

”Kunstnerisk Kapital” – en uutnyttet ressurs. Et eksplorerende forprosjekt om billedkunstens for hold til omverdenen.

Forskningsrapporten omhandler billedkunstens relasjon til andre samfunnsområder og hvordan en i ytterligere grad kan åpne kunsten for omverdenen, samtidig som en respekterer dens rett og forpliktelse til å være noe for seg selv: dens autonomi.

Særlig er vektlagt at man har behov for å utvikle en kunstpolitikk, der kunsten i langt sterkere grad tenkes som et integrert element i så vel arbeidsliv som i hverdagsliv. En slik politikk må identifisere de grep som kan trekke kunst inn i økonomiske sammenhenger på en positiv, produktiv måte, samtidig som dette er ett av flere ledd i en strategi, som sikter mot å gjøre kunst til et større og viktigere område for samfunnet. Hvordan skal man få mer ut av kunstnerne til beste for både deres og samfunnets beste?

Rapporten peker på ulike aktuelle og nødvendige grep for å få dette til og kombinerer i tillegg empiriske undersøkelser med perspektiver der verdien av kunstens relative autonomi står sentralt. Dette skiller denne rapporten fra andre rapporter, som er utarbeidet om kunstnerisk virksomhets forhold til kulturnæringer.

Rapporten gir ny/ komplementær kunnskap om viktige endringsprosesser i samfunnet, som bidrar til endringer innen kunstnerrollen og som legger grunnlag for ny begrepsbruk. Dette vil danne grunnlag for en nytenkt kunstpolitikk.

Forskningsprosjektet er finansiert av KS v/ ”Program for storbyrettet forskning”.

Prosjektet har vært ledet av instituttleder for Institutt for informasjons- og medievitenskap professor Jostein Gripsrud, og ble ferdigstilt i månedsskiftet april/mai 2006.



PROGRAM FOR STORBYRETTET FORSKNING

”KUNSTNERISK KAPITAL” – EN UUTNYTTET RESSURS?

Et eksplorerende forprosjekt om billedkunstens forhold til omverdenen



**6. april 2006
Jostein Gripsrud
med assistanse av
Helle Sjøvaag, Ingunn Voster og Leikny Lunde**

INNHOOLD

1. BEGREPSLIGE UTGANGSPUNKTER.....	5
KULTURBEGREPET	5
KUNSTBEGREPET	6
PROBLEMSTILLINGEN.....	9
2. KULTURPOLITIKK.....	11
ØKONOMISKE ARGUMENTER.....	11
ARGUMENTER OM TILHØRIGHET OG DEMOKRATI	13
BEHOVET FOR NYTENKNING.....	15
3. OM BILDEKUNST OG BERGEN.....	18
HVORFOR BILDEKUNST?	18
STATISTISK SETT: KULTURNÆRINGER OG KUNSTNERISK VIRKSOMHET I BERGEN	20
BILDEKUNSTENS OG BILDEKUNSTNERNES KÅR I BERGEN.....	22
STØTTE FRA DET PRIVATE NÆRINGSLIV	26
KUNST OG NÆRINGSUTVIKLING	29
4. KUNST, KREATIVITET – OG ØKONOMISK VEKST?	31
NYE ØKONOMISKE VYER – OG GAMLE MENTALITETER	31
KUNSTINSTITUSJONENS AUTONOMI OG DENS IDÉPOTENSIAL	31
KUNSTEN I VIRKELIGHETEN OG DEN HISTORISKE AVANTGARDENS PROSJEKT.....	32
FRA MESENAT TIL SPONSORVIRKSOMHET	34
5. KUNSTNERROLLEN I ENDRING	37
DET STORE PARADIGMESKIFTET OG ROMANTIKKENS KRAFT.....	37
KUNSTNERROLLENS NYE MANGFOLDIGHET	38
KUNSTHØGSKOLESTUDENTER I BERGEN OM ARBEID I KUNSTFELTET VERSUS NÆRINGSLIVET	41
KUNSTNERES EGNE ERFARINGER OG SYNSPUNKTER.....	48
<i>Asle Birkeland.....</i>	<i>48</i>
<i>Patrik Entian og Ellen Røed</i>	<i>49</i>
<i>Arvid Pettersen.....</i>	<i>50</i>
<i>Lasse Berntzen.....</i>	<i>51</i>
<i>Sammenfatning.....</i>	<i>53</i>
6. KUNSTENS KONTAKTFLATER.....	55
NÆRINGSLIVET OM BRUK AV KUNST OG KUNSTNERE	56
FORHOLDET TIL (ANDRE) KUNNSKAPSINSTITUSJONER	60
FLERDIMENSJONALT UTSMYKNINGSPROSJEKT	60
FORSKNINGSKONFERANSE MED KUNSTUTSTILLING	64
7. OPPSUMMERING – OG OPPFØLGING	67
8. REFERANSER.....	71
INTERVJUOBJEKTER	71
LITTERATUR	72

9. APPENDIKS	75
APPENDIKS 1	75
APPENDIKS 2	78

Forord

Representanter for kulturavdelingene i de fire norske storbykommunene Bergen, Oslo, Stavanger og Trondheim ba i mai 2005 undertegnede om å skissere et mindre forsknings-/utredningsprosjekt om hvordan man i disse byene kan utnytte bedre en formodet ressurs kalt "kunstnerisk kapital". Tanken var at dette prosjektet skulle føre fram til en plan for et vesentlig bredere innrettet og mer dyptgående forskningsprosjekt på samme emne.

Det eksplorerende forprosjektet som ble beskrevet og som nå er gjennomført, har empirisk vært konsentrert om én kunstart, i én by: Bildekunst i Bergen. Ambisjonen har ikke vært å gi en fullstendig beskrivelse av bildekunstens liv og vilkår i denne byen. Ideen har vært å innhente informasjon og utvikle ideer omkring bestemte sider ved bildekunstens situasjon i den aktuelle byen – sammenfattende uttrykt: om *dens kontaktflater med det omkringliggende samfunnet*.

I dette ligger det en fortolkning av oppdraget, slik det først var formulert: En undersøkelse av spørsmålet om den "kapital" kunstnerne og deres kompetanse representerer kan utnyttes bedre må primært handle om *hvordan kunstnere kan bidra mer i forhold til verden utenfor kunstområdet selv*. En kunne jo også tenke seg at en skulle fram til hvordan en kan få kunstnerne til å produsere mer og bedre kunst innenfor de respektive kunstarnes institusjonelle rammer. Slik produktivitetsøkning kan jo også representere en bedre utnytting av kunstnernes kvalifiserte arbeidskraft. Vi mener dette er viktig nok, men oppfatter det altså ikke slik at det er dette en har ment med "bedre utnyttelse av den kunstneriske kapital i storbyene".

Slik vi forstår det, er en på den ene siden interessert i kunstens forhold til de berømmelige "folk flest", til byrommet, til diverse offentlige institusjoner, "offentlig sektor" generelt og offentligheten som sådan. På den andre siden, og ikke minst, er en opptatt av forholdet til arbeids- og næringsliv, til det vi kunne kalle det økonomiske feltet. Det er ikke minst på dette siste området det har foregått vesentlige endringer de seinere årene, både blant kunstnere og blant aktørene i det økonomiske liv. Dette henger igjen sammen med ganske omfattende

samfunnsmessige forandringer som setter nye vilkår for produksjon og distribusjon av varer og tjenester både globalt og lokalt.

Sammenfattende og slagordmessig forenklede kan en si at vi har oppfattet problemstillingen som et spørsmål *om hvordan man i storbyene bedre kan utnytte den forhåndenværende kunstneriske kompetanse til både å gi oss noe å leve for og noe å leve av* – utenfor den egentlig kunstinstitusjonen selv.

Arbeidet har foregått i et samarbeid mellom Jostein Gripsrud og assistentene Leikny Lunde, Ingunn Voster og, særlig, Helle Sjøvaag. Det har omfattet

- innhenting og gjennomgang av relevant forskningslitteratur, utredninger, ulike kulturpolitiske dokumenter m.m.
- intervjuer og deltakende observasjon i tilknytning til to utvalgte ”cases”
- intervjuer med et utvalg relevante aktører
- en spørreundersøkelse blant studentene ved Kunsthøgskolen i Bergen
- en spørreundersøkelse blant medlemmer av Bergen Næringsråd

Intervjuene er for det første med fem bildekunstnere og designere i Bergen: Asle Birkeland, Lasse Berntzen, Patrik Entian, Arvid Pettersen, Ellen Røed. Dessuten er det foretatt et mindre knippe intervjuer/samtaler med nøkkelpersoner i Bergen Kommune (seksjonssjef Øyvor Johnson), Bergen Kunsthall (intendant Solveig Øvstebø) og Kunsthøgskolen i Bergen (informasjonsleder Peter Klasson, prorektor Per Aarvik). Dernest er universitetsstipendiat Rune Klevjer ved Institutt for informasjons- og medievitenskap intervjuet som initiativtaker og arrangør av den internasjonale forskningskonferansen om dataspill, *The Aesthetics of Play*, som inngikk i et samarbeid med Bergen Kunsthall og deres dataspills-baserte utstilling *Game Dump*. Endelig ble 12 medlemmer av vitenskapelig og administrativ stab ved samme institutt intervjuet om den utsmykning Patrik Entian og Ellen Røed har gjennomført i prosjektperioden i dette instituttets to etasjer i Fosswinckelsgate 6 i Bergen.

Både innsamling av data, analyse og fortolkning samt skriving av den herværende rapporten har foregått helt fram til rapporten presenteres og kunne gjerne vært fortsatt. Prosjektets hovedansvarlige har hatt en hovedsysselsetting som har vist seg enda mer krevende enn

forutsatt, og dette har dessverre forsinket framdriften betydelig. Men vi er altså omsider kommet i mål med en rapport.

Rapporten legger i tråd med prosjektbeskrivelsen særlig vekt på fire områder:

- Begrepsavklaring, teoretiske perspektiver;
- Sammenfatning av eksisterende kunnskap og synsmåter;
- Situasjonsbeskrivelse;
- Presentasjon og drøfting av innsamlede data
- Skisse av et mer omfattende prosjekt

Kort om tidligere forskning

Det er gjort en del nyttige studier i denne sammenheng ved de høyskoletilknyttede forskningssentrene som er mest kjent for utredning og forskning på kultursektor- og kulturpolitikkområdet. Et godt inntrykk av norsk og til dels nordisk forskning på feltet får en i Røyseng og Solhjell (red.) *Kultur, politikk og forskning. Festskrift til Per Mangset på 60-årsdagen* (2004). Norsk Kulturråd har spilt en viktig rolle som oppdrags- og arbeidsgiver, og to relevante rapporter om kunstneres arbeidsvilkår fra siste del av 1990-tallet, utgitt i rådets rapportserie, kan nevnes som eksempler på meget nyttige bidrag herfra - Ellen K. Aslaksens *Ung og lovende, Unge kunstnere – erfaringer og arbeidsvilkår* (2004) og Svein Bjørkås' *Det muliges kunst. Arbeidsvilkår blant utøvende frilanskunstnere* (1998). Fra den seinere tid kan det nevnes at Østlandsforskning på Lillehammer i fjor og i år har bidratt med to analyser og kartlegginger av kulturnæringene i henholdsvis landet som helhet og i storbyregionene (Haraldsen et al. 2004; Haraldsen et al. 2005). På et mer overordnet nivå, er sentrale deler av feltet nylig behandlet av teatervitereren og kulturforskeren Anne-Britt Gran og økonomen Donatella De Paoli, begge knyttet til Handelshøyskolen BI, i boka *Kunst og kapital: Nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv* (2005). Internasjonalt foreligger det også en hel del relevant litteratur, av både teoretisk og empirisk-rapporterende art.

Samlet sett må imidlertid norsk forskning på kultursektoren, på grunn av små ressurser og relativt små, sårbare miljøer, karakteriseres som ganske svakt utviklet som felt for samfunnsvitenskapelig (inkludert økonomisk) og humanvitenskapelig basert forskning. Det

finnes også internasjonalt relativt få systematiske, empiriske studier av for eksempel hvordan kunstnerisk virksomhet egentlig forholder seg til andre såkalte kulturnæringer, av hvordan ulike kulturnæringer forholder seg til hverandre og av hvordan kulturnæringene er relatert til andre typer næringer (jfr Haraldsen et al. 2005, bl.a. s. 37). Drøftinger og avklaringer av grunnleggende begreper er ofte i spinkleste laget. Og ytterst sjelden - om noen gang - har det forekommet studier av dette slaget som med noen dybde *kombinerer empiriske undersøkelser med perspektiver der verdien av kunstens relative autonomi står sentralt*.

Det er ikke minst dette siste vi håper kan gi denne ellers ganske upretensiøse rapporten en viss verdi.

1. Begrepslige utgangspunkter

Utgangspunktet for dette prosjektet var at *kultur*avdelingene i fire storbykommuner hadde kommet fram til en problemformulering som handlet om *kunst* og kunstnere. Det er dermed ikke urimelig å begynne med en kort drøfting av disse to grunnleggende begrepene – kultur og kunst. Mye av problematikken vi skal ta for oss ligger så å si innbakt allerede i de tradisjonelle betydningene deres: Det ene svært vidtfavnende, det andre ganske så snevert eller spesifikt.

Kulturbegrepet

Ordet ”kultur” har som kjent opphav i latin *cultura*, av verbet *colere*, ’dyrke’. Det er med andre ord samme ord som ligger under i ”kulturbeite” og ”bakteriekultur” som i ”skriftkultur” og lignende. Slik sett er det ikke uproblematisk å si at vi fikk det ”utvidede” kulturbegrepet som har dannet grunnlaget for norsk kulturpolitikk under Johs. Aanderaas tid i Kulturdepartementet på 1970-tallet. Riktigere er det vel å karakterisere denne vendingen som en politisk *opphevelse av en innsnevring* av kulturbegrepet til ’profesjonell og seriøs kunst’ som hadde foregått forut for 1970. Dette grepet var ganske sikkert inspirert av (sosial)antropologien, hvor *kultur* med Edward Tylors ord fra 1871 (i hans *Primitive Culture*) defineres slik:

Kultur er den komplekse helhet [that complex whole] som består av kunnskaper, trosformer, kunst, moral, jus og skikker, foruten alle de øvrige ferdigheter og vaner et menneske har tilegnet seg som medlem av et samfunn.

(Sitert etter Hylland Eriksen 1994:15)

Det er på denne bakgrunnen kommunale kulturpriser har kunnet tildeles for eksempel travhester, noe som igjen har medført en viss uro og motstand mot det såkalt ”utvidede” kulturpolitiske kulturbegrepet. Å ganske enkelt gå tilbake til det eldre, svært snevre kulturbegrepet, har imidlertid heller ikke framstått som et attraktivt alternativ. Moderne kulturpolitikk sikter atskillig bredere, og selv om en aksepterte å holde seg til kunststartene ville det tradisjonelle kulturbegrepet bli for smalt for vår tid: Verken film, tegneserier eller

populærmusikk av noe slag ville få plass der, jazz og arkitektur bare under tvil. Dermed framstår det som mer fornuftig å formulere en *kunstpolitikk innenfor rammene av en bredere orientert kulturpolitikk*. Denne rapporten kan forhåpentligvis betraktes som et lite bidrag til et slikt prosjekt.

Men hva er så "kunst"? Dette uendelig omdiskuterte spørsmålet må vi i denne sammenhengen først og fremst finne fram til et formålstjenlig svar på, ikke et svar som nødvendigvis utelukker videre diskusjon.

Kunstbegrepet

De ulike klassiske kunststartene har opphav i håndverk og i kultiske ritualer – det siste gjelder særlig drama/teater og i noen grad musikk og litteratur/poesi. Forbindelsen til håndverket er tydelig blant annet i den felles rot på engelsk i ordparet artist – artisan, dvs. kunstner og håndverker. Begreper som kokkekunst og tryllekunst sier også noe om at kunst har med kunnen og praktiske ferdigheter av håndverksmessig type å gjøre. Men som Bertolt Brecht i sin tid formulerte det: "Hvis man sier, at teatret er opstået af det kultiske, så siger man blot, at det blev teater ved at forlade det." (Brecht 1973:111) Tilsvarende kan man gjerne si at bildekunsten har sitt opphav i håndverket – men da sier man bare at den ble kunst ved å forlate dette.

For "kunst" i vår forstand er et begrep som historisk er knyttet til moderniteten og den differensieringen som skjer ved framveksten av det moderne, vestlige samfunnets institusjonelle struktur på 1700-tallet. Mens en tidligere hadde forstått alle aspekter ved tilværelsen og samfunnet som sammenhengende ved eller i Gud, fikk en nå en deling mellom institusjoner som forvaltet henholdsvis det sanne (vitenskap), det gode (moral) og det skjønne (kunsten).

Rent konkret oppsto den samfunnsmessige institusjonen Kunst ved at en fikk et marked for kunstverk samt diverse gallerier, forleggere, kritikere m.m. i sammenheng med dette. Det er disse som sammen med kunstnerne feller dommer over kunstverk og avgjør hva som blir akseptert som kunst og hva som er god og dårlig kunst. Kunst har på bakgrunn av dette blitt *institusjonelt eller sosiologisk* definert omtrent slik: Kunst er det kunstinstitusjonen til enhver

tid godkjenner som kunst. (Se for eksempel Kjørup 2000). Dette er altså også i og for seg en rent deskriptiv definisjon, helt uten de normative premisser som ligger under bruken av begrepet ”kunst” som et kvalitetsstempel og som gjelder verdien av visse typer form eller innhold framfor andre.

Det som kalles kunst fra tider før kunstinstitusjonen oppsto er med andre ord håndverksprodukter og rituelle praksiser som vi så å si klarer å tre vårt kunstbegrep ned over. I sin egen tid fungerte de annerledes enn vår tids kunst. Tilsvarende er kunsten, særlig bildekunsten, fra og med modernismen – etter en prosess som begynte alt med romantikkens kunstsyn – løsrevet fra håndverket.

Det som gjenstår, kan sies å være en *funksjon*: Kunst er det som får oss til å se, lese og lytte på en spesielt oppmerksom måte, med en eller annen form for økt erkjennelse som intendert resultat. Slik forholder vi oss nå både til hulemalerier og antikkens kunst – særlig når vi finner dem utstilt eller framvist i dertil egnede omgivelser. Kunstkvaliteten er her noe som ligger like mye i relasjonen mellom publikum (og deres kunnskaper og holdninger m.m.) og kunstverket – som i kunstverket selv: Det kan prinsipielt nærmest være en hvilken som helst hverdagslig gjenstand, bare *konteksten* - situasjonen – er den rette.

Men kunst kan ikke bare defineres som en sosial institusjon eller som en kontekstbetinget sanselig-kognitiv funksjon. Det fins også en rekke forsøk på å definere kunst på måter som fokuserer på gjenstandene, tekstene, praksisene selv. Grunnholdningen her er at det må være *noe* ved kunstverk som skiller dem fra hva som helst annet, noe som for eksempel fremmer eller støtter den typen mer eller mindre kontemplativ, reflekterende tilegnelse som ligger i den funksjonelle kunstdefinisjonen. Tankegangen er her også klart normativ, i den forstand at kunstbegrepet også brukes til å trekke skillelinjer innen kategorier som ”musikk”, ”litteratur” og ”maleri” mellom det som er godt (det vil si ”kunst”) og det som er dårlig (popmusikk, trivallitteratur etc.). I klassisk estetisk teori snakkes det imidlertid her gjerne om en kvalitet som unndrar seg verbalisering og konkretisering: det handler om *je ne sais quoi* – ”jeg vet ikke hva”. Et par andre relevante termer fra estetikken, nærmere bestemt Immanuel Kants *Kritikk av dømmekraften* (1790, norsk utgave 1995), er her distinksjonen mellom det *skjønne* (det behagelige, tiltalende ved noe visuelt, lydlig eller tekstlig) og det *sublime* – det som er på grensen til det skremmende, ubehagelige, rystende (”en macho-kategori”, som estetikkprofessor ved UiO, Arnfinn Bø-Rygg, uttrykte det i artikkelen ”Det sublimes

aktualitet” i *Morgenbladet* 1997). Det er det siste som har høyest status, som altså er knyttet til den beste kunsten. Det første er ikke minst en merkelapp for det som havner utenfor den egentlige kunsten, i en kategori som assosieres med slapp underholdning, kitsch m.fl.

Et mulig alternativ til denne normative kunstdefinisjonen, er det vi kan kalle den *semiotiske*. Den tar utgangspunkt i språket og dets referanse til verden – altså forholdet mellom verbet ”å løpe” og den faktiske handlingen [å løpe]. Til hverdags har vi bruk for et språk som så å si bare virker. Vi kommuniserer ikke for å fordype oss i måten ting kommuniseres på, men ut fra mer og mindre konkrete målsetninger som så å si ligger utenfor kommunikasjonen selv. Med kunst er det annerledes. Denne typen kommunikasjon kjennetegnes ved at den i første omgang viser til seg selv, før den eventuelt viser til verden utenfor selve kommunikasjonen. Selve uttrykket tiltrekker seg oppmerksomhet, på en slik måte at det setter i gang refleksjon eller fører til at en ser verden annerledes. ”’Han ramlet nedover trappene’ er hverdagsspråk, ’han ramlet oppover trappene’ er derimot et eksempel på litteraritet”, sa poeten og maleren Georg Johannesen en gang. Sier man at noen ramler oppover, må vi stoppe opp litt og tenke oss om før vi ser bildet av en måte å bevege seg i trapper på. Utsagnet setter altså i gang en kognitiv prosess som er annerledes enn den ”han gikk fort oppover trappene” ville gitt. Denne definisjonen er med andre ord klart i slekt med det jeg har kalt den funksjonelle definisjonen, men tar altså utgangspunkt i objektet/verket/teksten, ikke primært i konteksten, relasjonen til publikum. Samtidig er den langt åpnere enn den normative definisjonen. En slik selvreferanse og mulig ”underliggjørings-effekt” er ikke forbeholdt de tradisjonelle sjangrene i de ”høye” kunstformene. Den opptrer i hverdagslig vitsefortelling, i amatør-fotografier, i ungdommens egen musikk- og danseutfoldelse og så videre.

Med avspark i denne tenkemåten kan en dermed gjerne tenke seg et svært *inkludert kunstbegrep* – der alt man kunne kalle *ekspresiv kultur* er med. I denne undersøkelsens kontekst er det likevel et hovedpoeng at *fokus er på profesjonell virksomhet, spesifikt bildekunsten* – med et blikk på forberedelsene til slik virksomhet i utdanningsinstitusjoner. I en bredere undersøkelse vil fokus være bredere med hensyn til kunstarter og sjangere – film, tv-program, populærmusikk, design og tegneserier bør tas med - men hovedsaken vil stadig være profesjonell produksjon innenfor disse. En brukbar *kunstpolitikk* må ha en tilsvarende innretning: Ikke så bredt som det utvidede kulturbegrepet, men heller ikke så smalt som det tradisjonelle kunstbegrepet.

Problemstillingen

Skal en oppsummere ovenstående, må en først og fremst peke på motsetningen mellom det åpne og ekstremt mangfoldige ved kulturbegrepets betydningsomfang på den ene siden, og det langt mer spesifiserte og tendensielt lukkede ved kunstbegrepet på den andre. Det overordnede tema for det følgende er med andre ord spørsmålet om hvordan en kan *åpne kunsten for omverdenen – samtidig som en respekterer dens rett og forpliktelse til å være noe for seg selv: dens autonomi.*

Samtidig ser en av de mange ulike kunstdefinisjonene eller – forståelsene at det er en lang rekke egenskaper eller kvaliteter som tilskrives kunst. På den ene siden finner en egenskaper knyttet til dens opphav i ulike håndverksmessige aktiviteter og ferdigheter – en kunnen som handler om form, farge, musikk, ord og uttrykk av andre slag – bevegelse, for eksempel. På den andre siden finner en egenskaper som knytter den til intellektuelle ambisjoner, med andre ord kunstens karakter av å være ”verktøy for” eller ”vei til” erkjennelse, innsikt eller kunnskap om både eksistensielle og sosiokulturelle spørsmål av mange slag. Langt på veg kan en si at begge disse aspektene henger sammen i den opprinnelige, greske betydningen av begrepet estetikk – *aisthesis* - ”sansebasert erkjennelse”. Her ligger nøkkelen til det en, med visse viktige forbehold, kunne kalle kunstens formål: Å gi oss visse typer sanselige erfaringer – ikke minst gleder – i mer eller mindre nær kobling til erkjennelse eller økt innsikt.

Når det hevdes, som det ofte gjøres, at en ikke må ha et ”instrumentelt kunstsyn”, står det ikke i motstrid til disse meget åpne bestemmelsene av ”hva kunst er godt for”. Tvert i mot er det for å beskytte det brede, åpne og følgelig ganske ubestemte ved kunstens rolle i samfunnet at en argumenterer mot oppfatninger som for eksempel framhever kunsten som gledesspreder, helsebringende, sosialt sammenbindende, kunnskapsformidlende, forskjønnende, tankestimulerende, kreativitetsfremmende, samfunnskritiserende, politisk mobiliserende eller hva det nå kan være. Hver for seg er alle disse spesifiserte funksjonene håpløst smale i forhold til kunststartenes totale bredde og uendelige mangfoldighet.

Samtidig er det uomtvistelig at kunsten faktisk *kan* ha alle disse funksjonene, og det er i summen av dem dens uomgjengelige sosiale nødvendighet ligger: Uten kunst – særlig i den

mest inklusive forstand - blir samfunnet ulevelig. Mer kunst er i all hovedsak et gode.

Hvordan skal vi få mer kunst ut av kunstnerne, til deres og samfunnets beste?

2. Kulturpolitikk

Spørsmålet om hvordan ”vi” – samfunnet – skal få mer kunst ut av kunstnerne, er et kulturpolitisk spørsmål. Dette prosjektet er da heller ikke ”fri” forskning, konsipert og gjennomført av rent akademisk nysgjerrighet. Det er satt i gang for å frambringe kunnskap og innsikter som kan legges til grunn for kulturpolitiske tiltak. For oss virker det da riktig innledningsvis å behandle spørsmålet om *hva kulturpolitikk egentlig skal være godt for* – altså spørsmålet om dens tiltenkte funksjoner. I dem rommes også dens legitimering.

Kulturpolitikken har hatt mange og historisk skiftende oppgaver, og den kan følgelig legitimeres på mange måter. Som de politiske vindene blåser, virker det rimelig å begynne med noen økonomiske perspektiver. Vi skal altså først presentere hvordan en ut fra en rent økonomisk tenkemåte kan forstå og argumentere for en offentlig kulturpolitikk, i betydningen allokering av penger til beste for kulturelle aktiviteter og institusjoner. Deretter kommer vi til en historisk og normativ legitimering, som vi mener også den økonomiske argumentasjonen i siste instans avhenger av.

Økonomiske argumenter

Sosialøkonomen Vidar Ringstad gav i 2005 ut boken *Kulturøkonomi*. Der ser han blant annet nærmere på noen økonomiske argumenter som kan være med å grunnngi offentlig støtte til kulturlivet.

Markedet kan ikke frambringe et tilbud av visse goder eller tjenester fordi de kommersielt sett ikke er (tilstrekkelig) lønnsomme. I noen tilfeller vil dette gjelde for goder eller tjenester som har en så sentral betydning for samfunnet at offentlige styresmakter bør ta ansvar for styring og kontroll med tilbudet. Det er etter hvert lang tradisjon for at en lang rekke kulturgoder anses for å høre til her. De regnes som ”kollektive goder” med ”positive eksterne virkninger”. I dette ligger følgende:

Samfunnsøkonomien skiller mellom private og kollektive goder. *Private goder* kjennetegnes ved at de bare er til nytte for én person: Dersom en person spiser en sjokolade hindrer dette en annen person å spise den samme sjokoladen. *Kollektive goder* kjennetegnes derimot ved at én persons konsum av godet ikke påvirker en annens nytte av det samme godet. Forsvaret, flomsikring og fyrlykter er vanlige eksempler på kollektive goder. For rene kollektive goder vil det være vanskelig å få etablert et marked. Det vil føre til et samfunnsmessig tap dersom en ikke organiserer framstillingen av godet på en annen måte. Det er her det offentlige bør gripe inn.

Når en snakker om *positive eksterne virkninger*, mener en tilfeller der et individs forbruk av et gode påvirker nytten eller velferden til et annet individ. Et vanlig eksempel på positive eksterne virkninger er slike som antas knyttet til kulturgoder. Etterspørsel etter slike goder bidrar til å opprettholde kulturaktiviteter og kulturinstitusjoner som også andre har nytte av. En person som sjelden går på kunstmuseer, kan likevel sette pris på at slike museer fins. Men denne personens nytte av museet fører ikke til manifest etterspørsel. Og en kan anta at det fins mange slike personer. Etterspørselen blir for liten i forhold til det som er markedsøkonomisk nødvendig, og dette kan brukes som et argument for offentlig støtte.

Et *formyndergode* er et gode som "samfunnet" mener at konsumentene har behov for selv om konsumentene selv ikke har den betalingsviljen som er nødvendig for å få godet produsert og distribuert. Å gi støtte til kultur ut fra formynderargumenter er problematisk fordi en grunnleggende forutsetning i samfunnsøkonomien er konsumentensuverenitetsprinsippet. Ringstad mener likevel at en i en normativ analyse kan velge å se bort fra dette prinsippet, slik det også ofte blir gjort i Norge i dag. Det er mange nok som mener at befolkningen vil ha godt av å etterspørre mer klassisk musikk, teater, ballett, bildende kunst osv. Dersom en altså aksepterer at det finnes noe som fortjener status som formyndergoder, så vil det også her, som i tilfellet med kollektive goder og eksterne virkninger, være behov for offentlig økonomisk støtte.

Støtte til produksjon og distribusjon av kulturgoder ut fra de tre argumentene som er skissert ovenfor, hviler egentlig i høy grad på normative forestillinger om kunstens verdier og virkninger. Kunsten er bare et *kollektivt gode* av stor betydning for samfunnet om den faktisk har noen virkninger som er så gunstige for fellesskapet at det ville representere et vesentlig tap om den ble borte. Å sannsynliggjøre dette, er egentlig ikke en oppgave for økonomer.

Ideen om *positive eksterne virkninger* er mer verdinøytral, ettersom den bare baserer seg på individers empirisk registrerbare (ved for eksempel spørreundersøkelser) glede over at kunstinstitusjoner og kunstnerisk virksomhet fins – selv om de ikke brukes. Men også her er det klart at denne gleden er nært knyttet til både en opplevd realitet i påstander om kunstens gleder og verdier – og til en høy sosial status for kunsten som også i siste instans hviler på en estimering av dens kvalitative ressurser. Den negative klangen i begrepet *formyndergoder* hindrer ikke økonomen Ringstad i å akseptere offentlig støtte til produksjonen av dem – bare en tror sterkt nok på det gunstige for folk flest i det å konsumere dem. Her ser en igjen avhengigheten av en normativ argumentasjon.

Det dette betyr, er ikke at økonomiske perspektiver på kulturpolitikken er uinteressante. De er tvert om viktige. Men de er ikke innrettet på kjernes spørsmålet: Hvorfor skal stat og kommune støtte kunst og kulturliv ellers? Vi skal i det følgende se på noen av de viktigste oppgavene kulturpolitikken har blitt tilskrevet, og i hver av dem ligger det da også en legitimering av den.

Argumenter om tilhørighet og demokrati

Den historisk sannsynligvis dominerende oppgaven kan en med et samlebegrep kalle *identitetsbygging*. Det vil si at diverse tiltak til støtte for institusjoner og etter hvert kunstnere ble til fordi disse tjente til *nasjonsbygging*: å utvikle og styrke bevisstheten om den ”gjenfødte” norske nasjonen og den nye norske nasjonalstaten – både hos innbyggerne og utenfor landets grenser. Mye av dette er stadig hovedlegitimering for store deler av kulturpolitikken, om enn med litt andre formuleringer enn de fra 100-200 år siden. Kulturpolitikk innrettet på å støtte kunst og andre kulturaktiviteter med *produksjon av tilhørighetsfølelse* – nasjonal så vel som regional og lokal – som hovedmålsetting.

Slik identitetsbygging handler ikke bare om konserverende ideologiske manøvrer som tildekker resten av verden og globaliseringen, stabiliserer samfunnet og gjør folk flest lettere å håndtere for alle med makt. Aktiv deltakelse i demokratiske prosesser av alle slag forutsetter også en opplevd tilhørighet til det samfunnet politiske beslutninger på ulike nivåer berører. Utbredt politisk engasjement, et aktivt sivilt samfunn og høy valgdeltakelse kommer ikke uten. Nasjons- og identitetsbygging er følgelig også en funksjon relatert til *demokrati* som

funksjon og legitimering av kulturpolitikken. Og kulturpolitikken har i alle fall to (andre) hovedmotiveringer som dreier seg om grunnleggende forutsetninger for et fungerende demokrati. De henger selvfølgelig nært sammen, men det er analytisk mulig og formålstjenlig å skille mellom dem.

For det første dreier kulturpolitikk seg om (*folke*)*opplysning*. Kulturpolitikk handler om arkiver, bibliotek og museer; den handler om kringkastingspolitikk, pressestøtte, støtteformer for faglitteratur. Alt dette er åpenbart knyttet opp mot mest mulig bred formidling av informasjon og kunnskap. Her hører imidlertid også kunststartene til. Sentrale estetiske teorier handler nettopp om at kunstverk er bærere av erkjennelse, altså ulike typer innsikt eller kunnskap. Her dreier det seg ikke om faktakunnskap men snarere om tenkeredskap og forståelseshjelp. Kunststartene presenterer ikke minst ulike slag *modeller* av visse typer forløp, situasjoner og relasjoner. De foreslår dermed visse, kanskje uventede, *perspektiver* på disse. Slik inviterer de til refleksjon og innovasjon med stort etisk og praktisk-politisk potensial. Den historiske framveksten av det moderne fenomenet ”sosial samvittighet” må i høy grad tilskrives melodramaets moralske univers i kombinasjon med realismen og naturalismen i kunststartene, i bildende kunst, litteratur og teater. Kvinnenes stilling i samfunnet ville vært en ganske annen uten kunstneriske bidrag til belysning av forholdet mellom kjønnene. Rap-musikken er i dag svært viktig for formulering av erfaringer og synspunkter hos unge med innvandrerbakgrunn i Vest-Europa. Folkeopplysning er med andre ord i demokratisammenheng noe annet og mer enn ren faktaformidling, selv om det selvfølgelig også er viktig nok.

En siste type demokratirelatert funksjon kunsten har som motiverer en aktiv kulturpolitikk, er knyttet til fri- og rettighetsparet *ytrings- og informasjonsfrihet*. Kunsten er siden romantikken ikke bare avhengig av ytringsfrihet, den tilbyr også ofte en utprøving og dermed markering av den – og dens mulige grenser. I vår tids flerkulturelle samfunn er det dessuten ikke minst gjennom ulike kunstneriske uttrykk at etniske og kulturelle minoriteter formulerer seg om sin situasjon. Kulturpolitikken omfatter for øvrig også all mediepolitikk og opprettholdelse og videreutvikling av reell ytringsfrihet er åpenbart en helt sentral målsetning her.

Informasjonsfriheten er på sett og vis enda viktigere, ettersom den omfatter alle borgere, ikke bare de som finner det for godt å ytre seg i det offentlige rommet. Informasjonsrett innebærer *alle borgeres rett til å ha reell adgang, til enhver tid, til en bredest mulig meny av informasjon, kunnskap og kunst- og kulturopplevelser av alle slag*. Eller, som det en gang ble

uttrykt av USAs høyesterett (*Red Lion Broadcasting Co. v. FCC*, 395 U.S. 367 (1969)): Publikum har rett til "*suitable access to social, political, aesthetic, moral and other ideas and experiences*". Det er de ulike kunstformene – i bred forstand – som leverer en hel del av disse ideene og opplevelsene. Slik sett er de helt avgjørende elementer i den informasjonsfriheten som kjennetegner demokratiske samfunn. Kulturpolitikken må nødvendigvis ha opprettholdelsen og videreutviklingen av denne funksjonen som en hovedfunksjon.

Den innflytelsesrike, liberale, amerikanske filosofen og juristen Ronald Dworkin har i artikkelen "Can A Liberal State Support Art" drøftet en rekke ulike argumenter for statlig støtte til kulturlivet ut fra et prinsipielt liberalt standpunkt, der staten skal være mest mulig nøytral i forhold til innbyggernes mangfoldige kulturelle, verdimeslige og/eller religiøse synspunkt og prioriteringer. Alle ideer om "formyndergoder" er klart i strid med likhets- og rettferdighetsideer av Dworkins liberale type. Det som derimot består Dworkins analytiske prøving av argumenter for offentlig kulturstøtte, er argumentet om kulturelt mangfold – eller informasjonsfrihet. (Dworkin 1985). Kunst av alle slag er viktige elementer i et offentlig rom som er komplekst nok til å være på høyde med det multikulturelle samfunnet den tjener. Offentlig støtte med fordomsfri mangfoldighet som siktemål tjener også til å gi den mest mulig omfattende belysning av alle mulige spørsmål som tematiseres i offentligheten, slik at de beslutninger demokratiske organer fatter i ulike saker er så godt informerte som mulig.

I denne studiens kontekst er dette svært viktig som påminnelse om samfunnsgavnlig funksjoner kunsten har uten å underkaste seg bestemte formål: Den tjener demokratiet bare ved å være til! Bedre begrunnelse for et ønske om å få mer ut av kunstnerbefolkningen og deres kompetanse kan være vanskelig å finne.

Behovet for nytenkning

Ovenstående tre demokratiske hovedfunksjoner – identitetsbygging, ytringsfrihet og informasjonsfrihet/kulturelt mangfold – er stadig bærebjelker i en begrunnelse for kulturpolitikkenes viktighet. Men store samfunnsmessige endringer, til dels på globalt nivå, har gitt et økende behov for nytenkning på det kulturpolitiske området.

Overordnet handler dette om to sammenhengende aspekter ved de prosesser som går under samlebetegnelsen "globalisering", nemlig avindustrialisering og estetisering av vareproduksjonen i den vestlige og nordlige delen av verden hvor Norge befinner seg. Store deler av den tyngre og mest samlebåndspregede delen av industrien er eller blir flyttet til verdensdeler med rikelig og billig arbeidskraft. En økende del av den gjenværende produksjonen av varer og tjenester i den nordvestlige verden har dermed avansert kunnskap og formgivningskompetanse som avgjørende innsatsfaktorer og konkurransemomenter. Bransjer innrettet på informasjon og kommunikasjon i enhver forstand har gunstige vekstvilkår, ikke minst i tilknytning til internett og andre typer anvendelse av IKT; viten og evner som gjelder estetikk og meningsdannelse i enhver forstand har over alt i vår del av verden betydelig stigende bruks- og bytteverdi (Welsch 1997; Castells 2004).

Men denne rent økonomiske bakgrunnen for at estetikk og kommunikasjon har fått en vesentlig større samfunnsmessig betydning er bare den ene siden av saken. Den andre siden er koplet til sosiale endringer som høyere utdannings- og inntektsnivå og derav følgende forandringer i verdier, holdninger og livsstiler. Det har, kort sagt, skjedd omfattende endringer i de forventninger store deler av befolkningen har til livet. Krav som gjelder det å fordype seg i eller utvikle sin identitet og det å kjenne tilværelsen som meningsfull stiger, og det samme gjelder krav som handler om rikelig tilgang på underholdning, minneverdige opplevelser og mangfoldige slag læring livet gjennom.

Dette vil kanskje noen se som uttrykk for at folk i vår type samfunn har nådd toppnivået i Albert Maslows (1954) behovspyramide - der fysiologiske behov og behovene for sikkerhet, samhørighet, respekt og anseelse er tilfredsstilt, er det nå er selvrealisering som står på agendaen. Mer nærliggende er det å betrakte tendensene ovenfor i sammenheng med Ronald Ingleharts empirisk funderte påstand om at "postmaterialistiske" verdier har erstattet industrisamfunnets materialistiske orienteringer (Inglehart 1997). Dette resulterer blant annet i nye sosiale, kulturelle og politiske bevegelser (Touraine 1981) som arbeider for nye typer politiske målsetninger, ja, nye typer politikk: "Identitetspolitikk" og "livspolitik" snakker blant annet den engelske sosiologen Anthony Giddens om (1991).

En nærmere utdypning av hva disse brede samfunnsmessige tendensene, som er vel dokumentert også her i landet, mer spesifikt kan få å si for kunststartenes vilkår er helt klart en viktig oppgave for et eventuelt bredere prosjekt om bruken av "den kunstneriske kapital" i

dagens storbyer. I denne sammenhengen er de allmenne poengene tilstrekkelige: Mer enn noen gang før trenger menneskene noe å leve for. *Kunst, i sjenerøs forstand, har da en sentral rolle å spille. Det er behov for en offensiv kulturpolitikk som reflekterer dette faktum.*

Samtidig er det altså slik at kunstnerbefolkningen øker raskt fordi en stadig større del av ungdommen søker seg til kunstutdanninger eller utdanninger og yrker som er knyttet til kunstområdet og andre estetiske felt, både i Norge og i andre land. Det begrensede antallet offentlige støttede teatre er for eksempel stadig mer i kontrast til det store og raskt økende antallet utdannede skuespillere. Lignende misforhold har en også i andre kunstarter: Antallet rekrutter er så stort at det etablerte offentlige finansieringssystemet ikke strekker til.

Kunstfeltet opplever en ressurskrise. Denne ressurskrisen kan ikke løses bare ved økte offentlige bevilgninger. Når kunstnerne blir så mange, blir det også vanskeligere å vinne bred politisk aksept for at enhver som bestemmer seg for å bli forfatter, bildekunstner, fiolinist eller skuespiller av den grunn skal ha krav på arbeidsstipend, garantilønn eller liknende resten av livet. Blant annet vil det bli spurt hva en da skal si til filmfotografer og gitarister og trommeslagere i rockeband med flere.

På denne bakgrunnen er det så at kunst- og kulturaktørene selv har begynt å interessere seg sterkt for kultursponsing og annet samarbeid med næringslivet. Samtidig har kulturområdet i klart høyere grad enn før måttet leve opp til krav om ordentlig økonomistyring og effektivitet. *Økonomiske termer og synsmåter står i det hele tatt langt sterkere enn før i den offentlige samtalen omkring kulturpolitikken og dens legitimering. Det er ikke urimelig. Men som vist ovenfor, er det normative grunnlaget stadig avgjørende.*

De behovene for en nytenkt, offensiv kulturpolitikk som her er konstatert, innebærer at kunst i langt høyere grad må tenkes som et integrert element i så vel arbeids- som annet hverdagsliv. En må forsøke å identifisere grep som kan trekke kunst inn i økonomiske sammenhenger på en positiv, produktiv måte, samtidig som dette er ett av flere ledd i en strategi som sikter mot å gjøre kunst til et større og viktigere innslag i alles liv – både i hverdag og helg.

3. Om bildekunst og Bergen

Hvorfor bildekunst?

Dette eksplorative for- eller pilotprosjektet har i og for seg en ambisjon om å si noe generelt om kunst i vårt samfunn. Men rammene var slik at en måtte begrense det empiriske tilfanget. Vi valgte da å konsentrere oss om bildekunsten – og, mer spesifikt, bildekunsten i Bergen.

De ulike kunstarter og kulturnæringer har flere særegne trekk som må respekteres i studier av dem. Samtidig finnes det også en rekke felles eller mer eller mindre parallelle forhold både når det gjelder sosioøkonomiske vilkår og kunstneriske problemstillinger. Bildekunsten kan tjene som et eksempel med en viss rekkevidde av flere grunner.

Bildekunstnerne er kulturpolitisk sentrale ikke minst fordi de rett og slett er den mest tallrike gruppen av kunstnere i Norge (St.meld. 22). Dessuten utdannes det flere bildekunstnere enn noen gang før. Dermed er det kanskje enda tydeligere her enn i andre kunstarter at de statlige stipendordningene ikke strekker til – noe som vi har sett er et sentralt element i den allmenne kulturpolitiske situasjonen. Bildekunsten blir liksom andre kunstarter nå møtt med krav om å tilpasse seg en ny økonomisk virkelighet.

Samtidig skiller bildekunstfeltet seg fra andre kunstfelt blant annet ved at denne gruppen kunstnere har lengst utdanning. I følge Inntekts- og yrkesundersøkelsen fra 1996, har 67 % av billedkunstnerne mer enn fem års utdanning. Likevel er bildekunstnernes økonomi den svakeste av alle kunstnergruppers svake økonomi. Svært mange er avhengige av å ha en inntekt ved siden av sitt kunstneriske virke (ibid: 40).

Bildekunsten har en lang historie som institusjonalisert, autonom kunst, og bildekunstnere har tradisjonelt vært opptatt av sin kunstneriske frihet og kunstens institusjonelle autonomi i det hele tatt. Samtidig har den alltid hatt en lang rekke forskjellige kontaktflater med nærings- og samfunnsliv for øvrig, flere enn de fleste andre kunstarter: Fra offentlige utsmykninger til rollen som leverandør av interiørdekor og investeringsobjekter for den mer bemidlede delen av befolkningen; fra illustrasjonsjobber i presse og kringkasting til ulike typer av engasjement i reklamebransjen; fra rollen som skjønnhets- og harmoniprodusent til rollen som provokatør.

Noen samfunnsvitenskapelige undersøkelser har hevdet at bildekunsten siden 1990-tallet har vært inne i en radikal endringsprosess (se Aslaksen 2004: 31-32). I tillegg til de mange tradisjonelle forbindelsene til andre kunstarter og kulturnæringer – bildekunstnere har arbeidet som teatermalere, reklametegnere, dekoratører, designere m.m. – har de også utviklet andre, spennende tverrkunstneriske eller intermediale samband de seinere årene. Særlig yngre bildekunstnere i de store byene opererer ofte i felt der de tradisjonelle grensene mellom kunstartene utfordres og utviskes, ikke minst i arbeid med elektroniske, digitale medier for lyd og bilde som gjerne koples med performance og/eller andre uttrykksformer. Miljøene for musikk, film/video, teater, bildekunst m.m. er derfor nært knyttet til hverandre og til dels overlappende – fra Kunstakademiene kommer det skulptører som helst arbeider med lyd, for eksempel. Den vendingen bort fra håndverket som begynte med romantikkens vektlegging av det inderlig personlige i uttrykket framfor det håndverksmessig og teknisk korrekte, og som kjennetegner all moderne kunst fra det tidlige 1900-tallet og framover, føres her videre på nye måter. Dagens unge bildekunstnere demonstrerer en til dels forbløffende fleksibilitet med hensyn til materiale, medier, kontekster osv., en fleksibilitet som i prinsippet burde gjøre det lettere å tenke seg dem som tilknyttet et dynamisk, kreativt næringsliv. Gran og De Paoli (2005: 22-29) hevder da også at den pågående forandringen av kunstnerrollen er helt avgjørende for et tettere samarbeid mellom kunstfeltet og næringslivet.

Men samtidig vil svært mange kunstnere fortsatt insistere på den relative autonomi som tradisjonelt har kjennetegnet kunstinstusjonen. Dette gjør de også på bakgrunn av ganske grundige kollektive overveielser: Bildkunsten er trolig den kunstart som er mest gjennomtrengt og forandret av sosiologisk selvinnsikt i sin egen institusjonelle karakter. Svært mye bildekunst innehar, som et mer eller mindre framstående element, et mer eller mindre selvkritisk metaperspektiv, en form for kommentar til kunstens autonomi som det tvetydige fenomen den er: Forutsetning for skapende frihet og hinder for kunstens mer gjennomgripende inntrengning i samfunns- og dagligliv. Det siste er den historiske avantgardens gamle målsetning, som vi nevnte ovenfor at enkelte har ment bare er blitt realisert av den kommersielle kulturindustrien. Yngre bildekunstneres forhold til den en gang så foraktede kulturindustrien er da også et annet enn det deres eldre kolleger gjerne har hatt.

Bildkunsten er ut fra alt dette et nærliggende valg som hovedemne for et prosjekt av det herværende slaget.

Statistisk sett: Kulturnæringer og kunstnerisk virksomhet i Bergen

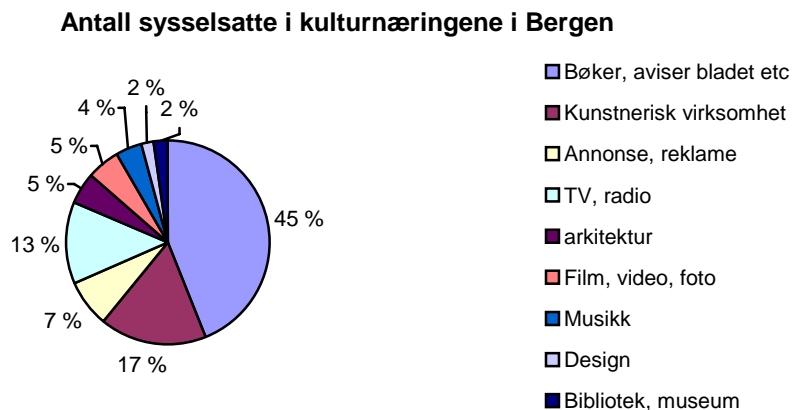
Bergen er byen vi har valgt å konsentrere oppmerksomheten om. Hva er det så som kjennetegner kulturområdet i vid forstand i denne nest største byen i Norge? De lange tradisjonene er uomtvistelige og Musikselskabet Harmonien, Den Nationale Scene, Festspillene med mer er godt kjente institusjoner med nasjonal status. I dette avsnittet skal vi imidlertid først og fremst se på hvordan kunstnerisk virksomhet plasserer seg i forhold til andre, men beslektede yrkesaktiviteter – de såkalte ”kulturnæringene”.

Dette uttrykket brukes i politiske dokumenter i Norge, blant annet i Stortingsmeldingen. Liknende terminologi brukes i politiske dokumenter i andre land, som for eksempel ”kreative næringer”/ ”creative industries” (Storbritannia, New Zealand, Australia), ”kultur- og opplevelsesøkonomien” (Danmark), ”opplevelsesindustrien” (Sverige), og ”kulturell sektor” (EU). Definisjonen av kulturelle næringer tar utgangspunkt i aktøren og produktenes egenskap. Kulturelle produkter defineres som *produkter hvis primære egenskaper er kommunikative* – produkter som kommuniserer med publikum, og er åpne for fortolkning. Kulturnæringene er da de næringer som fremstiller produkter som i første rekke er kommunikative i sine egenskaper (ØF Rapp 10/2004; ØF Rapp 19/2004).

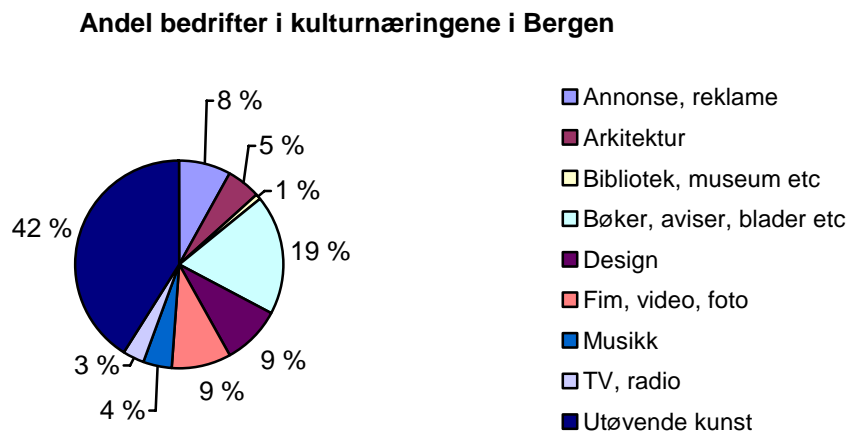
Kulturnæringene er storbynæringer – de er overrepresentert der i forhold til landet for øvrig. Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger har 70 % av alle sysselsatte og 68 % av alle bedrifter innenfor kulturnæringene i Norge. I storbyregionene utgjorde i 2003 kulturnæringene 4,4 % av den totale sysselsettingen og 9,5 % av det totale antall private bedrifter. Sysselsettingen i kulturnæringene storbyregionene ligger et prosentpoeng over landsgjennomsnittet på 3,4 %, et enkelt mål på i hvilken grad disse næringene er konsentrert i storbyene (ØF Rapp 5/2005: 15).

Innenfor kulturnæringene finner vi da kategorien kunstnerisk virksomhet. Det har vært økende sysselsetting innenfor dette området siden 1996 (ibid: 18). Bergen hadde i 2003 966 sysselsatte innen kunstnerisk virksomhet (ibid: 71). Dette utgjør 10,8 % av sysselsettingen i kulturnæringene i storbyene, og 7,4 % av sysselsettingen i kulturnæringene i Norge som

helhet (ibid 15, 71). Gruppen kunstnerisk virksomhet utgjør i Bergen 16,8 % av de sysselsatte innen kulturnæringene (ibid: 73).



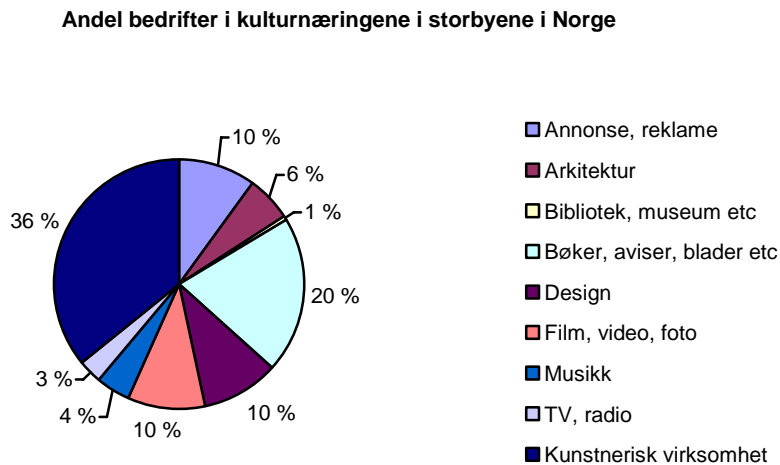
Videre tilhører 8,9 % av alle bedrifter i Bergensregionen kulturnæringene. I 2003 hadde Bergen 980 bedrifter innen kulturnæringene i storbyregionene. Til sammenlikning var det registrert totalt 7443 bedrifter i kulturnæringene i de fire byene, og 66,9 % av bedriftene lå i storbyene. Kategorien for utøvende kunst rommer 41 % av bedriftene i kulturnæringene i Bergen (ØF Rapp 5/2005).



Sammenliknet med gjennomsnittet for storbyregionene har Bergen høyere andeler innen kunstnerisk virksomhet, og innen radio og TV (ibid).

Kulturnæringer består av for det meste av enmannsforetak. I storbyene gjelder dette 77 % av kulturnæringene samlet, men hele 92,5 % av den kunstneriske virksomheten. I Bergen består 76,9 % av de totale kulturnæringene av enmannsforetak (ibid: 77). De som ikke er

enmannsbedrifter er som regel heller ikke store: 96 % av alle bedrifter i kulturnæringene har færre enn 9 ansatte (ibid: 20).



De største arbeidsgiverne innen kulturnæringene er mediebedriftene i kategorien ”bøker, aviser, blader etc”, der nesten halvparten av alle kulturnæringssysselsatte befinner seg (ØF Rapp 5/2005). Men studier tyder på at nyetablerings- og vekstraten er høy innenfor kulturnæringene, særlig innen næringsgruppen ’kunstnerisk virksomhet’. I perioden 1993-2001 ble det i Bergen etablert 80 nye kunstnervirksomheter, hvorav 50 % er innen nykunstfeltet, og hvorav $\frac{3}{4}$ er sentrumsnære aktiviteter (Kulturbystrategi 2003).

Bildekunstens og bildekunstnerens kår i Bergen

Den enkelte kommune har en sentral rolle i tilretteleggingen for et rikt kunst og kulturliv. Viktige kommunale oppgaver kan være å åpne for fora der kunst kan utfolde seg og bli vist fram, og ikke minst bevilge penger til kunstnerisk virksomhet gjennom stipender og støtteordninger. Kommunen kan også spille en viktig rolle i opprettelsen av møteplasser mellom kunstsferen og andre felt.

Bergen har etter norske forhold svært lange og solide tradisjoner som en by hvor kunst og kultur blomstrer. Kommunen har også i de siste 15-20 årene markert seg med relativt høy profil på alt fra samarbeid med miljøet for rytmisk populærmusikk til året som europeisk

kulturby. En har i den seinere tid i høy grad økt oppmerksomheten omkring sammenhengene mellom kunst, kultur og næringsutvikling. Hvordan kan en så plassere bildekunsten i denne situasjonen?

Øyvor Johnsen i Byrådsavdeling for finans, kultur og næring karakteriserer forholdet mellom kunstlivet og kommunen som svært godt. Det eksisterer en god og åpen dialog som gjør det mulig å jobbe seg fram til gode resultater som er fruktbare for begge parter. Kulturlivet har også påpekt overfor kommunen at dette er mulig i Bergen, og at det er mye vanskeligere for en aktør i for eksempel Oslo å være med å påvirke. I Bergen kommune blir kunst- og kulturlivet i alle plansammenhenger invitert med i innsynsgrupper og rådgivingsgrupper der representantene kan komme med innspill. Kunstlivet representeres da både av interesse- og fagorganisasjonene for kunst, og av sentrale personer som har virket over tid og anses som representative for en sjanger eller et felt.

Kommunens positive selvframstilling her blir bekreftet også av helt andre kilder. Intendant Solveig Øvstebø på Bergen Kunsthall karakteriserer for eksempel kommunen som lett å samarbeide med og som veldig oppegående. Samarbeidet skjer for det meste i form av dialog og driftstøtte (Øvstebø i intervju 11.11.05). Kunstneren Ellen Røed, som er bosatt og jobber i Bergen, mener byen har et godt og kreativt kunstnerisk miljø – kanskje det beste stedet i Norge med unntak av Nordland, og bedre enn i andre byer som for eksempel Oslo og Trondheim. I følge Røed er ikke bare kunstnerne i Bergen åpnere og mer velkommende enn i Oslo, og flere og mer allsidige enn i Trondheim, de har også et bedre samarbeid med kommunen enn kunstnere i andre byer (Røed i intervju 9.11.05).

Kritiske røster finnes også, mest blant unge, nyutdannede kunstnere. Det er for eksempel ikke enkelt å overleve økonomisk som kunstner i Bergen. I følge en utredning foretatt av Bergen Byråd er det svært få kunstnere i Bergen som søker økonomisk sosialhjelp eller arbeidsledighetstrygd. Men det er likevel slik at det er ”tvingende nødvendig for kunstnere å ta ikke-kunstnerisk arbeid” for å overleve (Byrådet 10.06.03). Dette bekreftes av billedkunstnerne Patrik Entian og Ellen Røed, og designer Asle Birkeland, som alle jobber ved siden av kunstnergeskjeften. Entian og Røed understreker at de fleste kunstnerne de kjenner til i Bergen har fått sosialhjelp i kortere perioder. I tillegg påpeker de at ”alle” som får kunstnerstipend året etter sper på inntekten med arbeidsledighetstrygd (Entian i intervju 16.11.05, Røed i intervju 9.11.05).

I følge Byrådets utredning, har billedkunstnere, kunsthåndverkere og dansekunstnere i Bergen og Omland en gjennomsnittlig brutto årsinntekt på kr. 136.000,-, hvorav gjennomsnittlig kr. 44.500,- kommer fra kunstnerisk virke (Byrådet 10.06.03). I Bergen mottok i 2002 25 personer statens garantiinntekt, hvorav 14 billedkunstnere. Videre mottok i 2002 totalt 28 kunstnere i Bergen arbeidsstipend. Totalt utgjør disse tildelingene 6 % av antall statlige stipend. I 2002 ble 20 etableringsstipend á kr. 30.000,- og 18 kulturstipend á kr. 20.000,- tildelt kunstnere som bor og virker i Bergen. Til disse 38 stipendene var det til sammen 165 søkere, med en samlet søknadssum på 4,1 mill. kroner. Rammen for tildeling av stipendene var på 0,96 mill. kroner. I tillegg delte kommunen i 2002 ut prosjektmidler på kr. 2.372.000,- mens den søkte summen var på kr. 8.394.748,- (Byrådet 10.06.03).

Kriteriene for å få tildelt midler er at kunstneren er *profesjonell*, dvs.

- har en kunstnerisk utdanning
- har virket som profesjonell kunstner de siste tre årene, og
- at det er ”kvalitet i kunsten”.

Men kommunen har også en million kroner som øremerkes ungdomsrettet arbeid der disse kriteriene ikke gjelder på samme måte. Disse pengene er ment å skulle hjelpe fram unge som befinner seg i skjæringspunktet mellom det å være profesjonell og det å være ”genuint interessert som ung kulturskaper” (Johnson i intervju 21.11.05). Her kan en for øvrig legge merke til at et utvidet eller inklusivt kunstbegrep av det slaget som ble diskutert i kapittel 1 ovenfor allerede er i bruk i kulturpolitisk praksis.

Den trange økonomiske situasjonen fører til at tiden til kunstnerisk virksomhet blir knapp for de fleste kunstnere i Bergen. I den refererte undersøkelsen kom det ikke overraskende fram at nær samtlige ønsket å være utøvende kunstnere på heltid. *Byrådet understreker derfor at bakgrunnen for kultursatsingen i kommunen er at samfunnet i altfor liten grad utnytter den kapitalen som årlig investeres i utdanning av kunstnere. Byrådet ønsker derfor å tildele statlige stipend, kunstnerlønn og kommunale arbeidsstipend til flere kunstnere i Bergen, satse videre på utsmykkingsordningen og videreutvikle en kulturbasert næring i Bergen* (Byrådet 10.06.03).

Kommunens ambisjoner om å legge til rette for et rikt kunstliv, tas opp i den strategiske næringsplanen for Bergen og omland som er under utarbeidelse. Kommunens strategi i denne sammenheng går ut på å opprettholde en betydelig bredde i kulturlivet som en knytter også til statusen som europeisk kulturby i 2000. Bergen har derfor flere ordninger som er innrettet på å tilrettelegge for bredde og ny kunst - som tilskuddsordning for formidling, nyskapning, internasjonal samtidskunst og prosjektordninger hvor det gis tilskudd til større, byomfattende arrangementer. I følge Korsasystemet, som er et økonomisk system som sammenligner tilskudd og bruk av midler mellom stat og kommune og de ulike kommunene, kommer da også Bergen svært godt ut på blant annet kunstformidling (Johnson i intervju, 21.11.05).

Bergen kommune er særlig opptatt av å hjelpe fram nye, unge kunstnere, og gjør dette ved å etablere kontakt mellom kunstnerne og etablerte kuratorer eller produsenter. BIT Teatergarasjen, USF og Landmark er eksempler på arenaer der unge får midler til å utvikle prosjekter sammen med profesjonelle aktører. Dette er imidlertid ikke tilstrekkelig til at unge aktører innenfor samtidskunsten er fornøyd: De hevder *det er for få arenaer for visning og offentlig samtale omkring den kunsten de produserer* (Olsen 06.03.06). Galleriet Otto Plonk, nettopp et rom for ung samtidskunst som var i funksjon noen år på 1990-tallet, har ikke fått noen etterfølger. For de unge kunstnerne framstår Oslo som mer attraktiv primært på grunn av tilgangen på slike visningssteder – og det antallet interesserte og kvalifiserte mennesker de forutsetter. *Spørsmålet er om Bergen har noen muligheter for å overskride de grenser som ellers settes ganske enkelt av byens størrelse gjennom politiske tiltak.*

I følge ”Strategisk handlingsplan for Bergen kommunes internasjonale kunst- og kulturpolitikk 2006-2009” skal en satse på økt internasjonalisering av byens kunst og kulturliv. Kulturredaktør Jan Nyberg i Bergens Tidende ser dette som en forutsetning for at visjonene fra Bergens Kulturstrategi 2003-2013 skal kunne oppfylles, og anser byens nåværende politiske klima som bedre enn noen sinne i så henseende. Nyberg hevder at det i Bergen:

”(...) er mange enkeltaktører og enkeltmiljøer som prøver å gjøre det beste ut av begrensede midler, men som hemmes av en manglende overordnet, samordnet politikk og er uten effektive virkemidler verken for å få kunst- og kulturaktører ut av Bergen, eller internasjonal kultur til Bergen. Hvis kommunens strategiske handlingsplan kan føre til en bedre samordning mellom lokale, regionale og statlige virkemidler som i dag allerede eksisterer, og gjerne få bedre drahjelp fra både næringsliv og reiseliv, er det en god start.” (Nyberg 2004).

Kommunen har altså en rekke tiltak og planer om flere. Hva med næringslivet?

Støtte fra det private næringsliv

I Norge har en i det meste av tiden etter andre verdenskrig vært vant til å betrakte kunst og kulturliv utelukkende som et offentlig ansvar. Mesenvirksomhet har naturligvis forekommet, men omfanget har vært beskjedent. Man kan vanskelig hevde at det finnes en solid tradisjon i norsk næringsliv for den slags, selv om ansatser fantes før 1940 og nå og da dukket opp også i etterkrigstiden. Det meste av de pengene kunstfeltet nå mottar fra det private næringsliv kommer i form av sponsormidler, altså langt på vei forretningsmessig motiverte tilskudd med spesifiserte motytelser fra de institusjoner eller personer som mottar dem. Vi skal se litt på situasjonen på dette området i Bergen.

Bergen kommune foretok i 2001 en spørreundersøkelse blant de kulturinstitusjoner i byen som hadde mottatt kr. 20.000 og mer i offentlig støtte. Resultatene av undersøkelsen viste at kommunal støtte er nødvendig for å unngå nedleggelse av virksomhetene. Videre er det ofte slik at offentlig støtte bidrar til å utløse annen støttefinansiering. I 2001 var brutto omsetning i kulturnæringen i Bergen 311 mill, hvorav 51 mill var statlig/fylkeskommunal støtte, 28 mill. annen/privatstøtte og sponing, 74 mill inntekt fra egen virksomhet og resten fordelt mellom kommunal støtte på 109 mill. og andre inntekter.

Brutto omsetning i kulturnæringen i Bergen



Det fremkom av undersøkelsen at de største private sponsormidlene gikk til scenekunst, festivaler og tverrestetiske prosjekter, mens bildende kunst mottok minst privat støtte.

Blant de private næringslivsinstitusjonene som støtter kunst og kultur i Bergen er Sparebanken Vest ledende. Banken sier på sine hjemmesider at de ønsker å være ”en drivkraft for utviklingen i samfunns- og næringsliv på Vestlandet”, og satte i 2005 av 65 millioner kroner til ”allmenntilgode formål” (Sparebanken Vest 2004). Banken har blant annet opprettet et kunststipend på kr 800.000 som 26. mai 2005 ble distribuert blant 16 kunstnere fra Vestlandet som fikk kr 50.000 hver. Sparebanken Vest rapporterer at de fikk in 444 søknader, og at 5 søknader ble innvilget i hver av kategoriene Ord, Lyd og Bilde, mens 1 stipend var tverrfaglig. Banken sier de gjennom stipendordninger ønsker å bidra til å ”stimulere til ytterligere vekst og utvikling innen kunst og kultur på Vestlandet”. I følge bankens nettsider vil de fortsette med denne ordningen (Sparebanken Vest 2005a).

Mangelen på kunnskap om kunsten i næringslivet og omvendt var for øvrig et hovedtema på Norsk Kulturråds Årskonferanse 2005 (22.11.05). Uvitenhet fikk der en del av skylden for at norsk næringsliv i relativt liten grad støtter kulturnæringene. Konferansen brakte også på bane kritikk mot næringslivets mangel på støtte til den nyskapende og noen ganger ubehagelige kunsten.

Dette er en utbredt og neppe helt grunnløs oppfatning. Bildekunstneren Ellen Røed, som mest arbeider med video, sa seg i vårt intervju med henne [9.11.05] skeptisk til næringslivets sponning av kunstnerisk aktivitet. Begrunnelsen hennes var nettopp at hun mener bedrifter som Statoil sponser veldig etablert og publikumsvennlig kunst, slik at alt nyskapende, eksperimenterende og utfordrende blir ytterligere marginalisert og neglisjert. Slik skapes det i følge Røed en skjevhet i finansieringen av kunstnere som lett kan komme til å bety at motsetninger mellom ulike estetiske, kunstpolitiske og generasjonsmessige grupperinger blir unødig forsterket.

Ut over Sparebanken Vest, er i følge Bergen kommunes undersøkelse (Kulturbystrategi 2003) bedrifter som Vital og Vesta særlig bevisste på kultursponning. Men disse er ikke spesielt representative for resten av næringslivet i regionen i dag. Dessuten viser det seg at bedriftene selv går aktivt ut og rekrutterer de kulturinstitusjoner som de mener gir dem merverdi. For eksempel har Norsk Hydro inngått en avtale med Troldhaugen, og bruker stedet både internt i bedriften og til kundepleie. Næringslivet i Bergen ser altså ut til å være

interessert i merkevarebygging gjennom å knytte til seg trygge og etablerte kulturinstitusjoner som Troidhaugen og Ole Blues festivalen (nå Bergenfest).

Sparebanken Vest har imidlertid, som vi så ovenfor, gått en annen vei. Banken støtter kunstmrådet og kulturnæringene gjennom utdeling av midler fra et fond banken har etablert – en ren mesévirksomhet, med andre ord. Kunstnerne Røed og Entian påpekte i våre samtaler med dem at det er første gang de har opplevd at penger går fra næringslivet til kunsten på denne måten. Ikke overraskende stiller de seg svært positive til dette.

Bergen kunsthall, som lenge har slitt økonomisk, har brukt sponsorer for å bygge opp driften. Sparebanken Vest er her hovedsponsor, og andre bidragsytere kommer særlig fra shippingbransjen. Sponsingen oppleves ikke som problematisk, Kunsthallens handlefrihet er sikret. Forholdet oppleves fra kunsthallens side som et gunstig bytteforhold, da de også mottar uvurderlig praktisk veiledning av økonomisk karakter. Ellers merker Bergen Kunsthall mest aktivitet fra næringslivets side under Festspillutstillingen, i form av bedrifter som ønsker å kjøpe kunst for utsmykkingsformål (Øvstebø i intervju 11.11.05).

BEK – Bergen Senter for Elektronisk Kunst – støttes av Bergen Kommune, Norsk Kulturråd og Hordaland Fylkeskommune. Thorolf Thuestad, leder for Lyduttrykk ved BEK, sier de er godt fornøyd med kommunen, men at de ikke klarer seg alene med statlig støtte. I følge Thuestad er et økonomisk samarbeid med det private næringslivet kun er relevant dersom det åpner opp nye arenaer. Han presiserer at BEK er interessert i å bli sponset av næringslivet, men han stiller spørsmål om hvorvidt en bedrift som Norsk Hydro ville vært interessert i å sponse deres arrangementer. BEK er også interessert i næringslivet i den grad det kan føre til at de blir sponset med utstyr. For eksempel ble BEK sponset med 20 gratis telefoner og internettlinjer av Telenor i forbindelse med ”Konsert for anløpende skip” under åpningen av Nordstreamfestivalen i Bergen i 2005.

BEK er også interessert i å utvide sin kontaktflate til universitetet. Universitetet er interessant fordi dette miljøet sitter på en kompetanse som BEK har behov for, særlig når det gjelder fagområder som elektronikk, informatikk, robotikk og kunsthistorie, forklarer Thuestad. BEK har i den siste tiden samarbeidet med Griegakademiet om å få opprettet et studium i elektronisk kunst, og det er i den forbindelse Thuestad sier de er interessert i en bredere kontaktflate med universitetsmiljøet.

Kunst og næringsutvikling

Stortingsmeldingen om kultur og næring skiller mellom kulturstrategiene ”fyrårn” og ”dynamo” i forbindelse med hvordan regioner bruker kulturen som profil for å tiltrekke seg næringsliv og arbeidskraft. Fyrårnsatsinger er store og definerende kultursatsinger som festivaler, museer og andre kulturbygg. I dynamostrategien blir det ”fokusert på å utvikle den kulturelle energien som finst lokalt” (St.meld. 22: 18). Denne strategien satser på å gjøre regionen attraktiv for egne innbyggere, for så på sikt å kunne tiltrekke seg ressurser utenfra og slik påvirke næringsutviklingen i regionen. Øyvor Johnson i Bergen kommune sier kommunen anvender en dynamostrategi ”fordi det er bredda i kunst og kulturlivet som er vesentlig, altså her er ikkje Guggenheim eller den type som fyrårn” (Johnson i intervju 21.11.05). Johnson sier vidare om kommunens ambisjoner:

Visjonen er slik at (...) den europeiske kulturbyen Bergen skal være Nordens fremste arena. For nyskaping, openheit, modigskap, modenskap og dristigheit. Og det seier litt om at vi bygg under måten å jobbe på, at vi får fram eit mangfald som er så spanande at alle former kan være med, at det kan være litt opent, være dristig (Johnson i intervju 21.11.05).

Johnson påpeker også at kulturen mer og mer blir brukt som næringsstrategi for Bergen kommune. Opplevelsesmuligheter basert på kulturnæringene vil derfor utgjøre ”ein vesentlig del” av arbeidet med en ny strategisk næringsplan for Bergen og Omland, som også omfatter en internasjonal dimensjon. Denne typen kulturplanlegging er en internasjonal trend som er tilknyttet utviklingen av byer, bydeler og tidligere industriområder. Stortingsmeldingen påpeker at det enda foreligger relativt lite kunnskap om effekten av slike strategier, og at det mangler forskning som kan understøtte den antatte effekten av disse (St.meld 22: 20).

Undersøkelsen Bergen kommune gjorde i 2001 viste en omsetning på om lag 192 mill. kroner i økonomisk virksomhet direkte avledet av kunst- og kulturaktiviteter. Kulturaktivitetene genererer med andre ord økonomiske ringvirkninger, blant annet til underleverandører, hoteller, restauranter, transport, detaljvarehandel osv. I tillegg har utvidelsen av turistsesongen ved hjelp av blant annet festivaler som Ole Blues hatt en positiv økonomisk virkning på byens næring. Kommunen beregner i tillegg at om lag 25 % av kulturpublikummet er tilreisende. Videre ser man at kulturtilbudet i Bergen lokker stadig flere bedriftsmøter og konferanser til byen (Kulturbystrategi 2003).

I en meningsmåling utført på oppdrag fra Sparebanken Vest fant Norsk Respons at halvparten av Norges befolkning ser på kulturtilbudet som viktig for å trives der de bor. Sparebanken sier at disse resultatene viser at kultur er en viktig faktor når det gjelder å tiltrekke seg den best utdannede arbeidskraften (Sparebanken Vest 2005b). Også Johnson i Bergen kommune vektlegger kulturtilbudet som en viktig faktor når det gjelder å rekruttere ressurssterke arbeidstakere til det lokale næringslivet. Hun peker blant annet på at Hydro bruker Bergens kulturliv som et trekkplaster på potensiell arbeidskraft som velger myke verdier framfor lønn.

Mye står imidlertid igjen å gjøre i grensetraktene mellom kunst og næringsliv. På tross av den økende tilnærmingen mellom kunsten og næringslivet i Bergensregionen slår Bergen kommune fast i sitt strategiske plandokument at næringslivet og kulturlivet har liten kunnskap om hverandre, og at det derfor er viktig å skape møteplasser for økt samarbeid mellom disse to sektorene (Kulturbystrategi 2003). Noen slike møteplasser har vært knyttet til Bergensbølgen i musikk og en tilsvarende bølge for filmbransjen, der næringslivet og kulturlivet har møttes i seminarer for å snakke om strategier, nødvendig infrastruktur, samarbeid, sponing etc (Johnson i intervju 21.11.05). Men hovedinntrykket er stadig det kunstneren og designeren Asle Birkeland formidler når han hevder at Oslobaserte firmaer er langt flinkere enn næringslivet i Bergen når det gjelder å benytte kunstneriske ressurser. Selv om han bor og virker i Bergen, får han først og fremst oppdrag fra bedrifter i Oslo.

På tross av Bergen kommunes optimisme i kulturbystrategien for 2003-2013 angående tilnærmingen mellom kulturnæringene og det private næringsliv, er det altså foreløpig lite som tilsier at byens billedkunstnere nyter særlig mye godt av dette nye samarbeidet ennå. En tredjedels vei inn i den aktuelle perioden er det altså liten grunn til å tro at dette punktet i strategien vil miste sin aktualitet med det første. Spørsmålet som trenger drøfting, er hvilke tiltak som best fremmer den ambisiøse målsetningen.

Spørsmålet om forholdet mellom kunst og næringsliv har stått og står så sentralt i den aktuelle kulturpolitiske diskursen at vi finner grunn til å vie et eget kapittel – det følgende – til denne problematikken.

4. Kunst, kreativitet – og økonomisk vekst?

Nye økonomiske vyer – og gamle mentaliteter

Kunstnerisk virksomhet regnes som en kjerne i de såkalte kulturnæringene, siden mye annen produksjon innen disse næringene er direkte eller indirekte avledet av og/eller relatert til den kunstneriske virksomheten (jfr. ØF Rapp 5/2005). Det fins flere forskere som betegner kulturnæringenes dynamiske kjerne – den kunstneriske virksomheten – som en generell forutsetning for vekst og utvikling i byer. Kunstnerne er for eksempel en sentral del av det den amerikanske økonomen Richard Florida (2002) kaller ”den kreative klasse” – en befolkningsgruppe han mener nå er en forutsetning for byers økonomiske vekst.

Kulturnæringenes ”generelle vekst- og utviklingspotensial (...) tilsier at kunstnerne og den kreative klassen kan ha stor betydning ikke bare for utviklingen av [kulturnæringene] men også annen næringsaktivitet”, som det heter i Østlandsforsknings rapport (nr 5, s. 28).

Koplingen mellom et næringsliv i endring og et stadig stigende antall mennesker med til dels svært høy, gjerne internasjonalt ervervet kompetanse på kunst- og kulturområdet, i estetikk og kommunikasjon, er ikke uproblematisk. Den støter på solide hindringer som har å gjøre med kultur i antropologisk forstand, eventuelt med mentaliteter i den franske, historiefaglige Annales-skolens forstand: Nedarvede, traderte, til dels ubevisste forestillinger og verdier som former oppfatninger, tenkemåter og handlingsmønstre – både på kulturområdet, i næringslivet og i samfunnet for øvrig. Disse mentalitetene og motsetningene mellom dem har per definisjon så lange historiske røtter at en kan vanskelig vente dem raskt endret, enn si fjernet.

Kunstinstitusjonens autonomi og dens idépotensial

Da kunsten fikk sin moderne organisering som sosial institusjon på 1700-tallet, med en betydelig grad av autonomi i forhold til andre samfunnsområder, la dette også grunnlaget for den moderne kunstforståelsen. *Og sammenhengen mellom den moderne kunstforståelsen og en moderne forståelse av verden og samfunnet overhodet, er viktig å understreke.*

Grunnleggende ideer i vår type samfunn, om betydningen av fantasi og visjoner, om

nødvendigheten av å overskride det blott og bar tradisjon har overlevert oss, henger nøye sammen med kunstforståelsen. Det er utvilsomt en svært viktig historisk og strukturell sammenheng mellom kunstinstitusjonens relative autonomi og dens evne til å fungere som bærer av visse sentrale verdier i samfunnet. Sentralt blant disse står våre forestillinger om sann kreativitet (som noe annet og mer enn enkel oppfinnsomhet), om skjønnhet og ”dyp” sannhet og om de virkelig nyskapende individene som, i ypperste klasse, gjerne kalles genier (Battersby 1994).

Alt det som gjør kunsten og kunstnerne interessante for resten av samfunnet som kilde til nyskaping og utfordrende nytelse – store, hittil ukjente opplevelser og nye, grenseoverskridende innsikter – er med andre ord også *basert i at kunsten i prinsippet ikke er underlagt den type instrumentalitet eller mål-middel-logikk, altså den økonomiske fornuft, som ellers dominerer moderne samfunn*. Dette er meget viktig å ha i bakhodet når en nærmer seg spørsmålet om å ”gjøre bruk av” kunst og kunstnere på ulike måter, eventuelt om å ”utnytte den kunstneriske kapital bedre” – noe dette prosjektet jo handler om.

Den ofte diskuterte problematikken omkring kunstens forhold til næringslivet er et *case in point*: Perspektivet ovenfor innebærer at det er mer enn vrangvillige kunstneres motstand mot å avvikle sine gammeldagse ideologiske fordommer som gjør det problematisk å ville gjøre kunstområdet til en formålsrasjonell del av det økonomiske liv – selv om slike fordommer selvfølgelig også gjør sitt til å låse posisjonene her. Det finnes også noen grunner i selve det moderne samfunnets grunnleggende institusjonelle differensiering.

Men på den andre siden har grensene aldri vært så klare i virkelighetens verden som i ideenes.

Kunsten i virkeligheten og den historiske avantgardens prosjekt

Kunstnere har alltid, og langt i større grad enn kunstfeltets ideologi har villet erkjenne, vært engasjert i diverse kommersiell virksomhet både i og utenfor det en forbinder med begrepet kulturnæringer. Mange har hatt en omfattende produksjon med overveiende kommersielt siktemål, de har laget reklameplakater for sirkus og varietéer og annonseillustrasjoner for hva som helst annet, de har laget plateomslag for musikere i alle kjente sjangere, og så videre. Det

er ikke minst slik de historisk har bidratt til å gjøre hverdagen morsommere, mer fargerik og allment givende enn den ellers ville vært for folk flest!

Minst like viktig er det likevel å minne om den historiske avantgardebevegelsen i vestlig kunst, som gjerne avgrenses som et mangfoldig sammensatt fenomen med begynnelse i dadaismen mot slutten av første verdenskrig og avslutning i surrealisme og andre tendenser i de siste årene fram mot andre verdenskrig. Avantgarden var grunnleggende kritisk til kunstens ”innesperring” i kunstinstitusjonen. Den ville integrere kunsten i alle dimensjoner av samfunnslivet – for slik å forandre det, radikalt, til det bedre. Det var denne radikale modernismen mellomkrigstidens berømte designklassikere vokste ut av. Den såkalte Bauhausskolen produserte for eksempel både bildekunst og andre typer kunst, men leverte samtidig nyskapende designbidrag til alt fra dekketøy til byplanlegging. Og det som ikke minst er essensielt i denne sammenhengen, er at alt dette ble skapt uten at Bauhaus mistet sin kunstneriske ære eller liknende. Aktivitetene deres ble betraktet både av dem selv og andre som uttrykk for et *offensivt program for moderne kunst*, ikke på noen måte som noe slags forræderi mot kunstens ideelle autonomi. Det handlet snarere om å bruke denne autonomien som plattform og verktøy for samfunnsforbedring.

Avantgarden er med andre ord viktig i denne sammenhengen fordi dens program og virksomhet minner om en tankegang som er forenlig med romantikkens måte å tenke kunst på, men som samtidig nekter å isolere kunsten og den produktive kraft i et eget kunstreservat. I mellomkrigstiden var dette i høy grad knyttet til mer og mindre revolusjonære og potensielt totalitære politiske strømninger hvor det å realisere visse utopier sto sentralt. I vår tid er det kanskje mer nærliggende å tenke seg andre og mer lokale eller reformistiske ideer som ledetråder, men selve ambisjonen og tilliten til kunstens mulige bidrag til å forbedre verden lever ennå og kan dessuten forsterkes – eller om nødvendig gjenopplives – på flere måter. Kulturteoretikeren Andreas G. Huyssen (1988) har hevdet at kulturindustrien gjennomførte den historiske kunstavantgardens prosjekt i virkelighetens verden. Men det er grunn til å tro at dette knapt har uttømt mulighetene for dem som arbeider innenfor kunstfeltet.

Kulturindustriens suksess er imidlertid i høy grad knyttet nettopp til dens leveranse av visse typer forbruksvarer, langt på veg produsert, distribuert og brukt som andre forbruksvarer – oftest mulig i masseskala. *Veien til kunstens integrering i hverdagslivet går så lenge kapitalismen består i stor grad gjennom en eller annen form for kommersialisering. Det er ikke minst dette som gjør spørsmålet om kunsten forhold til økonomi og næringsliv sentralt.*

Med dagens vekst i kunstnerbefolkningen og økende behov for estetisk kompetanse og nyskapende evner i næringslivet og i samfunnet for øvrig, er det på denne bakgrunnen ikke urimelig å forestille seg – og arbeide for – økt deltakelse ut over både grensene og grensetraktene til den tradisjonelle kunstinstitusjonen. Gjerne også langt utenfor den – i diverse typer næringsvirksomhet.

Slik økt bruk av kunstnerisk kompetanse i samfunnslivet bør som antydnet ha to ulike typer formål: Bidrag til næringsvirksomhet og bidrag til hva en kort kan kalle økt livskvalitet. Mellom disse formålene finnes det naturligvis mange slags forbindelser, men de er likevel viktige å holde fra hverandre ved refleksjon over og utvikling av en framtidsrettet kulturpolitikk. En slik må være orientert mot den situasjonen som er forsøkt beskrevet ovenfor, hvor mange av de tradisjonelle vilkårene for kunst, kunstnere og de tilhørende kompetansene er i til dels gjennomgripende forandring. Den må si noe om hvordan en best bidrar til økt samfunnsmessig bruk av en voksende kunsttilknyttet del av yrkesbefolkningen – kunstnere av alle slag samt diverse andre yrkeskategorier knyttet til kunstinstitusjonen og kulturnæringene. Og den må sikte mot ivaretagelse av en livsnødvendig grad av kunstnerisk autonomi i forhold til alle typer krav om umiddelbar nytteverdi, enten de nå gjelder økonomisk avkastning eller trivsel for folk flest.

Fra mesenat til sponsorvirksomhet

Det blir hevdet at for å kunne realisere de såkalte kulturnæringenes økonomiske potensial, må kulturlivet og næringslivet nærme seg hverandre (ØF Rapp 5/2005:31; ØF Rapp 19/2004: 25). I dag er det slik at dette forholdet er i ferd med å endre seg fra å være ”velgjørenhet med baktanker” til ”strategisk samarbeid”, hvor sponsor og kulturaktør regnes som ”likeverdige partnere som utveksler tjenester” (ØF Rapp 5/2005: 32). Allikevel er det slik at et tettere samarbeid mellom kultur og næring generelt innebærer at næringslivet blir mer krevende i forhold til hva de ønsker å få ut av slik sponsorvirksomhet (ØF Rapp 19/2004: 29). Det tradisjonelle motsetningsforholdet mellom kultur og næringsliv ”gjelder kanskje spesielt i forholdet mellom næringsgruppen ”kunstnerisk virksomhet” og annet næringsliv” (ØF Rapp 5/2005: 32).

Dette motsetningsforholdet blir ofte karakterisert som grunnleggende. Og det fins en tendens hos begge aktører til å fornekte hverandre (ØF Rapp 19/2004: 27-28). Men i dag er det nærmest umulig å se bort fra at det meste i samfunnet har et (potensielt) næringsaspekt, samtidig som ethvert område har en estetisk dimensjon. På kulturområdet viser dette seg blant annet i at kunstinstitusjoner er nødt til å forholde seg på en annen og mer engasjert og forpliktet måte enn før til økonomiske sammenhenger. Dette åpner for nye typer kontakt med det private næringsliv. Bergen Kunsthall får for eksempel ikke bare økonomiske bidrag fra sine sponsorer, men også praktisk sponing i form av hjelp til refinansiering av lån, læring av ledelsesstrategier og støtte i møter med andre aktører (Øvstebø i intervju 11.11.05). Slik tar kunstfeltet i større grad i bruk næringslivsmodeller i form av målstyring og økonomistyring.

Dette skjer samtidig som næringslivet nærmer seg kunstfeltet. Først og fremst skjer dette som ledd i en mer omfattende og bevisst markedsføringsstrategi enn det som tidligere var vanlig, der kunst og kunstnere tas i bruk på ulike måter (ØF Rapp 19/2004: 31). Kunstneriske arenaer er dessuten etter hvert blitt viktige steder for møter mellom ulike forretningsforbindelser (ibid.: 32). I Østlandsforsknings rapport nr 19/2004 hevdes det blant annet på denne bakgrunnen at ”kravet om full kunstnerisk frihet står for fall og at skillet mellom ”fri” og ”kommersiell” kunst overskrides” (s. 33). Resultatet av denne tilnærmingen sies å være at kunstnerne får en ny forståelse av de økonomiske sidene ved sin virksomhet, samtidig som deres skepsis til sponing og mesenvirksomhet svekkes (s.st.).

Denne rapporten fra Østlandsforskning refererer til intervjuer med kunstnere i Lillehammerregionen. Det kommer frem her at ”særlig en del billedkunstnere er opptatt av å holde prinsippet om kunstnerisk frihet i hevd, og ser markedshensyn og økonomiske betraktninger som en trussel mot disse” (s. 41). Men holdningen til næringslivet er i følge Lillehammer-undersøkelsen blitt mer åpen nå enn den var tidlig på 1990-tallet. Mange billedkunstnere og kunsthåndverkere er nå mer klare til å ”ri to hester”, det vil si å kombinere eget kunstnerisk virke med oppdrag fra næringslivet (ibid). Samtidig er frykten for at næringslivet er ute etter å påvirke kunsten etter hvert i ferd med å svekkes. Likevel viser det seg også at mange av kunstnerne i Lillehammerregionen i prinsippet ville ønsket at offentlige myndigheter tilførte kunsten tilstrekkelig med midler til at de kunne forblitt uavhengige av næringslivet. Samtidig er en del av disse informantene positive til at kunsten deres gjennom næringslivskontaktene kommer ut på nye arenaer og blir møtt av et nytt publikum (ibid: 42).

Her finnes det viktige momenter til forståelse av kunstneres holdninger: De ønsker seg frihet – og det mener mange av dem å finne i den offentlige støttevirksomheten.

Næringslivsstøtte assosieres med ufrihet. Samtidig vil kunstnerne gjerne nå ut til nye sammenhenger og publikumsgrupper, og de oppfatter næringslivet som et rom med interessante muligheter her. Dette har stor betydning når det gjelder utvikling av meningsfulle kulturpolitiske inngrep: Kan en finne fram til tiltak i forhold til det private næringsliv som bidrar til å gi kunstnere en erfaring av en betydelig grad av kunstnerisk frihet i næringslivssammenheng? Og hva kan en gjøre for å stimulere utviklingene av en kunstnerisk eller profesjonell nysgjerrighet blant kunstnere når det gjelder arbeid i eller for det private næringsliv?

Slike spørsmål kan besvares samtidig som man fastholder at veien ut i næringslivet også er en mulig vei til utvidelse av dens utfoldelsesrom og publikum.

5. Kunstnerrollen i endring

Stikkordene i forrige avsnitt om endringer i kunstfeltets relasjoner til økonomi og kunstneres selvforståelse er viktige for å forstå hva ”kunstnerisk kapital” er eller kan være.

De rundt 20 kunstnerorganisasjonene i Norge innlemmer medlemmer på bakgrunn av kunstutdannelse, kunstnerisk arbeid som hovedsysselsetting, aktivitetsnivå, evnen til å kunne leve av kunstnerisk arbeid og ulike kvalitetskriterier. Det skilles i statistikken blant annet mellom skapende og utøvende kunstnere. Forskjellen er at skapende kunstnere produserer uten at mottakerne er til stede, og ofte jobber i enkeltmannsforetak, mens utøvende kunstnere produserer i publikums påsyn og er ofte fast ansatte.

Disse definatoriske grensene er i ferd med å bli mer utydelige. Er mennesker kunstnere om de uten særlig utdannelse driver i frie teatergrupper deler av tiden og ellers spiller inn reklamefilm eller såpeopera som frilansere? (Se for eksempel St.meld. 22). Hva er bildekunstnere egentlig når de gjør en performance? Hele kunstnerrollen, altså de sosiale forventningene til hva en kunstner *er* kan sies å være i bevegelse, både innad i standen og i samfunnet generelt.

Det store paradigmeskiftet og romantikkens kraft

Fremveksten av den alternative kunstscenen, nye gallerier, konseptbasert kunst, bruken av nye medier og internasjonal påvirkning er elementer i en lang rekke grenseoverskridelser som foregår mellom de ulike kunstretningene. I følge Ellen K. Aslaksen, som i boken *Ung og lovende, Unge kunstnere – erfaringer og arbeidsvilkår* (2004) intervjuet unge kunstnere (født etter 1960) i Oslo og Bergen, spiller også innføringen av filosofiundervisningen på kunstakademiene på slutten av 1980-tallet inn i den nye identitetskonstruksjonen til billedkunstnerne. Innad i miljøet blir dette kalt ”det store paradigmeskiftet” (ibid: 36-37). Aslaksen sier at ”den filosofiske skoleringen dreide kunsten mot å bli mer konseptuell og åpnet opp for refleksjon over kunsten og kunstinstitusjonen” (ibid: 38). Det er derfor for

eksempel slik at maleriet etter hvert er i ferd med å miste sin posisjon i det samlede kunstfeltet som ”kunstens naturlige hjemsted” (ibid: 46). Valget om å ta i bruk maleriet som uttrykk er derfor i følge Aslaksen nødvendigvis mer bevisst hos unge malere i dag enn det var tidligere (ibid: 46).

Hun viser likevel hvordan ideer om kunstneren fra både romantikken og naturalismen er å gjenfinne i dagens kunstverden. Samtidig som kunstnere fremdeles opplever kunsten som et ”kall”, foreligger det også ”ambisjoner om å skildre samfunnet og gripe inn i tiden” (Aslaksen 2004: 28). Den romantiske ideen om at kunstneren er ”dømt” til å skape kan oppfattes som uforenlig med det trivielle dagliglivet, noe som igjen fører til en atskillelse av kunstneren fra resten av samfunnet.

Aslaksen hevder at det ”i dag foregår endringer som igjen nærmer seg romantikkens kunstnerideal” (ibid: 25). Hun hevder at ”dagens unge kunstnere er både samfunnsbevisste og engasjerte og konsentrert om den individuelle skapertrangen” (ibid: 29). Hennes undersøkelser viser at valget om å bli kunstner primært bunnar i ”et genuint behov for å uttrykke seg selv” (ibid), men dette utelukker altså ikke samfunnsengasjement. Påstanden om at bildekunsten er et felt som er inne i en radikal endringsprosess hvor de tradisjonelle grensene mellom grupper er i ferd med å forsvinne, er i følge Aslaksen noe av en overdrivelse. Idealet om den frie skapende kunstner står fortsatt sterkt (ibid: 180). Hun sier at malerne ”arbeider innenfor et etablert uttrykk med tilhørende grenser, tradisjoner og ikke minst en tradisjonsrik kunstnerrolle å forholde seg til. For dem oppleves grensene mot andre teknikker fremdeles som relevante” (ibid: 32). Aslaksen påpeker at kunstutdannelsene fremdeles legger vekt på kunstnerisk frihet og individuell utvikling. Dette legger også grunnlaget for den kunstnerrollen studentene sosialiseres inn i (ibid: 35).

Kunstnerrollens nye mangfoldighet

Spørsmålet om endringer i kunstnerens selvforståelse er også behandlet av Per Mangset i hans studie av unge kunstnere (Mangset 2004). Utgangspunktet er stadig den kunstnerrollen som ble til med romantikken fra slutten av 1700-tallet. Kunsten var et kall og kunstneren var et geni, hevet over vanlige mennesker (Gran og De Paoli 2005:28-29). Til dette hører også en oppfatning om at kunstneryrket er noe man fødes til, at kunstneren besitter et spesielt

medfødt talent som ikke kan læres. Per Mangset kaller dette for **den tradisjonelle karismatiske kunstnerrollen**. Denne kunstnerrollen har hatt en tendens til å fornekte økonomien og prise kunstens høyverdighet og autonomi. Garantien for høy kunstnerisk kvalitet baserer seg på god kritikk men liten økonomisk suksess (Mangset 2004).

I følge Mangset ser vi derimot nå utviklingen av nye kunstnerroller som utfordrer den tradisjonelle. Han beskriver fem slike idealtypiske roller. Den ene er **kunstnerforskeren**, som ligner mye på andre forskere og arbeider uten å interessere seg for publikum eller kjøpere. Denne kunstneren søker originalitet og profesjonalitet, utfordrer kunstfeltets regler, konvensjoner og grenser, og kombinerer gjerne kunstnerisk virksomhet med undervisning. Mangset finner eksempler på denne kunstnerrollen hos blant annet lærere ved norske kunstakademier (Ibid.:11-12).

En annen rolle er den **postmoderne kunstneren**. Denne rollen likner til forveksling en som også nevnes hos Gran og De Paoli, men der betegnes den som "post-romantisk". I begge tilfeller siktes det til en kunstnertype som ignorerer kunstfeltets grenser og beveger seg på tvers av grensene mellom kunst, design og anvendt kunst, inkludert reklame. Kunstneren oppretter gjerne en egen forretningsvirksomhet, og opptrer gjerne i en entreprenørrolle og som markedsfører. Denne kunstnertypen bidrar til å opprette nye grenser og skillelinjer på selve kunstfeltet. Et trekk som henger sammen med dette, er at det for mange aktive kunstnere synes mindre viktig å kalle seg kunstner fordi om man jobber i kunstfeltet, og at mange som jobber der har bakgrunn fra media og IT-bransjen snarere enn en kunstfaglig utdanningsinstitusjon (Mangset 2004:12; Gran og De Paoli 2005:29). Et av våre intervjuobjekter, Asle Birkeland, kan sies å representere denne kunstnerrollen.

Den tredje rollen Mangset nevner er **kunstnerhåndverkeren**. Denne kunstnerrollen prøver å rehabilitere gamle og å etablere nye håndverksteknikker, fordi håndverket de siste tiåra har blitt oppvurdert i (deler av) kunstfeltet. Heller ikke denne kunstneren har noen interesse av å framstille kunsten som noe hellig eller fornekte økonomien, og er slik med på å bringe kunsten ned fra dens tradisjonelle pidestall (Mangset 2004:12-13).

Den fjerde nye kunstnerrollen er **kunstnerentertaineren** som gjerne vil underholde et publikum og i den sammenheng også tjene penger. Kunstnerentertaineren utnytter massemedia, men bryter ikke med kunstfeltets fornektelse av økonomien. Selv om denne

rollen søker å nå et bredt publikum, profiteres det på forestillingen om kunsten som opphøyet over den kommersielle verden (Mangset 2004:13).

En siste rolle som anses som typisk for det postmoderne samfunnet er **kulturentreprenøren**. Kulturentreprenøren er en selvstendig kunstner eller kulturarbeider som ikke har en sterk institusjonell forankring, men gjerne kombinerer flere sysler og inntektskilder gjennom deltidsarbeid. Virksomheten preges av usikker økonomi og midlertidige prosjekter, og denne rollen er heller ikke opptatt av å opprettholde en motsetning mellom kunst og økonomi, da disse to feltene flyter sammen for kulturentreprenøren. Denne rollen har mye til felles med den postmoderne kunstnerrollen (Mangset 2004:13).

Endringene i kunstnerrollen, hva en kanskje kunne kalle mangfoldiggjøringen av den, henger sammen med mer generelle samfunnsmessige endringsprosesser. Den allmenne rasjonaliseringstendensen i moderne samfunn kan tenkes som bakgrunn for en avmystifisering av kunsten. Rollen "kunstnerforsker" svarer for eksempel til denne utviklingen. En annen endring er tendensen til at grensene på kunstfeltet utviskes, hvilket gir rom for den postmoderne kunstnerrollen. Nye produksjons- og reproduksjonsteknikker hevdet Walter Benjamin (1969) alt i mellomkrigstiden underminerer kunstens mystikk gjennom masseproduksjon. Likevel, trass i disse endringstendensene, er også Mangset kommet til at det er den tradisjonelle karismatiske kunstnerrollen som dominerer kunstfeltet i dag, og som de fleste kunstnere primært identifiserer seg med (Mangset 2004:88-90). Funnene hans i en undersøkelse blant kunststudenter i Oslo viser at de fleste av studentene fortsatt identifiserer seg relativt sterkt med en tradisjonell rolle som profesjonell kunstner, og plasserer denne rollen på et veldefinert kunstfelt med klare grenser. Dette gjelder stort sett også de mange bildekunststudenter som har forlatt det tradisjonelle håndverket til fordel for konseptkunst og nye teknikker. Bare ganske få billedkunstnere definerer seg inn i den postmoderne kunstnerrollen og ønsker ikke å skille kunsten ut fra det øvrige samfunnslivet. Disse kunstnerne ønsker snarere å bruke sin kunstneriske kompetanse innen andre, mer verdslige samfunnsområder, som massemediene (Mangset 2004).

Kunststudentene i Mangseths undersøkelse anser videre friheten knyttet til kunstneryrkene som et tvetydig gode: Den gir uendelige muligheter, men den kan også medføre store belastninger. Kunstneryrket oppleves som et risikofyllt yrke. Også våre intervjuer med kunstnere (se nedenfor) bekrefter Mangseths funn: Kunstneryrket innebærer stor usikkerhet

både når det gjelder arbeid og inntekt og når det gjelder oppnåelse av kunstnerisk anerkjennelse. I det siste ligger det at yrket med nødvendighet gir en type eksistensiell risiko knyttet til den selveksponering det innebærer. Denne usikkerheten betraktes av noen som fruktbar fordi den stimulerer til økt kvalitetsmessig konkurranse. Men konkurransen er også destruktiv og preget av strategier, allianser, baksnakking, sjalusi og skjult maktkamp, i følge studentene.

Uansett vil kunstnerstudentene nødvendigvis stille opp økonomisk fortjeneste som et hovedmål for studium og yrkeskarriere. Mangset konkluderer derfor med at kunstnerrollen tross i sterke endringstendenser har beholdt viktige karismatiske eller ”fortryllende” trekk (Mangset 2004:200-201).

Kunsthøgskolestudenter i Bergen om arbeid i kunstfeltet versus næringslivet

Vi har gjort et lite forsøk på å undersøke holdningene blant dagens studenter ved Kunsthøgskolen i Bergen når det gjelder et hovedspørsmål i vår undersøkelses sammenheng: Mulighetene for å arbeide i eller i samarbeid med det private næringsliv. Ut fra allmenne påstander om utviklingen på kunstfeltet kunne en forvente at dagens unge kunstnere sto klar til å kaste seg ut i oppdragsvirksomhet for bedrifter med interesse for deres varer og tjenester. Ut fra Aslaksens og Mangseths studier kunne en på den andre siden forvente et langt mer sammensatt bilde.

I følge St.meld. 22 (2004-2005) er kunstutdannelsene, på tross av usikkerhet omkring yrkesgruppens utsikter til arbeid og inntekt, fremdeles svært populære blant de unge. I forbindelse med kvalitetsreformen er det også utviklet nytt regelverk ”som gjør det lettere for institusjonane å samarbeide med andre offentlige og private aktører og å ta på seg oppdrag” (St.meld.22: 59). Et problem i følge stortingsmeldingen er at kunstutdannelsene setter for lite fokus på å forberede studentene på livet som kunstner. Det legges vekt på at tema som entreprenørskap og firmaetablering er for lite vektlagt i undervisningen. Samtidig foreligger som vi har sett en holdning i kunstfeltet om motsetningene mellom kunstnerisk verdi og økonomisk verdi, som gjør det vanskelig for disse fagene å trenge igjennom på høgskolenivå (se St.meld. 22: 60).

Allikevel inkluderer etter hvert i det minste flere og flere kulturutdannelser i dette landet kurs i innovasjon og entreprenørskap. Blant annet har Universitetet i Stavanger integrert økonomistyring og markedsføring i sitt bachelorstudium i kunst- og kulturforvaltning. Høgskolen i Lillehammer har et bachelorstudium i kulturprosjektledelse som kombinerer kulturfag med økonomi og organisasjonsfag, Høgskolen i Oslo tilbyr bachelorstudier i kunst og design med økonomi og forretningsdrift som integrerte fag, og Handelshøgskolen BI tilbyr bachelorgrad i kultur og ledelse (ibid). Kunsthøgskolene har imidlertid hittil ikke innført slike fag i sine studieprogram.

Kunsthøgskolen i Bergen har påpekt at det er en utfordring å finne en forsvarlig balanse mellom kultur og næring i kunstutdannelsene (St.meld. 22: 60). Samtidig er Kunsthøgskolen i Bergen opptatt av at studentene deres skal få hjelp i etableringsprosessen etter endt utdanning. De etterlyser blant annet bedre samarbeid mellom utdanningsinstitusjonen og næringslivet, og foreslår å opprette en inkubator for kunstnere i Bergen (Klasson og Aardal i samtale).

Vår spørreundersøkelse ble gjennomført blant studentene ved Kunsthøgskolen i Bergen i slutten av november og begynnelsen av desember 2005. Det ble også arrangert en samtale med prorektor Per Aarvik og informasjonsleder Peter Klasson ved Kunsthøgskolen i Bergen i forbindelse med planleggingen av undersøkelsen. Respondentene er først og fremst bachelorgradsstudenter, fortrinnsvis på 3. årskull i de tre studieretningene som tilbys på høgskolen – design, kunstakademiet og spesialisert kunst. Fordi Kunsthøgskolen har en løst sammensatt undervisningsstruktur, har vi også fått inn svar fra noen få 2. års studenter som var til stede i enkelte av klassene under gjennomføringen av undersøkelsen. I tillegg kommer 1. og 2-års mastergradsstudenter.

Hensikten var først og fremst å kartlegge unge kunstneres holdning til å jobbe for eller med næringslivet. Svarprosenten var beskjeden, men den er etter vår oppfatning akseptabel for ambisjonsnivået i denne pilotstudien. Totalt er det 303 studenter ved KhiB. På masterstudiet er det 77 studenter, og bachelorstudiet har 226 studenter. 3. året på bachelorstudiet har 76 studenter. Vi har samlet inn 35 svar fra 3. årsstudentene i bachelorstudiet, noe som gir en svarprosent på 46. På masterstudiet har vi samlet inn 37 svar, som gir en svarprosent på 48. Samlet antall studenter i design er 112, vi har materiale fra 41 designstudenter, noe som gir en svarprosent på 36. Samlet svarprosent basert på målgruppe (76 3. års bachelorstudenter samt 77 masterstudenter = 153 potensielle subjekter) er 47.

Fordelt på de ulike kategoriene er svarprosenten følgende:

Kategori	Antall studenter	Antall svar	Svarprosent
Totalt for målgruppen (3. år bachelor + master)	153	72	47
Masterstudiet	77	37	48
Bachelorstudiet	226	35	15,5
3. år bachelor	76	35	46
Master i Kunst	42	14	33,3
Master i Design	35	22	62,8
Kunstakademiet (bachelor + master)	99	10	10
Design (bachelor + master)	112	41	36,6
Spesialisert kunst (bachelor)	98	14	14,3

Grunnen til at treffprosenten er særlig lav på kunstakademiet og på spesialisert kunst, er at undersøkelsen ble gjennomført i november-desember. I dette tidsrommet hadde studentene individuelle oppgaver og klasseundervisningen hadde opphørt. Dette gjaldt også for enkelte andre fag. Mange av studentene på KhiB jobber selvstendig og det er vanskelig å treffe samlede klasser særlig på mastergradsnivå og på siste året på bachelorgraden.

Masterstudentene ble derfor forsøkt nådd via e-post, noe som ga en lav responsrate. På grunn av knapp tid og mangel på lokal kompetanse ved institutt for informasjons- og medievitenskap var det heller ikke mulig å gjennomføre undersøkelsen i web-format, noe som ville vært å foretrekke. Bachelorstudenter ble i hovedsak oppsøkt i klasserom ved Kunsthøgskolen. Da skolen ikke har møteplikt, besto enkelte klasser av svært få studenter.

Spørreskjemaet besto av 12 spørsmål og så i sin helhet ut slik:

Spørreundersøkelse i forbindelse med en undersøkelse om kunstens vilkår i Bergen, under ledelse av professor Jostein Gripsrud ved Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB.
Vennligst kryss av ett alternativ per spørsmål.

1 Kjønn

1 Mann	
2 Kvinne	

2 Nivå

1 Bachelor	
2 Master	

4 Studieretning

1 Kunstakademiet	
2 Design	
3 Spesialisert kunst	

3

1 Master i Kunst	
2 Master i Design	

5 Alder

1 <25	
2 25-35	
3 >35	

6 Har du tenkt å livnære deg som kunstner/ jobbe innen det kunstneriske feltet?

1 Ja	
2 Nei	
3 Vet ikke	

10 Hvilken holdning har du til et tettere samarbeid mellom kunstnersfæren og næringslivet?

1 Positiv	
2 Nøytral	
3 Negativ	
4 Ingen formening	

7 Hvordan stiller du deg til ideen om å utføre kunstnerisk arbeid på oppdrag fra næringslivet?

1 Positiv	
2 Nøytral	
3 Negativ	
4 Ingen formening	

11 Hvordan stiller du deg til næringslivets økende bruk av kunst som et ledd i markedsføringen av deres bedrift og/eller produkter?

1 Positiv	
2 Nøytral	
3 Negativ	
4 Ingen formening	

8 Hvordan kunne du helst tenke deg å jobbe som kunstner?

1 Selvstendig	
2 I kollaborasjon med andre	
3 Som en hobby	
4 Annet	

9 Hvilken økonomisk inntektskilde ville du, som utøvende kunstner, helst foretrukket?

1 Statlig støtte/ kunstnerlønn og stipender	
2 Lønn på oppdrag for private personer/ næringslivet	
3 Samme hvor pengene kommer fra	

12 Hvordan anser du dine sjanser til å kunne livnære deg som kunstner?

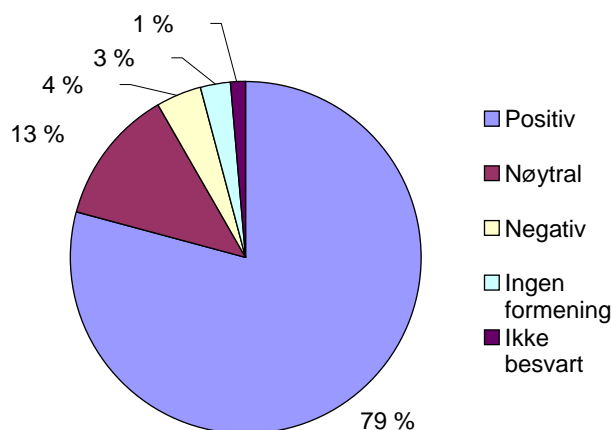
1 Optimistisk	
2 Nøytral	
3 Pessimistisk	
4 Ingen formening	

Flertallet av respondentene var kvinner – 60 %. Når det gjelder utdanningsnivå, er fordelingen ganske jevn. 51 % er masterstudenter, mens 49 % er bachelorstudenter. På masternivå har spørreundersøkelsen klart vakt mest interesse blant designstudentene. De sto for 59 % av svarene, mens kunststudentene leverte 38 %. 3 % unnlot å oppgi fagretning på masternivå. Også blant bachelorstudentene har vi fått flest svar fra designstudentene. De står for 57 % av respondentene. Dette har nok en effekt på undersøkelsens utfall, ettersom designstudenter venter en annen arbeidssituasjon enn kunstnere og de har derfor et mer positivt forhold til næringslivet.

Undersøkelsen viser at det er forskjell på hvordan designstudentene og kunststudentene ser på forholdet mellom det private næringsliv og deres egne arbeidsfelt. Det er selvsagt et problem at undersøkelsen bare har nådd frem til 10 % av studentene ved kunstakademiet (10 stk), og at dette utvalget derfor ikke kan sies å være representativt. Til gjengjeld er det disse 10 sier så vidt tydelig at grunnlaget for en formodning om allmenne holdninger foreligger.

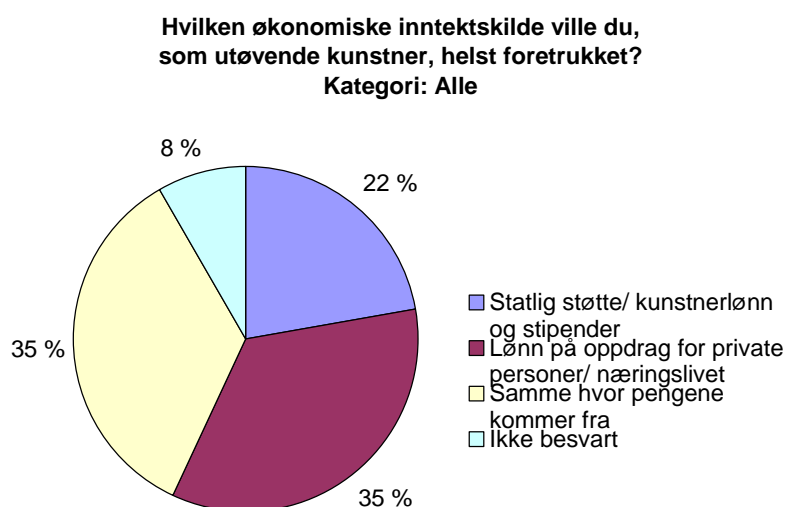
Det generelle inntrykket fra spørreundersøkelsen er at studentene ved Kunsthøgskolen i Bergen er positivt innstilt til næringslivet. 79 % av de spurte er positive til å utføre kunstnerisk arbeid på oppdrag fra næringslivet. Kun 4 % av de spurte stiller seg negative til dette.

Hvordan stiller du deg til ideen om å utføre kunstnerisk arbeid på oppdrag for næringslivet? Kategori: Alle

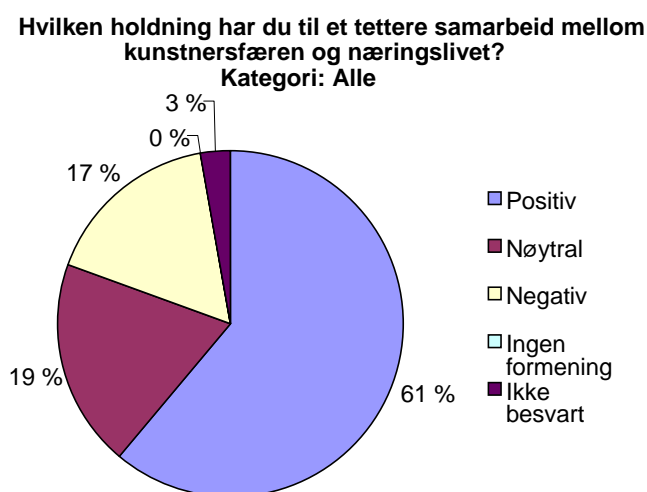


22 % av de spurte vil foretrekke statlig støtte, kunstnerlønn eller stipender som inntektskilde, mens 35 % gjerne vil ha lønn på oppdrag fra private personer eller næringslivet. Videre sier

35 % av de spurte at det er det samme hvor pengene kommer fra. Vel tre fjerdedeler av studentene er med andre ord ikke innstilt på statlig støtte.

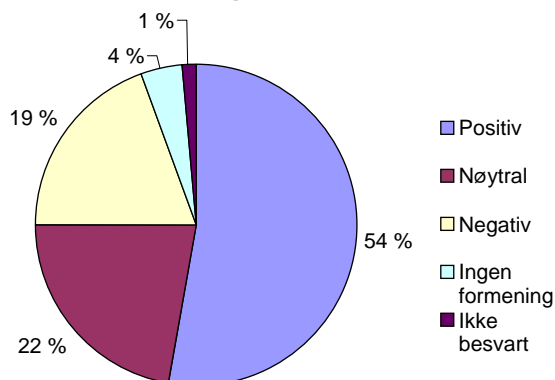


61 % er positive til et tettere samarbeid mellom kunstfeltet og næringslivet, 19 % er nøytrale til denne problemstillingen, mens kun 17 % er negativ innstilt til dette.



Når det gjelder næringslivets økende bruk av kunst som ledd i markedsføringen av deres bedrift og/eller produkter, er 54 % positive, mens 22 % er nøytrale til denne problemstillingen. 19 % av studentene ved Kunsthøgskolen i Bergen er negative til denne utviklingen.

Hvordan stiller du deg til næringslivets økende bruk av kunst som et ledd i markedsføringen av deres bedrift og/eller produkter?
Kategori: Alle



Undersøkelsen har altså størst svarprosent blant designstudentene, som er antatt å utdanne seg til et yrke som først og fremst er rettet mot næringslivet. Det at undersøkelsen har nådd såpass få av studentene på kunstakademiet kan påvirke inntrykket av studentenes holdning til næringslivet. Samtidig viser undersøkelsen at kun 1 av de 10 spurte på kunstakademiet er negativ til å utføre kunstnerisk arbeid på oppdrag fra næringslivet. 4 av 10 studenter på kunstakademiet er imidlertid negative til et tettere samarbeid mellom kunstfeltet og næringslivet, og det samme gjelder for hvordan de stiller seg til næringslivets økende bruk av kunst som ledd i næringslivets markedsføring. 4 av 10 spurte vil ha offentlig støtte, mens 4 svarer at det er det samme hvor pengene kommer fra.

De aller fleste designstudentene ser for seg en yrkessituasjon der de jobber i samarbeid med andre – hele 81 %. Designstudentene har ingen problemer med å jobbe på oppdrag for næringslivet eller motta sin inntekt derfra. 95 % av designstudentene ønsker å jobbe for næringslivet, og 53 % ønsker lønn på oppdrag fra næringslivet. Her svarer også 37 % at det er det samme hvor pengene kommer fra. Kun 5 % av designstudentene vil helst ha offentlig støtte. 81 % av designstudentene er positivt innstilt til tettere samarbeid mellom kunsthøgskolen og næringslivet, og 76 % er positive til næringslivets bruk av kunst i sin markedsføring.

Alt i alt må en kunne konkludere at studentene ved Kunsthøgskolen i Bergen generelt er positive til den økende tilnærmingen mellom næringslivet og kunsthøgskolen. Undersøkelsen viser også at de fleste studentene er positive til framtiden. 51 % av alle spurte er optimistiske når det gjelder deres sjanser til å livnære seg som kunstnere. 29 % av de spurte er nøytrale i forhold til dette spørsmålet, mens kun 13 % er pessimister.

Kunstneres egne erfaringer og synspunkter

Som et forsøk på å fange opp mer av nyansene og variasjonene i kunstneres vurderinger av sin egen situasjon og sine egne valgmuligheter, gjennomførte vi noen få løst strukturerte intervjuer med et lite knippe bildekunstnere (3) og designere (2, hvorav den ene også er bildekunstner). Ambisjonen var altså heller ikke her å gjøre et representativt utvalg så mye som å identifisere noen momenter som er viktige for å forstå situasjonen og eventuelt gjøre noe med den. Vi gjengir i det følgende samtalene i en referatform, før vi gir en kort oppsummering.

Asle Birkeland

er en ung kunstner i Bergen som spesialiserer seg på grafisk design. Han er en av fire som nå slår seg sammen til ressurskollektivet Kamikaze Media. Birkeland er hundre prosent oppdragsbasert og fullstendig avhengig av næringslivet. Næringene han arbeider mest med er i kulturbransjen – gallerier, plateselskaper m.m. Disse feltene er Birkelands primære kontaktflater med omverdenen som kunstner.

Galleriene som leier Birkeland inn for å fronte et prosjekt befinner seg i Bergen. Det er da kunstneren som har en utstilling som er prosjektet og galleriet som er oppdragsgiveren. Dette arbeidet er preget av lite detaljstyring og frie tøylere kunstnerisk sett. Når det gjelder arbeidet Birkeland gjør for plateselskaper, som først og fremst er utforming av platecover og musikkvideoer, befinner bedriften seg i Oslo mens musikerne er lokale.

Birkeland savner et mer aktivt næringsliv i forhold til kunstnere. Han peker på at i den grad næringslivet benytter seg av byens kunstneriske ressurs så går de for det kjente og etablerte og tenker altfor lite nytt.

”Jeg tror de tenker litt for smalt, at de rett og slett støtter seg litt på hva andre har gjort før de, og så sier de ’Vi vil ha litt sånn som de har’. Så de går mer til de etablerte, altså, de større bedriftene går mer til de etablerte reklamebyråene for eksempel, for å få gjort sine profiler (...) I stedet for å tenke litt nytt, tenke litt ungt, tenke litt på dem som kommer opp, som faktisk er dem som på mange måter er med på å sette de nye trendene som de store firmaene egentlig bare følger, altså de store reklamebyråene de må bare følge etter fordi de ser at det fungerer” (Birkeland i intervju 09.11.05).

Birkeland mener at mange bedrifter kunne tjent på å være med på innovasjonen i forhold til det å være først ute med noe i stedet for å bare slenge seg på. På dette området må næringslivet i Bergen se seg slått av næringslivet i Oslo, hvor de små designhusene er i sterk vekst og blir satset på.

Patrik Entian og Ellen Røed

- begge akademiutdannede bildekunstnere - jobbet høsten 2005 på oppdrag med utsmykning av Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen (se nedenfor).

Dette var første gang Entian jobbet på oppdrag, mens Røed tidligere har arbeidet for danseteaterforestillinger og konsertarrangører som har ønsket videokunst som en del av oppsetningene.

Entian stiller seg positiv til å bli sponset av næringslivet men vektlegger her relevansen av hvem sponsoren er. Det finnes visse ting han ikke ønsker å bli forbundet med og dette gjelder også i forhold til oppdragsgiverne. Men også Entian synes næringslivet i Bergen gjør for lite av seg i forhold til kunst, bortsett fra Sparebanken Vest med deres stipender. Han ønsker seg mer aktivitet fra næringslivet i form av både stipender, konkurranser og sponsoravtaler, og oppfordrer bedrifter til å samarbeide med kommunen som har en viss ekspertise på dette området (Entian i intervju 16.11.05).

Røed er mer kritisk til tilnærmingen mellom kunstfeltet og næringslivet fordi hun opplever hele ideen som absurd, og ser ikke hva kunstnerne kan tilføre en bedrift om de ikke får jobbe på helt egne premisser. Hun opplever det dessuten som et problem at bedrifter først og fremst støtter etablerte og publikumsvennlige uttrykk, i stedet for å finansiere grobunnen av kunstnere som tar sjanser og prøver nye ting, som også trenger penger (Røed i intervju 09.11.05).

Spurt om hvorvidt det er "vanskelig" å være kunstner, hadde både Entian og Røed problemer med å forholde seg til spørsmålet. Begge mente ordet "vanskelig" er feil når man skal beskrive situasjonen. Røed mente det "ikke er så vanskelig", mens Entian ville si det er heller tøft enn vanskelig. Det vanskeligste i følge Entian var at den økonomiske situasjonen gjør at man får så knapp tid til kunsten. Røed påpekte at hun nok sikkert har en spinkel pensjon i vente, men at hun ikke tenkte så mye på det.

Arvid Pettersen

er en veletablert bildekunstner, allerede lenge ansett som en av Norges fremste malere. Han har hatt en lang rekke utstillinger i inn- og utland og er likeledes innkjøpt av betydelige samlinger i og utenfor Norge. Han var professor ved Statens Kunstakademi fra 1993 og rektor ved Kunsthøgskolen i Oslo 1996-99. Han er nå bosatt i fødebyen Bergen, med eget atelier på Laksevåg, der samtalen med ham i samband med dette prosjektet fant sted.

Pettersen synes forholdet mellom kunstnerens virke som kunstner og andre sysselsettinger eller aktiviteter er interessant. Det kan dreie seg om jobber en bare tar for å overleve, eller det kan dreie seg om klart relevante engasjementer som de han selv har hatt med undervisning og administrasjon ved institusjonene for kunstnerutdanning i hovedstaden. Han opplevde da at erfaringer og metodikk fra kunstnerisk problemløsning kan overføres til andre fagområder, og at ”det kreative incitament” kan gjøre seg gjeldende også utenfor det spesifikt kunstneriske virket. Samtidig mener Pettersen at erfaringer for eksempel fra tiden som rektor senere har kommet til nytte i det kunstneriske arbeidet. Dette handler ikke minst om slike ting som betydningen av planlegging, tålmodighet og langsiktige mål, om å ”administrerer systemene dine litt bedre”.

Pettersens erfaring fra tverrfaglig samarbeid om bestemte prosjekter er imidlertid begrenset. Han har for eksempel aldri samarbeidet med arkitekter. Men han har sett at kolleger av og til har opplevd problemer i forhold til de ambisjonene arkitekter kan ha. Kunstnere vil nok helst skille seg tydelig og klart fra andre, både andre kunstnere og andre yrkesgrupper. De vil ikke ligne. De søker altså større selvstendighet i sitt virke enn arkitekter og andre gjerne gjør. Dermed er det klart at det er avgjørende hvordan arbeidet i slike sammenhenger blir organisert. Kunstnerens bidrag kan være så integrert at det ikke er synlig som individuelt trekk, eller så prangende at det er synlig på lang vei. Det er altså kunstnerens opplevelse av selvstendighet i arbeidsprosessen som er viktig, ikke hvor stort eller synlig kunstnerens virke blir i sluttproduktet. Det som Svein Rønning har gjort gjennom den tverrfaglige gruppen Next To Nothing i Bergen sentrum er et eksempel. Det er flotte ting, men de består samtidig gjerne mest av små finurlige, kunstneriske detaljer som er diskret plassert så de blir til en slags belønninger for den nysgjerrige eller oppmerksomme bergenser eller turist. Det må være et harmonisk samspill som har gjort at de har kommet frem til noe sånt.

For folk som har vært vant til å jobbe individuelt og alene er det ikke bare-bare å gå inn i team der man må forhandle seg frem til en løsning. En kunstner som er sterk i sitt arbeid og helt klart definert, behøver ikke alltid være like sterk i en teamsituasjon. Kunstnere må av og til ta så mange sjanser og gå på så tynn is som mulig, og noen ganger vet man ikke om det bærer. I et team vil det derimot alltid være noen som bremser opp. Å lage rom for den kunstneriske arbeidsformen vil i stor grad handle om tillit.

Pettersen ville på tross av disse betenkelighetene overhodet ikke avvise å arbeide i team om større oppgaver som å forme arbeidsmiljøet i større bedrifter eller utvikle for eksempel totalt nye konsepter for møbelbransjen. Det ville tvert i mot vært ”kjempemorsomt”. Og: ”Hvis jeg kunne valgt ville jeg jobbet med noen som har peiling på økonomi.” Det ville kunne gi ”more bang for the bucks.”.

Lasse Berntzen

er en av gründerne i designfirmaet Fuggibaggi, med lokaler på Bryggen, der han tilbyr konsulenthjelp til interiør, design og scenografi. Han er utdannet bildekunstner fra Vestlandske Kunstakademi. Arbeidet hans har hatt svært stor bredde, fra museumsdesign til design av cd-covere, fra grafikk for tv og internett til plakater, bokdesign og illustrasjoner.

Berntzen regner seg som både designer og bildekunstner: ”Jeg er begge deler, men jeg tenker veldig ulikt i de to rollene.” Han mener forholdet mellom design og kunst har vært problematisk rent allment, av gode grunner: ”Kunst har vært egeninitierte prosjekter, der man er seg selv nok og setter premissene og unngår en form for tilpasning. Jeg syns tilpasning er et nøkkelbegrep. Design og arkitektur setter brukeren i sentrum. Rent metodisk blir dette litt komplisert for kunstnere. Kunstnerne setter kunsten i seg selv i sentrum.”

Samtidig er forbindelsen nær mellom design og kunst. Berntzen mener at en viss type ”demokratisering” av kunsten, der kunsten skal ha en bruksfunksjon, fører den veldig nær opp til design: ”Design er funksjonell kunst”. Felles for de to er den formale kunstneriske kompetansen eller ”grunnkunnskapen”. På det formale området er alle grenser flytende. Den tydeligste grensen som henger igjen, er den mellom de to rollene: Designeren, som setter brukeren i sentrum, versus kunstneren, som setter kunsten i og for seg selv i sentrum. Spørsmålet i samband med mange mulige nye arbeidsområder for kunstnere, er hvor langt den

enkelte kunstner kan være villig til å gå i en eventuell tilpasning eller dialog med tanke på brukeren og ikke kunstneren selv.

Berntzen mener forholdet mellom kunst og kapital og koblinger mellom kunst og næringsliv er ”mer komplisert enn hva man vil ha det til”. Her er det mye ”gammel ideologi” ute og går, mye som handler om status, usikkerhet, fordommer, manglende kunnskap om hverandre - og ”rett og slett konkret vilje og mot til å gå fra store ord og uttalt velvilje til helt konkrete prosjekter”. Da blir man usikre på hverandre. Og skylden ligger etter Berntzens mening vel så mye hos kunstnerne som hos næringslivet. Mye er ennå uavklart etter den tunge 70-talls-moralismen. ”Vi var jo propagandakunstnere på den tiden.” Kunsten ble den gangen underordnet politikken i en form for reklame for politiske ideer. Nå er det å stille kunstneriske talenter til disposisjon for reklameformål liksom utenkelig, og den som gjør sånt – som Nerdrum med Mozell – risikerer status og kulturell valuta. Mange kunstnere er nærmest religiøse i forhold til kunstens hellighet og vil bare bevege seg innenfor klart definerte, elitære rammer. Det er imidlertid særlig de som er over 50 som er så preget av moralisme og idealisert kunst opphøyet til noe edelt og åndfullt – som synes det å jobbe på oppdrag er så dirty og ren money-making. Generasjonen som kommer etter er annerledes.

Kunsten har et betydelig potensial når det gjelder å prege hverdagslivet. Men her mangler vi en tradisjon. Kunstnerne er blitt marginalisert til og med på kunstområdet, ved at de helt er presset ut av styrene i kunstinstitusjonene. Disse er helt tatt over av næringslivet. Kunstnerne har på mange måter bidratt til dette selv, ved å bli såpass ”sektariske” på mange måter.

På den andre siden merker man for eksempel mangelen på designbevissthet i organisasjoner og bedrifter. Finnes noe slikt, er det gjerne helt personavhengig: Du har ett menneske i ledelsen som har lyst, så å si på privat grunnlag, å teste ut designgrep eller kunstnerisk utsmykning eller lignende. Dette er i og for seg positivt, men det er annerledes med en organisasjon som nærmer seg design og kunst fordi den har tatt stilling til begrepet annerledeshet, man har skjønt at det er et konkurransefortrinn i det å skille seg ut. Dette er en erkjennelse som ikke finnes i Bergens næringsliv. Da får man ikke designbevissthet eller kunstbevissthet. De kan godt sponse, men det å gjøre noe som virkelig monner i forhold til bedriftens produksjon eller indre liv er noe annet. Selv om det nok lever mange myter om hvor føydalt og tilbakeliggende næringslivet i Bergen er, er det også sant at en god del av dette lever videre. ”Viljen til å satse på noe nytt er mangelfull. Bergen er ikke noen innovativ

by.” Her er det gjerne mye penger og lite kulturell kapital. Det er en kjempejobb å få etablert et klima som er interessert i og fremmer overraskelse og normbrudd. Mange i design og designrelaterte yrker reiser følgelig fra byen – som regel til Oslo. Det er en veldig sentralisering i disse fagene.

Men en annen utvikling er ikke umulig. Inspirasjon kan hentes flere andre steder i Europa, blant annet i England. Det gjelder bare å stoppe pratet og i stedet ta spranget. Dette krever mot, økonomi, tilretteleggelse fra kommunal forvaltning – og det krever at kunstnere har en annen holdning. Kanskje kunne det organiseres møtesteder for kunst og næringsliv. Dette krever regi – noen må ta regigrep. Berntzen har selv lansert en del ideer, men slike initiativ krever støtte og oppfølging som hittil har manglet.

Sammenfatning

Dette lille utvalget av bildekunstnere og designere av ulike generasjoner gir et godt inntrykk av både en betydelig spennvidde i synspunkter og erfaringer på den ene siden og noen viktige sammenfallende vurderinger og perspektiver på den andre. De ”rene” bildekunstnerne, Pettersen, Røed og Entian, er mest opptatt av kunstnerisk frihet og har liten erfaring med kunstnerisk arbeid utenfor kunstinstitusjonen i bredere forstand (der for eksempel Røeds ”oppdragsvideoarbeid” også har funnet sted). Designerne Birkeland og Berntzen er klart mer innstilt på å orientere seg etter brukeres eller kunders behov og ønsker. Samtidig verdsetter for eksempel Birkeland den økte kunstneriske frihet noen oppdragsgivere kan tilby – også for ham er følgelig kunstnerisk frihet noe positivt. Berntzen er den som sterkest understreker bruker- eller oppdragsgiverorientering som en forutsetning for alt arbeid med karakter av design. Samtidig poengterer han at han i egenskap av bildekunstner tenker helt annerledes. Slik bekrefter han så å si i egen praksis den distinksjonen han ellers kan synes å kritisere – altså en insistering på kunstnerisk autonomi som avskjærer kunstnere fra å gå i produktiv dialog med næringsliv og andre oppdragsgivere.

Men det dette betyr, er ganske enkelt at den kunstneriske autonomien er en *grunnleggende verdi* for alle de intervjuede, og høyst sannsynlig for alle kunstnere. Det som eventuelt skiller dem, er deres vilje eller evne til å gradere eller parkere autonomien ut fra ulike arbeidsforhold. Berntzen understreker forskjellen mellom to tenkemåter mest radikalt, men praktiserer altså begge selv, i ulike sammenhenger. Alle de andre er imidlertid også villige til å inngå i ulike

slag oppdragsarbeid der brukernes intensjoner eller ønsker er avgjørende. Dette er kanskje det mest slående inntrykket: Alle disse meget forskjellige bildekunstnerne og designerne er helt åpne for den slags arbeid i ytterkanten av og utenfor den egentlige kunstinstitusjonen.

Et annet felles trekk, er imidlertid at de oppfatter særlig det bergenske næringsliv som tilbakeliggende, inkompetent eller uinteressert i deres kompetanser. Berntzen er den eneste som trekker fram og understreker kunstnernes eget ansvar for den manglende kommunikasjonen en kan konstatere, men også han er klar i sin vurdering av hvordan Bergens næringsliv, med noen hederlige unntak flere nevner, forholder seg til den ressursen kunstnerne i byen representerer.

6. Kunstens kontaktflater

Innledningsvis tolket vi spørsmålet om hvordan en bedre kan utnytte storbyenes ”kunstneriske kapital” som et spørsmål om hvordan kunsten i større grad kan bringes ut av kunstinstitusjonen og inn i sammenhenger der de berømmelige folk flest finnes. Hvilke ”kontaktflater” er det egentlig mellom Kunstens Verden og resten av samfunnet?

Dette vil dels være offentlige miljøer, som byrom og offentlige bygninger, der kunstens tilstedeværelse er en vel etablert konvensjon med bred oppslutning. Det er åpenbart et potensial i å opprettholde og videreutvikle dette området. Men to andre felt er mindre utviklet og har følgelig mer å by på i form av både behov for nytenkning og rom for vekst.

Utsmykningsoppdrag i arbeidslivet er det ene av disse. Her finnes det ganske riktig en lang tradisjon som går tilbake til mellomkrigstiden og lengre enn det, men det er stadig slik at det helst er svært store selskaper som har et bevisstforhold til dette og det gjelder dessuten primært nybygg. Et viktig trekk ved nyere bildekunstformer er deres flyktige karakter – som installasjon og performance. Disse peker i seg selv for eksempel mot en tanke om skiftende bildekunstneriske bidrag til arbeidsmiljøet – i store som mindre bedrifter eller offentlige virksomheter, etater etc. Uansett er det mange grunner til at nye idéer og former behøves her.

Et kanskje vel så stort potensial ligger etter vår oppfatning i det å øke bruken av kunstnerisk kompetent arbeidskraft i næringslivet, i både produktutvikling/design og markedsføringssammenheng. Gjennom utformingen av produkter og tjenester kan i det minste noen typer kunstneriske bidrag bli integrert i og sette sitt preg på hverdagslivet. I dette ligger det også åpenbare inntektsmuligheter for kunstnerne, slik at deres økonomi styrkes og mer tid frigjøres til kunstnerisk arbeid – også av fri eller autonom karakter.

I dette avsnittet skal det altså handle om disse kunstens kontaktflater mot resten av samfunnet.

Næringslivet om bruk av kunst og kunstnere

Spørsmålet om hvordan næringslivet stiller seg til økt bruk av kunst og kunstnere – ”kunstnerisk kapital” – er ganske avgjørende i sammenhengen. For å få i det minste et minimum av empirisk grunnlag for noen vurderinger her, foretok vi i januar/februar 2006 en enkel spørreundersøkelse blant medlemmer av Bergens Næringsråd. Den ble praktisk organisert av Bergens Næringsråd som en e-post-undersøkelse utført av firmaet Questback, et opplegg de har brukt med hell tidligere. Spørsmålene som ble stilt, var de følgende:

■ Spørsmål 1:

Bildekunstnere kan bistå næringslivet med (a) utsmykning og annen formgivning av bedriftenes lokaler og (b) med produktutvikling, markedsføring, m.m.

Har din bedrift gjort bruk av noen slike tjenester fra bildekunstnere?

- Utsmykning, formgivning av lokaler, med mer (Ja, Nei, Vet ikke)
- Produktutvikling, markedsføring, med mer (Ja, Nei, Vet ikke)

■ Spørsmål 2:

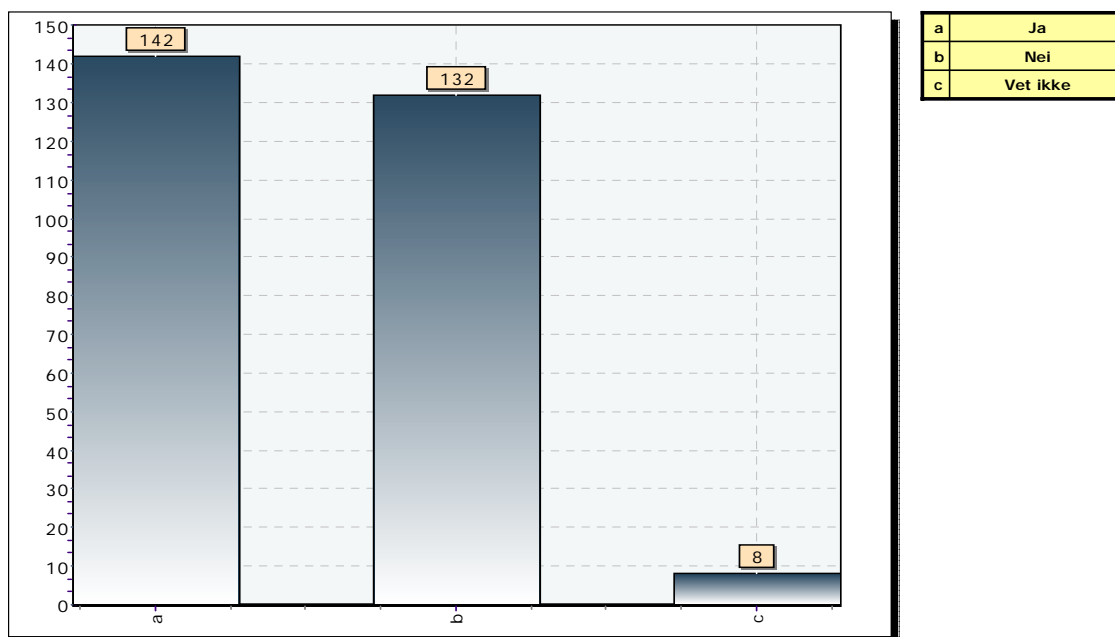
Er det mulig at din bedrift vil kunne bruke slike tjenester i overskuelig fremtid?

- Utsmykning, formgivning av lokaler, mm (Ja, Nei, Vet ikke)
- Produktutvikling, markedsføring, med mer (Ja, Nei, Vet ikke)
- Eventuelle kommentarer til problemstillingen

Det første viktige resultatet av undersøkelsen, er svarprosenten: Det kom inn i alt 283 svar, men dette tilsvarer ikke mer enn 13 % av de spurte. Dette kan tolkes som et uttrykk for liten interesse for problemstillingen. En slik tolkning beholder mye av sin troverdighet selv om en tar hensyn til at det å svare på e-postundersøkelser av dette slaget neppe kan regne med særlig høy prioritet i en travel hverdag – uansett emne.

Men 283 svar er likevel et betydelig antall og svarene vi fikk på spørsmålene våre fordeler seg på måter som kan indikere at de sannsynligvis gir et noe nær representativt inntrykk av praksis og holdninger på feltet. Ser vi for eksempel på spørsmål 1 om praksis så langt med hensyn til bruk av bildekunstnere til utsmykning eller annen formgivning av lokaler m.m., er dette resultatet:

Utsmykning, formgivning av lokaler, mm

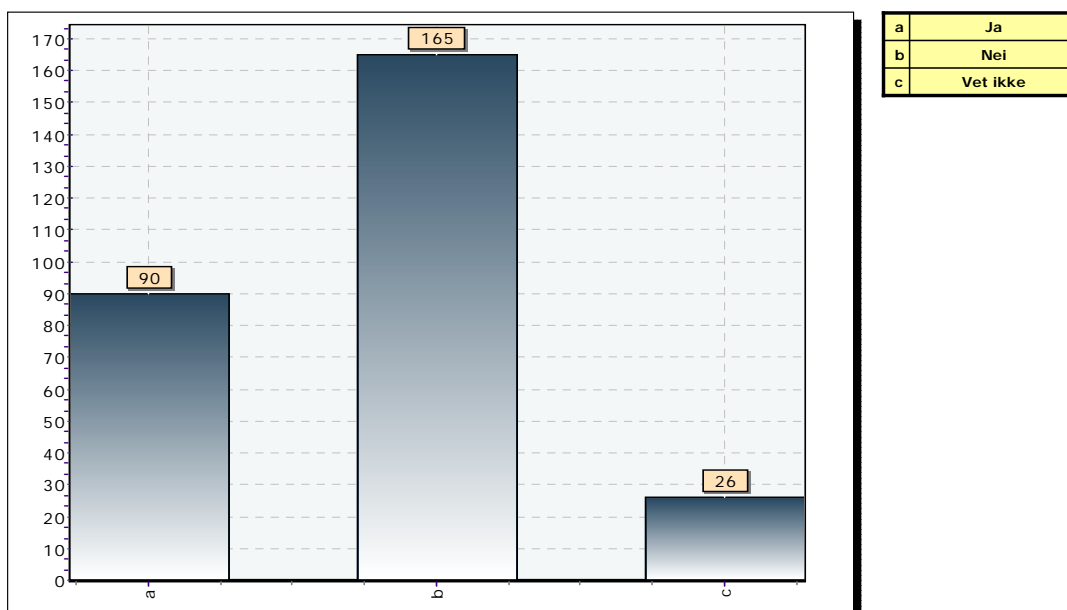


13.02.2006 13:26
www.questback.com

2

Fordelingen for spørsmålet om bruk av kunstnere til produktutvikling/design, markedsføring m.m. var til sammenligning slik:

Produktutvikling, markedsføring, mm



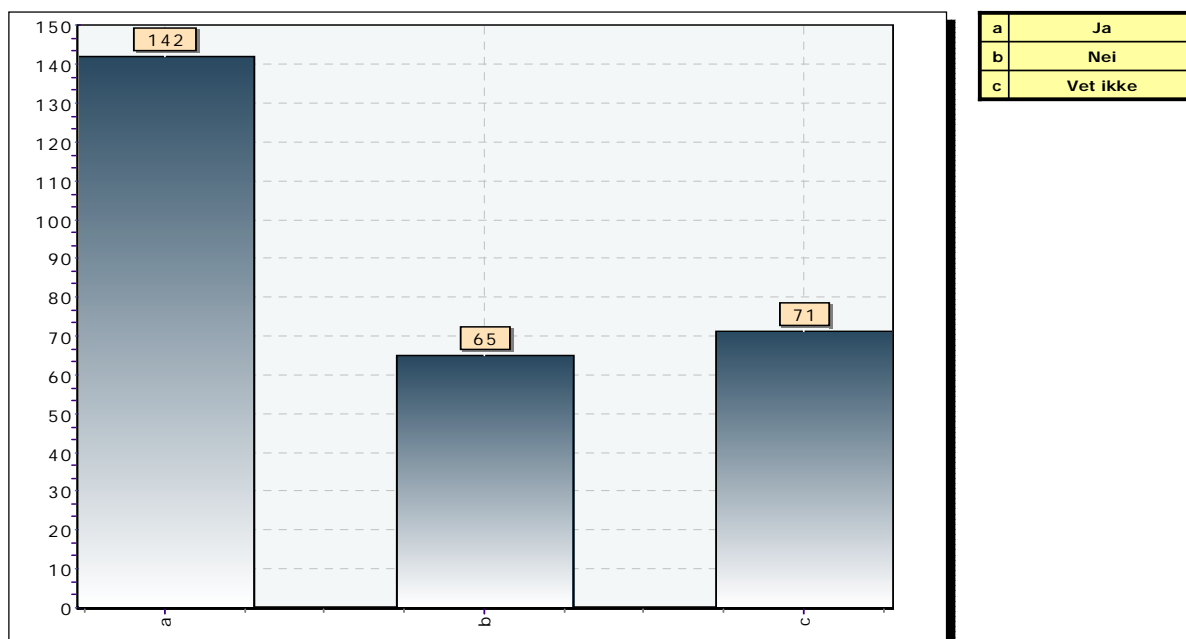
13.02.2006 13:26
www.questback.com

3

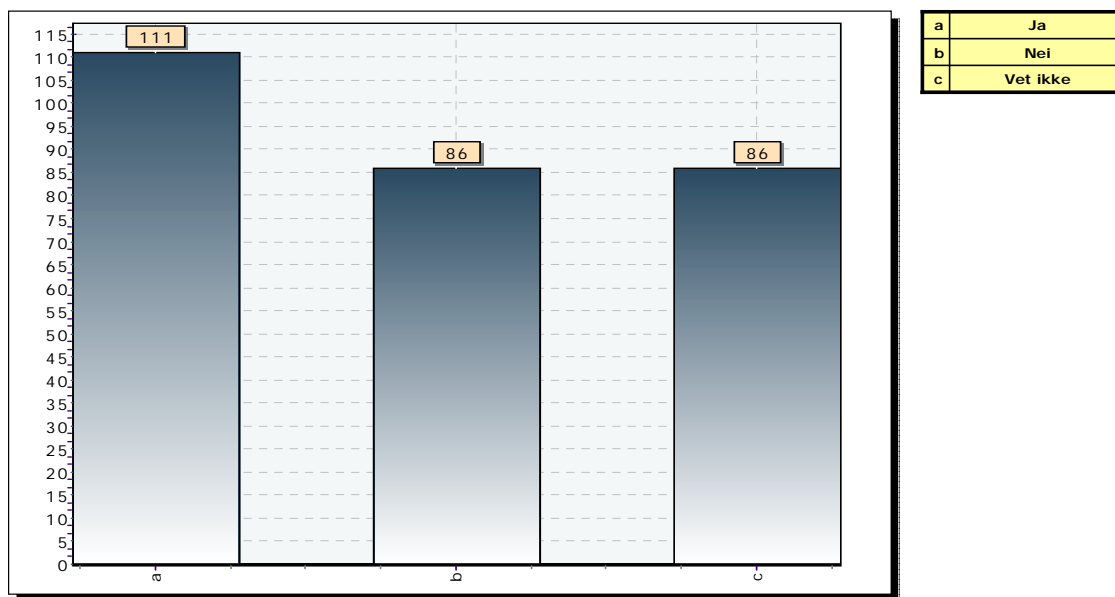
Dette forteller oss på den ene siden at en stor del av de som svarte tilhører en kunstvennlig del av næringslivet, siden så mye som omtrent halvparten har benyttet kunstnere til utsmykning og lignende og særlig siden omtrent en tredjedel har brukt bildekunstnere til produktutvikling, markedsføring og lignende. Men det sier også at tanken om å bruke bildekunstnere og deres spesielle kompetanse til å forme produkter og markedsføring har vært mindre utbredt enn ideen om å bruke dem til utsmykning.

I spørsmål 2 vendes så blikket framover, med resultater som bekrefter fordelingen ovenfor: Tanken om kunstnerisk utsmykning er mer nærliggende enn tanken om å benytte kunstnere i direkte produksjons- og salgsrelaterte oppgaver. Grafisk framstilt er svarene på underspørsmålene slik:

Utsmykning, formgivning av lokaler, mm



Produktutvikling, markedsføring, mm



13.02.2006 13:26
www.questback.com

5

Her ser vi igjen at det viser seg en overveiende positiv holdning til kunstnerisk utsmykning mens tanken om å bruke kunstnere i produktutvikling, design og markedsføring oppnår færre ja-svar, vekker atskillig motstand og ikke minst møtes med en slående grad av usikkerhet (mange "vet ikke" svar). Går en til de fritt utformede, kortfattede kommentarene til spørsmålene som mange respondenter har sendt inn (se Appendiks 1), er det mange som viser en positiv holdning til bildekunst som gave-idé og som utsmykning, svært få som sier noe om kunst og kunstnere som en kilde til reell *nyskapning*.

Likevel er summen av "ja" og "vet ikke" i og for seg løfterik. Det er grunn til å tro at forskning og mangfoldige typer organiserte tiltak på dette området kan ha betydelig potensial. Det behøves nye slag møtesteder for nye nettverk og nye ideer. Et relativt tilfeldig men godt eksempel på slike kontaktskapende initiativ, hadde utspring i et mastergradsprosjekt ved Kunsthøgskolen i Bergen. Der laget 18 designstudenter en utstilling om menneskerettighetene som de presenterte for Raftostiftelsen. Prosjektet, som er kalt Spera (og betyr håp på latin), inspirerte i følge studentavisen *Studvest* Raftohusets direktør Therese Jebsen til å "forsøke å invitere byrådet og næringslivet til Raftohuset og presentere dem for prosjektet og inspirere dem som sitter med pengene" (*Studvest* 02.11.05). Slik kan en altså få til nye slag koblinger mellom kunstsferen, den kommunale sektor og lokalt næringsliv. Og i dette kan altså utdanningsinstitusjoner som Kunsthøgskolen spille en nøkkelrolle.

Forholdet til (andre) kunnskapsinstitusjoner

Kunstartene har sine egne utdanningsinstitusjoner, så også bildekunsten. Men disse er nå integrert i det allmenne nasjonale høyskolesystemet på linje med de mer ordinære akademiske institusjonene. Lærerne på kunsthøyskoler, skrivekunstakademier og så videre skal, i prinsippet på linje med lærerne ved universiteter og høyskoler ellers, drive forskning på sine spesialområder.

Denne ”akademisering” av kunstutdannelsene kan forstås på flere måter både ut fra utdanningspolitiske, kunstneriske og kunstpolitiske synsvinkler. Den har blant annet foregått i en tid der ikke minst bildekunstnere har måttet lære seg å snakke eller skrive om sin kunst på nye og mer krevende måter. Samtidig er det også mulig å betrakte utviklingen som en framheving av atskillig eldre forbindelser mellom kunst og lærdom og institusjonene som kan knyttes til disse to begrepene. Kunstartene har i over hundre år hatt hver sine universitetsinstitutter som forvaltere av deres historie og fortolkere av deres produkter, og lenge før har filosofer og (andre) forskere beskjeftiget seg med kunstartene både som gjenstand for refleksjoner og som inspirasjonskilder for arbeid på andre felt.

Storbyene i Norge er også universitets- og høyskolebyer og det er altså flere grunner til å mene at en viktig del av svaret på spørsmålet om hva disse byene får ut av sin ”kunstneriske kapital”, særlig i ikke-kommersiell sammenheng, kan ligge i kunstens forhold til disse utdannings- og forskningsinstitusjonene.

Vi skal i dette avsnittet som eksempler ganske kortfattet ta for oss to tiltak med tilknytning til Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen

Flerdimensjonalt utsmykningsprosjekt

Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen ble etablert i januar 2004 ved at de tidligere separate instituttene for de to vitenskapene som nevnes ble slått sammen. Resultatet var et institutt med over 70 ansatte og tilknyttede, en svært stor organisasjon ut fra den normale instituttstørrelsen ved HF- og SV-fakultetene ved UiB. Det er dessuten tale om et institutt som i seg rommer et voldsomt faglig spenn med stabsmedlemmer

som i prinsippet kunne vært knyttet til fire ulike fakulteter: Det matematisk-naturvitenskapelige, det historisk-filosofiske, det samfunnsvitenskapelige og det psykologiske. Her arbeides det med informasjonsteknologisk systemutvikling, programmering og kunstig intelligens, med filmproduksjon og bildeanalyse, med kulturpolitikk, demokratiteori, journalistikk og e-læring. I tillegg til denne faglige spredningen kommer det at instituttet arkitektonisk er delt i to, det vil si fordelt over to etasjer i SV-fakultetets hovedbygg, Fosswinckelsgate 6.

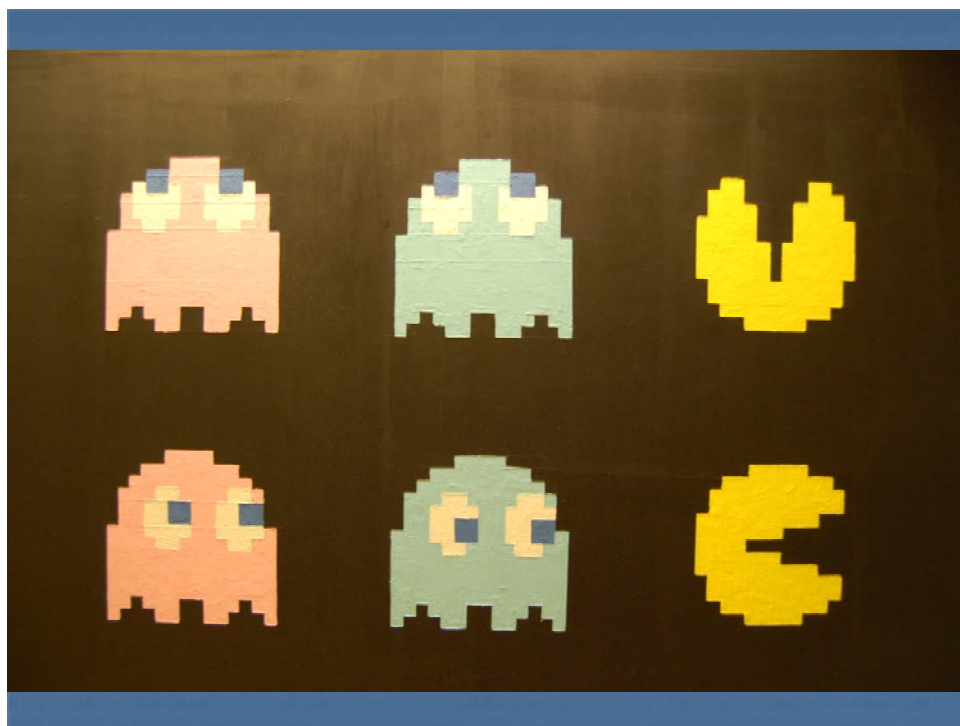
Det var på denne bakgrunnen instituttets ledelse i 2005 engasjerte billedkunstnerne Patrik Entian og Ellen Røed for å gjøre et utsmykningsprosjekt der instituttets ganger og vegger på den ene siden skulle gjøres visuelt tiltalende og spenstige ut fra en kunstnerisk og intellektuell synsvinkel, på den andre bidra til utviklingen av identitet og (gjerne kritisk) selvrefleksjon blant instituttets ansatte. Entian er en dyktig maler, og instituttledelsen valgte å kontakte ham både derfor og av to andre grunner: Han arbeider innen et medium de fleste *ikke* assosierer med medievitenskap eller ikt (og som følgelig har betydelige underliggjøringsmuligheter i sammenhengen) og fordi han i et omfattende kunstnerisk prosjekt, ”Geografi”, har arbeidet med kunnskapssosiologiske og teknologiske problemstillinger med betydelig relevans. Samtidig ønsket instituttledelsen også innslag av elektronisk basert, høyteknologisk preget samtidskunst. Entian foreslo da Ellen Røed – som er kjent som en kunstner av det aktuelle slaget i fremste bergenske rekke. At hun også er Entians kone, betydde fremst at samarbeidet mellom de to kunne forventes å gå rimelig godt – de har også hatt andre samarbeidsprosjekter.

De to ble gitt et oppdrag omtrent som beskrevet ovenfor, men ellers stilt fritt innenfor en bestemt økonomisk ramme (100 000 kroner, alt inkludert). Røed og Entian uttrykte entusiasme for prosjektet både før, under og etter arbeidet. De hadde ingen motforestillinger mot å jobbe på oppdrag for instituttet. Røed sa i samtale med en medarbeider i dette prosjektet at hun ikke nødvendigvis ville ha kunnet jobbe på oppdrag for hvilket som helst fagmiljø, men at informasjons- og medievitenskap ligger såpass nært opp til andre prosjekter hun og Entian har jobbet med at god forståelse og kommunikasjon mellom dem og oppdragsgiver ligger til grunn for arbeidet i dette tilfellet (Entian i intervju 16.11.05; Røed i intervju 09.11.05).

Entian og Røed tilbrakte innledningsvis en hel del tid ved instituttet, der de fotograferte og tok notater for å få et grep om den arkitektoniske utformingen og diverse faglige og sosiale

karakteristika ved de ulike korridordelene – studentlesesaler og pauserom, lunsjrom for de ansatte, seminarrom etc. De inviterte tidlig de ansatte ved instituttet til å komme med innspill i prosessen, både i uformelle samtaler og på andre vis. Hva likte de og hva ville de endre ved korridorer og rom som de var? Hva arbeider de med? Hadde de ideer til hvordan det ene eller andre emnet kan visualiseres? De to deltok også i stabsmøter og andre sammenhenger der de fikk presentert seg og sitt samt motta diverse impulser fra de ansatte av alle kategorier. Denne fremgangsmåten ble godt mottatt blant instituttets ansatte, som på denne måten fikk et visst innblikk i en kunstnerisk arbeidsprosess mens den foregikk.

Den grunnleggende ideen eller konseptet i kunstnerens løsning av oppgaven, var å lage et *portrett* av instituttet. De drøyt 20 maleriene og de to videoinstallasjonene de leverte henspiller alle på aspekter ved emnene for instituttets vitenskapelige arbeid, eller de er direkte gjengivelser av konkrete ting de observerte i omgivelsene da de kom inn i lokalene. Instituttet har følgelig nå malerier av en post-it-lapp med en morsom påskrift, et utsnitt av en filmplakat på en studentlesesal, et utsnitt av en bokhylle og dens innhold – ved siden av malerier av Orderud Gård, av Rubriks kube, av en visuelt spennende togtabell fra Frankrike i 1880-årene (informasjons(re)presentasjon), av tv-vertinne Kristin Johnson, flere portretter av Frankensteins monster, et stort maleri av ”Pacman-familien” etc etc.



Videoinstallasjonene var på den ene siden en lydsensitiv oppstilling av to skjermer der de klassiske tv-vertene Kristin Johnson og Harald Mæhle begynner å bevege munnen lydløst når det snakkes eller på annen måte lages lyd i studentenes pauserom (se nedenfor). Den andre består av et stort utvalg portretter fra kunsthistorien som vises i randomisert rekkefølge på en skjerm på et hjørne i korridoren i 5. etasje, og som ”besvares” i to sorte, ”tomme” bilderammer et stykke innover i korridoren.



Flere av disse bildene var og er omdiskuterte i staben og blant studentene, men gjennomgående er det betydelig utbredt tilfredshet med bildene og den forbedring av instituttets visuelle miljø som det har medført. I hvilken grad de ulike miljøer og spesielle faglige interesser kjenner seg representert og det i så fall på mer eller mindre adekvat vis, kan stadig være gjenstand for diskusjon. (Se Appendix 2 for et kortfattet referat av løst strukturerte samtaler med vitenskapelig og teknisk-administrativt ansatte samt studenter som en medarbeider i dette prosjektet hadde. Utsmykningen er for øvrig presentert på Instituttets nettside).

Det er flere momenter her som synes relevante for vår tematikk. Kunstnerens arbeidsprosess kunne gjerne vært mer systematisk brukt som utgangspunkt for organiserte diskusjoner, og det

samme gjelder for det ferdige resultatet. Hovedsaken er imidlertid det flerdimensjonale ved et prosjekt som dette (estetisk, sosialt, faglig) og dessuten det faktum at vi her har et eksempel på et oppdragsprosjekt som like fullt ble realisert med den kunstneriske autonomien ivaretatt.

Forskningskonferanse med kunstutstilling

Mellom 14. oktober og 13. november 2005 arrangerte Bergen Kunsthall den svært utradisjonelle utstillingen Game Dump. Utstillingen presenterte unge kunstnere hvis uttrykk befinner seg i krysningen mellom billedkunst og digital teknologi, der særlig underholdningsindustriens visuelle uttrykk gjennom dataspillteknologien, og også film, var tema.

Dette foregikk i samarbeid med Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen, fremst representert ved stipendiaten Rune Klevjer, som arbeider på et prosjekt om dataspillenes estetikk. Klevjer var initiativtaker og arrangør av den internasjonale konferansen The Aesthetics of Play, som gikk samtidig med utstillingen. Den hadde deltakere fra tre kontinenter, hvorav flere blant de ledende på det aktuelle, raskt voksende feltet.

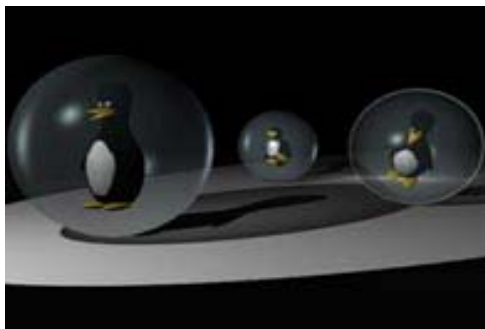
Både Bergen Kunsthall, Klevjer og instituttet hans var meget fornøyd med dette samarbeidet. Klevjer mener universitetet i forbindelse med Game Dump fikk uvurderlig drahjelp i arrangementet av dataspillkonferansen, som var den første spillkonferansen som har blitt arrangert i Norge. Hensikten med den var ikke minst å synliggjøre forskning på spillenes estetikk (Klevjer i intervju 13.10.05). Utstillingen og konferansens ulike deler ble dermed utformet i samspill mellom de to institusjonene, et samarbeid Solveig Øvstebø, leder i Bergen Kunsthall, betegner som fantastisk:

”(...) det var ein utruleg utfordrande og flott måte å jobbe på syns eg, fordi vi fekk på ein måte, altså, vi har jo fagfeltet vårt innan samtidskunst og samtidsteorien i den forstand. Men vi fekk på ein måte ein heilt annan...teoretisk ståstad og teoretisk buffer når vi hadde med oss medievitenskap og Rune da, Klevjer, som var med oss, og det gjorde jo at vi klarte å lage ein heilt naudsynt kontekst rundt akkurat desse spela, for dei trong litt diskusjon rundt dei, ikkje sant, og da fekk du den faglege diskusjonen som da desse seminara tok.” (Øvstebø i intervju 11.11.05).

Også kunstnerne som var involvert, svenskene Jakob Senneby og Simon Goldin, syntes det var svært positivt med en intellektuell kontekst rundt spillene. Det er flere grunner til å gå noe nærmere inn på denne utstillingen i vår sammenheng.

De svenske kunstnerne eksemplifiserer nemlig ikke minst et fruktbart samarbeid mellom kunstfeltet, Akademia og næringslivet gjennom sin installasjon *Objects of Virtual Desire* på Game Dump utstillingen. De har laget fysiske manifestasjoner av virtuelle objekter i online-spillet *Second Life*. I følge deres hjemmeside utforsker prosjektet hvordan immateriell produksjon i en virtuell verden kan bli overført til økonomisk verdi gjennom materiell produksjon (www.objectsofvirtualdesire.com). Senneby og Golding samarbeidet med teknologiforsker og universitetslektor Daniel Pargman ved Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm i Sverige, som så på den økonomiske verdien av virtuelle objekter i virtuelle verdener. Pargman presenterte sin funn på Game Dump, og kunstnerne oppfordret deretter alle kunstnere til å skaffe seg sin egen forsker!

Senneby og Goldin selger sine materielle manifestasjoner av virtuelle objekter via sin hjemmeside. De har reproduisert et tapet med et mønster av sommerfugler opprinnelig designet av en spiller av *Second Life*, til 200 Euro per meter. De har også produsert 5 materielle kopier av et virtuelt design av en pingvin som befinner seg inne i en plastball som er 2 meter i diameter, til 3300 Euro per stykk.



Materielt design



Virtuelt design

Den fleksible tilnærmingen til materiale, medier og kontekster man finner blant unge billedkunstnere som disse, gjør det kanskje lettere å tenke seg dem tilknyttet et dynamisk, endringsorientert næringsliv. Senneby og Goldin eksemplifiserer gjennom dette prosjektet hvordan en del unge kunstnere i dag ikke bare arbeider ut fra et selvkritisk metaperspektiv (som så ofte er et fremtredende aspekt i billedkunsten), men også forholder seg til de

økonomiske aspektene ved eget prosjekt gjennom samarbeidet med forskeren Daniel Pargman. Selve prosjektet *Objects of Virtual Desire* omhandler virtuell økonomi versus reell økonomi.

Mye tyder imidlertid på at det gjenstår et visst arbeid før fantasirikdom av dette slaget preger næringslivet, i det minste i Bergen.

7. Oppsummering – og oppfølging

De foregående kapitlene beveger seg over store tematiske områder og framstillingen er utforskende mer enn strikt argumenterende. Håpet er at noen viktige innsikter og synspunkt med relevans for problemstillingen likevel har blitt formidlet. I dette siste kapitlet er det meningen å kortfattet peke ut noen slike, før vi skisserer noen ideer om en oppfølging av dette forprosjektet i form av ganske annerledes ambisiøst, tre-årig prosjekt.

En hovedhensikt med de teoretiske avsnittene i de første kapitlene, var å motivere tilslutning til to tenkemåter som vanligvis oppfattes som motstridende: En kulturpolitikk basert på et utvidet kulturbegrep og en kunstpolitikk basert på et konvensjonelt kunstbegrep. Etter vår oppfatning er det nå utenkelig å forlate det utvidede kulturbegrepet. Samtidig er det åpenbart behov for en spesifikk kunstpolitikk. Denne kan så med fordel innrettes hovedsakelig på profesjonell kunstnerisk virksomhet innen de sammenhengene som samlet gjerne betegnes som kunstfeltet eller kunstinstitusjonen. Dette er et sett av kjernekompetanser og kjerneaktiviteter som har behov for spesiell omtanke og spesifikke tiltak, Men ut fra det vi har introdusert som det inklusive eller radikalt utvidede kunstbegrepet, er det også klart at en oppdatert kunstpolitikk må ta mål av seg til å dekke diverse tilliggende områder, som amatørvirksomheter av alle slag, kommunale kulturskoler, ja, mer enn dette: Rett og slett ta for seg den estetiske dimensjonen ved samfunnslivet!

Med et slikt gjenstandsområde, blir det også innlysende at estetikkens og, mer spesifikt, kunstens relasjoner til omverdenen utenfor institusjonen kunst blir viktige. Det gjelder så vel de kommersielle som de ikke-kommersielle delene. Vi har imidlertid argumentert for at det både i kraft av framherskende politiske tenkemåter og virkelighetens karakter i dagens kapitalistiske samfunn er rimelig å tenke seg at kunsten først kan prege og berike menneskenes liv på en gjennomgripende måte gjennom næringslivet i en eller annen forstand - gjennom rollen den spiller i produksjon av et bredt spekter av varer og tjenester. Dette betyr vel å merke *ikke* at kunstnerisk produksjon innenfor kunstinstitusjonen og på institusjonens premisser er blitt ”utdatert” eller uinteressant. Tvert om er dette autonome kunstneriske arbeidet, som allerede antydte, å betrakte som kjerneaktiviteter som dels bærer og dels beriker all annen, beslektet aktivitet.

Det er klart at kunstnerisk virksomhet, inkludert bildekunsten vi har konsentrert oss om her, i Norge i svært høy grad er støttet opp av offentlige midler og har vært det lenge. Kapitlet om bildekunsten og Bergen viser at denne byen i alle fall ikke kan anklages for passivitet eller noen slags avvisende holdning overfor kunstfeltet og dets aktører. Selv om kommunen skulle være kritisabel på enkelte punkter, er det ikke her de største problemene synes å ligge for videreutvikling av den ”kunstneriske kapitalen” i Bergen og utvidelse av dens virkefelt.

Vi har i stedet lagt fram empiriske indikasjoner på at holdninger og kunnskapsnivå i næringslivet er et hovedproblem, ved siden av, men i betydelig mindre grad, holdninger og kunnskapsnivå blant (bilde)kunstnere. Våre enkle undersøkelser viser etter vår oppfatning at det i det bergenske næringslivet øyensynlig finnes en hel del positive holdninger til bildekunst som forskjønnende innslag i arbeidsmiljøet, men ellers relativt liten interesse for å gjøre bruk av de kompetanser og talenter vi her snakker om som ”kunstnerisk kapital”. Det finnes en slags parallell motvilje mot næringslivet blant bildekunstnere, men den er for det første høyst sannsynlig svakere og mindre utbredt enn for 20-30 år siden og for det andre atskillig lettere å overvinne om de det gjelder tilbys arbeidsvilkår som respekterer deres behov for kunstnerisk frihet eller armslag i deres eventuelle samarbeidsprosjekter. Ikke minst intervjuene med så vel eldre som yngre kunstnere indikerte en betydelig interesse for de utfordringer som kan tenkes å ligge i for eksempel design og produktutvikling. Veldokumenterte og ganske utførlig diskuterte endringer i kunstnerrollen peker også i denne retningen. Samtidig må det selvfølgelig sies at ingen kan forvente problem- eller konfliktfrie samarbeidsforhold når mer eller mindre nye relasjoner skal utvikles og prøves ut. Særlig Lasse Berntzen, med omfattende erfaring både som bildekunstner og designer, understreket at han mente det var behov for et klart perspektivskifte når man går fra kunstnergjerningens gjennomførte fokus på kunsten selv til designjobbens nødvendige brukerperspektiv. Men hva dette skal bety i praksis, er foreløpig ukjent.

Endelig mener vi å ha antydnet gjennom to enkle men løfterike eksempler at det ligger et stort potensial i et nærmere utviklet samspill mellom kunstnere og utdannings- og forskningsinstitusjoner. Den interesse disse kan ha for å framstå som intellektuelt og allmennkulturelt spenstige, kan gjøre dem til utprøvningsrom for nye grep med hensyn til utsmyningsprosjekter og det potensial disse har for medarbeider- og arbeidsmiljøutvikling, identitetsdannelse med mer. Vel så viktig er imidlertid det potensial som ligger i å trekke så

vel kunstnere som deres utdanningsinstitusjoner inn i utviklingen av forskningsprosjekter og forskningsbasert undervisning. Har en in mente den pågående og framtidige vekst i kulturbaserte næringer både nasjonalt og internasjonalt, samt den historiske avantgardens ambisjoner om å prege folks hverdag, er det fascinerende perspektiver på dette feltet som venter på nærmere utforskning – både av kunstnere og forskere.

Et ordentlig, 3-4-årig forskningsprosjekt omkring disse problemstillingene bør ha visse sentrale tema sentralt plassert på sakskartet. Våt foreløpige, svært knapt formulerte forslag, er det følgende:

Kunstbegrepet/estetikken: Vi mener det er gjenstår mye teoretisk refleksjon og empirisk forskning som er innrettet på å bestemme nærmere hva kunst og estetikk *er* eller *gjør* med oss mennesker. I grensetraktene mellom filosofi, antropologi, psykologi og sosiologi – et landskap som passer medievitere svært godt i kraft av deres grunnleggende tverrfaglige orientering – kan det opparbeides noen mer konkrete og spesifikke svar på spørsmål som angår hvorfor vi egentlig setter sånn pris på kunst i barneoppdragelse og offentlige miljøer og privatlivets ulike avdelinger og alskens andre sammenhenger. Dette bør fortrinnsvis skje i intelligente koblinger mellom teoretisk refleksjon og originale empirisk orienterte forskningsdesign. Tanken er at dette i mer praktisk-politiske sammenhenger både skal bidra til styrking av legitimiteten til en offensiv kultur- og kunstpolitikk og dessuten produsere en rekke oppslag og ideer til hvilke nye typer felt, prosjekter og tiltak kunstnerisk kompetanse kan sette inn i.

Kunstpolitikken i kulturpolitikken – komparativt belyst: Det er bruk for å hente inn og gjennomreflektere informasjon og perspektiverte analyser av erfaringer i ulike land med diverse slag politiske inngrep i forhold til kunstfeltet og dets samfunnsmessige plassering. Det finnes noe forskning på slike ting som betydningen av kunstbygg og festivaler etc, og ulike typer publikumssurveys er her nærliggende å gjøre bruk av, gjerne i samarbeid med forskere i andre land. Men her kan en gjerne også gå bredere ut og dessuten lete opp og gjennomgå studier av kreativitet i produktutvikling og markedsføring med mer. Spørsmålet er så hva innsiktene om disse fenomenene og prosessene kan si om kulturpolitiske tiltaks suksess eller mangel på sådan, eventuelt om hvilke tiltak som kan tenkes å oppnå bedre resultater. Komparasjon innen Europa byr seg fram som naturlig og relevant, men et prosjekt som dette bør kanskje nettopp også søke ut over Europa for å se om det er noe å lære fra mer

fjerntliggende strøk som Japan eller Silicon Valley eller India: Har det foregått positive prosesser her som kunst- og kulturpolitiske tiltak kan tenkes å stimulere til i Norge?

Ekspirimeter med gjensidige læreprosesser – kunst/næringsliv: Den åpenbare mangelen på kunnskap og forståelse i forholdet mellom kunstnere og næringslivet, og særlig på næringslivets side, bør bli utgangspunkt for en metodologisk kreativ type forskning – aksjonsforskning med laboratedesign. Vi forestiller oss tre-fire grupper med 5-7 deltakere der næringslivsrepresentanter sitter sammen med kunstere/designere for å løse bestemte typer produktutviklings- eller markedsføringsoppgaver som er seriøst ment. Disse gruppens diskusjoner kan tas opp og analyseres med tanke på hvilke diskurser som styrer hvilke typer rasjonementer og avgjør hvilke uenigheter. Her kan en også tenke seg å legge inn diverse kulturelle og intellektuelle stimuli og så forsøke å vurdere utviklingen i gruppens samtaler og produktivitet ut fra dette elementet også. Vi tror en gjennomtenkt versjon av et slikt opplegg vil kunne gi både spennende resultater for forskningen og kulturpolitikken, og dessuten kanskje kommersialiserbare produkter.

Kunst, utdanning og forskning: Det foregår ulike typer samarbeid mellom utdannings- og forskningsmiljøer ved kunsthøgskoler og universitetene. Slike er blant annet under utvikling ved Institutt for informasjons- og medievitenskap ved UiB. Her gjelder det å formulere problemstillinger og finne fram til et forskningsdesign som kan bidra til å identifisere hvilke kombinasjoner av undervisnings- og forskningsaktiviteter på hvilke felt som kan bidra til å øke kunstneriske goders gjennomslag i samfunnslivet. En mer spesifikk utforming må her utstå til en mer konkret kartlegging av hva slags samarbeidsforhold som eksisterer eller er under utvikling i de norske storbyene som er interessenter i prosjektet.

Med disse fire dimensjonene samordnet og sammenholdt ut fra en overgripende teoretisk og kulturpolitisk tenkning, burde et prosjekt av denne typen, med en prosjektleder og 3 -4 stipendiater kunne levere et helt lite bibliotek av rapporter og avhandlinger med store og spennende implikasjoner for kulturpolitisk praksis overfor ”den kunstneriske kapital” i storbyene.

8. Referanser

Intervjuobjekter

Aarvik, Per

Prorektor Kunsthøgskolen i Bergen, uformell samtale 23.11.05

Berntzen, Lasse

Billedkunstner, intervju, 15.02.06

Birkeland, Asle

Designer, intervju 09.11.05

Entian, Patrik

Billedkunstner, intervju 16.11.05

Johnson, Øyvor

Seksjonssjef, Bergen kommunes byrådsavdeling for finans, kultur og næring, seksjon for kunst og kultur, intervju 21.11.05

Klasson, Peter

Informasjonsleder Kunsthøgskolen i Bergen, uformell samtale 23.11.05

Klevjer, Rune

Doktorgradstipendiat ved Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen, intervju 13.10.05

Pettersen, Arvid

Billedkunstner og designer, intervju 14.02.06

Røed, Ellen

Videokunstner, intervju 09.11.05

Thuestad, Thorolf

Leder for Lyduttrykk, BEK – Bergen Senter for Elektronisk Kunst, intervju 15.02.06

Øvsteby, Solveig

Intendant, Bergen Kunsthall, intervju 11.11.05

Litteratur

Aslaksen, Ellen K. (2004) *Ung og lovende, Unge kunstnere – erfaringer og arbeidsvilkår*, Anstrakt Forlag

Battersby, Christine (1994) *Gender and Genius. Towards a Feminist Aesthetics*, Women's Press Paperback ed., London

Benjamin, Walter (1969) "The Work of art in the Age of Mechanical Reproduction", i Arendt, Hanna (red.) *Illuminations*, New York

Bjørkås, Svein (1998) *Det muliges kunst. Arbeidsvilkår blant utøvende frilanskunstnere*, Norsk Kulturråd, Oslo

Brecht, Bertolt (1973) *Om tidens teater. En ikke-aristotelisk dramatikk*, Gyldendal, København

Byrådet (10.06.03) *Omgjøring av trygdeytelser til arbeidsvederlag for kunstnere*, [Internett], OEJO, BKUL-1700-200109286-18, http://www.bergen.kommune.no/BKSAK_filer/bystyr/2003/BEBY/2003902085-1.doc (16.11.05)

Bø-Rygg, Arnfinn (23.05.97) "Det sublimes aktualitet", *Morgenbladet*

Castells, Manuel (red.) (2004) *The Network society. A cross-cultural perspective*, Edward Elgar, Cheltenham

Dworkin, Ronald (1985) "Can a Liberal State Support Art?" i Dworkin, Ronald, *A Matter of Principle*. Harvard University Press, Cambridge, MA

Ericsson, Birgitta & Vaagland, Jorid (2004) *Kulturbasert næringsutvikling – et forprosjekt*, [Internett] ØF-rapport nr. 19/2004, <http://www.ostforsk.no/rapport/pdf/192004.pdf>, (08.11.05)

Florida, Richard (2002) *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, Basic Books, New York

Giddens, Anthony (1991) *Modernity and Self-identity. Self and Society in the Late Modern Age*, Polity Press, Cambridge

Gran, Anne-Britt & De Paoli, Donatella (2005) *Kunst og kapital, Nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*, Pax Forlag A/S, Oslo

Haraldsen, Tone; Flygind, Simen Kristian; Overvåg, Kjell & Power, Dominic (2004) *Kartlegging av kulturnæringene i Norge – økonomisk betydning, vekst- og utviklingspotensial* [Internett] ØF-Rapport 10/2004, <http://www.ostforsk.no/rapport/pdf/102004.pdf>, (14.11.05)

- Haraldsen, Tone; Overvåg, Kjell & Vaagland, Jorid** (2005) *Kulturnæringene i Storbyregionene Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger, Kartlegging og analyse av økonomisk betydning, dynamikk, lokalisering og utviklingsstrategier*, [Internett], ØF-rapport nr. 05/2005, Program for Storbyrettet Forskning, <http://www.ostforsk.no/rapport/pdf/052005.pdf>, (14.11.05)
- Huysen, Andreas G.** (1988) *After the Great Divide. Modernism, Mass Culture, Post Modernism*, Macmillan, Basingstoke
- Hylland Eriksen, Thomas** (1994) *Små steder - store spørsmål. Innføring i sosialantropologi*, Universitetsforlaget, Oslo
- Inglehart, Ronald** (1997) *Modernization and postmodernization. Cultural, economic, and political change in 43 societies*, Princeton University Press, Princeton N.J.
- Kant, Immanuel** ([1790] 1995) *Kritikk av dømmekraften: (i utvalg)*, Pax, Oslo
- Kjørup, Søren** (2000) *Kunstens filosofi: En indføring i æstetik (stærkt revideret udgave af Æstetiske problemer fra 1971, Roskilde Universitetsforlag) Roskilde Universitetsforlag, Fredriksberg*
- Kulturbystrategi** (05.02.03) *Kulturbyen Bergen 2003-2013, Strategisk plandokument for fortsatt styrking av kunst- og kulturpolitikken i Bergen*, [Internett], <http://www.bergen.kommune.no/kultur/> (24.11.05)
- Mangset, Per** (2004) "Mange er kalt, men få er utvalgt" – *Kunstnerroller i endring*, Rapport nr 215, Telemarkforskning-Bø
- Maslow, Abraham H.** (1943), "A Theory of Human Motivation," *Psychological Review*, Vol. 50, pp. 370-396.
- Norsk Kulturråds Årskonferanse 2005** (2005) *Fond for Kultur*, Oslo 22.11.05
- Nyberg, Jan** (24.11.05) *En kulturplan som forplikter*, Bergens Tidende, [Internett], <http://www.bt.no/meninger/kommentar/nyberg/article223533.ece>, (05.12.05)
- Olsen, Stian Bringsverd** (06.03.06) "Unge kunstnere forlater Bergen", *Bergens Tidende* [Internett], <http://www.bt.no/kultur/article249585.ece> (06.03.06)
- Ringstad, Vidar** (2005) *Kulturøkonomi*, Cappelen akademisk forlag, Oslo
- Røyseng, Sigrid og Solhjell, Dag** (red.) (2004) *Kultur, politikk og forskning. Festskrift til Per Mangset på 60-årsdagen*, Telemarkforskning, Bø
- Sparebanken Vest** (2004) *Visjonvest – allmennyttige midler fra Sparebanken Vest*, Sparebanken Vest [Internett], <http://www.spv.no/weblink/felles/spvwlProdukter.nsf/viewupid/VKB812231415?opendocum ent§ion=Hoved>, (21.11.05)

Sparebanken Vest (2005a) *Kunststipend fra Sparebanken Vest*, Sparebanken Vest [Internett], <http://www.spv.no/weblink/felles/spvwlAktuelt.nsf/viewUPID/VKG2652515122?opendocument§ion=Hoved>, (21.11.05)

Sparebanken Vest (2005b) *Gode kulturtilbud viktig for trivselen*, Vestlandskonferansen, [Internett], <http://www.vestlandskonferansen.no/index2.cfm?artid=52426>

Stortingsmelding nr. 22 (2004-2005) *Kultur og Næring*, Det kongelige Kultur- og Kyrkjedepartementet, [Internett], <http://www.dep.no/filarkiv/241944/STM0405022-TS.pdf>, (09.11.05)

Studvest (02.11.05) *Rafto + design = Spera*, av Kristine Gabrielsen, *Studvest*

Touraine, Alain (1981) *The Voice and the Eye. An Analysis of Social Movements*, Cambridge University Press, Cambridge

Tylor, Edward B. ([1974]1871) *Primitive Culture. Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom*, Gordon Press, London

US Supreme Court (1969) *Red Lion Broadcasting Co. v. FCC*, 395 U.S. 367 (1969)

Welsch, Wolfgang (1997) *Undoing Aesthetics*, Sage, London

www.bek.no

www.objectsofvirtualdesire.com

<http://touscene.com/>

<http://www.hermetikken.no>

9. Appendiks

Appendiks 1

Svar på spørsmål 5 i spørreundersøkelsen til Bergen Næringsråd –

”Eventuelle kommentarer til problemstillingen”:

- Vi bruker gjerne kunstnere ved gaver til våre foredrageholdere
- Bedriften gjennomfører pt. et stort kostnadsreduksjons prosjekt
- Vi bruker fagfolk ved behov men vet ikke når vi neste gang vil ha behov
- Kunstnerene må bli mer synlig i forhold til næringsliv
- Profilerings kan gjøres av kunstner som alternativ til reklamebyrå
- Det blir mer og mer aktuelt i vår bransje og bruke billedkunstnere
- Erfring med at hvis bedriften har god kunnskap/kompetanse om kunst og kultur så er det lettere å få satt igang prosjekt med realistiske budsjett og tidsrammer for kunstnerisk samarbeid.
- Tilspørsmålet om framtidig bruk: Når det er svart ja, betyr det at "det kan tenkes".
Bruk av profesjonelle billedkunstnere er nok mest aktuelt ved spesielle prosjekt, for eksempel nybygg eller en helt spesiell markedsføringskampanje, eller som gaver.
- Vi har billedkunstnere i vårt nettverk av freelancere som vi engasjerer på prosjektbasis
- Veldig ofte fullstendig uestetiske kunstverk som blir tilbudt
- Vi benytter designere, som selvfølgelig er kunstnere, med konkrete arbeidsoppgaver om nytteverdi, salgspotensiale mm gitt ut i fra designerens formspåk
- Vi er et designbyrå. Har ansatt egen illustratør. Bruker mye illustratører, fotografer. Tilbyr markedsføringstjenester, produktutvikling, illustrasjon og grafiskdesign selv. Begrepet bildekunstner er ikke godt nok definert! Ingen her kaller seg billedkunstner, heller ingen vi bruker - selv om de av noen ville defineres som det. Derfor var dette vanskelig å svare på.
- vi har stor tro på kryssningen mellom kultur og næringsliv
- Vi driver innen musikkfeltet. det er da naturlig å bruke billedkunstnere og grafiske designere til coverdesign etc for våre artister

- Har ikke tenkt i de baner
- Vi har brukt kunstnerisk utsmykking i et av våre boligområder
- Orginalkunst på veggene "tar seg godt ut" - ved overkommelig prisnivå kr 5000 - kr 10 000 er det et marked her
- Kommer an på hva kunstneren kan tilby
- Vi er et nystartet selskap og har pt. ikke råd til å engasjere lokale kunstnere til utsmukning, etc, men er ikke fremmed for tanken når regnskapet går i pluss
- Synes det er flott hvis Næringlivet i større grad kan bidra til at kunstnere i Norge har et levebrød. Kunstnerene segl kan kanskje også bli flinkere til å markedsføre seg selv overfor næringslivet
- Mest relevant for store virksomheter, med unntak av litt kunst på veggene - som nok går fra reproduksjoner til originaler når økonomien tillater det
- Viktig at kunsnerne kommer ut til bedriftene med forslag til samarbeids-løsninger utover et enkelt salg av malerier. Bruk kreativiteten deres på billedkunst også til å finne kreative former for samarbeid!
- Interessant tema som har opptatt meg. Kunsten har noe å tilføre. Lettest til kunnskapsindustrien, men uten tvil også til all annen virksomhet
- Ser ikke dette som noen problemstilling, men kanskje en god ide !
- Dette er vel aktuelt for en av to typer selskap: 1) for velstående og store firma som finansinstitusjoner - bank og forsikring - samt rederier og offentlige institusjoner. 2) For dem som må sloss om kundene ved å "lokke" dem inn via fristende lokaler. Vi andre har mer enn nok med å holde hodet over vannet og ønsker ikke å sloss om kundene på grunnlag av ytre staffasje
- Bildekunstnere kan bidra med utsmykning, men derfra til produktutvikling og markedsføring er å dra det vel langt
- Jeg har et enkeltpersonforetak og har ikke egne lokaler
- Næringslivet burde få øynene opp for den kompetansen billedkunstnere og andre kunstnere besitter
- Vi har lagt ned bedriften i 2005
- Samarbeid vi har stor glede og nytte av!!!
- Et iteressant tema. Forøvrig - hva med en temautstilling av "kunst i Bergensbedriften" i regi av f. eks. Stenersensamlingene.. Her er det sikkert mye bra kunst som aldri når fram til publikum, som er bortgjemt på direktørkontorer, styrerom mm. og som kunne

interessere mange. Bedrifter i Bergen har sannsynligvis gjennom mange år samlet kunst av stor kunsterisk kvalitet og verdi.

- Helse Bergen får mange nye bygg fremover!
- Interessant problemstilling. Vi har visse begrensninger i forhold til ferdige konsept, krav og betingelser til design og fargevalg pålagt oss av produsent i utstillingslokalene. Utsmykningstjenester vil være mer aktuelt i kantiner, trappehaller etc.
- Fretex har eget galleri i Østre Skostredet 2, Galleri VOX. Dette er en arena hvor kunstnere får anledning til å produsere og stille ut for salg egne arbeider. for mer info: www.gallerivox.no
- Vi leier inn i perioder når behovet er der.
- Med 'vet ikke' menes muligens
- billedkunstnere kjenner ikke så mange i forretningslivet
- Bedriften skal flytte inn i nye lokaler om vel 2 år. Vil eventuelt først kunne være aktuelt da.
- Har sluttet med den slags forretningsdrift,men hatt glede av slikt
- Vi opererer innenfor kulturnæringene, og det er for oss en naturlig og nødvendig del av profilen
- Har allerede mye billedkunst i våre lokaler kjøpt inn i utlandet
- Derimot er vi flittig kjøper av kunstgjenstander som gaver til store kunder og forretningsforbindelser, og prøver å bevisst velge fra det lokale sortiment
- Statlig forvaltningsselskap. Har ikke budsjetter til sånt, kronisk pangemangel
- Bildende kunstnere har ofte mer å bidra med enn vanlige PR-byråer
- Vi er innenfor museumsbransjen - bruker designere i utstillingssammenheng. Dette vil trolig bli mer fokusert etter hvert
- Ser absolutt nytten av et samarbeid med utøvende kunstnere, men tid og penger er ofte det som begrenser tiltakene
- har bare positive erfaringer ved slik bruk
- Interessant tema å ta opp i dette forum! Bra med fokus på viktigheten av billedkunsten!
- Uaktuell problemstilling i nåværende situasjon
- Relevant både for bilde og musikk kunst mm

Appendiks 2

Intervjuer med ansatte ved Institutt for informasjons- og medievitenskap

Løse spørsmålsformuleringer:

1. Betyr det noe for deg hvordan det ser ut her?
2. Har du lagt merke til endringer her?
3. Hva syns du eventuelt om endringene?
4. Har du merket deg noe du liker/ ikke liker?
5. Har du hatt noen tanker underveis i prosjektet?
6. Hva syns du nå?

Intervjuobjekt 1:

Han bryr seg om hvordan det ser ut der han studerer og har lagt merke til at det har skjedd endringer på instituttet. Han var overrasket i begynnelsen da det kun var Firefox-symbolet og Frankenstein som hadde kommet opp, samt noen malte vegger. Han synes utsmykningen er kul i forhold til det sykehusgule som var tidligere, men svarer ”både og” på spørsmål om hva han synes om endringene. Han liker Firefox-symbolet, det er veldig stilig. Men synes ikke skjermene på pauserommet er særlig ”fancy”. De er litt skremmende i uttrykket, men han vedgår at det kanskje er litt av poenget.

Han har snakket med kunstnerne underveis i prosjektet, men har ikke hatt noen spesielle ønsker om hva som bør komme på veggene. Han har vært spent på hva som kommer og har forstått problemene kunstnerne har hatt i forhold til det å finne temaer som passer til fagområdene. Han synes de har tatt greie valg i forhold til problemene, men mener at man skal være spesielt interessert for å forstå alt, for eksempel delfinen og bananen i 6. etasje. Bortsett fra disse symbolene synes han at kunsten er veldig generell, og savner noe som er skikkelig ”nerdete” i og med at mange på instituttet er nerder innen sine fagfelt. Alt i alt synes han at det som har skjedd er positivt for utsmykningsnivået.

Intervjuobjekt 2:

Betyr det noe for deg hvordan det ser ut på arbeidsplassen?

- Selvsagt.
- Jeg syns kunsten her er ganske greit. Det er fargerikt. Jeg kunne kanskje tenkt meg en annen type kunst – jeg er ikke særlig imponert over den videokunsten. Men bildekunsten syns jeg er artig.
- Jeg hadde ikke spesielle forventninger til kunsten. Jeg liker pac man. Jeg føler meg ikke spesielt provosert av Orderudgården, men jeg syns det er litt merkelig. Selv om det jo er en referanse til historien ved instituttet – at noen har forsket på det. Det nye bildet av Java-koppen syns jeg er kjekt.
- Jeg har vært i begge etasjene og sett.
- Jeg har snakket litt med kunstnerne, men bare helt overflatisk. De presenterte seg for ganske lenge siden. Men jeg tror ikke jeg har påvirket prosessen noe særlig.
- Når det gjelder effekten av kunsten så vet jeg ikke hva det kan være.
- Jeg hadde ingen forventninger til kunsten.

Intervjuobjekt 3:

Betyr det noe for deg hvordan det ser ut her?

- Ja, absolutt. Jeg har syns at det absolutt er behov for å gjøre noe her, og bildene passer veldig godt.
- Favorittene mine blant bildene er den veggen fra hjørnerommet ned til Rune og Maichen. Særlig de bildene med Sexy Beast, lesesalen og Benjamin. Der er det flest på rad jeg liker – det er mye jeg liker på den rekka.
- Det er ikke noen bilder jeg direkte misliker. Kanskje jeg ikke er så begeistret for Rubiks Kube. Den merker seg litt ut på et vis.
- Jeg har ikke snakket med kunstnerne. De var ikke så konkrete på det møtet hvor de presenterte seg, så jeg har ikke gjort meg noen spesielle tanker. De fikk ha frihet til å gjøre det de ville.

- Jeg har snakket litt med andre om kunsten, uformelt og spesielt på vernissagen.
- Jeg tror nok at trivsel på arbeidsplassen henger sammen med hvordan det ser ut her. Det er også mange andre ting man kunne tatt tak i her. Alle gangene her er veldig smale og trange. Det er ingen møteplasser her, det hadde vært fint med litt sittegrupper og slikt. Lunsjrommet ligger også litt avsides til. Det burde vært mer åpent her. Jeg syns fellesrommet i 6. etg ser bra ut. Kjøkkenet her nede i 5 etg er for lite, men det ser mye bedre ut nå. Det kunne vært litt større kjøkken slik at det kunne fungert mer som møteplass. Seminarrommet blir også av og til brukt til samlinger. Det ser litt mye ut som et klasserom syns jeg. Det er ikke trivelig. Det kunne godt vært noen sittegrupper der inne.
- Men det kom seg i gangene med bildene og med de grå veggene. De gule veggene skriker institusjon. Belegget på gulvet er heller ikke særlig fint.
- Jeg er veldig fornøyd med bildene, men man kan gjøre mer her. Det er det definitivt andre som og har vært inne på. Det er et stort forbedringspotensial her.

Intervjuobjekt 4:

- Selvfølgelig er det viktig hvordan det ser ut her. Omgivelser påvirker. Jeg har kikket litt på kunsten her, har ikke sett så veldig nøye, men jeg ser relevansen av motivene. Man legger særlig merke til de store bildene i trappene. Jeg syns det er helt greit, bildene er fine. Jeg har ikke så mye peiling, men jeg syns det er koselig og fint.
- Ja jeg har vært i 6. etg og sett. Jeg syns det er finere i 5. etg. Det ser også ut som det er mer her nede enn i 6. etg. Jeg forsto ikke helt kofferten eller delfinen, men bildet av pac man er kjekt. Vi hadde en liten diskusjon om bananen – hvorvidt det er en Velvet Underground referanse eller hva.
- Da det kom kunst inn i pauserommet i 6 etg. begynte folk å merke at kunsten var i ferd med å komme opp på veggene. Da begynte mange å snakke om det. Jeg liker monitorene, de er fine. Bildet av Orderud Gård har blitt mye diskutert. Vi sto der og så på det og så gikk det opp for alle samtidig hva det var. Det er en god ide, og alle forstår det.
- Jeg har sett kunstnerne når jeg har vært her om kveldene, men jeg har ikke snakket med dem. Men jeg hadde ingen forventninger til hva som skulle komme på veggene her, selv om jeg jo hadde hørt om at noe skulle skje.

- Jeg synes de er stilige de tre bildene ved hjørnerommet, som er tatt fra studentenes PC-sal.
- Jeg synes det er dumt at ikke studentene ble varslet om Vernissage. Vi er jo her og! Det gjør at man føler seg veldig avskåret fra det som skjer her. Vi trengte kanskje ikke bli invitert, men vi kunne i det minste blitt opplyst om det.

Intervjuobjekt 5:

Betyr det noe for deg hvordan det ser ut her?

- Det betyr noe men ikke så veldig mye. Det sosiale er mye viktigere enn hvordan det ser ut her. Så hvis denne kunsten kan bidra til å fremme kommunikasjonen mellom de stabsansatte så er det jo bra. Men det er ikke avgjørende for meg for min trivsel her.
- Jeg synes tingene er OK. De har vært moro å kikke på. Men det er jo relativt enkel kunst, så det er nok å se på dem en gang eller to. Det er nok morsommere for folk utenfra enn for dem som er her hele tiden. Det er ikke så mange lag å flikke av hvert bilde, så etter et par ganger trenger man ikke stoppe opp og se på dem lenger. Det er nok viktigere for folk som bare er innom instituttet. Vi her venner oss til det.
- Jeg har ikke vært i 6. etg og sett. Men jeg har hørt om Orderud Gård-bildet, så det har jeg tenkt å gå opp å kikke på.

Er det noe du liker/ ikke liker?

- Jeg synes den togruten fra Paris til Lyon er den morsomste. Jeg laget noe tilsvarende i ca 1948. Og så synes jeg ideen om Orderud Gård er interessant og spennende. Noen av bildene her kan nok være med på å motivere til å gi medievitere en gjenkjennelsesvirkning.
- Jeg har snakket med kunstnerne under hele prosessen. Men jeg tror ikke jeg har bidratt med noe. Jeg har sett hvordan de jobber. Jeg snakket med dem ganske tidlig og ga dem en liten faglig bakgrunn da de spurte om det.
- Jeg synes det er interessant hva de har fått til. Noen av bildene er jo kopier av andre ting her i gangene. Men jeg har lagt merke til Kristin Johnson og så skal jeg opp og se på Orderud-bildet, for dette er jo innspill til mediasaker.

- Disse kunstnerne har jo en kreativ kjerne og de har hatt gode ideer syns jeg. Jeg har alltid savnet å ha noe der Kristin Johnson nå henger. Fordi det er en så kjedelig og stor flate som kan sees fra trappen. Jeg har alltid tenkt at det er en flate som man burde gjøre noe med.
- Jeg syns det er greit med de gråe flatene, men jeg har merket at her i min krok har det liksom blitt litt mørkere nå.

Intervjuobjekt 6:

Betyr det noe for deg hvordan det ser ut her?

- Ja. Det er viktig at det er trivelig på arbeidsplassen, og at det gjenspeiler eller er tydelig hvor man jobber – hva slags arbeidsplass det er.
- Jeg syns det er kjekt med kunsten. Det gjør det i hvert fall tydeligere hvilket institutt man jobber ved.
- Jeg har ikke vært i 6. etg, men jeg liker det meste i 5 etg. Hun hallodamen er fin, og firefox er fin. Firefox er nok favoritten min. Jeg syns at motivvalgene er ålreite. Det er greit at detaljer er hentet ut fra ting vi har sett før. Filmplakaten fra Sexy Beast syns jeg er litt tøff. Ved siden av den er det også en gammel plakat fra Cinemateket. Også er det noen som har hatt en lapp på døren som har blitt bilde. Jeg syns det er viktig at man kan kjenne igjen disse tingene.
- Nei, jeg har ikke snakket med kunstnerne. Jeg har observert at de har vært her, og jeg tenkte vel at de drev med en utsmykning, men jeg så ikke for meg noe om hva det skulle bli.
- Jeg syns alt er OK. Kanskje ikke de to av Frankenstein – men det er bare en minor detail. Jeg er litt mot at det er føringer på slike oppdrag. Alle har jo meninger, og det er alltid noen som ikke vil bli fornøyde, så det er ikke vits å ha noen demokratiske avgjørelser i slike prosesser. Det skal jo ikke være en popularitetskonkurransen dette. Dette er jo ikke høy kunst, men kanskje mer en popkunst montasje – som er grei eller befitting – dette instituttet. Det kom bra ut.
- Firefox er veldig fin, det er den beste syns jeg. Pac man er også fin – den er god. Jeg syns det er bra at det ikke er for pretensiøst – det er ikke uforståelig installasjonskunst

- det er nesten som høykvalitets plakater heller. Videoskjermen i 5. etg syns jeg er kul og tøff.
- Jeg husker jeg kommenterte underveis til andre at jeg syns Firefox var fin.
- Det er viktig at det ser pent og rent ut på en arbeidsplass, og det gjør det ved å henge noe på veggen. Kontorene her er jo kjipe, men ikke sååå kjipe at man trenger gjøre noe med dem. Kontorene i 6. etg er mye kjipere enn 5. etg.

Intervjuobjekt 7:

- Jeg har sett at det har kommet opp bilder her. Jeg ble positivt overrasket av det. Særlig syns jeg pacman-bildet i 6. etg er fint. Jeg har så vidt vært i 6 etg og sett.
- Jeg kjenner ikke kunstnerne eller vet hvem de er. De har ikke snakket med meg.
- Jeg syns det er fint med kunsten fordi det bryter opp de lange og kjedelige korridorene og veggene her.
- Det er positivt for miljøet.
- Mange av studentene snakker en del om hallo-damen. Det bildet førte til litt diskusjoner blant studentene. Jeg syns mange av motivene er spennende. Det er veldig bra at det gjenspeiler instituttet og fagkretsen. Det er stilig.

Intervjuobjekt 8:

Hva syns du om kunsten her på instituttet?

- Jeg syns det er positivt. Dette er noe jeg har etterlyst for mange år siden. Jeg syns det er bra og viktig at det ser ut som et medieinstitutt når man kommer inn her. Jeg foreslo for lenge siden at man skulle henge ting på veggen som kunne gi et visuelt inntrykk av at dette er et medieinstitutt. Jeg har vært interessert i at det skulle være hyggelig her og ikke rot i gangene og slike ting. Så jeg syns dette er et kjempeløft. Disse bildene er jo medierelevante – for eksempel Firefox, Benjamin og Lucy Smith. Det er også fint at de ikke har betone media og ifi som fag så veldig tungt. Jeg har villet ha bilder og plakater her av popstjerner og filmstjerner. Det var litt usystematisk før på veggene her, men nå er det mer gjennomtenkt her. Det er viktig hvordan det ser ut på instituttet,

særlig for besøkende. Seminarrømmet er for eksempel ikke trivelig nå. Det ser ut som et nedstøvet lager. Lunsjrommet er heller ikke så bra – jeg ønsker meg et mer helhetlig grep.

- Har ikke sett 6. etg.
- Det var litt dumt at jeg misforsto Lucy Smith [jeg bemerket at det skal være Kristin Johnson i NRK]
- Men det er absolutt på tide at dette skjer. Vi driver jo med estetikk her, og det er derfor viktig at det også ser litt sånn ut her. Jeg syns de har funnet en god løsning. Dette er dessuten ganske diskret gjort.
- Jeg har ikke snakket med kunstnerne. Jeg har truffet dem i gangene og slik og sett dem i helgene, men de har ikke snakket med meg og jeg har ikke snakket med dem. Jeg har ikke sagt noe til dem om hva jeg mener, selv om vi fikk muligheten til det. Jeg syns det er viktig at et slikt visuelt inntrykk er mediehistorisk så vel som det har en samtidsprofil. Jeg mener jeg har lansert denne ideen tidligere/ for mange år siden.
- Det er en annen opplevelse å gå i gangene nå. Det viser at det er en vilje her til å profilere instituttet, og at det er vilje til å investere i å forbedre arbeidsmiljøet. Dette er også fint overfor publikum, besøkende og også for studentene – som ser hvilken identitet vi har. Det skulle bare mangle.
- Det er også fint at nå som de to instituttene er sammenslått at dette er et felles prosjekt, og at kunsten passer til begge miljøer. Det er veldig fint at de har grepet fatt i hva slags institutt dette er – og det har de og klart å formidle.
- Dette er bra fordi det viser initiativ og perspektiv. For eksempel er man aldri i tvil om hvilket institutt man er ved når man kommer opp til antropologi.
- Jeg håper nå det blir penger til å gjøre noe også med pauserommet og med kjøkkenet – for de rommene er ikke trivelige.

Intervjuobjekt 9:

Syns du det er viktig hvordan det ser ut her?

- Selvfølgelig. Det er viktig at det er ryddig og rent, og at det er god ventilasjon. Når de tingene er på plass, så kan man si at bildene er en bonus. De er mer på det estetiske planet. Kunsten betyr ikke så veldig mye for meg, men noe av det er ålreit. Jeg liker

ikke Kristin Johnson. Frankenstein syns jeg er ålreit. Det bildet med rutene syns jeg er ålreit. De tre bildene ved hjørnerommet er ålreit. Og så liker jeg bananen og kofferten i 6. etg. Bildet av klisterlappen med "then comes lunch" syns jeg er artig. Og Rubiks kube er artig. Jeg ser ikke helt sammenhengen mellom bildene nå, men det er sikkert en og det kommer kanskje etter hvert.

- Jeg liker ikke Kristin Johnson fordi jeg syns det er lite originalt. Plasseringen er dum fordi du føler at hun ser på deg hele tiden. Dessuten er det noe ved bildet som jeg ikke syns stemmer helt.
- Jeg har vært i 6. etg og sett. Videoskjermene i 6. etg er jeg ikke så imponert over.
- Jeg har snakket mye med kunstnerne mens de har vært her. Mye om praktiske ting, men også om kunsten. Patrick ville gjerne ha malt den The Who-plakaten som hang i 6. etg, men da sa jeg at da ville jeg hatt den rett utenfor mitt kontor. Men de har ikke spurt meg om det var noe spesielt jeg kunne tenkt meg.
- Underveis så var jeg spent på hva de skulle gjøre, hva dette ville koste og hvorvidt pengene kunne vært brukt på noe bedre. Jeg stiller meg spørsmålet om det er verdt det. Men jeg har ikke noe svar på det. Det får tiden vise. Jeg har ikke bestemt meg helt. Jeg stiller spørsmålet, men jeg har ikke svar. Jeg syns jo det brukes for lite penger på film her. Samtidig kunne man jo pusset opp resten av gangen her og. Jeg vet ikke helt hva jeg syns om de grå veggene. De passer ikke helt med de gule dørene.

Intervjuobjekt 10:

Er det viktig for deg hvordan det ser ut her?

- Ja, det er kjekt at det er fint. Jeg går jo mye frem og tilbake i gangene her, særlig mellom kontoret og printeren.
- Når det gjelder bildene syns jeg både og. Noen er fine, andre er mindre fine. Jeg liker Pac man. Jeg liker ikke togtabellen. Det er liksom den jeg ser hver dag, og på min vei inn til kontoret er det veldig mye svart – den togtabellen, monitoren med "spøkelsene" og så to svarte rammer uten noe i inni gangen min. Jeg kunne tenkt meg litt mer farger. Jeg liker de tre ved hjørnerommet.

- Jeg synes kanskje det er litt mye forskjellig her. Jeg kunne tenkt meg at det var litt mer enhetlig – for eksempel et spillhjørne, et filmhjørne etc. – slike tema. Jeg oppfatter det ikke særlig tematisk nå, det er veldig spredd alt sammen.
- Jeg liker fargene. Hallodamen synes jeg er kjekt. Den er jo et blikkfang. Ellers likte jeg puslespillbildet som nå henger på seminarrommet. Det ble jo flyttet fra gangen – jeg ville heller hatt det i gangen, de kunne byttet det med togtabellen og heller hatt togtabellen inne på seminarrommet, der tror jeg også det hadde passet bedre.
- Jeg har snakket litt med kunstnerne i helgene. Jeg fortalte dem at jeg likte puslespillbildet.
- Under presentasjonen var de kanskje litt for opptatt av å lage noe som henger sammen med det eksisterende, slik som Firefox og Frankenstein. Jeg synes det ble litt mye av det – jeg kunne tenkt meg at det heller var litt mer helhetlig. Det å lage noe som skulle kunne passe inn tror jeg var litt urealistisk. Tanken var god men i praksis var det ikke så bra.
- Jeg har egentlig ikke vært oppe i 6 etg og sett. Jeg har sett dem som er synlige herfra og fra trappen. Det synes jeg er fint – det er lurt å ha bilder som kan sees fra trappen.
- Men de kunne gjort mer i farger. Min rute blir i hvert fall veldig svart.

Intervjuobjekt 11:

How important is the visual environment here to you?

- Yes, it is very important, Because this is where we spend most of our time.
- I think the art is interesting; I like some of the pieces. The timetable I find most interesting. Perhaps I feel connected to it. I mean people like different things, but I like logic and technical things. And I also think it's a wonderful idea for illiterates. I don't know why we don't use this system in China, where there's a lot of illiterates.
- I also like the Cube. I play with one myself sometimes. You can even do research on this painting – looking at it from different angles it looks different.
- I have seen both floors. I can see how the pieces relate to the research we do here at the department. There's nothing here that I don't like.

- I have talked to the artists. I approached them early in the process. We talked about the art, about their production and practical things such as how to make the paintings flow seamlessly into the wall. I think they have managed that. Already it is as if they are a part of the wall. We also talked about technical things such as the screening in the lunch room. They also asked me for ideas. They wanted to know who were the famous people in information science, they wanted disciplinary information related to information science, so they could make things that would be interesting to the information-people.
- I didn't have much expectations about the art. I'm an illiterate in that area. Now I think the art has become part of this department. It reflects what we do here. Also visitors will now get an idea of what the department is all about. The paintings are much better and more interesting than posters with research topics.
- I can see how there is an underlying theme in all the paintings.

Intervjuobjekt 12:

Betyr det noe for deg hvordan det ser ut på arbeidsplassen?

- Ja hva tror du? Ja, det er veldig viktig. Nå har det heldigvis kommet noen endringer her.
- Jeg synes det er veldig fint det som har skjedd.
- Jeg har sett begge etasjer og jeg liker det godt. Enkelte bilder er veldig fine. Jeg synes Orderud-bildet er skremmende. Men før jeg visste hva det var synes jeg det var fint. Jeg er glad det ikke er i 5 etg.
- Det er jo forskjell på finheten, da. Det lilla med rutenettet synes jeg er veldig fint. Frankenstein er jeg ikke så veldig begeistret for. Jeg liker veldig godt Pac Man, det synes jeg er veldig fint og fargerikt. Johnson er jeg ikke så begeistret for. Hun er veldig stirrende.
- Jeg har snakket mye med kunstnerne, helt fra første stund. Veldig koselige, de. De spurte litt om innspill. Jeg fortalte om hvordan vi gjør ting her og hvordan vi har det, men jeg har ikke vært med å påvirket prosessen deres.
- Jeg synes kunsten har blitt som forventet.

”Kunstnerisk Kapital” – en uutnyttet ressurs.

Et eksplorerende forprosjekt om billedkunstens forhold til omverdenen.

En oppsummering:

Forskningsprosjektet har hatt som formål å framskaffe nytt forskningsmateriale på området der kunstnerisk virksomhet forholder seg til andre samfunnsområder. Forbindelsen mellom bidraget til økonomisk utvikling og bidraget til økt livskvalitet er mange, men det er likevel viktig å holde disse to formålene fra hverandre både ved refleksjon over og utvikling av en fremtidsrettet kulturpolitikk. Kunst og kulturs relasjon til ulike samfunnsområder er større enn noensinne og genererer både debatt og samfunnsutvikling. Kunstneriske og kunnskapsbaserte prosesser får bl.a. stadig større innflytelse for både stedsregions og næringsmessig utvikling. Næringsmønstre endrer seg i retning av virksomhet basert på kreativitet. I denne endringsprosessen endres og kunstnerrollen og kunstnerens syn på eget kunstneriske arbeid i et samspill med flere. Noen kunstnere er opptatt å bevare det autonome kunstsynet der kunsten ikke er underlagt en mål- middel logikk eller en økonomisk fornuft, mens andre ser seg og sin kunst som del av den økte økonomiske utviklingen og fra kunstnerens synsvinkel, formuleres ofte et spørsmål om hvordan samfunnet i større grad kan ”åpnes” for kunsten. Begge forholdene er vektlagt i dette eksplorerende forskningsprosjektet om billedkunsten.

Det empiriske fokuset i rapporten måtte begrenses til bildekunsten, i Bergen. Billedkunst ble valgt som område, fordi billedkunst har en lang historie som autonom kunst, men er samtidig en kunstart med lang tradisjon for en rekke kontaktpunkt med næringslivet for eksempel teatermalere, reklametegnere, dekoratører, designere m.m. Unge kunstnere innen visuell kunst opererer i skjærings- og spenningsfeltet mellom de tradisjonelle uttrykksformene og elektroniske og digitale medier og er således en viktig kunstart med hensyn til den formgivende kompetansen som er avgjørende som innsatsfaktor og konkurransemoment i næringslivet.

En oppsummering fra rapporten:

I de to første kapitlene drøftes noen grunnleggende begreper og perspektiver. Definisjoner av begrepene kultur og kunst blir gjennomgått. Konklusjonen er at det er godt grunnlag for en vid forståelse av begrepet kultur, og at en slik forståelse med fordel kan ligge til grunn for hvordan en oppfatter kulturpolitikken område. Men samtidig er det klart behov for en egen kunstpolitikk. Og selv om en også kan forestille seg et svært vidt kunstbegrep og trass i at tradisjonelle kunstbegrep blir for snevre i vår tid, vil kunstpolitikken primært måtte innrettes på profesjonell virksomhet i de ulike kunstartene, i stor utstrekning innenfor det man kan kalle institusjonen Kunst. Ulike typer begrunnelse for slik kultur- og kunstpolitikk drøftes også.

Bergens kunst- og kulturpolitiske situasjon, samt kunstnerens kår, beskrives gjennom ulike typer statistisk informasjon om kunstnerisk virksomhet og kulturnæringer, pluss en gjennomgang av hvordan Bergen kommune har forholdt seg til kunstområdet de seinere årene. Bergen har hatt en forholdsvis aktiv kunstpolitikk med både god kontakt med bildekunstnere (og andre kunstnergrupper) og en rekke støtteformer. Likevel mener

kommunen selv at de investeringer som foretas i kunstnerutdanninger og de ressurser som ligger i kunstnergruppene ikke utnyttes godt nok. Ved siden av videre satsing på stipend og utsmykkingsordninger, vil en derfor også satse på videreutvikling av og innen kulturbaserte næringer.

Mens kommunen er aktiv og dialogorientert i forhold til kunstnerne, er næringslivet i byen involvert i beskjeden grad. Dette er i og for seg karakteristisk for landet som helhet, men i Bergen blir forskjellen særlig slående. Sparebanken Vest framheves av flere som det viktigste unntak fra hovedregelen om at næringslivet har relativt liten kjennskap til og liten interesse for kunstnerisk virksomhet og kompetanse. På dette området er det m.a.o. sannsynligvis et betydelig potensial for positiv utvikling.

Fra kunstnerens side kan et mer utviklet samarbeid med næringslivet på områder som utsmykning, produktutvikling og markedsføring betraktes som en kolonisering av den tidligere autonome kunstners område av kommersielle interesser. Men det kan, omvendt, også mer offensivt forstås som en mulighet for at kunsten, med base og utgangspunkt i den autonome kunstinstitusjonen, kan "kolonisere" eller "infiltrere" vanlige menneskers hverdags- og arbeidsliv. Dette vil i så fall ikke bare være i tråd med kunstneres historisk mangfoldige virksomhet i kommersielle sammenhenger før. Det vil også være i tråd med den historiske kunstavantgardens prosjekt, som nettopp gikk ut på å endre og forbedre hverdagen og samfunnet ved å sette sitt preg på utformingen av alt fra bestikk til bygninger og byrom. Dette er en viktig referanse om en vil overbevise kunstnere om hvorvidt ekte kunstnere kan involveres i slikt: En må sikre kunstnerne rett til å beholde den kunstneriske selvbestemmelsesrett eller autonomi.

I kapittel 5 går rapporten så inn på hvordan en slik nyorientering kan lettes av at kunstnerrollen er i endring på flere vis. Det refereres til forskning utført av Ellen Aslaksen og Per Mangset om nye "kunstnertyper" som er kommet til. Flere av disse kjennetegnes ved en mer åpen holdning til kommersiell virksomhet. I forlengelse av dette rapporteres det så om en undersøkelse prosjektgruppen gjorde ved Kunsthøgskolen i Bergen, der studentene ble bedt om å svare på en del spørsmål som var intendert å få fram noe om grunnleggende holdninger og disposisjoner på dette området. Trass i visse metodiske svakheter og forbehold, viser undersøkelsen, svært kort fortalt, en langt mer positiv holdning til samarbeid med næringslivet enn antatt på forhånd. At designstudentene er positive, er ingen overraskelse, men også i andre studentgrupper finner en stor interesse for eller i det minste manglende motstand mot å arbeide for eller i næringslivssammenhenger. Et lignende inntrykk gir et knippe samtaler med bildekunstnere og designere av ulike slag. Arbeid for næringslivet, og dessuten relevant ikke-kunstnerisk arbeid i offentlig sektor, blir gjerne sett som spennende, som nyttig ny erfaring etc. En som regner seg som både bildekunstner og designer understreker imidlertid betydningen av det fundamentale skiftet fra kunstner til designer når det gjelder bruker- eller kunde- eller mottakerorientering. Dette kan kunstneren i tråd med rådende tankegang se helt bort fra, mens det for designerens virke er helt grunnleggende.

Det ble imidlertid uttrykt misnøye med det bergenske næringslivs interesse for design og kunstnerisk kompetanse ellers. En designer hevdet å få de fleste av sine oppdrag fra Oslo fordi holdningene der er annerledes. Rapporten gjengir også resultatene av en enkel spørreundersøkelse blant medlemmer i Bergen Næringsråd om bruken av kunstnerisk kompetanse til (a) utsmykning eller annen formgivning av bedriftenes lokaler eller til (b) produktutvikling, markedsføring etc. Det ble spurt om bedriftene hadde brukt slike tjenester, og om det var mulig at bedriften ville bruke slike tjenester i overskuelig framtid.

Svarprosenten her var svært lav (13%). Dette kan i seg selv ses som et uttrykk for lav prioritering av disse spørsmålene. Og trass i den lave svarprosenten kan fordelingen av svarene sies å virke noenlunde representativ: Bruk av kunst og kunstnere til utsmykkingsformål (og gaver) har vært ganske utbredt, bruk til produktutvikling og markedsføring har vært beskjedne. Fordelingen i overskuelig framtid vil kunne bli om lag den samme – om ingenting gjøres. Eventuelle tiltak for å endre framtidsutsiktene kan imidlertid gjerne bygge på de positive tegn som ligger i summen av ”ja” - og ”vet ikke” -svar på spørsmålet om framtidig bruk av kunstnere til produktutvikling og markedsføring m.m.

Avslutningsvis rapporteres det fra to relevante tiltak med tilknytning til Institutt for informasjons- og medievitenskap ved UiB. Det ene er et utsmykningsoppdrag utført av to unge kunstnere med henblikk på å skape visuell sammenheng mellom to ulike etasjer i et stort bygg og mellom ulike faglige retninger i et stort, nytt institutt. Intervjuer med ansatte viser variasjonen i de hovedsakelig positive reaksjonene på kunsten og dessuten at prosessen skapte ettertanke og diskusjoner. Man kan si at prosjektet indikerer at kunst kan brukes til andre formål enn det rent trivselsfremmende – den kan for eksempel bidra til bestemmelsen av en bedrifts identitet. Det andre tiltaket som omtales i rapporten, var en internasjonal forskningskonferanse på området dataspill. Arrangørene av konferansen samarbeidet med Bergen Kunsthall (tidligere Bergen Kunstforening) om en utstilling der kunstnere hadde arbeidet nettopp med dataspill som utgangspunkt. Dette samarbeidet opplevde begge parter som svært positivt og gjensidig stimulerende og utdypende på forståelsen av den nye kulturelle formen disse spillene representerer.

Begge disse tiltakene illustrerer hvordan det også i offentlig sektor, og ikke minst i kunnskapsinstitusjoner som universitet og høyskoler, forskningsinstitutter og gjerne skoler, biblioteker med mer fins et potensial for bruk av kunst og kunstnere ut fra kunstens erkjennelses- eller kunnskaps- og innsiktsskapende aspekter.

Rapporten avsluttes med noen kortfattede konkluderende avsnitt og en presentasjon av noen svært foreløpige ideer om et oppfølgende, vesentlig større forskningsprosjekt. Det vurderes hvorvidt dette nye prosjektet bør søkes som et samarbeidsprosjekt med KS med status som et grunnforskningsprosjekt hvor formålet er å bygge opp ny forskningskompetanse på kunst- og kulturområdet. Dette forprosjektet har vist behov for å få mer grunnleggende og dyptgående forskning på forholdet mellom kunst og estetikk, en komparativ belysning av kunstpolitikken i kulturpolitikken, om læringsprosesser mellom kunst og næringsliv og mellom kunst, utdanning og forskning herunder utvikling av en forskningsdesign, som kan bidra til identifisere hvilke kombinasjoner av undervisnings- og forskningsaktiviteter på hvilke felt som kan bidra til å øke kunstneriske goders gjennomslag i samfunnslivet. Det vurderes å være behov for et 3-4 års prosjekt hvor UiB finansierer ett av forskningsårene.