaktive innenfor kunstfag. Vi så at vi med en såpass bred aldersmessig inndeling ville kunne miste visse nyanser særlig innenfor gruppen av etablerte kunstnere. Ettersom vi mente ovennevnte inndeling i studenter versus yrkesaktive var viktigere enn eventuelle alders - og generasjonsforskjeller, mente vi

imidlertid at vår inndeling likevel var rimelig for å kunne si noe om eventuelle tendenser.

Siden vi ønsket å undersøke holdningsforskjeller innenfor de tre kategoriene kunstart, alder og kjønn, ønsket vi på samme måte som i spørreundersøkelsen å sikre en jevn fordeling av informanter mellom kategoriene. Ved å intervju 20 informanter ønsket vi å sikre at vi hadde en jevn kjønnsbalanse, like mange informanter under utdanning som etablerte, samt like mange informanter fra hver av de to kunstartene. Med dette utvalget endte vi opp med ti informanter av hvert kjønn; ti musikere, og ti billedkunstnere, ti studenter og ti etablerte. Vi organiserte dem i grupper slik at det i praksis skulle være fem kvinnelige, og fem mannlige musikere, samt fem kvinnelige og fem mannlige billedkunstnere, fordelt over kategoriene under utdanning versus etablert. Vi har prøvd så langt det har latt seg gjøre å finne informanter med ulik kunstfaglig bakgrunn, og som har hatt en tilhørighet til ulike miljøer. Informantene innenfor de ulike gruppene var videre fordelt over et bredt aldersspenn. Den yngste informanten var 20 år gammel, mens den eldste var 80 år gammel. Dette var i hovedsak for å sikre en bredde i utvalget, men også for å gi oss et bilde av om det fantes forskjeller mellom de inndelte gruppene som helhet.

Ettersom vi ikke hadde fått noen klare føringer fra oppdragsgiver rent utover ønsket om å undersøke de tre kategoriene, stod vi fritt til å få tak i informanter til intervjuene selv. Vi har benyttet oss av ulike metoder for å gjennomføre dette. Vi har brukt gruppens personlige kontakter, samt kontakter formidlet gjennom andre HUMPRO-studenter, utgangspunkt for å finne og komme i kontakt med informantene. Vi har også spurt enkelte av respondentene fra spørreundersøkelsen om disse kunne tenke seg å delta i et mer utfyllende intervju. I tillegg har vi også annonsert etter informanter på et internettbasert nettverksforum. Sist men ikke minst fikk vi hjelp av noen av informantene til å komme i kontakt med andre, jamfør snøballmetoden beskrevet i Thagaard.⁵²

I tråd med ovennevnte metoder ble utvalget av informanter, i likhet med utvalget av respondenter, basert på tilgjengelighet. Grunnet det korte tidsperspektivet for prosjektet var det vanskelig for oss å gjøre noen ytterligere vurderinger i forhold til utvelgingen av informanter, utover de overnevnte kategoriseringene. Vi er klare over at et utvalg basert på tilgjengelighet ville kunne innebære en viss skjevhet i informantenes interesse og engasjement for temaet, samt deres fortrolighet med forskningssituasjonen.⁵³ Ved å ha hentet inn informanter fra ulike fora og ved de ulike metodene som er blitt skissert, mener vi imidlertid å ha klart å oppnå en variert sammensetning av informanter. Informantene har ulik bakgrunn, og ulikt forhold til temaene og problemstillingen

52 Ibid, 54.

53 Ibid, 53-54.

prosjektet omhandler. Noen av informantene vi intervjuet uttrykte stort engasjement for temaene, og hadde reflektert mye rundt dem i tidligere sammenhenger. For andre var derimot problemstillingen ny.

Arbeidet med å finne og avtale intervjuer med informantene har vært en tid - og ressurskrevende prosess. Den har ikke vært problemfri, og vi har tidvis hatt problemer med treg epost- og telefonkommunikasjon med enkelte som hadde sagt seg villige til å stille som informanter. Vi opplevde også noen problemer med frafall av informanter. De fleste har imidlertid møtt oss med stor velvilje og interesse, og samtlige intervjuer har blitt avholdt innenfor en ramme av fire arbeidsuker.

Etter avtale med oppdragsgiver valgte vi kun ut informanter fra, eller med en tilknytning til, Oslo. Dette var først og fremst av praktiske hensyn i forhold til vårt ønske om å utføre personlige intervjuer med informantene. Vi så det i samråd med oppdragsgiver, at det var interessant å sentrere undersøkelsen rundt et område hvor det eksisterer et stort mangfold av kunstnere og kunstneriske miljøer. I dette lå det også en antakelse fra oppdragsgivers side om at kunstnere bosatt i distriktene, i større grad er avhengige av å søke støtte enten fra stat eller næringsliv. Dette er ut fra antakelsen om at det generelle markedet for kunstvirksomhet er mindre i distriktene enn i de urbane områdene.

3.2.3 Intervjuguiden

En sentral målsetting ved kvalitative intervjuer er i følge Thagaard⁵⁴ at man får muligheten til å gå i dybden på temaer man ønsker å få informasjon om. Vi la derfor ned mye tid og ressurser i å utarbeide en intervjuguide som kunne belyse problemstillingen, og som var hensiktsmessig for å tilegne oss mest mulig informasjon. Vi har bygget opp intervjuguiden rundt seks hovedtemaer vi opplevde relevante i forhold til kunstnerens holdninger. Det første og innledende temaet redegjorde for kunstnerens grunnleggende personalia, med spørsmål som utdanning, yrkeserfaring og familiebakgrunn. De påfølgende hovedtemaene i intervjuguiden var motivasjon, holdninger, samarbeid, økonomi og kunstnerisk frihet. Under disse hovedtemaene hadde vi igjen en rekke utfyllende spørsmål, som skulle bidra til å skape et bilde av informantenes forhold til de ulike temaene. Vi har bygget opp intervjuguiden slik at informantene i størst mulig grad måtte utforme egne svar, latt informantene fritt assosiere rundt begreper som for eksempelvis næringsliv og kunst.⁵⁵

⁵⁴ Ibid, 86.

⁵⁵ Intervjuguide, vedlegg nr. III

3.2.4 Gjennomføring av intervjuer

Intervjuene ble som sagt, gjennomført i løpet av en periode på fire arbeidsuker. Vi har vært to stykker tilstede ved hvert intervju, og fordelte oppgavene slik at én person noterte, mens den andre stilte spørsmål. Vi har i tillegg til håndskrevne notater, også brukt båndopptaker under de fleste intervjuene. Etter hvert intervju ble alle dataene skrevet ned og bearbeidet, og klargjort til den senere analysen. Vi har hørt på båndene samtidig som vi har bearbeidet intervjunotatene, og har sitert informantene der vi har sett det verdifullt. Slik har opptakene fungert som en kvalitetssikring i forhold til intervjunotatene, og har bidratt til å sikre korrekt sitering av informantene.

Kvalitative intervjuer tar i følge Holter⁵⁶ utgangspunkt i samtalen, med det formålet å frembringe informantens meningsrammer og opplevelser av begivenheter og handlinger. Det har vært et viktig mål for oss at informantene skulle føle seg komfortable i intervjusituasjonen. Vi har derfor etterstrebet å forme intervjuene mer som en slik samtale, hvor det til en viss grad har vært mulig å følge informantens egen beretning. For å opprettholde samtalepreget åpnet vi for at begge forskere kunne stille spørsmål underveis i intervjuet, der vi så dette som fruktbart. Dette var noe vi følte bidro til å gjøre intervjusituasjonen mer uformell og uanstrengt for informantene.

Ettersom intervjuene foregikk som personlige møter, har vi måttet være fleksible og imøtekommende med henhold til sted og tid. Noen av intervjuene ble gjennomført i møtelokaler på universitetet, og andre på steder valgt av informantene. Det viktigste hensynet i dette henseendet har vært at intervjuene skulle avholdes et sted hvor informantene følte seg trygge, og kunne snakke fritt. Dette føler vi har blitt fulgt opp og ivaretatt gjennom samtlige intervjuer. Vi har også etterstrebet å bruke lokaler hvor lydforholdene har ligget til rette for bruk av båndopptaker.

3.3 ETISKE VURDERINGER

Det har vært viktig for oss å arbeide etter forskningsetiske retningslinjer i prosjektet. Dette har vært både for å definere forholdet mellom forsker og informant, samt for å sikre at informantens interesse og integritet er ivaretatt gjennom forskningsprosessen. De viktigste etiske retningslinjene vi har forholdt oss til har vært prinsippet om informert samtykke, anonymisering og konfidensialitet.

56 Harriet Holter, *Fra kvalitative metoder til kvalitativ samfunnsforskning*. Fra "Kvalitative metoder i samfunnsforskning, red. Ragnvald Kalleberg og Harriet Holter (Oslo: Universitetsforlaget 1998), 16.

3.3.1 Informert samtykke

Det informerte samtykke er essensielt i en kvalitativ undersøkelse. Informert samtykke innebærer at informanten til enhver tid skal ha rett til å avbryte sin deltakelse i prosjektet, uten at dette får negative konsekvenser. Samtykket skal også være gitt uten ytre press og begrenset handlefrihet, og informanten skal fylldig informasjon om både prosjektets formål og hovedtrekkene ved dette. Det informerte samtykket skal forebygge krenkelser av informantens personlige integritet.⁵⁷

For å ivareta dette kreves det tydelighet av oss forskere når det gjelder informasjonen som går til informantene.⁵⁸ Vi har formidlet informasjon om prosjektet og innhentet samtykke fra informantene dels muntlig og dels skriftlig, da hovedsakelig per e-post. Vi har vært oppmerksomme på alltid å åpne for spørsmål om prosjektet under selve intervjusituasjonen. Dette har vi nedfelt i intervjuguiden. Når vi har gjennomført intervjuene har vi videre alltid informert om muligheten til å ikke svare på spørsmål de ikke ønsker å svare på, og at de naturligvis også når som helst kan velge å trekke seg fra intervjuet.

En utfordring ved det informerte samtykket er faren for at for mye informasjon kan bidra til å påvirke informantens svar.⁵⁹ For å unngå dette har vi gjennom intervjuguiden forsøkt å stille så åpne spørsmål som mulig til de fleste temaene vi har tatt opp.

En annen praktisk utfordring i intervjusammenheng har vært der informantene har blitt stilt ulike spørsmål. Selv om vi har tatt utgangspunkt i intervjuguiden når vi har intervjuet informantene, har intervjuforløpet variert avhengig av hvem som har ledet intervjuene, samt naturligvis også av informantene selv. I noen tilfeller har spørsmål fra intervjuguiden blitt utelatt av praktiske årsaker, og andre har dukket opp i løpet av samtalen. På denne måten har vi ikke fått samme omfang av informasjon fra informantene, og det har utviklet seg nye og viktige spørsmål underveis i prosessen. Dette har gjort det vanskeligere å sammenlikne og analysere svarene i ettertid.

3.3.2 Anonymisering og konfidensialitet

Konfidensialitet er viktig for å beskytte informantenes privatliv og identitet. Informantenes identitet og til dels lokalisering skal være ukjente for leseren. Prinsippet om konfidensialitet innebærer at

⁵⁷ De Nasjonale forskningsetiske komiteer, *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi*, <http://www.etikkom.no/retningslinjer/NESHretningslinjer/personer/9>, (oppsøkt 14. 11. 2008)

⁵⁸ De Nasjonale forskningsetiske komiteer, *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi*, <http://www.etikkom.no/retningslinjer/NESHretningslinjer/personer/8> (oppsøkt 3. 12. 2008)

⁵⁹ Tove Thagaard, *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*, 23.

informantene og deres utsagn må anonymiseres.⁶⁰ Tidlig i prosessen opplyste vi alle informantene om at intervjuene ville være anonyme, og at de dermed ikke skulle kunne identifiseres som informanter i prosjektet. Kravet om anonymitet er også viktig når informanter skal siteres, og det skal heller ikke være mulig å identifisere informantene. Dette er følgelig et ansvar som påhviler forskeren. Uansett hvor godt sitatet er, er det alltid hensynet til informantene som avgjør om det skal brukes. Forskerens etiske ansvar innebærer nettopp dette å beskytte informantens integritet, og forsøke å unngå at forskingen medfører negative konsekvenser for de som blir forsket på.⁶¹ Vi har ivaretatt dette gjennom analysen, og omtaler kun de enkelte informantene ut fra deres tilhørighet i forhold til de tre kategoriene kjønn, under utdanning vs. etablert og kunststart.

En annen side ved prinsippet om konfidensialitet er at utenforstående ikke skal ha innsyn i materialet.⁶² For dette prosjektet sin del innebærer dette at all informasjon om informantene, har blitt holdt atskilt fra avskrifter og lydopptak fra intervjuene. Hver avskrift er bare kodet med informantens nummer, og det samme gjelder for opptakene. All kontaktinformasjon samt lydopptakene, vil bli destruert etter prosjektets avslutning.

3.4 FORSKERROLLEN

En viktig side ved bruk av kvalitativ metode er den forforståelse som forskeren har til det feltet som skal undersøkes. Forforståelse kan ifølge Holter⁶³ forstås som de tidligere erfaringer forskeren har gjort om feltet som skal undersøkes. Disse erfaringene kan benyttes som hjelpemidler i det kvalitative arbeidet. De kan være en ressurs, men kan også påvirke hvordan forskeren nærmer seg feltet. Vi har, som privatpersoner og studenter, erfaringer med kunstfeltet. Noen av oss har vært aktive i kunstmiljøer, eller deltatt i kulturelle aktiviteter. Andre har kunstfaglig erfaring gjennom studier, eller har kunstnere i nær familie. Disse erfaringene gir oss dypere innsikt på området, og vi har benyttet oss av dem blant annet ved utarbeidelsen av intervjuguiden. Et problem med kjennskap til feltet kan være i hvilken grad dette påvirker analysen og hvordan vi forholder oss til informantens utsagn. Det er imidlertid momenter vi har vært klare over både i løpet av intervjuene og ved analysen, og slik forsøkt å vokte oss mot.

60 Anne Ryen, *Det kvalitative intervjuet: fra vitenskapsteori til feltarbeid*. (Bergen: Fagbokforlaget 2002), 209.

61 Tove Thagaard, *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*, 26.

62 Ibid, 24.

63 Harriet Holter, *Fra kvalitative metoder til kvalitativ samfunnsforskning*, 13.

3.5 VITENSKAPSTEORETISK GRUNNLAG OG ANALYSE

I vårt prosjekt har vi tatt utgangspunkt i en hermeneutisk tilnærming for å få en økt forståelse av informantenes utsagn og av forholdet mellom de to sfærene kunst og næringsliv. Hermeneutikken handler om forståelse som tolkning, og fremholder at man ikke kan forholde seg objektivt til såkalt rene fakta, men at forskeren derimot har en forutinntatthet i forhold til temaet som studeres.⁶⁴ I følge Geertz⁶⁵ er et mål med den hermeneutiske tilnærmingen å gi en ”tykk” beskrivelse av de fenomener som studeres. En slik tykk beskrivelse gjengir mer enn utelukkende det som observeres, og inkluderer også en fortolkning av informantenes utsagn. Når kunstnerne forteller om sine holdninger til samarbeid, er dette deres subjektive forståelse og fortolkning av dette temaet. Som forskere vil vi fortolke informantenes egne fortolkninger. Dette innebærer en dobbel hermeneutikk, hvor vi som forskere fortolker en allerede fortolket virkelighet.⁶⁶

Tolkningen av en intervjuetekst kan innenfor hermeneutikken betraktes som en dialog mellom forsker og tekst.⁶⁷ Med den hermeneutiske tilnærmingen som utgangspunkt har vi altså i vår analyse vært oss bevisste den forforståelsen vi har brakt med oss inn i prosjektet, når vi har analysert og tolket informantenes svar.

Analysearbeidet har foregått fortløpende i intervjuprosessen, og har derfor ikke avgrenset seg til å være en isolert prosess. Det er imidlertid først i selve analysekapittelet at vi vil ta utgangspunkt i det bearbejdede materialet fra intervjuene. Gjennom intervjuene har vi skaffet oss et bilde av hvordan ulike kunstnere har forholdt seg til begreper som næringsliv, kunst og samarbeid. Vi har også fått innblikk i hvilke forutsetninger som må være tilstede for et eventuelt samarbeid med en næringslivsaktør. Spørreundersøkelsen ga oss på sin side et litt større overblikk over hvordan spørsmålet om samarbeid med næringslivet er komplekst, og hvordan et større antall kunstnere fordelte seg når de kategorisk måtte plassere seg innenfor ett av tre svaralternativer.

I den kvalitative analysen har vi arbeidet både systematisk og fortolkende, og har tatt utgangspunkt i analysemetodene beskrevet av Thagaard⁶⁸ som temasentrert og personsentrert tilnærming. I den temasentrerte analyseringen arbeidet vi systematisk ut ifra hvert tema og hver enkelt spørsmålsstilling. Derifra trakk vi ut hva alle informantene svarte på hvert enkelt spørsmål. For å skape en oversikt over materialet benyttet vi oss av matriser. Vi delte informantene i de kategorier

64 Anne Ryen, *Det kvalitative intervjuet: fra vitenskapsteori til feltarbeid*, 37.

65 Geertz gjengitt i Tove Thagaard, *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*, 37.

66 Ibid, 39.

67 Ibid, 37, 39.

68 Ibid, 131-168

de tilhørte: musiker/mann/under utdanning, billedkunstner/kvinne/under utdanning, osv. På denne måten skapte vi oss et bilde av hvor skillene gikk mellom gruppene. Vi benyttet oss av den temasentrerte analysen hovedsakelig for å få en dyptgående forståelse av hvordan informantene forholdt seg til hvert tema. Vi har imidlertid supplert denne med en personsentrert tilnærming, for ikke å se informantenes utsagn isolert fra den konteksten utsagnet egentlig kom som en del av. I den personsentrerte analysen har vi arbeidet ut i fra hver enkelt informant for å finne vedkommendes holdninger uten å kategorisere utsagnene. Vi har lest gjennom hver enkelt informants transkriberte intervju for å forsøke å se sammenhenger mellom holdningene. Slik har det helhetlige bildet av hver informant stått i sentrum for analysearbeidet.

Det å angripe materialet fra to ulike vinkler hjalp oss i oppnåelsen av et mer valid tolkningsmateriale. Selv om vi benyttet oss av to analysemetoder satt vi igjen med de samme funnene som ble en indikator på at de var holdbare. Tidligere har vi nevnt bekymringen for at vi av rent praktiske årsaker, ikke hadde fått samme omfang av informasjon fra alle informantene, og at dette kunne gjøre det vanskeligere å sammenligne og analysere svarene. Da vi har benyttet oss av både en temasentrert og en personsentrert analysemetode, ga dette oss imidlertid forsikring om at materialet både hadde ett godt nok omfang, og at det var valid.

KAPITTEL 4: FUNN OG TOLKNING

I dette kapitlet vil vi betrakte, reflektere og tolke respondentenes svar og informantenes meninger og holdninger, for så å trekke konklusjoner som videre kan bli benyttet til drøfting av materialet. Vi vil først og fremst legge frem materialet som det selv viser seg. Det er kunstneres holdninger som vi vil prøve å forstå, og vi skal derfor forsøke å sette oss inn i - og se om det finnes et mønster.

Vi kommer til å legge frem funnene fra spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene. Deretter kommer vi til å tolke disse, for i denne sammenheng, å trekke frem de holdningstendensene kunstnerne har som utgjør det mest relevante for å besvare problemstillingen. Det vil bli interessant å se om det finnes likheter mellom materialet fra spørreundersøkelsen og fra intervjuene.

4.1 SPØRREUNDERSØKELSEN

Hvordan svarer så respondentene i spørreundersøkelsen på spørsmålet: 'Stiller du deg positiv, negativ eller du vet ikke, til samarbeid med næringslivet?' Er respondentenes svar sammenfallende med informantenes?

Vi har valgt å presentere tallene fra spørreundersøkelsen ved hjelp av matriser. I og med at spørreundersøkelsen var basert på tilfeldig utvalg og tilgjengelighet fikk vi en ujevn kjønnsfordeling, med 35 kvinner og 25 menn. Denne delingen tilsvarer 59 prosent kvinner og 41 prosent menn. På grunn av skjevheten har vi valgt å dele inn i to matriser, henholdsvis med menn og kvinner. Dette vil enklere vise forskjeller i tallene i og med at kjønnene vil tilsvare 100 prosent i hver matrise.

4.1.1 Kvinner

Kvinneres holdninger til samarbeid med næringslivet (prosent)

	Billedkunst under utdanning	Musikk under utdanning	Billedkunst etablert	Musikk etablert	
Positiv	20	17	14	20	71%
Negativ	0	0	3	0	3%
Vet ikke	6	11	6	3	26%
	26%	28%	23%	23%	100%

Av kvinnene som deltok i spørreundersøkelsen stilte majoriteten seg positiv til samarbeid med næringslivet, med hele 71 prosent av svarandelen. 3 prosent av kvinnene stilte seg negative, mens 26 prosent krysset av for "vet ikke". Blant de positive kvinnene er kategoriene ganske jevne. Billedkunststudentene og de etablerte musikerne har høyest svarandel av positiv innad i gruppene, men de etablerte billedkunstnerne har den laveste. Det er viktig å få med at de kvinnene som stilte seg negative kun er etablerte billedkunstnere, og det finnes heller ingen annen gruppe respondenter som har krysset av for dette alternativet. Av de som svarte "vet ikke" lå den høyeste svarprosenten hos musikkstudentene, mens billedkunstnerne, både studenter og etablerte, hadde en seks prosent svarandel.

Blant de kvinnelige, etablerte musikerne stilte flesteparten seg positive, mens musikkstudentene er delte mellom positiv og "vet ikke". Hos billedkunststudentene er positiv det mest svarte alternativet, mens de etablerte billedkunstnerne var med delte i sin innstilling og har svart mer jevnt utover alle svaralternativene. Også blant denne gruppen stiller riktignok majoriteten seg positiv til samarbeid.

4.1.2 Menn

Menns holdinger til samarbeid med næringslivet (prosent)

	Billedkunst under utdanning	Musikk under utdanning	Billedkunst etablert	Musikk etablert	
Positiv	8	12	16	24	60%
Negativ	4	4	0	0	8%
Vet ikke	12	4	12	4	32%
	24%	20%	28%	28%	100%

Når det gjelder mennene så stilte flertallet seg positive til samarbeid med næringslivet, med 60 prosent av svarandelen fordelt på dette alternativet. 8 prosent av mennene stilte seg negative, mens 32 svarte ”vet ikke”. Blant de positive mennene er kategoriene delte i sine svar. Den gruppen som er mest positiv er de etablerte musikerne, med 24 prosent av respondentene på dette svaralternativet. Billedkunststudentene og musikkstudentene hadde den laveste andelen, med henholdsvis 8 og 12 prosent av gruppene som positive. Det var kun blant gruppene studenter at det var krysset av for alternativet ”negativ” i undersøkelsen. Av de som svarte ”vet ikke” utgjør billedkunstnerne den største andelen, med 24 av til sammen av 32 prosent usikre.

Blant de mannlige musikerne stilte de fleste respondentene seg positive, blant de etablerte samt studentene. Hos de mannlige billedkunststudentene plasserte majoriteten av svarene seg i kategorien ”vet ikke”, men fordelte seg ellers over alle alternativene. De etablerte billedkunstnerne fremstod som mer delte mellom alternativene positiv og negativ, i sine svar.

4.1.3 Hva er tendensene?

Ut i fra spørreundersøkelsen har vi funnet ut at hele 67 prosent av respondentene stiller seg positive til samarbeid med næringslivet, men at kvinnene generelt er mer positive enn mennene. Det viser seg at det er de mannlige studentene som er utslagsgivende for menns generelt mer negative holdning. Blant kunststartene er det billedkunstnerne som er mest negative eller usikre på om de kunne tenke seg et samarbeid, mens musikerne i større grad stiller seg positive. Mellom kategoriene etablert og under utdannelse finnes det derimot ingen klare tendenser som kan tilsi om den ene

gruppen er mer positiv enn den andre. Funnene fra spørreundersøkelsen kommer til å diskuteres ytterligere i tolkningsdelen i dette kapitlet, i lys av funnene fra intervjuene.

4.2 KVALITATIVE FUNN

”Analyse av kvalitative data innebærer alltid å redusere datamengden”⁶⁹. Derfor kommer vi videre til å gå i dybden av intervjuene og trekke frem enkelte av punktene i intervjuguiden som vi ser relevante for å kunne svare på problemstillingen, som på best mulig måte får frem kunstneres holdninger. Vi går derfor her inn i de spørsmålsstillingene som ble beskrevet i kapittel 1: Hvorfor har de ulike holdninger? Er det på grunn av erfaring? Er det på grunn av familiebakgrunn og motivasjon? Er det på grunn av at de har ulikt kunstsyn? Har de ulike syn på næringslivet? Hvordan forstår disse to gruppene samarbeidsbegrepet? Hvordan forholder de seg til kunstneres økonomiske situasjon?

4.2.1 Erfaring fra næringslivet:

Det er på grunnlag av erfaringene våre at vi ender opp med de holdningene vi har. Gode eller dårlige erfaringer med næringslivet er dermed utslagsgivende for hvordan en kunstner i dag stiller seg til gjentakende samarbeid. Hvilke erfaringer har kunstnerne i møte med næringslivet? Er det enkelte grupper som har mer erfaring?

I overkant av halvparten av informantene sier de har utstrakt erfaring med samarbeid. Av disse skiller musikerne seg ut som den gruppen hvor nærmest alle, både musikkstudentene og de etablerte, svarer at de har mye erfaring, og de beskrives i stor grad som positive.

De er veldig ryddige, ute i god tid, alltid har de kontrakter, alltid betaler de det de skal når de skal. Positive erfaringer.

- Etablert musiker, kvinne

De negative opplevelsene knyttes derimot til situasjoner hvor informantene har gjort oppdrag de har ansett som lite musikalsk interessante.

⁶⁹ Anne Ryen, *Det kvalitative intervjuet: fra vitenskapsteori til feltarbeid*, 145.

Næringslivet ser jeg på som en melkeku. Kun opptatt av penger, ikke prestige. Jeg presterer mindre, kommer dit for å gjøre jobben. Kun inntjening av penger. Er ikke status å spille i et oppdrag for næringslivet. Og man snakker ikke om det, er lavstatus over det. Blir en håndverksbit, ikke kunstner. Det er ikke folk som kommer dit for å høre på nettopp deg.

- Musikkstudent, mann

Blant billedkunststudentene er det derimot få som har vært involvert i samarbeid. Flere av informantene, særlig kvinnene, forteller at dette er noe det ikke er spesielt mye fokus på, ”ikke noe man snakker høyt om,” selv om de stort sett har inntrykk av at andre har positive erfaringer. De fleste etablerte billedkunstnerne viste seg tilsynelatende uvitende om at næringslivssamarbeid var mulig. Da det ble snakket om samarbeid gjenga de det som var det et vanlig oppdrag, eksempelvis bestillingsverk og utsmykning. De fleste har i løpet av sin karriere levd av kunstnerlønn fra staten, enkelte har nevnt betydningen og verdien av å være tilknyttet galleri og utstillingsvirksomhet, mens flere har produsert en kunstvare for en bedrift og til offentlig utsmykning. To av de etablerte har sagt nei til oppdrag. En av de kvinnelige billedkunstnerne hadde ett oppdrag fra næringslivet som var en negativ erfaring:

Bedriften ville styre, mens jeg ville ha frie tøyler. Siste avgjørelse burde være opp til meg. Kinkig å få til et godt samarbeid fordi vi var så forskjellige.

- Billedkunstner, etablert, kvinne

Vi ser dermed at musikerne og billedkunstnerne har ulike erfaringer med samarbeid. De to gruppene skiller seg også tidlig fra hverandre i innstilling til hvordan et møte skal være. Der musikerne anser næringslivet som noe de er uløselig knyttet til i form av økonomisk tilskudd og arbeidsrelevans, er billedkunstnerne, med erfaring, tidlig ute med å vurdere hvorvidt et samarbeid kan være positivt eller negativt i forhold til sitt eget kunstneriske virke.

4.2.2 Familiebakgrunn og motivasjon

Hvor viktig var foreldres og/eller andre nære personers støtte og oppmuntring for den ”unge” kunstneren? Var foreldrenes yrke utslagsgivende for kunstnerens valg av karriere? Har familiebakgrunn noe å si for innstillingen til næringslivet?

De aller fleste vi intervjuet har familie eller omgangskrets som er utøvende innen en eller annen kunstpraksis. Men, det finnes allikevel grader av kunstnerisk engasjement. De med kunststerk familiebakgrunn, med den såkalte, kulturelle kapitalen, påpeker at dette gjorde valget om å satse på kunst lettere og for enkelte var det dermed også en ganske naturlig vei.

I og med det er så store forskjeller i holdninger og forbehold for om de er positive eller negative til samarbeid, ser vi at en kunstnerfamilie ikke nødvendigvis har noe å si for om kunstneren er samarbeidsvillig eller ikke. Det som imidlertid er påfallende er at to av billedkunstnerne med sterke motforestillinger til næringslivet har en kunstnerisk familiebakgrunn. Det vil si at i disse hjemmene var foreldrene selv utøvende kunstnere, og var dermed svært opptatt av den kunstneriske livsførselen. ”Jeg vokste opp på teater og på atelier”, sier en etablert kvinnelig billedkunstner. De er opptatte av at kunstvirksomhet skal anses på lik linje med annet samfunnsarbeid. Den tredje etablerte billedkunstneren som også hadde sterke motforestillinger, hadde derimot ingen kunstfamilie, men sier selv at han kom fra en ”typisk arbeiderklassefamilie”. Ingen av disse tre kunstnerne er opptatte av materielle verdier og er skeptiske til at kunstobjekter omsettes i kapital. En av dem kommenterer hvorfor hun ikke ser penger som en motiverende faktor:

Det er noe kremmeraktig over det hele, og jeg er så ufattelig lite kremmer av meg [...] Når kunst blir næringsliv får jeg fnatt.

- Billedkunstner, etablert, kvinne

De andre kunstnerne, både billedkunstnere og musikere, som har en lettere blanding av kunstvirksomhet i familie og omgangskrets, sier at de begynte med kunst av personlige årsaker, de var flinke til håndverket og/eller de ble oppmuntret av fagmiljøet. Av disse er det flere som nevner at de kommer fra pengesterke familier. En musiker forklarer hvorfor han, ved siden av musikkutdannelsen, også utdanner seg i en mer pengemotivert retning:

Jeg er vant til en viss levestandard [...] og ville ikke være fornøyd med å bare tjene en lav kunstnerlønn

- Musikkstudent, mann

Det er selvfølgelig mange ulike årsaker til hvorfor vårt utvalg av kunstnere driver med kunst. Men det er påfallende mange som påpeker at oppvekst hadde mye å si for deres virke i dag.

4.2.3 Kunstsyn

Hva skal kunsten være? Har musikere og de visuelle kunstnerne ulike syn på hva kunstens formål er? Kan kunstsynet være utslagsgivende for om de vil samarbeide med næringslivet?

Det går klart frem av intervjuene at kunstnerne innenfor musikk og billedkunst har ulike tanker om hva kunsten skal være og hva dens funksjon er. Alle musikerne sier at kunst er uttrykte følelser som mottaker skal oppleve. Flere sier også at kunsten er et berikende supplement til hverdagen. ”Kunst er selve livet!” (Etablert musiker, kvinne).

Dette er en stor kontrast til hva billedkunstnerne mener om kunst. Mange synes at det er vanskelig å svare på fordi de opplever seg som så ”i” det, at det derfor er vanskelig å besitte et objektivt syn. Men, det kommer frem hos samtlige at kunsten skal være en kritisk røst og problematisere normer og regler, være med på å utvikle samfunnet i sin helhet. En kvinnelig billedkunststudent sier følgende om kunst:

Det vakre utopia som gjør oss til bedre mennesker. Når massene velger en vei, så skal kunsten rope opp en annen vei.

- Billedkunstnerstudent, kvinne

De etablert innen denne gruppen mener også at kunsten har en diskursiv funksjon som generer nye tanker til hvordan menneskene kan leve. Det fremkommer av dette at flere innenfor denne gruppen vektlegger generelt intellektuelle, filosofiske og politiske verdensforståelser i sin kunstvirksomhet. Billedkunststudentene viser at de er kritiske til sin egen disiplin, at de er opptatte av å sette spørsmålstegn til kunsten selv, og til kunstinstitusjonen. De opplever det problematisk at det der kun lages kunst for kunstnere og kjennere.

Vi ser at det er tydelige forskjeller hos de to gruppene. De ser på eget yrke med svært forskjellig blick og likedan hva deres roller gjelder i denne sammenhengen. Musikeren ser på kunsten som innehaver og formidler av følelser og seg selv som håndverkere og formidlere av denne følelsen. Mens billedkunstnerne derimot ser på kunst med en diskursiv funksjon med intellektuelle meddelelser gjennom sin kunstvirksomhet. Kunstsyn blir med dette utgangspunktet i forsøket på å forklare kunstnerens varierende holdninger til samarbeid med næringslivet, da henholdsvis mellom kunstarter. Det blir derfor interessant å se hvordan de ser på næringslivet og næringslivets formål.

4.2.4 Næringslivet

Hva ser kunstnerne på som næringslivets formål? Synes de næringslivet utgjør en positiv gruppe i samfunnet, eller er de negativ innstilt? Kan kunstnernes innstilling til næringslivets funksjon ha noe å si for om de vil samarbeide med dem eller ei?

Musikerne i begge grupper har en positiv og/eller en nøytral holdning til hva næringslivet er og til hva dets funksjon er. Næringslivets oppgave er blant annet å få samfunnet til å gå rundt, å tilføre goder, å føre til en rettferdig fordeling av ressurser, og å være en viktig arena for arbeid og for å holde markedet i gang. Næringslivet ses altså gjennom et nytteperspektiv.

Billedkunstnerne i begge grupper, har en mer negativ og/eller nøytral vinkling til hva næringslivets formål angår. De nevner at det har som egeninteresse å tjene penger, at det fører til et overflodssamfunn, at det ikke er annet enn negativt å strebe etter gull og grønne skoger, og at å generere profitt er negativt. Men, også at næringslivet får hjulene til å gå rundt, holder oss i live og står for sysselsetting.

Billedkunststudentene med kritisk blikk til kunstinstitusjonen likeså næringslivet, mener at kunstnere har noe å lære av næringslivet. Dette forklarer de ved å beskrive at kunstneren har et formidlingsproblem. Dette problemet kan oppløses ved at kunstneren blir "tvunget" ut av sitt lukkede nettverk.

Noen kunstnere blir hengende fast i sin egen kommunikasjon med sitt eget arbeid. Hvis de samarbeider med næringslivet vil de kanskje bli tvunget til å kommunisere mer utover også.

- Billedkunstner, student, mann

Vi ser derfor at musikerne og billedkunstnerne har ulike holdninger til næringslivet. Men, ser kunstnerne motsetninger eller fellestrekk mellom kunst og næringsliv? Kan kunst og næringsliv forenes?

Det som går igjen hos billedkunstnerne er at de mener næringsliv og kunst har ulike verdier. Den største motsetningen er at næringslivet har et større krav til inntjening av penger. Mens noen billedkunstnere opplagt ønsker det samme, er de fleste opptatte av at penger ikke skal ligge som intensjonen bak kunstverk og kunstproduksjon generelt sett.

Det er veldig viktig med en bevisstgjøring rundt hva det er vi kunstnere holder på med. Det å tjene penger blir jo et element i alles liv, også i kunstneres. Men, det er farlig å bli for kåt på pengene.

- Billedkunstner, etablert, kvinne

På en annen side er det enkelte som vektlegger viktigheten av å markedsføre seg selv. Dette gjelder først og fremst for de etablerte musikere, og bare én etablert mannlig billedkunstner. De etablerte musikerne er i overensstemmelse når de ser næringsliv og kunst som forenelige med fellestrekk. De bidrar til hverandres fordel nettopp ved at de har disse ulike verdiene. Begge stiller samme krav til hardt og fokusert arbeid for å muliggjøre utvikling. Næringslivet er noe vi er avhengig av økonomisk sett mens kunsten har en supplerende rolle i hverdagen. På denne måten knyttes de to sammen til å utgjøre livet selv. Musikstudentene ser på kunst og næringsliv som billedkunstnerne gjør. De har ulike verdier som er vanskelige å forene ved at penger er næringslivets overordnede mål.

Billedkunstnerne ser på næringsliv og kunst som vanskelige å forene, mens musikerne ser at de har fellestrekk. Samtidig er det forskjeller mellom de etablerte billedkunstnerne og billedkunstnere under utdanning. Studentene ser i større grad næringslivet og kunst som grupper som kan dra nytte av hverandre;

Jeg mener at næringslivet er flinkere til å se kunstneres ressurser enn kunstnerne selv. Der hvor billedkunsten vokser ut av ideen om den opphøyde autonome kunstneren har næringslivet en annen historie.

- Billedkunstner, student, mann

I tillegg er det en billedkunststudent som ser problematikken mellom kunst og næringsliv i internasjonal sammenheng og hvordan det der håndteres forskjellig:

I Norge er kunsten drevet av statlige støtteordninger stort sett, fordi markedet ikke er så stort. I England er kunsten mer i kontakt med næringslivet. Fordi man er mer avhengig av å selge ser, fordi man ikke får en årslønn fra staten. Jeg tror det er en gjensidig fascinasjon mellom de to verdenene. Konservative holdninger om hvordan man skal være i både kunsten og næringslivet.

- Billedkunstner, student, kvinne

De etablerte billedkunstnerne er på sin side mer delte i sine holdninger. De ser næringslivet og kunsten som ulike størrelser med store motsetninger. Dette skal forstås på bakgrunn av det vi har skissert over hvor kunsten har en rolle som regulator, kritisk og intellektuell røst med et åndelig aspekt. Det skal stå i kontrast til - og i motsetning til å sammenfalle, i større grad kommentere blant annet det materielle og kapitalistiske som næringslivet representerer.

4.2.5 Samarbeid med næringslivet

Kunstnerens ulike formeninger om kunst og næringsliv kan kanskje gjenspeiles i om de faktisk vil inngå samarbeid. Vil kunstnerne samarbeide med næringslivet? Hvis ikke, hvorfor?

Musikerne stiller seg i større grad positive til dette og trekker fram fordelaktige sider ved et slikt samarbeid. Noen trekker frem muligheten å få møte et nytt publikum som kanskje ikke ville oppsøke musikken deres på eget initiativ. Disse menneskene omtales som dem med lavere kulturell kapital. Det fremheves også hyppig ryddighet fra næringslivet i slike avtaler, - at de har kontrakter og betaler for seg. I den sammenhengen trekker to av de etablerte musikerne også frem at kunstnerne har noe å lære av næringslivet.

Det økonomiske aspektet ved næringslivsrelasjonen blir nevnt som viktig av de fleste informantene innen gruppen av musikere. Musikerstudentene fokuserer i større grad enn de andre informantene på at de gjør såkalte "drit-giger" for penger. Noen av musikkstudentene sier at de ikke tar næringslivet seriøst som arena for kunsten, og én av dem uttrykker forbehold mot for eksempel å spille taffelmusikk, da han ikke anser dette som kunst.

Billedkunstnerne er mer spesifikke på å uttrykke forbehold til spørsmålet om samarbeid med næringslivet. Noen av de etablerte billedkunstnerne har større vanskeligheter med å se for seg felles målsettinger og møtepunkter med næringslivet, og sier at relasjonen slik forandrer seg fra samarbeid til oppdrag, noe de er mindre interessert i. De ser samarbeid som noe kvalitativt annerledes enn en situasjon hvor én aktør ansettes av en annen for å gjøre en jobb eller være en "innspillsleverandør." De stiller seg imidlertid positive hvis forholdene for et reelt samarbeid og et meningsfullt prosjekt hadde ligget til rette. Disse billedkunstnerne er også generelt mer positive til å motta støtte fra statlig hold enn fra næringslivshold.

Det kommer fram at det er flere av billedkunstnerne, både etablerte og under studenter, som mener at næringslivet kunne tatt med kunstnere tidligere i planleggingsfasen av et prosjekt. I stedet for å hente inn kunstnere i slutfasen som "pynteinnslag" vil de være med å påvirke prosjektet fra start til slutt. Her poengteres forskjellen på et oppdrag og et reelt samarbeid. Nedenfor forklarer en

billedkunstner hvordan et samarbeid, som uttalt av flere, hypotetisk sett helst skulle se ut:

De beste prosjektene må være når man blir involvert i et samarbeid tidlig i prosessen, og næringslivet ennå ikke har veldig klare formeninger om hva de ønsker kunstneren skal gjøre. I en slik situasjon med stor åpenhet rundt prosessen vil det kunne åpnes veier for alle aktørene. Det ideelle må være om 5-6 kunstnere kan gå sammen om å danne en slags tankeplattform rundt et prosjekt.

- Billedkunstner, etablert, mann

Flere av kunstnerne nevner også det prekære med frihet i et samarbeid. Bedriften må ikke legge for sterke føringer på kunstprosjektene og de må få jobbe på egne premisser. Dette er et viktig forbehold fra kunstnernes side. Én av musikkstudentene nevner, som sagt, også dette i forbindelse med sine erfaringer som underholder/bakgrunnsmusiker.

Én av de etablerte billedkunstnerne skiller seg imidlertid ut ved at han stiller seg nesten uforbeholdent positiv til å samarbeid, og foretrekker å motta støtte fra næringslivet heller enn staten fordi han mener at dette bidrar til å sikre at han produserer noe som utfyller en bestemt funksjon/nytte.

Vi finner også forskjeller mellom kjønn. Angående samarbeid uttrykker de kvinnelige billedkunstnerne, både studenter og etablerte, at de har sterke forbehold. For flere av informantene avhenger et eventuelt samarbeid av bedriften selv, at de møter personer der som de kunne tenke seg å samarbeide med, bedriftens motiv for samarbeidet og i hvilken grad samarbeidet også kan foregå på kunstnerens premisser.

Jeg blir ofte matt av mange tankerganger rundt kunst som et varepreg. Jeg må sikkert forandre innstilling. Men da må man jo møte personer som man vil samarbeide med.

- Billedkunstner, student, kvinne

De mannlige billedkunstnerne ser i større grad et samarbeid med næringslivet som positivt i forhold til formidling av kunsten, mulighet til nettverksbygging, og det å få tilgang på et nytt publikum. Én mannlige informant uttrykker derimot skepsis, da han oppfatter at han ikke har samme mål som næringslivet. Han trekker frem at han ikke har sett eksempler på fruktbare samarbeidsprosjekter i Norge, men ville stilt seg positiv dersom dette var mulig å oppnå.

Kunstnerne tar risiko hele tiden. Kunstnere vet ikke om prosjektet blir bra [...] Næringslivet må jo også være villig til å ta risiko. Hadde det vært vellykkede samarbeidsprosjekter mellom kunstnere og næringsliv hvor det hadde blitt skapt noe nytt, så hadde vi hørt om det. Men jeg kommer ikke på noe her i Norge.

- Billedkunstner, etablert, mann

Videre sier han:

Ser ikke at næringslivet har samme mål som meg og kunsten. Bli penger det viktige er det ikke interessant. Skal det bli fruktbar må det bli mer enn sponing. Begge partier må inngå samarbeid.

- Billedkunstner, etablert, mann

Selv om informanten sitert ovenfor stiller seg kritisk til næringslivssamarbeid, er det fortsatt gjennomgående at kvinner har flere forbehold enn menn innen gruppen av billedkunstnere.

4.2.6 Økonomi

Det finnes en oppfatning om at kunstinstitusjoner som er finansiert ved egeninnsats, er dårligere enn dem med offentlig finansiering. ”Hovedregelen er: jo lengre unna markedet den økonomiske kilden er, jo høyere status gir pengene.”⁷⁰ Hvordan fortøner dette seg hos våre informanter?

Innenfor billedkunstgruppen er det lagt stor vekt på problemstillingen rundt økonomi. Ingen driver med kunst for å tjene penger. Det er imidlertid vanskelig å leve av å være kunstner uten fast inntekt, arbeidsmarkedet er trangt og det er hard konkurranse. Å selge sine produkter er ikke lett, ikke alle ønsker å selge til hvem som helst, og med mindre man legger seg på en stram markedsføringspraksis blir kunsten stående på atelieret. De aller færreste ønsker å måtte markedsføre seg. Dette fører til at kunstnerne må ta seg jobber ved siden av som igjen fører til at fokus og energi blir rettet mot et annet virke, som i utgangspunktet bare skulle være en bijobb. Derfor understreker billedkunstnerne betydningen av de statlige støtteordningene. Studentene ser på staten som den beste ordningen for at de kan få utføre sitt kunstneriske virke slik de selv vil. Næringslivssamarbeid kommer inn som aktuelt hos billedkunstneren så lenge det som skal utføres er av relevans for kunstnerens eget personlige og aktuelle arbeidsprosjekt.

For musikerne fortøner deg seg derimot annerledes. For dem er det store skillelinjer mellom hva

⁷⁰ Dag Solhjell, *Kunst-Norge: En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*, 38.

man på den ene siden gjør kun for pengenes skyld, i motsetning til på den andre siden, det som bygger opp under musikkarrieren. Nemlig å spille på begivenheter hvor det er uttalte kjennere og andre musikere til stede, som ikke innebærer betaling som motiv for oppdraget.

4.2.7 Andre ressurser

Ser informantene at de har andre ressurser rent utover det å kun produsere kunst? Hvis de mener de har andre egenskaper, er de villig til å benytte seg av disse i et samarbeid med næringslivet?

Mange av informantene synes det var vanskelig å visualisere andre egenskaper enn de rent fagspesifikke ved spørsmål om de følte de hadde fått noen andre ressurser/kunnskaper gjennom utdanningen sin. Noen uttrykte at de ikke følte de hadde opparbeidet seg slike kunnskaper, og noen var ikke opptatt av å skulle ha slike ressurser overhodet, men ytret at de derimot utelukkende ønsket å fokusere på kunsten. Særlig blant billedkunstnerne er det flere som uttrykker slike vanskeligheter med å identifisere sine alternative evner. Dette kommer også til syne gjennom spørsmålet om hva de føler de kan tilby en samarbeidspartner i en samarbeidssituasjon. Noen av dem som ikke ser hvordan de kan bidra i en slik situasjon påpeker at et samarbeid kun er samarbeid dersom to aktører utformer et prosjekt sammen. Kommer en billedkunstner inn som en innspillsleverandør, er det et oppdrag i tradisjonell forstand. Dette er de samme billedkunstnerne som tidligere også har uttrykt at næringslivet og kunsten representerer to vesensforskjellige og per i dag uforenlige sfærer.

Flere av de andre billedkunstnerne har imidlertid sagt at de kan bidra som innspillsleverandører med sin kreative kompetanse, i form av estetisk utforming eller som fagperson ("innkjøpsansvarlig for en bedrift"), og representerer her en utvidelse av samarbeidsbegrepet til det de ovennevnte billedkunstnerne kategoriserer som "oppdrag" og "ansettelser."

Blant musikerne i undersøkelsen er det flere som trekker frem sine erfaringer med å samarbeide. De nevner formidling, fremførelsesteknikk, selvdisciplin og kommunikasjon, som elementer de som kunstnere kunne tilført andre aktører i et samarbeid. Samarbeidsrelasjonen kan slik sett fungere som en slags kompetanseoverføring. Det er også enkelte av musikerne som nevner styrker som stressmestring, gjennomføring av prosjekter og evne til å gjøre et godt håndverk som ting de kunne tatt med seg inn i en samarbeidsrelasjon.

Det er vesentlig å legge vekt på det faktum at billedkunstnere under utdanning har interessante tanker om samarbeid. Dette kan ha noe å gjøre med at dagens kunstnerrolle tegner seg annerledes enn den langt mer tradisjonelle billedkunstneren fra tidligere tider. I dag inngår kunstnerrollen

kanskje mer utydelig i samfunnsbildet, ikke i form av å ha skapt ett produkt, men i større grad med en utviklet tankeevne, helhetlig forståelse og kreativitet i forhold til å åpne nye rom og se nye muligheter.

4.3 TOLKNINGEN AV HOVEDFUNN

Ved at vi har brukt temasentrert og personsentrert analysemetode kan vi trekke grove linjer i informantenes uttalelser, og dermed lettere se om de generelt sett stiller seg positive eller negative til samarbeid med næringslivet. Grunnen til at vi gjør dette er for grovt å få en oversikt hvor informantene befinner seg i landskapet. Etter å ha dannet dette skillet vil vi gå mer i dybden av funnene for å trekke frem de viktigste holdningstendensene, og tolke dem videre i en drøfting. Vi vil stort sett forholde oss til de kvalitative funnene, men vil også trekke inn resultatene fra spørreundersøkelsen der disse fremstår som interessante.

Generelt sett stiller alle informantene seg positive til samarbeid. Sagt på en annen måte er det ingen som har uttrykt at de aldri kunne tenke seg et samarbeid. Dette er vårt viktigste funn, og dette sammenfaller også med funnene fra spørreundersøkelsen. Når dette er sagt, har det i våre samtaler med informantene dukket opp flere interessante tema. Det er i disse samtalene de sammensatte holdningsmønstrene avsløres, og det er denne kompleksiteten vi vil forsøke å belyse videre i dette kapitlet.

Ut i fra vårt materiale har vi sett at vi kan fordele informantene i ulike grupperinger. Vi har funnet at det finnes ulike grader av åpenhet til samarbeid, og med utgangspunkt i disse har vi valgt å kalle inndelingene for *den positive kunstneren*, *den forbeholdne kunstneren* og *den skeptiske kunstneren*. Blant våre tjue informanter er det fire som stiller seg uforbeholdent positive. Tretten informanter har forbehold og tre er skeptiske. Når vi sier at informanter har forbehold, så menes det at de har et begrenset og kritisk syn på samarbeid med næringslivet, men de er ikke fullstendig negative. Det blir så vår hovedoppgave å skissere disse gruppene for finne ut hvor skillene mellom dem ligger.

4.3.1 Den positive, den forbeholdne og den skeptiske

Det mest klare og interessante funnet er forskjellen mellom kunstnerne og deres holdninger. De fleste musikerne er positive, med lite forbehold til et eventuelt samarbeid med næringslivet.

Billedkunstnerne er generelt sett mer kritiske, noe som også sammenfaller med funnene fra spørreundersøkelsen. Billedkunstnerne har generelt svart mer utfyllende, og det har ofte virket som om de har gjort seg flere tanker rundt denne problemstillingen. Det er ut ifra dette vi har inndelt informantene i gruppene - den positive, den forbeholdne og den skeptiske kunstneren.

Musikerne og billedkunstnerne har ulike oppfatninger og holdninger til begrepene kunst, næringsliv, samarbeid og økonomi. Som vi har påvist har musikerne mye erfaring med næringslivet. De har ofte tatt oppdrag og gjort mye arbeid med - og for dem. De ser også næringslivet som noe nyttig, ved at de i større grad er opptatt av å markedsføre seg selv, og ved at de også er publikumssøkende. Ved at de driver med musikk og ofte samarbeider med andre musikere, stiller de seg generelt positive til å inngå i en samarbeidsrelasjon. De ser klart at de har mange ressurser utover det å produsere kunst. Dette kan sees i sammenheng med at de har et klart definert arbeidsområde, at de arbeider ut i fra et instrument som de håndterer, og at de ved hjelp at dette instrumentet også ofte samarbeider med andre musikere. Musikeren vil på denne måten falle inn under kategorien som den positive kunstneren, nettopp fordi han stiller seg positiv til samarbeid med næringslivet som noe av nytteverdi. En tydelig tendens er at musikerne ikke ser på seg selv som kunstnere, men som håndverkere. Mange er ikke komfortable med å bruke kunstnerbegrepet om seg selv. Det er derfor interessant å se hvordan de skiller seg fra billedkunstnerne på dette området. Musikerne ser ut til å ha et kunstsyn der de vektlegger følelser som det viktigste i deres kunstform, mens billedkunstnerne vektlegger helt andre idealer.

Billedkunstnerne synes at kunsten skal ha en diskursiv funksjon som generer nye tanker om hvordan mennesker kan leve. De vektlegger generelt intellektuelle, filosofiske og politiske verdensforståelser i sin kunstvirksomhet. På denne måten er de mer prosessorienterte med sitt kunstneriske arbeid. Billedkunstnerne har større vanskeligheter enn musikerne med å se hvilke ressurser de har, rent utover det å produsere kunst. En mulig forklaring på dette er at billedkunstnerne er mer introverte og individuelt orientert i arbeidene med sine verk, og ikke deltar i den type samarbeidsform som det musikerne gjør. Dette kan også bidra til å forklare hvorfor denne gruppen er mer kritisk til samarbeid. Billedkunstnerne har heller ikke mye erfaring med næringslivet, og beskriver næringslivet generelt med en nøytral eller negativ holdning. Kunst og næringsliv vurderes blant mange av informantene som representanter for uforenelige verdier. Vi vil derfor kategorisere billedkunstneren som den forbeholdne og skeptiske kunstneren. Det er interessant å se at kategorien den skeptiske kunstneren, i vår undersøkelse består av tre kunstnere som alle er etablerte billedkunstnere. Den forbeholdne kunstneren består stort sett av billedkunstnerne under utdanning, samt enkelte etablerte billedkunstnere og musikere.

Hvor kommer så dette skillet mellom musikere og billedkunstnere fra? Kan dette ha noe å gjøre med hvordan de ulike kunstformene ser på seg selv, - ved at musikerne ser på seg selv som håndverkere mens billedkunstnerne ser på seg selv som ideologisk meningsytrende? Skillet mellom den positive, forbeholdne og skeptiske kunstneren er noe vi kommer til å drøfte videre i neste kapittel. Vi kommer også her til å se på skillet mellom håndverkeren og kunstneren.

4.3.2 Kjønnspromblematikken

I spørreundersøkelsen fant vi at menn stort sett stilte seg mer kritiske til samarbeid enn kvinner. Disse dataene skiller seg fra funnene fra intervjuene, hvor kvinnene fremstod mer skeptiske enn mennene. Dette skillet springer hovedsakelig ut fra kategorien billedkunstnere i intervjumaterialet, hvor de kvinnelige billedkunstnerne stilte seg mer kritiske til å samarbeide enn de mannlige. Grunnene til at funnene våre avviker fra hverandre kan være fordi at vi i et dybdeintervju får mer nyanserte bilder av informantenes holdninger, mens respondentene i spørreundersøkelsen forholder seg til konkrete og fastlagte svar. Respondentene i spørreundersøkelsen kan også føle seg mer bundet til å svare ett mer substansielt alternativ, selv om dette ikke nødvendigvis viser nyansene i deres holdninger. Dette stiller på sin side større krav til spørsmålsstillingen⁷¹. Uansett velger vi å stole på at funnene vi har gjort gjennom intervjuene er mer beskrivende for diskusjonen rundt kunstneres holdninger til samarbeid, enn hva svarene fra spørreundersøkelsen er.

De kvinnelige billedkunstnerne i intervjuene hadde flere forbehold angående et samarbeid med næringslivet. De uttrykte at et slikt samarbeid i større grad er avhengig av bedrift og prosjekt, samt bedriftens motiv for det aktuelle prosjektet. Videre uttrykte disse informantene at samarbeidet også var avhengig av i hvor stor grad dette foregikk på kunstens premisser.

De kvinnelige billedkunstnerne er i dette tilfellet mer opptatte av møtet, - hvilken plattform de møter næringslivet på, og hvorvidt møtet skjer på kunstens premisser slik at kunstens frihet og autonomi er ivaretatt. Mennene er i større grad opptatte av å formidle og få kunsten ut til folket, og vektlegger ikke i like stor grad de kunstneriske premissene. Vi må her legge til at det var én mannlig billedkunstner som hadde samme synspunkt som kvinnene, og mente at kunstneren og hans kunstneriske frihet måtte stå i fokus. Men hvor kommer dette kjønnsskillet mellom billedkunstnerne fra? Kan det skyldes næringslivets tradisjonelt mannsdominerende profil, og at et samarbeid med næringslivet av den grunn appellerer mer til menn enn kvinner? Dette er også spørsmål som vil bli drøftet videre i neste kapittel.

⁷¹ Østbye et al.: *Metodebok for mediefag*, 142.

4.3.3 Nye rom, nye muligheter?

Kategoriene etablert/under utdanning viste seg å ikke inneholde store forskjeller i spørreundersøkelsen. I dybdeintervjuene derimot viste det seg derimot større forskjeller mellom disse kategoriene, da henholdsvis mellom etablerte billedkunstnere og billedkunststudenter. De etablerte billedkunstnerne var mer negative til samarbeid enn studentene. Studentene hadde på sin side interessante tanker om hvilke andre ressurser de besitter utover det å produsere kunst, og de så på næringsliv og kunst som to verdener som kunne dra nytte av hverandre. I tillegg er det viktig å bemerke at studentene ofte hadde tendenser til å være kritiske til kunstinstitusjonen, og at de i større og mindre grad ønsket å fri seg fra denne. De etablerte billedkunstnerne hadde derimot større problemer med å se at de hadde andre ressurser rent utover det å produsere kunst, og noen så på kunst og næringsliv som to rent vesensforskjellige og uforenelige sfærer. Har dette generasjonsskillet noe å gjøre med kunstens utvikling å gjøre? Har den nye kunstnergenerasjon åpnet øynene for annerledes måter å formidle kunsten sin på? Har vi med et ungdomsopprør å gjøre?

4.3.4 Ulike oppfatninger

Samarbeidsbegrepet har gjennomgående vært et problematisk benevnelse både for informantene og respondentene, kanskje særlig for sistnevnte. Dette skyldtes imidlertid samarbeidsbegrepets uklare definisjon i spørsmålsstillingen. Problemene med samarbeidsbegrepet fremstod også som gjennomgående for informantene. Er det på grunn av uklare definisjoner av samarbeid vi får forskjeller mellom de under utdanning og etablerte, eller skyldes dette noe annet? Informantenes oppfatning av samarbeid kan ha mye å si for hvordan de forholder seg til om de vil samarbeide med næringslivet. Gjennom intervjuene har vi sett at en rekke ulike forståelser av begrepet ligger til grunn for de ulike holdningene kunstnerne i mellom. Nettopp fordi samarbeid har vært et mye diskutert begrep gjennom rapporten kommer vi også til å tilegne dette plass videre i drøftingen.

Materialet fra spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene viste seg ikke alltid å være sammenfallende. Vi så imidlertid klare utfall både i spørreundersøkelsen og intervjuene, på at det fantes forskjeller i holdninger mellom kunststartene. Ved hjelp av tidligere omtalte tre kategoriseringene av kunstnertyper ut fra deres holdninger, har det vært lettere å illustrere skillet mellom dem. Vi velger å spille videre på disse kategoriene og vil i neste kapittel gi en bedre drøfting og beskrivelse av hvilke kunstnerne som er innebefattet i de ulike kategoriene. Vi vil også drøfte kunststartens betydning for innstilling til samarbeid med næringslivet. I forlengelsen av dette vil vi kort ta for oss kunstinstitusjonens rolle, med utgangspunkt i Solhjell⁷² sine klassifiseringer av

⁷² Dag Solhjell, *Kunst-Norge: En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*, 26-27.

verdisystemer innenfor institusjonen. Vi vil videre ta for oss generasjonsforskjeller og kjønnsforskjeller mellom billedkunstnerne, og se hvilken betydning kunstens historiske utvikling kan ha hatt for disse forskjellene. Etersom musikerne fremstod som mindre komplekse og mer sammenfallende i sine svar, og på grunn av sterke holdningsmønstre blant billedkunstnerne, kommer vi i større grad til å ta for oss billedkunstnerne under drøftingen i neste kapittel.

KAPITTEL 5: DRØFTING OG TEORETISERING AV HOVEDFUNN

I dette kapitlet vil vi sette våre hovedfunn inn i en større sammenheng, og gå dypere inn på den positive, den forbeholdne og den skeptiske kunstner. Skillene mellom disse vil drøftes ytterligere, og deretter settes inn i en teoretisk kontekst. I den sammenheng vil vi benytte oss av den allerede diskuterte kunstinstitusjonen og forholde oss til de avgrensningene av begrepet vi foretok i kapittel 2. Det vil bli interessant å se om de ulike holdningene innenfor den positive, den forbeholdne og den skeptiske kunstneren kan ses i lys av et allerede eksisterende mønster?

Først vil vi drøfte teorien om de ulike verdisystemene innenfor kunst- og kultursektoren, og forsøke å se våre grupperinger av kunstnerne i lys av disse. Det teoretiske rammeverket for diskusjonen om verdisystemer er i all hovedsak basert på Solhjell sine klassifiseringer⁷³. Kan denne teorien gi oss et bedre pekepinn på hvorfor kunstnere har ulike holdningene til det å samarbeide med næringslivet?

Deretter vil vi ta for oss og drøfte begrepene håndverker versus kunstner. Skillet mellom disse begrepene har fremstått som svært tydelig blant informantene i undersøkelsen. Vi vil se disse begrepene i lys av deres historiske utvikling, og prøve å belyse hvorfor noen definerer seg selv som håndverkere og andre som kunstnere. Hva har begrepene kunstnerisk frihet og finansiering å si for hvordan håndverkerne og kunstnerne stiller seg til både samarbeid og næringsliv?

Vi vil fortsette ved å se på skillene vi fant mellom mannlige billedkunstnere og kvinnelige billedkunstnere i lys av kunstens historiske utvikling. Kvinnene uttrykte i intervjuene sterkere forbehold mot det å samarbeide med næringslivet, mens menn i større grad stilte seg positive, og fokuserte på de mulighetene et slikt samarbeid kunne bringe. Kan dette kjønns skillet skyldes næringslivets tradisjonelle mannsdominans, og at næringslivet av den grunn appellerer mer til menn enn kvinner?

Vi vil også ta for oss forskjellene i holdninger mellom studenter og etablerte kunstnere, med utgangspunkt i de funn vi har gjort innenfor kategorien av billedkunstnere. Vi vil se på kunstnernes forhold til kunstinstitusjonen, og diskutere hvorvidt dette legger føringer for deres holdninger til samarbeid.

73 Dag Solhjell, *Kunst-Norge: En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*, 26-33

Avslutningsvis vil vi gå inn i samarbeidsbegrepet og drøfte hvordan ulike forståelser av dette begrepet også fører til ulike holdninger kunstnerne i mellom.

5.1 DE TRE IDEALTYPENE

Etter tolkning og bearbeiding av materialet sitter vi igjen med hva vi grovt kan kategorisere som tre idealtyper av kunstnere. Idealtypene er basert på mønstre i informantenes holdninger, og bildet har i stor grad tegnet seg selv. Vi har allikevel gjort oss noen tanker om hva som karakteriserer disse ulike idealtypene, på grunnlag av det kunstnerne selv har gitt uttrykk for under intervjuene. Kategoriene der begge kjønn er representert vil bli omtalt som hun.

5.1.1 Den positive kunstneren

Denne typen er klassisk musiker, hovedsaklig mann, og kan både være etablert og under utdanning. Han anser seg selv mer som håndverker enn som kunstner, og kunstnerisk frihet er ikke av avgjørende betydning. Som barn var han flink til å spille og hadde motiverende krefter rundt seg hjemme og på skolen. Han sitter i dag med den innstillingen at kunstmusikk skal skape gode lytteropplevelser og at kunst generelt sett er til for å skape følelser. Den positive kunstneren er opptatt av at musikken skal nå ut til folket, og ser kunst hovedsaklig som noe som skal gjøre livet til noe mer enn bare til og fra jobben. Samarbeid er bra, og noe han er flink til. Kunstneren er vant til å jobbe sammen med andre i orkestre og lignende, og anser seg derfor som svært egnet til å lytte til andre, og å jobbe for å bedre kommunikasjon. Rammer er noe han anser som positivt og trygt. Kunstneren er positiv til samarbeid med næringslivet, men ser et slikt samarbeid i aller største grad som pengemotivert. Han ser samarbeid som en mulighet til å få være musiker, og som en mulighet til å markedsføre seg for et nytt publikum.

5.1.2 Den forbeholdne kunstneren

Musikeren

I denne kategorien finner vi musikeren, representert av begge kjønn og både som etablert og student. Den forbeholdne kunstneren har gjerne erfaring med næringslivssamarbeid. Hun kan forveksles med den positive kunstneren, men det som skiller den forbeholdne kunstneren fra den

positive er at hun er opptatt av hvorvidt samarbeidspartneren, her næringslivet, handler på en etisk forsvarlig måte eller ikke. Den forbeholdne musikeren vil imidlertid ikke gjøre mye for å finne ut om dette er tilfellet med den bedriften de er i kontakt med. Hun er mest opptatt av hvorvidt næringslivet som samarbeidspartner innfrir kravene hun har. Disse kravene innebærer å selv ha det kunstneriske ansvaret uten innblanding fra partnerens side. Det er også viktig at den avtalte lønnen blir betalt når den skal, og at dette er ordnet i kontrakten. Både næringsliv og kunst blir sett på som en nytteorientert beskjeftigelse.

Billedkunstneren

I dette tilfellet er den forbeholdne kunstneren også representert av begge kjønn, og er i all hovedsak student. Hun har liten eller ingen erfaring med næringslivssamarbeid, ettersom hun er mest opptatt av formidling. Hun har noe jobberfaring fra eksempelvis undervisning. Da det stilles spørsmål om hva slags forhold hun har til det å samarbeide stiller hun seg ikke utelukkende positiv, og påpeker at samarbeid kan være vanskelig. Kunstneren er kritisk til kunstinstitusjonen hun utdanner seg under. Næringslivet er hun i utgangspunktet åpen overfor, men mener at det kan begrense og utfordre den kunstneriske friheten og kunstens autonomi. Samtidig er hun av den oppfatning at det viktigste i et eventuelt samarbeid er å gjøre noe for menneskene som jobber i den aktuelle bedriften. Den forbeholdne kunstneren er opptatt av dannelsesaspektet i kunsten, og at informasjon skal nå mennesker uavhengig av hvor i samfunnet de befinner seg. Denne kunstneren er ikke opptatt av penger, men av å være en kritisk røst som kommenterer og korrigerer samfunnet. Hun mener at kunsten skjer i et altfor lukket rom og at den dermed har et formidlingsproblem. Til næringslivet hun en klar oppfordring: Hvis de ønsker samarbeid må de trekke kunstnerne tidligere inn i prosessen rundt det aktuelle prosjektet, nettopp for å involvere bedriftens ansatte og virksomheten i sin helhet. Den forbeholdne kunstneren vil ikke ta stilling til om et samarbeid ville være interessant før hun grundig har vurdert tilbudet hun står overfor.

5.1.3 Den skeptiske kunstneren

Den skeptiske kunstneren er mer kvinne enn mann, og er i all hovedsak etablert billedkunstner. Hun er fordomsfull overfor næringslivet, og mener at det bidrar til å skape negative holdninger og verdier i samfunnet. Økonomisk vekst er ikke etterstrebelig. De positive verdiene er de myke verdiene som ligger mennesket nært. Hun mener at kunst er politisk og skal anses som et åndsverk. Hun er skeptisk til kunst som investeringsobjekt og mener at kunst ikke kan omsettes i økonomisk verdi. Den skeptiske kunstneren er opptatt av immaterielle verdier, og har intellektuelle interesser, hun er ideologisk og introvert. Hun ville vurdert et samarbeid med næringslivet, men har vanskeligheter med å se for seg at det ville være fruktbart for de involverte parter. Hun oppfatter

ikke næringslivet som en likeverdig samarbeidspartner på lik linje med en annen kunstnerkollega. Næringslivet står for bestillingsoppdrag i tradisjonell forstand, og baserer seg på et penger-produkt bytteforhold.

Hvordan plasserer så disse ulike kunstnertypene seg i forhold til samfunnet, kunstsektoren og ikke minst kunstinstitusjonen? Vi kommer til å foreta en teoretisk inndeling av kunstinstitusjonen i tre ulike verdisystemer eller kretsløp, for ut fra disse vurdere hvorvidt våre tre kunstnertyper kan sees i lys av eksisterende mønstre. Ved hjelp av dette vil vi si noe om eventuelle årsaker til at enkelte av kunstnertypene stiller seg mer positive til samarbeid, enn andre.

5.2 KUNSTINSTITUSJONENS TRE ANSIKTER

Kunstnerens måte å være kunstner på innenfor kunstinstitusjonen varierer. I følge Solhjell fordeler kunstnerne seg innenfor tre verdisystemer.⁷⁴ Disse verdisystemene fungerer som delinstitusjoner, hver i besittelse av sin egen spesifikke kapital som kunstnerne mottar i form av symbolsk, politisk eller materiell verdi. Alle aktører med tilhørighet til kunstinstitusjonen hører i følge Solhjell mer eller mindre klart til innenfor ett av disse verdisystemene.⁷⁵ Verdisystemene i kunstinstitusjonen kan deles inn i tre kretsløp som Solhjell kaller det kommersielle kretsløpet, det inklusive kretsløpet og det eksklusive kretsløpet. De tre inndelingene må ikke forstås som strenge båser, ”men mer som karakteristiske ytterpunkter av idealtypisk karakter”.⁷⁶

Det *kommersielle kretsløpet* rommer kunstnere som i tillegg til sitt kunstneriske virke, fungerer som selgere. Kunstverkene er dekorative og salgbare, og kan omsettes i materiell kapital. Deres gallerier er forretninger og rammeforretninger, og utstillingene foregår i butikk og på markeder med et folkelig publikum som kjøpere. Markedsføringen anses å være aggressiv. Stikkordet i dette kretsløpet skal forstås som at det som skjer her skal være *tiltrekkende*.⁷⁷

I det *inklusive kretsløpet* finner man de fleste kunstnerne i Norge og de anses som håndverkere og offentlige tjenestemenn. ”Kunsten er for alle”, og ”alle har rett til kunst”, er paroler som skal forstås

74 Dag Solhjell, *Kunst-Norge: En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*, 26-27.

75 Ibid, 27

76 Ibid, 26-27.

77 Ibid, 28-32.

dit hen at publikum i dette systemet er viktigere enn kunsten selv.⁷⁸ Det inklusive kretsløpets kapital er av en politisk og samfunnsnyttig art. Kunstverkene skal ha en diskursiv funksjon, og har som mål å fremme andre verdier enn de rent kunstneriske eller kommersielle.⁷⁹ Kunstnerne arbeider er å finne i private kunstforeninger, kunstsentre og ved lokale museer. Utstillingene er estetiske og pedagogisk lagt til rette, og publikummet er borgerlige med en stor andel lærere. Formidlingen gjøres til en opplevelse og er opplysende. Markedsføringen er passiv og upersonlig. Stikkordet her er *inkludering*, og skal illustrere at det er mindre vanskelig å være en del av dette kretsløpet, eller med andre ord at det rommer flere.⁸⁰

I det *eksklusive kretsløpet* finner man få kunstnere, og disse definerer seg ved hjelp av elitisme i form av avgrensning og utelukkelse av andre grupper. Kretsløpet har symbolsk kapital ved at kunstverkenes idealer er det estetisk utsøkte med kunstnerisk kvalitet og kunsthistorisk relevans.⁸¹ Som symbolsk kapital teller begreper som autonomi, integritet, selvstendighet, originalitet, oppofring, risikovilje. Galleriene er som regel offentlige og profesjonelle, med innslag av noen få private. Publikum er akademikere, kunstnere og kritikere. Formidlingen er av akademisk karakter, og markedsføringen er diskret og helst personlig. Kunstnerne er ofte representerte ved offentlige museer. *Eksklusivitet* er stikkord her, og skal vise at det er vanskelig å entre denne scenen⁸².

5.3 OPPLAGTE ROLLER?

Etter å ha karakterisert Solhjells inndeling av kunstinstitusjonens i tre verdisystemer ser vi visse likheter i forhold til våre skisserte idealtyper. Et problematisk moment ved å bruke Solhjells kretsløp i forhold til våre funn, er at han i sin definisjon ikke inkluderer musikerne som en del av kunstinstitusjonen.⁸³ Vi ser imidlertid en klar likhet mellom verdisystemet og våre idealtyper, musikere så vel som billedkunstnere. Derfor vil vi også inkludere musikerne som en del av kunstnerbegrepet når vi nå skal drøfte eventuelle mønstre og årsaker til kunstnertypenes holdninger. Som tidligere nevnt vil vi ikke forholde oss til de tre kretsløpene utelukkende som strenge båser, men heller som karakteristiske ytterpunkter for forskjellige delinstitusjoner av kunstinstitusjonen.

78 Ibid, 29-30.

79 Dag Solhjell, *Kuratorene kommer – Kunstpolitikk 1980-2006*, Oslo: Unipub AS, 20.

80 Dag Solhjell, *Kunst-Norge: En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*, 28-31.

81 Ibid, 27

82 Ibid, 27-28.

83 Ibid, 18.

5.3.1 Formidleren

Den positive kunstneren er den kunstneren som i størst grad beveger seg i mellom verdisystemene. Som generelt positiv til samarbeid med næringslivet og opptatt av håndverk og formidling av egen kunst, forholder den positive kunstneren seg aktivt til både det kommersielle og det inklusive kretsløpet i sitt kunstneriske virke. Han fremstår ikke som erketypisk kommersiell i karakter, ettersom den positive kunstnerens fremste mål er å nå et publikum, heller enn det å tjene penger. Ved at kunstneren betrakter seg selv som en håndverker og en formidler, er den positive kunstneren også en del av det inklusive verdisystemet. Ettersom han i mindre grad representerer en politisk eller kunstnerisk agenda, er det imidlertid problematisk å fullstendig plassere han her.

For kunstneren er det viktigste å få utøve kunsten sin, selve prosessen, og han er mindre opptatt av hvilket forum dette skjer gjennom. Han legger mindre vekt på det å skulle ha kunstnerisk frihet, men er opptatt av stabilitet og forutsigbarhet i avtaler og arbeidsforhold. Nettopp på grunn av den positive kunstnerens fokus på stadig formidling til et publikum, fremstår musikeren som eksempel på den positive kunstneren, som en god samarbeidspartner for næringslivet. Dette er fordi han stiller seg positiv til stadig nye rom å arbeide og formidle innenfor.

5.3.2 Håndverkeren og den offentlige tjenestemannen

Den forbeholdne kunstneren faller tydelig innenfor det inklusive kretsløpet. Dette er i hovedsak på grunn av hans kunstsyn. Ettersom majoriteten av våre informanter utgjør denne gruppen, passer dette godt med Solhjells påstand om at det inklusive verdisystemet er det som passer best med de norske kunstnerne.⁸⁴ Den forbeholdne kunstneren stiller seg positiv til samarbeid med næringslivet, men med forbehold om at han må få stå mest mulig fritt til selv å utforme prosjektet. Hvis ikke må han i det minste komme tidlig inn i prosjektet slik at samarbeidet dermed kan innta en demokratisk og kunstnerisk givende form. Den forbeholdne kunstneren er opptatt av folkeopplysning og av det pedagogiske aspektet i utformingen av sin kunst. Han sier også at det viktigste i et samarbeid med næringslivet er at han kan komme inn i en bedriftskultur og påvirke menneskene som jobber der. Spørsmålet om hvem kunsten vil komme til nytte og glede for, veier tyngre enn samarbeidspartnerens etiske praksis.

Som skissert tidligere finner vi imidlertid forskjeller innenfor denne idealtypen, mellom den forbeholdne musikeren og den forbeholdne billedkunstneren. Mens den forbeholdne musikeren vektlegger kunstneriske krav i forhold til utøvelse av sitt håndverk, er den forbeholdne billedkunstneren mer opptatt av kunstens autonomi og kommunikative potensial. Ut fra dette kan vi

84 Ibid, 37.

konkludere med at den forbeholdne billedkunstneren i større grad passer inn i det inklusive kretsløpet enn den forbeholdne musikeren. Dermed kan det også synes som om den forbeholdne musikeren stiller seg mer åpen for samarbeid ved at hans forbehold lettere kan tilfredsstilles i en samarbeidssituasjon. Den forbeholdne billedkunstneren vil derimot at kunsten skal være autonom og har dermed et større problem med en samarbeidsrelasjon hvor denne autonomien kan utfordres.

5.3.3 Den konservative

Det kan virke som at vår skeptiske kunstnertype hører hjemme i det eksklusive kretsløpet. Dette er på grunnlag av hans kunstsyn og videre skepsis til nye kunstnere som kommer til i nye medier og gråsoner innenfor kunst og kunstsektoren. Det eksklusive er det verdisystemet som står øverst i kunsthierarkiet, med staten og det offentlige i ryggen. Vi skal også se at det offentlige er den støttespilleren som fører til høyest kunstnerstatus og verdi. I det eksklusive kretsløpet er materiell kapital ikke tilstede, men man opererer i stedet for med kapital av ”symbolsk verdi”. Denne symbolske verdien, anerkjennelsen, får man kun ved å være en del av det eksklusive kretsløpet. Vår skeptiske kunstner er videre av den oppfatningen at kunst er en åndelig virksomhet som det ikke kan settes noen materiell verdi på. Med fare for å gjøre for grove og feilaktige inndelinger av kunstnerne innenfor dette systemet, må vi si at det største likhetstrekket i sammenligningen med våre egne informanter, er det offentliges sterke og viktige posisjon for kunstens henseende. Det må sies at i dette eksklusive verdisystemet finnes det et særdeles lite antall kunstnere og at det nok ikke i definisjonens riktige forstand finnes så mange norske kunstnere her.

Vi legger altså her til grunn forutsetningen om at den skeptiske kunstneren er opptatt av å få anerkjennelse, og mener at det offentlige er kunstens nærmeste støttespiller. Som vi vil diskutere videre er det eksklusive verdisystemet kategorisert som ”innenfor” den ´riktige´ siden av kunstlivet i Norge, og sterkt subsidiert av det offentlige.⁸⁵ Hvordan det har seg at det offentlige har en så mektig posisjon er en del av den politiske historien, og vi vil derfor ikke gå nærmere inn på i denne diskusjonen. Det kan altså se ut som om den skeptiske kunstneren vil ha større problemer enn andre kunstnere i en eventuell samarbeidsrelasjon med næringslivet, som altså ikke anses som like statusbringende som samarbeidspartner. Det at næringslivet i kraft av de nye samarbeidsformene stadig ønsker å bruke kunsten i nye fora, er også noe som står i strid med den skeptiske kunstnerens konservative innstilling til kunsten. Dette kan dermed kanskje bidra til å forklare noe av kunstnerens skeptiske holdning til slike samarbeid.

85 Ibid, 26-27.

5.3.4 Oppsummering

Vårt viktigste funn kan leses inn i det inklusive verdisystemet, og det at de fleste informantene våre ser ut til å grovt sett plassere seg her. Det er imidlertid sannsynlig at det høyest rangerte eksklusive systemet også har aspekter ved seg som man ikke kommer utenom. Det har å gjøre med at salg av kunst ikke er til fordel for kunstnere som vil nå langt innenfor kunstinstusjonen. Kunstnere som befinner seg i det lavere sjiktet i kunstinstusjonen finansierer seg, sin kunst og sin anerkjennelse nettopp gjennom salg. Om man skal være mest mulig fri som kunstner, med minst mulig innblanding fra oppdragsgiver.

Med idealtypene har vi nå kastet lys over kunstnernes holdninger og mulige årsaker til disse holdningene. Imidlertid ser vi at musikerne og billedkunstnerne på viktige punkter skiller seg i sine forbehold mot det å samarbeide med næringslivet, på tross av disse idealtypene. Musikerne er generelt mer positive og har færre betenkeligheter til det å samarbeide, mens billedkunstnerne fremstår som langt mer reserverte. Flere av billedkunstnerne uttrykker sterkere skepsis til næringslivet som samarbeidspartner, og i hvilken grad næringslivets og kunstens verdier lar seg forene.

Som tidligere nevnt har materialet vist et klart skille mellom de informantene som ser på seg selv som kunstnere, og de som ser på seg selv som håndverkere. Mens billedkunstnerne i overveiende grad har omtalte seg selv som kunstnere, hadde flere av musikerne problemer med å betegne seg selv som kunstnere, men identifiserte seg heller med håndverkertittelen. Vi anser det derfor som viktig for den videre diskusjonen å gå nærmere inn på hva som skiller disse to betegnelse, og i hvor stor grad kunstnernes selvforståelse har noe å si for holdninger til samarbeid.

5.4 HÅNDVERKEREN VERSUS KUNSTNEREN

Historien viser at kunstnerens rolle har forandret og utviklet seg gjennom tidene. Kunstneren har gått fra å være en håndverker man kunne ansette til å gjøre en jobb innenfor en gitt ramme, til å bli en fri sjel med intellektuell makt i samfunnet. I denne sammenhengen vil vi trekke inn elementer fra kunsthistorien til å se på hvorfor musikerne opplever seg som en håndverker, mens de fleste billedkunstnerne ikke gjør det.

Håndverkeren var kunstneren som primært ønsket å beherske et bestemt håndverk og å utvikle

ferdigheter innenfor et spesifikt felt. Det er et praktisk felt og innebærer øvelse for å kunne mestre den gitte formen på best mulig måte.⁸⁶ Gjennom tiden har kunstneren som håndverker stått i et økonomisk avhengighetsforhold til en oppdragsgiver, og har basert sitt virke på å produsere kunst for denne.⁸⁷

Ideen om det romantiske kunstnergeniet erstattet på 1800-tallet kunstnerens tradisjonelle rolle som håndverker, som hadde tatt utgangspunkt i det gode håndverket og vært bundet av mesenenes krav til kunstverket. Den romantiske kunstnerrollen utviklet seg i arv fra romantikken og revolusjonen, og kuttet de tradisjonelle båndene mellom oppdragsgiver, og håndverker⁸⁸. Forestillingen om kunstnerens geni og opphøyelse samt ideen om kunstens autonomi og frihet, har fortsatt et godt fotfeste både innenfor og utenfor kunstinstitusjonen. Dette kunstsynets historiske betydning som skilte ut kunsten som noe opphøyd og privilegert, sørger for at den romantiske kunstnerrollen opprettholder sin gjennomslagskraft så lenge samfunnet praktiserer denne differensieringen av kunsten fra håndverket.⁸⁹

I løpet av 1990-tallet dukket et nytt begrep opp i forbindelsen mellom næringslivet og kunstsektoren. Begrepet kultursamarbeid kastet et nytt lys over relasjonen mellom kunstneren og næringslivet. I følge Gran og De Paoli er begrepet lansert av næringslivet, og retter seg mot at sponsing i større grad skal ta form som noe mer samarbeidsbasert. Kultursamarbeidet skal være mer integrert i bedriften enn de tidligere sponsoravtalene⁹⁰. "Kultursamarbeidet tenkes mer som en form for byttehandel der næringslivet og kunstlivet bytter ulike ressurser og kompetanser, enn som pengegaver til kulturlivet."⁹¹

Kunstneren er på en eller annen måte avhengig av en økonomisk støttespiller. Hva som fremstår som viktig er imidlertid at forholdet mellom økonomi og kunst skal være mest mulig balansert maktmessig. Kultursamarbeid kommer her inn som et moderne begrep som skal gi balanse til forholdet. Ved at informantene, både musikere og billedkunstnere, stiller seg positive til en eventuell samarbeidsrelasjon som ikke går ut på å få pengegaver, viser de at de også anser næringslivet som en reell samarbeidspartner. Men med utgangspunkt i de forskjellene vi allikevel har funnet blant våre informanter: hva skiller egentlig den skeptiske og den forbeholdne kunstneren

86 Anne-Britt Gran, og Donatella De Paoli, *Kunst og kapital: nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*, 237.

87 Ibid, 211-212

88 Ibid, 212-213, 236.

89 Ibid, 237

90 Ibid, 214.

91 Ibid, 214.

fra den udelt positive, håndverkeren, i dette henseende? Hva har økonomi og kunstnerisk frihet å si for hvordan de ulike kunstnertypene stiller seg til samarbeid? Er det altså sånn at forbehold mot samarbeid for mange, kan være relatert til det økonomiske aspektet?

5.4.1 Finansieringsform

Kunstneren har som nevnt gjennom hele historien vært avhengig av finansiell støtte. Makthaverne; paver, konger, fyrster, adel og høyborgerskap har stått som økonomisk oppdragsgiver for kunstvirksomheten, og vært dens beskytter i form av sponning og mesenvirksomhet.⁹²

”Mesenen er en slags kunstens velgjører og bidragsyter som ikke krever bestemte gjenytelser (...) mens sponsoren, derimot, som i utgangspunktet ble knyttet til næringslivet, forstås som en mer krevende pengeyter (...) de vil ha valuta for pengene.”⁹³

Til alle tider har det blitt stilt krav til kunstnere som mottar støtte. I dette kravet kan det i vårt samfunn - fra bidragsyter/sponsor og oppdragsgivers side- ligge et ønske om markedsføring og ønsker om økt status og rykte, publisitet, og positive assosiasjoner for øvrig.⁹⁴ Med andre ord har oppdragsgiver som hensikt å fremme seg og sitt. Det er grunn til å tro at vår skeptiske kunstner innenfor det eksklusive verdisystemet har problemer med å akseptere slike begrensninger eller krav fra en sponsor eller en oppdragsgiver. Dette ser også ut til å delvis gjelde for den forbeholdne kunstneren, da i all hovedsak billedkunstneren.

En viktig skillelinje i kunstinstitusjonen, som er med på å bestemme hvem som der befinner seg ”innenfor” og hvem som er ”utenfor”, skapes av finansieringsformen. Solhjells påstand er at det har lavere status å motta midler fra det private, enn om man knytter seg opp mot staten⁹⁵. Dette sammenfaller med beskrivelsene tidligere gitt av det eksklusive kretsløpet, hvor av anerkjennelse står i fokus for kunstneren, og hvor staten og det offentlige blir ansett som de viktigste fora for dette. Den skeptiske kunstneren er som tidligere forklart billedkunstner. Kanskje kan det tenkes at det eksklusive verdisystemet, samt kunstinstitusjonens dyrkning av den romantiske kunstneren, gjør det mindre interessant for denne gruppen å inngå i et samarbeid med næringslivet?

92 Ibid, 210

93 Ibid, 211

94 Ibid, 215

95 Dag Solhjell, *Kunst-Norge : En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*, 36.

5.4.2 Kunstnerisk frihet?

Kunsten ble i det nye moderne samfunnet tildelt en autonom og opphøyd posisjon. Selv om kunsten fikk en ny posisjon i samfunnslivet, ble mesenvirksomheten opprettholdt. Kunstneren var fremdeles avhengig av pengegaver. I motsetning til tidligere kunne han nå imidlertid arbeide mer eller mindre uforstyrret i sin kunstneriske utfoldelse.⁹⁶ Dette har vært uttrykt som et krav blant våre informanter i forhold til et eventuelt samarbeid med næringslivet.

Den største forskjellen mellom den romantiske kunstneren og håndverkeren, henholdsvis billedkunstnerne og musikerne, er som sagt at de førstnevnte ser kunstnerisk frihet som en viktig del av det å være kunstner. For musikeren stiller det seg annerledes. For musikeren handler det i størst grad om å øve seg til å bli flink for så å kunne beherske instrumentet sitt på best mulig måte, og han opplever frihet i dette. Det krever hardt, og disiplinert arbeid.

Enkelte billedkunstnere anser seg, på lik linje med musikerne, for å være håndverkere. På samme måte som for musikeren går for eksempel en skulptør også på skole for å lære sitt håndverk, en teknikk for å oppnå best mulig resultat. Musikeren bruker instrumentet som redskapet, billedkunstneren bruker farger, pensler, og andre utformingsverktøy. Skulptøren bruker stein, tre eller materialer som bronse, gips og porselen. Den kunstneriske friheten går her på å selv bestemme hva som skal skje innenfor rammen av sitt håndverk. Med sin egen tolkning og valg av motiv for uttrykket, og om resultatet er godt nok viser det seg i den grad det finnes etterspørsel av produktet. På samme måte manifesterer dette seg for musikeren som i hvilken grad hun får arbeidsoppdrag eller ei. Markedet råder.

Blant våre billedkunstnere er det imidlertid mange som jobber med flere medium samtidig og som opplever at dette åpner muligheter i uttrykket. En billedkunststudent uttrykte under intervjuet at det ville begrense henne å velge én kunstform, si billedkunst, og at det å velge flere medier er et kunstnerisk valg i seg selv. Hun anså dette valget som en kritikk av sin egen kunstinstitusjon. Når vi snakker om billedkunststudentene, viser det seg helt klart at de stilte seg mer positive til samarbeid med næringslivet enn de etablerte.

Blant våre informanter er det ingen som har sagt at de aldri under noen omstendigheter kunne tenke seg å samarbeide med næringslivet. Det er imidlertid ikke til å komme bort fra det faktumet at de

⁹⁶ Anne-Britt Gran, og Donatella De Paoli, *Kunst og kapital: nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*, 213

aller fleste hadde forbehold. De fleste kunstnernes forbehold stammet fra frykt for å bli overkjørt av samarbeidspartneren sin, og for at partneren har et mål som ikke er i overensstemmelse med kunstnerens. Historien viser at de kan ha god grunn for sin frykt, og vi må anta at kunstnerne kjenner sin historie og reagerer på den. Kvinnene er kanskje den gruppen som i størst grad har grunn til å reagere.

5.5. TILHØRIGHETSPROBLEMATIKKEN

Under intervjuene fant vi gjennomgående forskjeller mellom mannlige og kvinnelige billedkunstnere. Kvinnene uttrykte større og flere forbehold mot samarbeid enn det mennene generelt uttrykte. Noen av kvinnene understreket også deres kritiske holdninger til kunstinstitusjonen. Hvor kommer disse kjønnsdistinksjonene fra? Vi vil ved hjelp av Linda Nochlins tekst ”Hvorfor har det ikke vært noen store kvinnelige kunstnere?”⁹⁷ og våre egne informanters uttalelser, forsøke å finne ut hvorfor kvinnene har flere forhåndsregler for samarbeid og er kritiske til kunstinstitusjonen. Kan forskjellene begrunnes i at næringslivet tradisjonelt har hatt en mannsdominert profil og av den grunn appellerer det til flere menn enn kvinner?

Det kom frem gjennom intervjuene at de kvinnelige billedkunstnerne var opptatt av ”møtet” – det vil si situasjonene der kunstneren møter næringslivet/oppdragsgiver. Billedkunstnerne pekte på aspekter ved dette møtet som kom til å være viktige for om de ville inngå et samarbeid eller ikke. Disse aspektene gikk på bedriftens motiv for møtet, at de kom overens med representantene fra næringslivet, og at disse personene forstod kunstneren og ikke minst kunsten.

De fleste av mennene var ikke opptatt av hvordan møtet med næringslivet skulle være, men så i større grad på næringslivet som en positiv bidragsyter. En som kunne hjelpe han til å formidle sin kunst til ett nytt publikum. Med utgangspunkt i at mennene generelt stilte seg mer positive til samarbeid, kan det også se ut til at disse fremstår mer åpne og mindre fordomsfulle i møtet. Hvorfor er det imidlertid slik? Hva gjør kvinner mindre åpne for samarbeid?

Våre kvinnelige informanter har dannet seg tanker om de tror det er forskjell på menn og kvinners holdning til inngåelse av samarbeid.

97 Nochlin, Linda. *Hvorfor har det ikke vært noen store kvinnelige kunstnere?* Oversatt av Toril Hanssen, etterord av Anne Wichstrøm. Oslo: Pax, 2002.

Jeg tror at mannlige kunstnere har lettere for å samarbeide med næringslivet enn kvinner. Det finnes gallerier i dag som er negative til å ta inn kvinner for de at de kommer til å få barn og forringe sin verdi. Kvinner tar mindre betalt for kunsten sin. De har tilhørighetsproblematikk. Menn har mindre skrupler for å gjøre ting, mens kvinner har større selvsensur. Mindre selvverdi.

- Billedkunstner, student, kvinne

Jeg tror menn har mer selvtillit.

- Billedkunstner, student, kvinne

Det er slik at det er flere kvinner enn menn i kunstutdanning, men det er flest menn som ender opp som de aktive kunstnere.

- Billedkunstner, etablert, kvinne

En annen kvinnelig informant uttrykker skepsis til kunstinstitusjonen.

Kunsten er ikke mest fri innen kunstinstitusjonen tror jeg. Det er der den møter mest motstand.

- Billedkunstner, student, kvinne

Historien tilsier at uansett hvor godt rustet kvinnene har vært med kunstnerisk genialitet og talent, har det i virkeligheten vært institusjonelt umulig for kvinner å oppnå kunstnerisk storhet eller suksess på lik linje med menn⁹⁸. Dette kan i følge Nochlin sees i sammenheng med at kvinnene siden 1500-tallet har vært systematisk utestengt fra, og diskriminert i kunstinstitusjonene. Med andre ord, ”institusjonens rådende ideologier har holdt kvinnelige kunstnere nede i en *naturlig* mindreverdige posisjon⁹⁹. Det er grunn til å tro at kvinnen med dette er skeptisk til og på vakt når det gjelder hvem hun forholder seg til og hvem hun ´slipper inn´.

I tillegg til utestengningen fra kunstinstitusjonen er også kvinnene sterkt underrepresentert i lederposisjoner og styreverv i næringslivet. Selv om flere kvinner nå enn før besitter viktige maktposisjoner i arbeidslivet, er bare 19 prosent av topplederne kvinner. Likestillingstilstanden kan i følge Elisabeth Falnes-Dalheim, Toril Sandnes og Kjersti Vartdal måles ut fra om kvinner, på lik

98 Ibid, 63.

99 Ibid, 162.

linje med menn er innehaver av maktposisjoner som gir innflytelse og samfunnsutvikling. Kvinners lederposisjoner i dag er konsentrert i kvinnedominerende yrker, og i stillinger som går for å være mindre innflytelsesrike¹⁰⁰. Det kan ut i fra dette være plausibelt å si at ettersom kvinnene har falt inn i en mindreverdighetsposisjon i kunstinstitusjonen og i et næringsliv som hovedsakelig består av menn, i større grad er skeptisk til og på vakt overfor hvem hun forholder seg til. Det kan av den grunn være fundament til å tro at kvinnene er mer kritisk enn menn til kunstinstitusjonens ideologier og næringslivssamarbeid

Frykten og skepsisen kan selvfølgelig også stamme fra individenes historie, uten særlig tilhørighet i institusjonene, kunst som næringsliv. På denne måten har de bekymringen for at de ikke får posisjonere seg eller at de ikke blir hørt, altså usikre for om de kan komme til å bli undertrykket. Det kan også diskuteres hvorvidt grunnene for kvinnenes skepsis til samarbeid ligger i nettopp det at kvinnene har og fortsatt er i en mindreverdige posisjon i kunstinstitusjonen, og på denne måten har uro for at det skal bli enda vanskeligere å posisjonere seg i institusjonen hvis det inngås ett samarbeid med næringslivet. Vi har tidligere nevnt den statusmessige vurderingen av kunstnere som er finansiert ved egeninnsats, som dårligere enn dem med offentlig finansiering ”Hovedregelen er: jo lengre unna markedet den økonomiske kilden er, jo høyere status gir pengene”.¹⁰¹ Det kan derfor i kombinasjon med kvinnenes historie være grunn til å tro at kvinnene frykter enda en neglisjering fra kunstinstitusjonen hvis de inngår et samarbeid.

Våre kvinnelige billedkunstnere har tydelige tenkt på kjønnsproblematikken, og det kan være grunn til å tro at kvinnene føler en tilhørighetsproblematikk, både innen næringslivet og kunstinstitusjonen. «Kvinnens erfaring og situasjon i samfunnet og følgelig som kunstnere er generelt annerledes enn menns.»¹⁰²

5.6 TRADISJONSOPPRØR? UNGDOMSOPPRØR?

Billedkunstnerne under utdanning uttrykte alle at de var kritiske til sitt opphav, kunstinstitusjonen. Dette kan saktens sees på som naturlig, ettersom alle som vokser opp under en aller annen form for oppdragelse; har rett til og bør stille seg kritiske til sine røtter. Dette er ofte viktig for å befri seg fra tradisjonens grep og finne sitt eget uttrykk. De etablerte er på sin side ikke kritiske til

100 Samfunnsspeilet, *Hvor er kvinnene i næringslivet?* (<http://www.ssb.no/samfunnsspeilet/utg/200406/03/> oppsøkt 02. 12. 2008)

101 Dag, Solhjell, *Kunst-Norge: En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*, 38

102 Nochlin, Linda. *Hvorfor har det ikke vært noen store kvinnelige kunstnere?*, 12

kunstinstitusjonen. Kan dette være fordi de er blitt som dem de gjorde opprør mot en gang, eller har de rett og slett tatt avstand? Er det slik at jo eldre man blir, desto vanskeligere blir det å gjøre opprør?

La oss gå tilbake til det funnet som viser at de etablerte billedkunstnerne er mer negative til samarbeid enn dem under utdanning. De etablerte kan dermed ses på som negative til kultursamarbeidsbegrepet, men ikke kritiske til den kunstinstitusjonen de er en del av. Billedkunstnere under utdanning er imidlertid mer positive til samarbeid, men samtidig skeptiske til institusjonen. Er det ganske enkelt slik at de etablerte kunstnerne sitter fast innenfor kunstinstitusjonens romantiske kunstnerdefinisjon og derfor er kritiske til samarbeid? Er dette også hvorfor de institusjonskritiske studentene har færre reserverasjoner og av den grunn er mer åpne for samarbeid?

Vår dagsaktuelle kommende billedkunstner (under utdanning) gjør opprør på riktig tidspunkt. Det er forandring i luften. Han ser forandringen. Kultur- og Kirkedepartementet bevilger penger til foretak som har til hensikt å skape møteplasser for representanter fra både kultur- og næringslivet. Også kunstnerrollen er i endring:

”Når vi i dag kan se fremveksten av en rekke nye kunstnerroller som bryter med og overskrider den romantiske, betrakter vi det som et uttrykk for at kunstens utskilte og privilegerte rolle blir utfordret.”¹⁰³

Gran og De Paoli kaller disse nye kunstnerrollene for postromantiske. De er: håndverkeren, entreprenøren, entertaineren, markedsføreren, konsulenten, altruisten og oppdragskunstneren.¹⁰⁴ Disse rollene inngår i et samspill med den moderne romantiske rollen, men at de også kan opptre alene i sin rendyrkede form. De skiller seg klart fra de moderne kunstnerne hvis praksis var å rendyrke de ulike kunstartenes egenart innenfor sin sjanger og sitt publikum.

Som et samlebegrep for den postromantiske kunstneren fremsettes begrepet oppdragskunstner eller hybridkunstner. Dette er ”kunstneren som utfører oppdrag for aktører utenfor kunstfeltet”¹⁰⁵. For oppdragskunstneren er det en kjensgjerning at oppdragsiver har mye å si for utførelsen av arbeidet,

103 Anne-Britt Gran, og De Paoli Donatella, *Kunst og kapital: nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*, 237.

104 Ibid, 237

105 Ibid, 240.

og at dette begrenser den kunstneriske friheten.¹⁰⁶ Karakteristisk for den postromantiske kunstnerrollen er at den individuelle, enestående og romantiske kunstneren tones ned til fordel for oppbyggingen av en merkevare. Samtidig blir enkeltkunstneren viktig i kraft av å være en mediefigur og et merkenavn. Identitet og merkevarebygging blir sentrale elementer i kunstnerens virke både innenfor og utenfor kunstfeltet¹⁰⁷. ”Den pågående forandringen av kunstnerrollen er helt avgjørende for at kunsten kan vende seg mot kapitalen.”¹⁰⁸

Det er her vi ser hvor kunstnerrollens utvikling er på vei. I dag er den åpen, sammensatt og til en viss grad fri, selv om oppdragsgiver fremdeles forbeholder seg retten til å ha en finger med i spillet. Selv om den romantiske kunstnerens tid fremdeles ikke er over, er imidlertid rolleendringene et faktum. Stadig nye samarbeidsformer finner aksept, og det å være utenfor kunstinstitusjonen blir ansett som frigjørende. Skal vi tro informantene våre er det dette synet majoriteten stiller seg bak. Det gjelder billedkunstnerne under utdanning og det gjelder musikerne.

5.7 SAMARBEID – ET SPØRSMÅL OM MAKT

Det kommer frem av intervjuene at samarbeid fungerer best når to parter har like interesser og er basert på likeverd og gjensidighet. De færreste av informantene sier at ulikheter tiltrekker hverandre i samarbeid. Det diskuteres hos Gran og Paoli at gjennom historien er det næringslivet som har sittet på makten, og som har utnyttet og brukt kunstners kvaliteter til sin egen fordel.¹⁰⁹ Det befestes i vår undersøkelse som et faktum at maktbalanse er ett problem i inngåelse av samarbeid. Når Forum for Kultur og Næringsliv ønsker å profilere seg med nye muligheter for samarbeid, møter enkelte kunstnere dette med skepsis og bekymringer. Kan det være at dette forholdet mellom kultur og næringsliv er dømt til å være skjævt? Ligger det i dets struktur? Den romantiske ideen om kunstneren beskriver i hvert fall at det åndelige og det materielle står i motsetning til hverandre, men når det åndelige beveger seg bort i fra seg selv og spiller på lag med den materielle formen, er det kanskje ikke usannsynlig at man til slutt kan snakke om et likeverdig forhold.

Vi ser at kunstnerne har tre mulige målsettinger for å ville samarbeide med næringslivet. 1) kunstneren ønsker å tjene penger, 2) kunstneren kan drive med folkeopplysning og/eller politisk propaganda, 3) kunstneren opplever en spennende koalisjon mellom de ulike verdener, næringsliv og kulturliv, som har kunstnerisk verdi. Har dette noe å gjøre med kunstinstitusjonen?

106 Ibid, 240

107 Ibid, 241.

108 Ibid, 237.

109 Ibid, 212

Det er på grunnlag av hvilket kunstsyn kunstneren har at det posisjonerer seg innenfor en av de tre verdisystemene, som drøftet og diskutert tidligere. Det er gjennom kunstsynet han definerer sine mål for hva man vil og hva han ønsker å oppnå med kunsten sin. Er målet penger? Er det formidling eller politikk? Eller er det av mulighetene i nye koalisjoner som har kunstnerisk verdi?

Det blir derfor på grunnlag av hvordan man selv definerer seg selv gjennom kunsten at holdningene skapes. Med fotfeste i kunstinstitusjonen og innenfor en av de tre verdisystemene dannes holdninger som kunstneren tar inn over seg. Det kan derfor være vanskelig for kunstneren med tilhørighet i disse verdisystemene og institusjoner å akseptere nye former og plattformer for samarbeid som næringslivet skaper. Dette er nettopp fordi næringslivet har andre nytteperspektiver enn man finner i denne kunsten. Næringslivet ønsker å bruke kunsten til sin egen fordel, mens det i kunsten selv ligger et nytteaspekt som omhandler intellektuelle verdier. Med ulike nytteperspektiver kan der være vanskelig å forene disse to sfærene, og et samarbeid blir vanskelig, i kunstnerens perspektiv.

Alle kunstnerne må på en eller en annen måte forholde seg til kunstinstitusjonens ideologier, fordi det er institusjonen som har definisjonsmakten til å kategorisere kunstnerne jamfør de tidligere skisserte verdisystemene. Og etter vår drøftning er det påfallende mange som havner innenfor Solhjells verdisystemer, da i størst grad innen den inklusive gruppen. Med ulike verdier innenfor næringsliv og kunstsektor, hvordan skal man da få til et likeverdig samarbeid?

Et likeverdig samarbeid skapes ikke nødvendigvis ut fra at begge partene tenker likt. Forskjeller kan være nok så fruktbart for et samarbeid. Med de ulike sektorenes behov kan det jo nettopp tenkes at sektorene kan dra gjensidig nytte av hverandre. Musikerne har vist seg å være et godt eksempel, fordi de rammene som musikeren allerede har er kompatible med hva næringslivet etterspør. De er kunstnere/håndverkere som har en performativ væremåte, og er tilbøyelige til å distribuere seg på nye plattformer. Musikerne egner seg til samarbeid med næringslivet kanskje akkurat fordi musikk har en form som lett kan overføres og settes inn i nye sammenhenger, uten å miste sin verdi. Dette gjelder imidlertid ikke all kunst, men kan eksempelvis gjelde maleri og skulptur, ettersom disse har en ramme og kontekst å fungere innen. Billedkunst er en introvert kunstart som ikke kan alltid like lett kan overføres i en samarbeidsform, nettopp fordi billedkunstnerne gjerne arbeider alene og selvstendig i sitt virke.

Med musikerens og billedkunstnerens ulike måter å virke på innen kunstsektoren, ser vi betydelige forskjeller i deres innstilling og holdning til samarbeid med næringslivet. Men blant de rolleendringene som skjer hos dagens unge kunstnere, der det anses som frigjørende å være utenfor institusjonen og dens ideologier, kan de være med på å skape nye rom og nye roller for kunsten og kunstneren.

KAPITTEL 6: EVALUERING OG KONKLUSJON

6.1 EVALUERING AV PROSJEKTETS AVGRENSNINGER

I og med at vi har jobbet med en så åpen problemstilling har det vært vanskelig å undersøke alle sider ved den. I samråd med oppdragsgiverens ønsker valgte vi derfor noen områder som vi så som særlig interessante å undersøke. Vi avgrenset problemstillingen ved å rette fokus mot tre kategorier av informanter. I praksis ble oppgaven å finne ut om det finnes forskjeller i holdninger mellom kunstnere innenfor musikk og billedkunst, mellom kunstnere av ulikt kjønn, og mellom kunststudenter versus etablerte kunstnere. Vi valgte videre å se på temaer som familiebakgrunn, motivasjon for å bli kunstner, kunstsyn, holdning til næringslivet, økonomisk avhengighet/uavhengighet og erfaring med næringslivet, som mulige faktorer som kan påvirke kunstnernes holdninger. Det viste seg at disse inndelingene faktisk gjorde det lettere for oss å se gjennomgående mønstre, og til en viss grad å kategorisere informantenes holdninger.

Avgrensningene vi har gjort har hovedsakelig vist oss at holdninger til samarbeid varierer innenfor de to kunststartene. I tolkningen av materialet har vi vist hvordan avgrensningene har blitt brukt, og hvilke effekter de har hatt på materialet.

Av ressursmessige årsaker var det umulig for oss å undersøke alle aspekter som kunne vært interessante. Vi har gjort oss opp noen tanker om andre momenter som kunne vært relevante å se på i en slik undersøkelse, men som ikke er inkludert i vår egen. Disse vil således fungere som råd og tips til oppdragsgiver for videre forskning.

En mulig måte å avgrense informantene og dermed også problemstillingen på, kunne vært å undersøke kunstnere i distriktene. I Oslo-området har kunstnerne flere muligheter til å finne oppdragsgivere. Har kunstnere i distriktene like store muligheter til å samarbeide med næringslivet, eller må de utføre andre oppdrag for å overleve?

Andre mulige avgrensninger i problemstillingen kunne være å velge en annen musikkstil, som for eksempel sjangerne jazz- og popmusikk. Disse kunstnernes erfaringer med næringslivet kan være av en annen karakter, og kan dermed representere andre holdninger enn de vi har sett hos de

klassiske musikerne.

Nok et perspektiv det kunne vært interessante å undersøke, er om det finnes forskjeller i holdninger mellom studenter som utdannes ved ulike institusjoner. En antagelse i denne forbindelse er at Kunsthøgskolen i Oslo og Statens Kunstakademi har to ganske ulike kunstfilosofier, og dermed vektlegger det å samarbeide med næringslivet i ulik grad. Vi har bare inkorporert to statlige kunstsoler i vår undersøkelse, uten å sammenligne eller skille mellom dem for øvrig. Et annet interessant moment i dette henseende kan være å undersøke om det finnes forskjeller i holdninger mellom studenter ved statlige og private utdanningsinstitusjoner. Er det slik at det eksisterer forskjellige holdninger til næringslivet og det å samarbeide med disse, innenfor offentlige og private utdanningssteder?

6.2 OPPSUMMERING AV HOVEDFUNN

Forum for Kultur og Næringsliv ønsket hovedsaklig at vi skulle undersøke hvorvidt det fantes forskjeller mellom kunstarnenes holdninger til samarbeid med næringslivet, og hvorvidt det fantes variasjoner i holdninger avhengig av om kunstnerne var etablert eller under utdanning.

Funnene våre viser skiller mellom musikerne og billedkunstnerne i forhold til hvilke holdninger de har til samarbeid med næringslivet. Musikerne er mer innstilte på å samarbeide med næringslivet, og har også flere kontakter og mer utstrakt erfaring med slike samarbeid. Billedkunstnere har flere forbehold til det å samarbeide med næringslivet, og erfaringene med samarbeid er også annerledes. Studenter innen billedkunst er mindre involvert i oppdrag under utdannelsen enn hva musikkstudentene er. Billedkunstnere både under utdanning og etablerte, distanserer seg fra den type oppdragskunst som er mer naturlig for musikerne. Musikerne påtar seg oppdrag som ikke nødvendigvis gir dem noe kunstnerisk tilbake, motivert hovedsakelig av økonomi og et ønske om å utøve kunsten sin.

Et samarbeid for billedkunstnere baseres på andre motiver. De fokuserer i større grad enn musikerne mer på selve oppdraget, og hva bedriften vil med det aktuelle oppdraget. Det fremstår også som viktig for billedkunstnere å komme tidlig inn i prosessen, slik at de dermed opplever at de har en mulighet til å påvirke resultatet.

Andre funn i undersøkelsen er at kjønn har en viss effekt på kunstneres holdninger. Kvinner vektlegger andre verdier enn menn ved et eventuelt samarbeid med næringslivet. Igjen er det imidlertid forskjeller mellom kvinner og menn innad i kunststartene. Kvinnelige musikere samarbeider mer med næringslivet enn kvinnelige billedkunstnere. Dette er uavhengig av om de er under utdanning eller etablerte. Kvinnelige musikere har videre mer til felles med mannlige musikere i holdninger til næringslivet, mens forskjellen innad i gruppen av billedkunstnere er større. De kvinnelige billedkunstnerne har flere forbehold enn menn til å samarbeide med næringslivet, i den grad at kvinnene er opptatt av bedriftens motiv og på hvilke grunnlag møtet med samarbeidspartneren tar sted. Mennene var stort sett mer positive ved at de så på næringslivssamarbeid som en plattform som kunne åpne for nye muligheter og ett nytt publikum. Kvinnenes større skepsis kan komme av den neglisjeringen de historisk har vært offer for ved en mannsdominans i både kunstinstitusjonen og næringslivet. Kvinner som kunstnere er ikke en ensartet gruppe, men har ulike holdninger, og holdningene fremstår som mer avhengig av hvilken kunststart de utøver.

Familiebakgrunn ser ikke ut til å påvirke holdningene til samarbeid blant våre informanter. Det kan imidlertid se ut til å påvirke andre verdier, som synet på kunst og hva skal kunsten være, samt hvilken rolle kunsten skal inneha. Å bli kunstner var for enkelte et personlig valg, og for andre i større grad tilfeldig.

Kunstneres syn på egne kunnskaper og kompetanse er svært forskjellig blant kunststartene. Den kompetanse kunstnerne ser de har, relateres hovedsakelig til kunsten de utøver. Billedkunstnere eksemplifiserer dette med at de kan bruke sin estetiske kompetanse i et samarbeid. Musikerne nevner også egenskaper som de bruker i sin utøvelse av kunst, som eksempelvis å lytte, samarbeide, formidle og det å samspille. Dette er egenskaper de også bruker når de samarbeider med andre musikere, og kanskje derfor lettere å relatere til samarbeidssituasjoner generelt. Det kan altså virke som det er lettere for informantene å se hvilke kunnskaper de har, ut ifra hva de benytter seg av i utøvelsen av kunsten.

I spørsmålet om hvorvidt informantene kunne tenke seg å eksempelvis komme og holde foredrag i en bedrift, er informantene delte i sine svar. Mens et fåtall uttrykker at de har en reell kompetanse som næringslivet kan lære av og dra nytte av, har mange av informantene problemer med å se for seg en slik situasjon. Flere uttrykker også at de ikke ville vært interessert i dette, ettersom de ikke anser det som en del av sitt kunstneriske virke.

Spørreundersøkelsen viser et annet resultat enn intervjuene. Tallene fra spørreskjemaet viser at kvinnelige kunstnere er mest positive til å samarbeide med næringslivet. De har generelt en høy svarandel på svaralternativet positiv. Når det gjelder mannlige kunstnere så har de en lavere andel positive svar. Det er også en forskjell mellom etablerte og de under utdanning. De etablerte mennene stiller seg mer positive til samarbeid enn hva menn under utdanning gjør. Etablerte mannlige musikere har en høyere andel positive svar enn etablerte mannlige billedkunstnere. Videre har menn under utdanning, både musikere og billedkunstnere, høyere svarandel på alternativene negativ og vet ikke. Høy svarandel på disse alternativene kjennetegner alle gruppene av kunstnere under utdanning, uavhengig av kjønn og kunstart. Blant etablerte billedkunstnere er det kun kvinnene som har krysset av for at de stiller seg negative til samarbeid.

På et punkt er resultatene fra spørreundersøkelsen og de kvalitative intervjuene like. Billedkunstnere har flest svar på alternativet vet ikke. Sammenlikner vi med de kvalitative intervjuene uttrykker flere av billedkunstnerne uttalte forbehold i intervjuene. Generelt uttrykker billedkunstnerne i begge undersøkelsene, større usikkerhet eller skepsis til det å samarbeide med næringslivet, enn musikerne. Spørreundersøkelsen viser at det også er mange kvinner som stiller seg positive til samarbeid med næringslivet. Det sammenfaller ikke med intervjuene, hvor kvinnene generelt er de som er mest skeptiske.

6.3 FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING OG ARBEID

Det viser seg at av de 20 spurte kunstnerne innenfor artene musikk- og billedkunst er det ingen som har sagt at de aldri kunne tenke seg å samarbeide med næringslivet. Det ytres imidlertid forbehold til slike samarbeid fra både musikerne og billedkunstnerne, og de sistnevnte er den gruppen med størst motforestillinger. Billedkunstnerne har derfor blitt den gruppen vi har fokusert mest på, og dem vi da også tar utgangspunkt i når det gjelder forslag til videre forskning og arbeid. Musikerne har ingen sterke motforestillinger, men stiller seg derimot positive til å skape nye forbindelser med publikum. Et behov skulle ønsket fleste allikevel dekket; ønsket om at publikummet en oppdragsgiver inviterer til å høre på, er lydhøre og respekterer musikerens arbeid. Dette er saktens et vanskelig krav å innfri ettersom man ikke kan bestemme over publikum, men det ligger en svak oppfordring om at næringslivet som oppdragsgiver må ta ansvar for - og legge til rette for at musikken kommer fram der den fremføres.

Billedkunstnerne har på sin side krav om at den kunstneriske friheten respekteres. De har større betenkeligheter i forhold til hvem de ønsker som samarbeidspartnere. Vurderingen vil de måtte komme til å ta for hver gang de står overfor en eventuell forespørsel. De vektlegger også betydningen av å da få ta større del i det prosjektet de skal være med på, og i mindre grad fungere som ”pynteinnslag”. Som tidligere redegjort for har særlig billedkunstnerne større problemer med selve samarbeidsbegrepet, både i relasjon til næringslivet og på et mer generelt plan. Dette kan kanskje relateres til det faktum at billedkunstnerne ofte arbeider mer selvstendig og alene i sitt virke, enn hva musikerinformantene våre, som gjerne er tilknyttet orkestre eller ensembler, gjør. Musikernes mer kollektivt orienterte arbeidsform og erfaring med samarbeid kan også kanskje bidra til at disse lettere ser hvilke egenskaper og hvilken kompetanse de kan ta med seg inn i et samarbeid.

Vårt forslag til Forum for Kultur og Næringsliv er dermed å videreformidle til sine medlemmer på næringslivssiden denne direkte oppfordringen om å integrere kunstneren bedre i prosjekter der det er snakk om en spesiell type utsmykning. Denne integreringen går ut på at kunstnerne vil komme inn og gjøre research i bedriften, snakke med bedriftens ansatte og gjøre mulig en opplevelse for dem som jobber der. Dersom vi tolker at våre kunstnere faller innenfor det verdisystemet som kalles for det inklusive, ligger det i denne kategorien en kunstnerisk driv etter å være en stemme blant folket, en kritisk røst og å representere et samfunnsengasjement. Ettersom billedkunstnerne også i større grad enn musikerne uttrykker kunstneriske forbehold i forhold til det å involvere seg med næringslivet og vektlegger den kunstneriske friheten som viktig, kan det synes som om billedkunstnere er mer negative til rene oppdragsforhold med næringslivet. Det er større behov for at samarbeidene skal anses som kunstneriske interessante, og være motivert av andre ting enn bare det rent økonomiske. Dette underbygges i billedkunstnernes ønske om å integreres tidligere i prosessen, og ha større innflytelse over det de skal skape sammen med næringslivet.

Den skeptiske kunstneren har vært den gruppen blant våre informanter som har uttrykt størst vanskeligheter med å se at kunst og næringslivet har forenelige verdier. De er fordomsfulle til næringslivets motiver for samarbeid, og ser disse som rettet mot næringslivets egen nytte. De har allikevel ikke stilt seg kategorisk negative. I følge de skeptiske informantene er det viktige i et eventuelt samarbeid, at målet med samarbeidet er noe som strekker seg ut over de involverte partenes interesse. Disse kunstnerne uttrykker at de er mindre interesserte i å gå inn i samarbeid for å eksempelvis skape interne gevinster i en bedrift. Partenes egen nytte skal ikke være motivasjonsfaktorer for samarbeid, selv om dette gjerne kan være bieffekter av et vellykket prosjekt. Den danske kunstgruppen Superflex har vært trukket fram som eksempel på noen som

driver slik utadrettet kunstnerisk virksomhet. Deres prosjekter har en samfunnsorientert agenda, men er samtidig av kunstnerisk og økonomisk interesse for de involverte. Samarbeidet skal i følge den skeptiske kunstneren, helst ta sikte på å skape noe nytt, eller ha en nytte for et område utenfor samarbeidspartnerne selv. Samtidig bør selve samarbeidet være noe kvalitativt annerledes og mer integrert enn et oppdrag, noe som fører oss videre til diskusjonen om samarbeidsbegrepet.

Samarbeidsbegrepet og hvordan dette lar seg applisere til en kontekst hvor næringslivet stiller som samarbeidspartner, har vist seg å være en gjennomgående problematikk for både informantene og respondentene. For respondentene var problemstillingen den manglende definisjonen samarbeid, med det utgangspunkt at det var vanskelig å stille seg kategorisk positiv eller negativ uten å først forholde seg til hva samarbeidet innebar.

Blant informantene har mange vanskeligheter med å se hvordan en samarbeidsrelasjon kan utarte seg som et samarbeid i tradisjonell forstand, ettersom rollene i disse relasjonene gjerne ikke er like, og selve samarbeidet ikke like integrert, som begrepet for mange tilsier. Mange av informantene ser på det å samarbeide med næringslivet mer som oppdrag, hvor de som kunstnere kommer inn som innspillsleverandører mot penger som gjenytelse. Det er imidlertid tydelig at det er billedkunstnerne som har størst problemer med å kalle en slik relasjon for et samarbeid. Enkelte av informantene trekker fram det å skape noe i fellesskap, med samme mål og motiver for samarbeidet, som viktig i et samarbeid, noe de ikke opplever i relasjonen med næringslivet. Ovennevnte situasjon vurderer de heller som et oppdrag, ettersom den ene parten her betaler den andre parten for å utføre en bestemt jobb i kraft av sin kreative kompetanse. Slik viste intervjuene at mye av kritikken mot næringslivssamarbeid fra informantenes side, baserte seg på akkurat det de anså som en uoverensstemmelse med selve samarbeidsbegrepet, og ikke nødvendigvis på skepsis mot næringslivet som institusjon eller oppdragsgiver.

Vårt råd for å imøtekomme informantene i dette henseende, vil være å skape klarere rammer rundt hva et samarbeid mellom kulturaktører og næringslivet, faktisk innebærer. Som vist ovenfor og gjennom undersøkelsen fremstår dette samarbeidet som noe diffust og udefinert, særlig blant billedkunstnerne. En idé kan være å eksplisitt definere dette begrepet som noe annerledes enn det ordinære samarbeidsbegrepet, da bruken av begrepet samarbeid i enkelte av kontekstene ser ut til å skape forvirring og usikkerhet. Ved å vektlegge begreper som eksempelvis kultursamarbeid kan slike samarbeid differensieres både fra samarbeidsbegrepet generelt og fra kultursponsingsbegrepet, som også fremstår som kvalitativt annerledes enn den nye typen kultursamarbeid.

LITTERATURLISTE

Trykte kilder

- Enderud, Harald & Andersen, Ib. *Kap: Vidensproduktionens arbeidsgang i hovedtræk*. I kompendium for Humpro 3000, H08, (1990).
- Gran, Anne-Britt og Donatella, De Paoli. *Kunst og kapital: nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*. Oslo: Pax, 2005
- Holter, Harriet, *Fra kvalitative metoder til kvalitativ samfunnsforskning*. Fra "Kvalitative metoder i samfunnsforskning, red. Ragnvald Kalleberg og Harriet Holter (Oslo: Universitetsforlaget 1998)
- Kjørup, Søren. *Kunstens filosofi : en indføring i æstetik*. 2 opplag, Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag, 2004
- Nochlin, Linda. *Hvorfor har det ikke vært noen store kvinnelige kunstnere?* Oversatt av Toril Hanssen, etterord av Anne Wichstrøm. Oslo: Pax, 2002.
- Ryen, Anne. *Det kvalitative intervjuet: fra vitenskapsteori til feltarbeid*. Bergen: Fagbokforlaget, 2002.
- Solhjell, Dag. *Kunst-Norge: En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*. Oslo: Universitetsforlaget, 1995.
- Solhjell, Dag. *Kuratorene kommer – Kunstpolitikk 1980 - 2006*, Oslo: Unipub AS 2006.
- Sveen, Dag. *Om kunst, kunstinstitusjon og kunstforståelse*. Oslo: Pax forlag, 1995..
- Thagaard, Tove. *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget, 2003.

- Østby, Helge, *Metodebok for mediefag*. Med bidrag av Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ove Larsen, 2 utg. Bergen: Fagbokforlaget, 2002.

Rapporter

- *Kunstnerundersøkelsen, Revidert utgave av rapporten om kunstnerens aktivitet, arbeids- og inntektsforhold*. Rapport nr. 241.revidert 2008, (Bø i Telemark, 2006), <http://www.telemarksforskning.no/mediafiler/fil.asp?id=233>

Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet, *Tango for to. Samspill mellom kulturliv og næringsliv*, (Oslo: 2001)

http://www.regjeringen.no/upload/kilde/kd/bro/2001/0004/ddd/pdfv/137103-110647kultur_naering.pdf

- Kultur og Kirkedepartementet. *Stortingsmelding nr 22 Kultur og næring*, (Oslo: 2004-2005) <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/dok/regpubl/stmeld/20042005/Stmeld-nr-22-2004-2005-.html?id=407136>

- Perduco, Cultura Capital. *Kultur og næring. En rapport om kultursponsing og kultursamarbeid*. Med bidrag av Anne Britt Gran, Gyrd Steen, og Roy Eskil Banken. (Oslo: 2004.)

- Rapport fra Humanistisk prosjektsemester, Det humanistiske fakultet, *Hvorfor Kultursamarbeid. En rapport om næringslivets relasjoner med kulturaktører*. (Universitetet i Oslo 2006).

Andre kilder

- De nasjonale forskningsetiske komiteer, *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi* <http://www.etikkom.no/retningslinjer/NESHretningslinjer/personer/9>

- Kunnskapsforlagets, Norsk ordbok, nettutgave
http://ordnett.no/ordbok.html?search=%E6ringsliv&search_type=&publications=23,
(oppsøkt 24. 11. 2008)

- Forum for Kultur og Næringsliv, *Om FK&N*, <http://www.kulturognaringsliv.org/> (oppsøkt 02.12 2008)

- Forum for Kultur og Næringsliv, *En håndbok for utvikling av lønnsomt samarbeid med kulturlivet*, Oslo: Forum for Kultur og Næringsliv

- Oslo konserthus, *Om Hydro*, http://www.oslofilharmonien.no/no/Om_oss/Hydro/ (oppsøkt 23.11.2008)

- Kultur- og kirke departementet, pressemelding. publisert 07.10.2008 Nr.: 133/08. Kulturbudsjettet 2009, *Styrker forbindelsen mellom kulturen og næringslivet*, <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/pressesenter/pressemeldinger/2008/styrker-forbindelsen-mellom-kulturen-og-.html?id=531204&epslanguage=NO>, (oppsøkt 03.12 2008).

- NRK, *Finanskrise gir sponsortørke*, (<http://www.nrk.no/nyheter/kultur/1.6303736> , (oppsøkt 03. 12. 2008)

- Samfunnsspeilet, *Hvor er kvinnene i næringslivet?* (Oslo 2004)
(<http://www.ssb.no/samfunnsspeilet/utg/200406/03/>) (Oppsøkt 03.12.08)

Vedlagt følger 6 vedlegg

VEDLEGG

- I. Prosjektbeskrivelse
- II. Informasjonsskriv om prosjektet
- III. Intervjuguide
- IV. Spørreskjema
- V. Flyer
- VI. Kontrakt mellom Universitet i Oslo og Forum for Kultur og Næringsliv

Vedlegg I:
Prosjektbeskrivelse



FORUM FOR KULTUR OG NÆRINGSLIV

Prosjektbeskrivelse for Humanistisk Prosjektsemester Høsten 2008

Litt om oppdragsgiver

Forum for Kultur og Næringsliv skal på ideell basis bygge bro mellom kultur og næringsliv for å stimulere til gjensidig utveksling av kunnskap, kontakt, kompetanse, verdier og holdninger.

Forum for kultur og Næringsliv ble etablert i 2001 som en ikke kommersiell forening for å bygge bro mellom kultur og næringsliv. Foreningen har siden starten fått noe støtte fra både Kultur -og kirke departementet og Nærings- og handelsdepartementet. I 2007 økte støtten fra departementene betraktelig, i tillegg til at Kommunal- og regionaldepartementet gav oss støtte til å spre vår aktivitet bredere i landet. Ellers er foreningens drift basert på medlemskontingent og aktiviteter for våre medlemmer. Foreningens fokus har siden starten vært kompetanseoppbygging, nettverksdanning, informasjonsvirksomhet og noe lobbying i forhold til rammevilkår for samarbeid. Forumets hovedhensikt er å bidra til flere og gjensidig berikende samarbeid mellom kulturliv og næringsliv. Bakgrunnen for at foreningen ble etablert var at kultursponsing i Norge var på et vest europeisk lavmål og at det generelt var lite kontakt mellom kulturliv og næringsliv. Det var liten interesse i næringslivet for å sponse kultur, og kulturlivet hadde liten forståelse for næringslivets behov og anliggender. De siste fem årene har dette feltet utviklet seg og vokst enormt, og i 2007 kom også handlingsplanen for kultur og næring. Tiltakene spesifiserer at foreningen skal bidra til et mer omstillingsdyktig næringsliv, utvikling av kulturnæringene og samarbeid mellom kultur og næring på landsbasis, samt bidra til at bedrifter investerer mer i samtidskunst. Ellers baserer våre aktiviteter og tilbud seg på våre medlemmers behov, og de trendene vi ser innenfor dette feltet i vårt nasjonale og internasjonale nettverk. Vi er 3 ansatte i vår

forening.

Bakgrunn for prosjektet

I løpet av foreningens eksistens har mye endret seg i forholdet mellom kultur og næringsliv. Næringslivets interesse for kultursponsing har økt for første gang, (dokumentert blant annet av MMI Sponsorbarometer og Kulturbarometeret utviklet av MMI Synovate og Forum for Kultur og Næringsliv). Siden årtusenskiftet har mange sponsoravtaler blitt erstattet av samarbeidsavtaler. En samarbeidsavtale krever større involvering fra begge parter, det utvikles konkrete prosjekter i en likeverdig relasjon, og begge opplever en vinn-vinn situasjon. I dagens samarbeidskonstellasjoner ser vi at det positive utfallet i hovedsak er forsterket merkevare/mer effektiv markedsføring og kompetanseheving blant ansatte.

2 typer samarbeid

Merkevarebyggende samarbeid

Partene involverer seg, setter av tid og utvikler konkrete prosjekter sammen. Dette bidrar til å forankre verdier og budskap internt. På denne måten kan man utvikle bedriftskulturen og involvere de ansatte slik at de får større eierskap til merkevaren. Mao etablerer man merkevaren internt gjennom å praktisere sine verdier og budskap, som på sikt også gir effektiv ekstern markedsføring.

Kompetansehevende samarbeid

Kunstnere generelt sitter på en rekke metoder, verktøy og prosesser som kan være relevante i forhold til å håndtere utfordringer som kontinuerlig endring, krav til fleksibilitet, nytenkning, produktutvikling, innovasjon, og nye relasjons- og kommunikasjonsstrukturer i bedriftene. Dersom disse metodene og prosessene blir fasetert profesjonelt er dette et effektivt og attraktivt alternativ til tradisjonelle organisasjonsprosesser.

Noe av problemet med tradisjonelle sponsoravtaler har vært den store ubalansen mellom partene; næringslivet sitter på makten og pengene mens kunstnere og kulturorganisasjoner skal stå med hatten i hånda og være takknemmelige. Samarbeidsavtaler derimot, kan være gjensidig berikende. Til tross for dette opplever vi at mytene mellom kulturliv og næringsliv fortsatt lever i en del miljøer både i kulturlivet og næringslivet. I følge forskning utført av KKD, er fordommene større i næringslivet enn kulturlivet, men vi ser også at en del kunstnere, av forskjellige årsaker, har motforestillinger mot å jobbe med næringslivet. Dette kan begrunnes med holdninger, innstillinger, fordommer, miljømessig status, tilhørighet, kompetanse etc.

Prosjektets spørsmålsstillinger og oppdragsgivers ønsker om hva som skal oppnås gjennom prosjektet

Forum for Kultur og Næringsliv ønsker å utforske kunstnere og deres innstilling til samarbeid med næringslivet. Vi ønsker

1) Sammenlikne etablerte kunstnere med kunstnere under utdanning for å se om det er en generell utvikling i innstillingen til samarbeid med næringslivet.

2) Se om det finnes en forskjell i innstilling mellom de forskjellige kunstartene dans, musikk, skuespillere og billedkunstnere.

3) Se om det finnes noen generaliserbare kriterier for hvem som er interessert i å samarbeide med næringslivet, og hvem som ser næringslivet som et reelt marked for sin kompetanse og sitt virke: Hvorfor ser noen kunstnere dette som å "selge sjela si", mens andre ser det som en strålende mulighet til å bruke sin kompetanse til å skape en levedyktig kunstbasert næring?

Hvor viktig er for eksempel

- studentens kjønn og alder
- studentens forhold til kultur
- studentens forhold til næringslivet
- studentens motivasjon for å studere kunst
- forhold til foreldrene
- foreldrenes forhold til kultur
- foreldrenes utdanning
- oppvekstmiljø
- deltakelse i minoritetsgrupper
- politisk engasjement
- andre studier i tillegg til kunstud
- fritidsinteresser
- samfunnsengasjement/ansvar
- næringslivsforståelse
- plassering i søskenflokk
- arbeidserfaring
- nasjonalitet
- motivasjon for å bli kunstner
- mann/kjæreste
- økonomisk avhengighet/uavhengighet
- innstilling til arbeidsledighet

Vi ser for oss at vi, i samarbeid med prosjektgruppen, plukker ut et antall skoler/klasser som utdanner kunstudfagsstudenter i tillegg til å finne en representativ gruppe etablerte kunstnere. Analysen bør baseres på intervjuer og spørreskjemaer (kvalitativ undersøkelse med muligheter for generaliserbare konklusjoner fra spørreskjemaet). Hypoteser kan utvikles/defineres i en workshop? Undersøkelsen kan anses som en pilotundersøkelse som, sammen med andre studier, kan bidra til mer omfattende forskning på et senere tidspunkt. Vi er ute etter å finne trender i markedet. Undersøke hvorvidt innstillingen blant kunstnere er i endring som et resultat av hyppigere, mer likestilte og innholdsrike samarbeidsformer mellom kultur og næringsliv. Kunne vurdere hvorvidt noen kunstformer er mer relevante og passende for samarbeid med næringslivet, etc. Denne informasjonen skal brukes til å videreutvikle fagfeltet, være veiledende for videre forskning, i tillegg til å være relevant informasjon som vi tilbyr våre medlemmer.

Oppdragsgiver:

Forum for Kultur og Næringsliv
Essendropsgt 3 (NHO)
0303 Oslo

Kontaktperson

Prosjektleder / Arbeidspsykolog
Rebekka Torsdatter
23088109/93433032
rebekka@kulturognaringsliv.org

Faglig ansvarlig veileder

Kari Telste, forskningskoordinator Norsk Folkemuseum
kari.telste@norskfolkemuseum.no
Tlf. 22 12 37 59

Prosjektansvarlig

Prosjektleder Humanistisk Prosjektsemester: Ragnhild Johnsrud Zorgati,
e-post: r.j.zorgati@ikos.uio.no , tlf. 22 85 67 21
Prosjektkoordinator Humanistisk Prosjektsemester: Kari Andersen,
e-post: kari.andersen@ikos.uio.no , tlf. 22 85 84 68

Fremdrift

Oppstartssamling for studentene ved Humanistisk Prosjektsemester er 21. og 22. august 2008. Oppdragsgiver presenterer prosjektet for studentene torsdag 21. august. Prosjektstart er umiddelbart etter oppstartssamlingen, og prosjektgruppens første møte hos oppdragsgiver vil være i uke 35.

Ferdigstillelse av prosjektrapporten: 8. desember 2008.

Tidspunkt for gjennomføring av en muntlig presentasjon av prosjektresultater for oppdragsgiver avtales nærmere mellom oppdragsgiver og prosjektgruppa.

Kontorer: Oppdragsgiver kan dessverre ikke sørge for kontorplass.

Finansiering

Kr 30.000,- finansieres av Forum for kultur og næringsliv.
Andre utgifter til prosjektet, som for eksempel kopiering, telefon, reise utenfor Stor-Oslo, utsending av spørreskjemaer og fokusgrupper, dekkes av oppdragsgiver, forutsatt at oppdragsgiver og prosjektgruppe er enige om at dette er nødvendig.

Vedlegg II
Informasjonsskriv

Til deg som er interessert til å stille til intervju!

Her kommer utfyllende informasjon om forskningsprosjektet; *"Da kunstneren møtte næringslivet"*.

Vi er fire studenter fra Universitetet i Oslo som via Humanistisk Prosjektsemester har fått i oppdrag fra Forum for Kultur og Næringsliv å foreta en kvalitativ undersøkelse av kunstneres holdninger til det å samarbeide med næringslivet. For å gjennomføre undersøkelsen trenger vi dybdeintervjuer med kunstnere og våre kilder baseres derfor på intervjuene som fortolkes vitenskapelig. Du vil holdes anonym og møtet mellom deg og oss skal foregå i samtaleform. Vi stiller med spørsmålene - du har svarene!

NÅR OG HVOR?

Intervjuene skal gjennomføres i perioden: uke 40 tom. uke 43.

Vi ønsker å avtale intervjuet så fort som mulig. Derfor er det fint at du gir rask tilbakemelding. Når og hvor intervjuene skal finne sted er opp til deg. Vi har kontor på Universitetet i Oslo, Blindern, så hvis ønskelig, kan du komme hit, eller vi kan avtale et møte hvor det passer best for deg.

Prosjektet: Det er grunn til å tro at det har skjedd en utvikling i samarbeidsformer mellom kunstnere og næringsliv og at dagens kunstneres holdninger også er i endring. Vi ønsker derfor å undersøke hvilke holdninger kunstnere har til det å samarbeide med næringslivet og eventuelt få innblikk i faktorer som påvirker disse holdningene. Synes du kanskje at næringslivet kan være til hjelp for å styrke din stilling som kunstner? Eller er kunst og næringsliv uforenelige av mer ideologiske årsaker? Kanskje du aldri har tatt stilling til problematikken? Uansett trenger vi dine synspunkter og tanker.

Du kan gi oss tilbakemelding via e-post eller telefon for å avtale tidspunkt.

Du kan kontakte:

Susanne Viste Bie
susannebie@gmail.com
Tlf: 92203137

eller

Jenny Magnusson
magnusson_jenny@hotmail.com
Tlf: 91623708

Ved å delta i dette prosjektet vil du få en gylden mulighet til å påvirke en aktuell faglig debatt!

Vel møtt!

Mvh
Prosjektgruppa v/
Susanne Viste Bie
Jenny Magnusson
Line Grenheim
Fredrik Søfteland

Humanistisk Prosjektsemester er arbeidslivsrettede prosjektarbeider ved Universitet i Oslo som tar på seg oppdrag fra eksterne arbeidsgivere. Prosjektene er reelle og utarbeidet av oppdragsgivere med utgangspunkt i aktuelle behov. Oppdragene krever innsamling og bearbeiding av empiri. Hensikten med Humanistisk Prosjektsemester er å gi oss studenter erfaring med konkrete arbeidsformer og problemstillinger i arbeidslivet.

Forum for Kultur og Næringsliv ble etablert i 2001 som en ikke-kommersiell forening for å bygge bro mellom kultur og næringsliv. Foreningens fokus har vært å bidra til flere og berikende samarbeid mellom kultur- og næringsliv.

Vedlegg III:
Intervjuguide

INTERVJUGUIDE

Takk for at vi får intervju deg!

Noe du lurte på utover e-posten vi sendte eller i forbindelse med intervjuet?

Du kan la være å svare, og du kan trekke deg! Båndopptaker, er det i orden?

Intervjuene anonymiseres. Vi kommer til å benytte oss av dataene fra intervjuet i rapporten og kan trekke ut sitater, vi anser som relevante fra intervjuet.

Den ferdigstilte rapporten kan ved en senere anledning benyttes i andre forskningsprosjekt.

Kunstneren

- 1 Alder?
- 2 Under utdanning/ etablert?
- 3 Kjønn?
- 4 Kunststart? Hva er ditt felt?
- 5 Annen utdanning?
- 6 Har du hatt eller har du betalt oppdrag som kunstner?/ engasjement?

Vi kommer videre i intervjuet til å benytte begrepet kunstner som fellesbetegnelse for både musikere og øvrige typer kunstnere.

Motivasjon

- 7 Hvorfor (hvem/hva påvirket?)
- 8 Ser du for deg å bli kunstner av yrke?
- 9 Hvorfor kunststarten? (instrument, sjanger, uttrykksform)
- 10 Familiebakgrunn/sosial omgangskrets?
- 11 Hvem vil du skal oppleve kunsten din? Hvem er ditt publikum? (alle, kjennere, etc.)

Holdninger

- 12 Hvis jeg sier næringslivet, hva tenker du da? (Assosiasjoner)
- 13 Hva er næringslivets formål? Hva er funksjonen til næringslivet? (økonomisk vekst, konkurranse, penger, fritt marked)
- 17 Opplever du at du er en del av næringslivet? Angår det deg?
- 15 Hvis jeg sier kunst, hva tenker du da? (Assosiasjoner)
- 16 Hva er kunstens formål? Hva skal kunsten være? (skape reaksjoner, samfunnsutvikling, egenverdi, dannelse)

- 17 Hva ønsker du å uttrykke med kunsten din? Hva vil du med kunsten din? (selvrealisering, politiske holdninger, skape reaksjoner, samfunnsutvikling, filantropi, tjene penger)
- 18 Synes du noen typer kunst er mer salgbare enn andre? Eventuelt hvorfor?
- 19 Er du noen fellesnevner eller motsetninger mellom de to? Går det an å forene de to? Eller er de to vesensforskjellig sfærer?

Samarbeid

- 20 Hva er samarbeid for deg, hva er viktig? Hva er å samarbeide (*informanten skal ikke svare på samarbeid med næringslivet, men "rått" forklare hva samarbeid er for dem*)
- 21 Hva kjennetegner en god samarbeidspartner?
- 22 På grunnlag av hva du nå har sagt om samarbeid, kunne næringslivet kunne vært en god samarbeidspartner for deg? Hvorfor/ hvorfor ikke?
- 23 Har du erfaring i å samarbeide med næringslivet? Hvilke betraktninger har du gjort ut fra egne erfaringer?
- 24 Kjenner du andre kunstnere som har erfaring med samarbeid? Er disse erfaringene positive eller negative? Er samarbeid noe du diskuterer i omgangskretsen din?
- 25 Hva legger du i å samarbeide med næringslivet? Hvordan ser du for deg et samarbeidsforhold? Fordeler/ulemp(er)? (produsere et produkt for penger, delta i utforming/merkevarebygging sammen med næringslivet, bruke fagkompetanse, etc.)
- 26 *Hvis negativ*, hva skal til for at du skulle sett en slik samarbeidsrelasjon som positiv?
- 27 Hva har du, etter ditt, syn lært i din yrkeskarriere/utdanning som kan anvendes på andre områder? Hva kan du?
- 28 Du har altså ressurser rent utover det å skape kunst. Hvordan kan disse være interessante for en samarbeidspartner?
- 29 Hva ser du at næringslivet kan gi *deg* som en samarbeidspartner? (penger, nytt publikum etc.)
- Kunne du ha tenkt deg å gjøre oppdragskunst/bestillingsverk for en bedrift?
- Kunne du tenkt deg å spille en konsert på et arrangement/ stille ut verkene dine i en bedrift?
 - Kunne du tenkt deg å komme i en bedrift og holde et foredrag om for eksempel kreative arbeidsprosesser?

- c. Kunne du tenke deg å bidra til et kulturarrangement som er iverksatt og fullstendig sponset av en næringslivsaktør?

30 Er det noen institusjoner, bedrifter, organisasjoner etc. du absolutt ikke kunne tenke deg å samarbeide med? Hvorfor? (bedrift, kulturinstitusjon, etc.)

Økonomi

31 Hvis jeg sier økonomi, hva tenker du da?

32 Ser du noen fellesnevner eller motsetninger mellom kunst og ? Går det an å forene de to? Eller er de to vesensforskjellig sfærer?

33 Hvordan ser du for deg å leve som kunstner/ hvordan lever du som kunstner?

34 Hvordan opplever du at arbeidsmarkedet er for kunstnere? Er det lett å klare seg? (for mange kunstnere/for hard konkurranse, for få potensielle inntektskilder)

35 Hvilke støtteordninger for kunstnere kjenner du til, og hvordan fikk du vite om disse? Hvordan har du inntrykk av at det er å få disse? Hva må til? Gir noen av disse høyere anseelse enn andre?

Kunstnerisk frihet

36 Hva tror du skjer med den kunstneriske friheten ved en inngåelse av samarbeid med næringslivet? Styrkes eller svekkes kunstens uavhengighet (autonomi) i dette samarbeidet?

37 Hvor hører den kunstneriske friheten mest hjemme? Hvilken arena er kunsten mest fri?

Spørsmål til slutt.

Tror du at ulike kunstformer har ulik oppfatning av det å samarbeide med næringslivet? Tror du at det finnes kunstformer som er mer eller mindre "samarbeidsvillige" enn andre?

Tror du at alder/ generasjon har noe å si?

Tror du det at menn og kvinner har forskjellige holdninger?

Er dette spørsmål du har blitt spurt om/diskutert tidligere? Er det spørsmål du opplever som viktige i den pågående fagdebatten? Opptar de deg i det vanlige?

Er det noe mer du ønsker å tilføre?

Vedlegg IV:
Spørreskjema

SPØRREUNDERSØKELSE

Det er grunn til å tro at det har skjedd en utvikling i samarbeidsformer mellom kunstnere og næringsliv og at dagens kunstners holdning også er i endring. Vi er en prosjektgruppe fra Universitetet i Oslo som skal gjennomføre en undersøkelse for Forum for Kultur og Næringsliv. Undersøkelsen skal se på kunstnernes holdninger til samarbeid med næringslivet.

Spørreundersøkelsen er anonym og vil fungere som veiledende i forhold til hypotesebygging og innsikt i feltet.

- **Hvor gammel er du?**

_____ år

- **Kjønn**

Kvinne _____ Mann _____

- **Hvilken kunstart tilhører du?**

Musikk/klassisk _____ Visuell kunst _____

- **Hvilke holdninger har du som kunstner til det å samarbeide med næringslivet?**

Positive _____ Negative _____ Vet ikke _____

Tusen takk for deltakelsen



Vedlegg V:

Flyer

kunstneren&næringslivet



ER DU KUNSTNER?

HVA ER DINE HOLDNINGER TIL
SAMARBEID MED NÆRINGSLIVET?



Det er grunn til å tro at det har skjedd en utvikling i samarbeidsformer mellom kunstnere og næringsliv og at dagens kunstners holdning også er i endring. Vi, som prosjektgruppe fra Universitetet, skal gjennomføre en undersøkelse for Forum for Kultur og Næringsliv som skal peke på kunstneres ulike holdninger til samarbeid med næringslivet.

PROSJEKTGRUPPE

LINE GRENHEIM
GRENHEIM@GMAIL.COM

JENNY MAGNUSSON
MAGNUSSON_JENNY@HOTMAIL.COM

SUSANNE VISTE BIE
SUSANNEBIE@GMAIL.COM

FREDRIK SOFTELAND
FREDRIAS@STUDENT.HF.UIO.NO

Vi vil derfor, ved hjelp av deg som kunstner, se på hvilke holdninger og eventuelle fordommer som ligger mot det å samarbeide med næringslivet. Synes du at kanskje næringslivet kan være til hjelpe for å styrke din stilling som kunstner? Eller er kunst og næringsliv uforenelige av mer ideologiske årsaker? Kanskje du aldri har tatt stilling til problematikken? Uansett så trenger vi dine synspunkter og tanker.

Denne flyeren ble utdelt i forbindelse med spørreundersøkelsen.

Vedlegg V:

Kontrakt mellom Universitet i Oslo og Forum for Kultur og
Næringsliv



UNIVERSITETET I OSLO

DET HUMANISTISKE FAKULTET

Forum for Kultur og Næringsliv
v/ Rebekka Torsdatter
Essendropsgt 3 (NHO)
0303 Oslo

**Institutt for kulturstudier og
orientalske språk**

Postboks 1010 Blindern
0315 Oslo

Telefon: 22 85 59 43

Telefaks: 22 85 48 28

E-post: henvelnelser@ikos.uio.no

Nettadresse: <http://www.hf.uio.no/ikos>

Dato: 11.august 2008

Deres ref.:

Vår ref.: kaanders 2008/14041

Avtale om prosjektsamarbeid høsten 2008 mellom

**Forum for Kultur og Næringsliv og
Humanistisk prosjektsemester,
Universitetet i Oslo**

§ 1 Målsetning for prosjektet

- Prosjektet gjennomføres generelt med et tosidig formål: Det skal tjene som en læringsarena for studentene og prosjektresultatene skal ha en nytteverdi for oppdragsgiver.

§ 2 Kostnader

- Oppdragsgiver betaler kr. 30.000,- for oppdraget ved Humanistisk Prosjektsemester. Beløpet dekker delvis studiets driftsutgifter. Utgifter ut over dette (som kreves for gjennomføringen av prosjektet), for eksempel til reiser og materiell, må dekkes av oppdragsgiver. Dersom prosjektarbeidet krever reisevirksomhet utenfor Oslo-området, må utgifter for studentdeltakerne til dette dekkes av oppdragsgiver.
- Universitetet sender faktura på prosjektavgiften etter prosjektstart.

§ 3 Kontaktpersoner

- Oppdragsgiver skal ha en kontaktperson med spesielt ansvar for dialogen med studentgruppa.
- Opprettelse av styringsgruppe, referansegruppe, spesielle kontakt- og ressurspersoner må tilpasses både det enkelte prosjekt og organisasjonen hos oppdragsgiver. Spesielle forutsetninger eller ønsker i denne sammenheng skal inngå i prosjektbeskrivelsen.

§ 4 Fagansvar og iverksettelse

- Utkast og tema for prosjektarbeidet utarbeides i egen prosjektbeskrivelse.
- Prosjektleder og prosjektkoordinator har ansvar for å utarbeide prosjektbeskrivelsen i samarbeid med oppdragsgiver. Humanistisk Prosjektsemester legger vekt på at avgrensningen av mandatet for prosjektgruppa er tilstrekkelig åpen, slik at prosjektgruppa selv kan delta i presisering og konkretisering av spørsmålsstillinger/oppdrag når prosjektgruppa etableres.
- Prosjektleder og prosjektkoordinator har ansvar for å skaffe faglig veileder til prosjektet.
- Det er prosjektgruppas ansvar å planlegge og å gjennomføre prosjektet i samråd med oppdragsgiver, veileder og prosjektleder/prosjektkoordinator.

- Prosjektgruppa er ansvarlig for å holde oppdragsgiver informert om prosjektarbeidets milepæler og status.
- Prosjektperioden varer fra og med 21. august til og med 19. desember 2008.
- Ved slutten av prosjektperioden skal gruppa presentere resultatet av sitt arbeid for oppdragsgiver i form av en skriftlig rapport og muntlig presentasjon av prosjektets hovedfunn. Muntlig presentasjon vil normalt bli holdt i løpet av desember 2008.
- Gruppas frist for levering av rapporten er 8. desember 2008.

§ 5 Oppdragsgivers forhold til studentene

- Dersom det er ønskelig kan oppdragsgiver inngå avtale med studentene om taushetsplikt om forhold som oppdragsgiver anser som konfidensielle.
- Oppdragsgiver kan ikke selv velge hvilke studenter som skal være med i prosjektgruppa. Prosjektleder og prosjektkoordinator for prosjektsemesteret bestemmer sammensetningen av gruppene med utgangspunkt i studentenes kompetanse og ønsker. Det er imidlertid åpent for at oppdragsgiver kan komme med generelle ønsker ut fra faglige begrunnelser.
- Det er vesentlig at oppdragsgiver i så stor grad som mulig stiller kontorplass til rådighet for studentene i arbeidsperioden ved prosjektstedet. Oppdragsgiver bør legge forholdene til rette slik at studentene kan oppholde seg i virksomheten utover ren møteaktivitet. Dette av praktiske arbeidsmessige grunner, og for at studentene skal bli kjent med oppdragsgivers virksomhet.
- Dersom det skulle bli aktuelt for oppdragsgiver å ansette noen av studentene, skal dette først skje etter at prosjektgruppa har gjennomført sin eksamen. Denne forpliktelsen fra oppdragsgivers side skal sikre gruppas habilitet under gjennomføringen av det forskningsbaserte prosjektoppdraget, samt sikre likebehandling av studentene.

§ 6 Opphavsrett og tilgjengelighet av rapporten

- Studentene i prosjektgruppa har opphavsretten til rapporten (jf. åndsverksloven). Dette innebærer at eventuelle endringer må avtales med rapportens forfattere.
- Oppdragsgiver har krav på tre eksemplarer. Ytterligere opplag må betales av oppdragsgiver selv.
- Universitetet skal ha et nærmere angitt antall prosjektrapporter (til eksamensarbeid, bibliotek og lignende).
- Humanistisk prosjektsemesteret legger til grunn at rapporten skal være offentlig tilgjengelig, og den utarbeides med dette for øye. Rapporten gjøres ikke offentlig tilgjengelig før den er godkjent av Universitetet i Oslo og av oppdragsgiver. Ytterligere begrensninger må avtales særskilt.

§ 7 Mislighold av avtalen / oppsigelse av kontrakten / tvist

- Ved tvist om forståelsen av denne avtalen eller om prosjektgruppens gjennomføring av oppdraget, plikter partene å søke og finne en minnelig løsning på tvisten.

Oslo/dato:

Oslo/dato:

Rebekka Torsdatter
Prosjektleder

Ragnhild Rebne
Administrativ leder