



GÖTEBORGS  
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR  
KULTURVETENSKAPER



# PUBLIKUTVECKLING

En kvalitativ analys av ett begrepp i tiden

Linn Carlson & Julia Nilsson

---

UPPSATS/EXAMENSARBETE:	15 HP
PROGRAM OCH/ELLER KURS:	KULTUR, KANDIDATPROGRAMMET
NIVÅ:	GRUNDNIVÅ
TERMIN/ÅR:	VT 2020
HANDLEDARE:	MARITA RHEDIN
EXAMINATOR:	EVA ZETTERMAN

## Abstract

Original Title: Publikutveckling. En kvalitativ analys av ett begrepp i tiden.

Authors: Linn Carlson & Julia Nilsson

Semester and year: Spring 2020

Institution: University of Gothenburg

Supervisor: Marita Rhedin

Examiner: Eva Zettterman

Illustration: Linn Carlson & Julia Nilsson

Keywords: Audience Development, Power Relations, Critical Linguistics, Public Culture, Discourse Theory

### SUMMERY:

This study deals with the concept of Audience Development from both a linguistic and a practical perspective. Due to the complex nature of the concept and the possibilities of interpretation, we have studied how the concept is implemented in the various activities within Gothenburg's public cultural sector, through qualitative interviews and surveys. The result shows that the interpretations play a crucial role in how Audience Development is used, both in practice and linguistically. The word also sustains different power relations that affects the culture.

The word originated in the UK and was initiated in the Swedish context from a research and social policy agenda. This study raises perspectives of power and critical linguistics to highlight underlying factors that have contributed to the concept of multidimensional substance in the word. Theories used in this study are Pierre Bourdieu's theories of *Habitus*, *Capital* and *Field*, Michel Foucault's theory of *Power* and Antonio Gramsci's theory of *Hegemony*.

## **Förord**

Vi vill börja med att rikta ett varmt tack till alla de tjänstepersoner inom den offentliga sektorn som ställt upp på intervju i vår studie. Utan er hade detta arbete varit omöjligt.

Och sen vill vi även tacka vår handledare Marita Rhedin för alla kloka råd genom vår forskningsprocess. Tack för att du inte låtit oss sväva iväg i en allt för bred studie.

Sist men inte minst vill vi tacka varandra för ett väl fungerande författarskap. Vi har visat varandra ödmjukhet och förståelse, både i detta arbete samt privatliv. Två faktorer som även de är nödvändiga för en fungerande forskning.

Tack.

# Innehållsförteckning

<b>1. INLEDNING</b>	5
<b>1.1. Introduktion</b>	5
<b>1.2. Bakgrund till val av ämne</b>	6
1.2.1. Begreppets historiska bakgrund	6
1.2.2. Möjliga definitioner av Publikutveckling	7
<b>1.3. Syfte &amp; frågeställningar</b>	9
1.3.1. Avgränsning av studieobjekt	9
<b>1.4. Disposition</b>	10
<b>1.5. Tidigare forskning</b>	10
1.6.1. Socialkonstruktionism	14
1.6.2. Michel Foucaults teori om makt	14
1.6.3. Pierre Bourdieus teorier om habitus, kapital och fält	15
1.6.4. Antonio Gramscis teori om hegemoni	18
1.6.5. Begrepp & definitioner	18
<b>1.7. Metod &amp; Material</b>	21
1.7.1. Metod	21
<b>1.8. Etiska hänsynstaganden</b>	24
1.8.1. Reflexivitet	24
1.8.2. Forskaretiska principer	24
<b>2. RESULTAT</b>	26
<b>2.1. Presentation av kulturorganisationer</b>	26
<b>2.2. Vad är Publikutveckling för Göteborgs offentligt finansierade kultursektor?</b>	29
2.2.1. Respondenternas beskrivning	29
2.2.2. Skillnader i respondenters beskrivningar	31
<b>2.3. Hur görs Publikutveckling inom Göteborgs offentligt finansierade kultursektor?</b>	33
2.3.1. Användning av Publikutveckling i praktiken	33
2.3.2. Var Publikutveckling är förankrat i verksamheten	34
2.3.3. Rummets betydelse	36
2.3.4. Utanför och innanför verksamhetens väggar	38
<b>2.4. Maktrelationer i begreppet Publikutveckling</b>	41
<b>2.5. För vem behövs Publikutveckling enligt Göteborgs offentligt finansierade kultursektor?</b>	46
<b>3. SLUTDISKUSSION</b>	49
<b>4. REFERENSLISTA</b>	53
<b>4.1. Otryckta källor</b>	53
<b>4.2. Tryckta källor</b>	54
<b>4.3. Bilagor</b>	57
4.3.1. Enkät	57
4.3.2. Intervjuguider	58

# 1. INLEDNING

## 1.1. Introduktion

Vi står mitt i det, för tillfället avstängda, vattenspel som låtits bygga för 30 miljoner och blickar upp mot en reslig Poseidon samt det kulturtorg som befinner sig runt honom. Till vänster om oss har vi Stadsbiblioteket, vars ombyggnation blev klar 2014. Till höger om Stadsbiblioteket ser vi Stadsteatern och rakt fram Göteborgs Konstmuseum följt av Göteborgs Konsthall. Stora pampiga kulturarenor som vi spenderat de senaste två månaderna i och som kommit att prägla, inte bara detta arbete, utan även oss.

Vad sker bakom de stora mastodontdörrar som avskärmar *oss* från *de*. Hur arbetar egentligen kulturverksamheter i Göteborg för att representera samhällsmedborgaren i sin agenda?

De senaste decennierna har ett publikt engagemang vuxit fram inom Europas kultursektor och gett upphov till nya arbetssätt.<sup>1</sup> En längtan förankrad i att återvända till något ursprungligt har genererat nya krav på kulturpolitiken. Alice Bah Kuhnke är inte enbart vår f.d. kulturminister utan också den första att tillträda en ministerroll av att både vara kultur- och demokratiminister. Samhället ställer nya krav på kulturen vilket leder till nya strategiska arbetssätt.

Denna forskning är en kvalitativ studie av begreppet *publikutveckling*. Begreppet är alstrat som en reaktion på nutidens kulturklimat där delaktighet premieras inom en offentlig sektor fri från lönsamhetskrav. Olika ansatser tas för att *nå ut* till en bredare publik och konkurrensen om samhällsmedborgaren hårdnar. Vi lever i ett paradigim där kulturen ska vara till för *alla*, oavsett om det önskas eller inte av enskild individ. Genom att studera det begrepp som brukas för detta ändamål, kan en större bild gestaltas. Genom att etnografiskt studera det *lilla* kan vi belysa det *stora*.

---

<sup>1</sup> Lindelof, A. Audience development and its blind spot: a quest for pleasure and play in the discussion of performing arts institutions i *International Journal of Cultural Policy*, 21:2, 2015: 202

## 1.2. Bakgrund till val av ämne

Som bakgrund till denna studie ligger en nyfikenhet gentemot ett begrepp som för oss alldeles nyss blivit känt. I efterhand förstår vi att begreppet florerat inom kultursektorn ett tag, trots att det besitter en komplexitet och tvetydighet som kvarstår. Vi pratar om *publikutveckling* och vi vill genom denna forskning närma oss dess innebörd. Kan vi genom kvalitativa intervjuer samt publicerat textmaterial nå en konsensus av ordets innehåll?

Det finns en inbyggd dynamik i begreppet som tilltalar samt väcker frågor. Vilka faktorer påverkar hur ett begrepp uppfattas och vad bestämmer huruvida olika aktörer inom samma bransch väljer att använda eller inte använda ett begrepp. Finns det implicita antaganden inbyggt i begreppet och varför brukas ett ord som framkallar osäkerhet hos dess användare?

Denna nyfikenhet har gjort att vi valt att studera kulturverksamheter genom tjänstepersoner, inom den offentliga sektorn, upplevelser av att praktiskt arbeta med publikutveckling. Studien problematisera dessa upplevelser utifrån erkända teorier av bl.a. Pierre Bourdieu och Michel Foucault.

Det är mot presenterad bakgrund av frågetecken som inspiration till denna kandidatuppsats uppkommit. Vi hoppas att vår forskning kan bidra till att vara empiriskt utvecklande för en framtida forskning.

### 1.2.1. Begreppets historiska bakgrund

Det svenska ordet *publikutveckling* härstammar och är översatt från engelskans *Audience Development*. Det var Nobuko Kawashima som först presenterade publikutveckling som studieområde och under de två senaste decennierna har arbetet med publikutveckling ökat inom scenkonst runt om i Europa och speciellt i Storbritannien, Danmark, Norge och Sverige.<sup>2</sup> Det ökade intresset för sin publik tillsammans med påtryckning från beslutsfattare är två faktorer som bidragit. Framväxten har dock sett olika ut mellan Storbritannien och övriga länder. I Storbritannien växte publikutveckling fram som en process inuti institutionerna för att senare komma att attrahera forskningsvärlden. I övriga länder, av de som nämnts ovan, har istället initiativet kommit från politiska beslutsfattare samt forskningsvärlden som sedermera

---

<sup>2</sup> Lindelof, A. 2015: 202

introducerat begreppet för verksamheterna.<sup>3</sup> Vilket är ett naturligt händelseförlopp då begreppet har sina rötter i Storbritannien och senare vandrat ut i Europa.

Ytterligare fyra faktorer som bidragit till begreppets framfart är 80-talets instrumentalisering<sup>4</sup> av kulturpolitiken, den ökade konkurrensen inom nöjesbranschen, kommersialiseringen av konsten och ett ökat krav från beslutsfattare.<sup>5</sup> Publikutveckling är en konsekvens av det nyliberala kulturklimat som färgat och färgar 2000-talet.<sup>6</sup>

### 1.2.2. Möjliga definitioner av Publikutveckling

Vi har valt att presentera och jämföra olika definitioner av begreppet publikutveckling för att tidigt redovisa dess flerdimensionella karaktär.

Europakonventionens definition från 2017 lyder:

Audience development means bringing people and culture closer together. It aims to directly engage people and communities in experiencing, enjoying and valuing arts and culture. Audience development is about doing something together with audiences, rather than doing something for them.<sup>7</sup>

Förvaltningen för Kulturutveckling, ur antologin *Publik* av RePublik från 2018, skriver följande:

Publikutveckling handlar om de begrepp, metoder och problemställningar som man behöver förhålla sig till när man eftersträvar en större och bredare publik, om att öka förståelsen och berika upplevelsen. Den grundläggande visionen har funnits länge och handlar ytterst om att konsten ska vara tillgänglig, i ordets alla valörer, för alla - kulturpolitikens kärnfråga.<sup>8</sup>

Niels Righolt skriver i samma antologi:

Man kan alltså beskriva det som en förskjutning från att tala om och se på publikutveckling som en metod för att öka publiksiffrorna och omsättningen samt

---

<sup>3</sup> Lindelof, A. 2015: 203

<sup>4</sup> Instrumentalisering av kultur innebär att kultur ses som ett verktyg för att uppnå andra samhällspolitiska mål.

<sup>5</sup> Lagneryd, L. & Thornqvist, J. ”Det känns som att det är där vi måste vara, annars blir vi irrelevanta” *En kvalitativ studie av publikutveckling inom värmländsk scenkonst*, Karlstad: Karlstad Universitet. 2017: 7

<sup>6</sup> Lindelof, A. 2015: 201

<sup>7</sup> Europakonventionen. *Creative Europe. Culture Sub-programme*. 2017: 5.

<sup>8</sup> Wiklander, N. (red.), *Publik: en antologi om konst, kultur och utveckling*. Göteborg: Kultur i väst. 2018: 9

stärka institutionernas profil och varumärke, till att i allt högre grad tala om publikutveckling som en institutionell relationell medvetenhet som riktar in sig på att tillmötesgå medborgarnas alltmer artikulerade efterfrågan på relevans och berättelser som ger återklang i deras verklighet.<sup>9</sup>

Egil Bjørnsen har en mer radikal syn på publikutveckling och definierar begreppet på följande vis i *The limitations of audience development*:

Audience development is based on a desire to democratise the part of the culture sector that cannot survive in a private market and that the authorities intervene in and fund.<sup>10</sup>

Anja Mølle Lindelofs definition av begreppet:

In short, audience development is an umbrella term that covers the financial, artistic, social and educational aspects of institutional efforts to address the audience in new ways, despite their different means and methods.<sup>11</sup>

Nobuko Kawashima delar upp publikutveckling i fyra variabler av: *Extended Marketing, Taste Cultivation, Audience Education* och *Outreach*.<sup>12</sup> Hon menar att för att förstå och förklara begreppet publikutveckling behövs dessa fyra element adderas till diskussionen. Vi anser detta vara ytterligare en möjlig definition till begreppet och kan vara bra att ta med sig in i studiens vidare läsning.

---

<sup>9</sup> Righolt, N. "Publikutveckling och kulturens DNA" i *Publik. En antologi om konst, kultur och utveckling*. Göteborg: Kultur i Väst. 2018: 151

<sup>10</sup> Bjørnsen, E. *The Limitations of Audience Development* i *Arts and Audiences*. 2014: 2

<sup>11</sup> Lindelof, A. 2015: 202

<sup>12</sup> Kawashima, N. "Audience Development And Social Inclusion In Britain" i *International Journal of Cultural Policy*, 12:1, 2006: 57



### 1.3. Syfte & frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur begreppet *Publikutveckling* tolkas, appliceras och används inom Göteborgs offentligt finansierade kultursektor. För att uppfylla forskningens syfte vill studien besvara följande frågor:

- Vad är publikutveckling för Göteborgs offentligt finansierade kultursektor?
- Hur görs publikutveckling inom Göteborgs offentligt finansierade kultursektor?
- Finns det implicita maktrelationer i begreppet publikutveckling och i så fall vilka?
- För *vem* behövs publikutveckling enligt Göteborgs offentligt finansierade kultursektor?

#### 1.3.1. Avgränsning av studieobjekt

Vi har på grund av uppsatsens omfång, både i tid och kvantitet, samt informanternas engagemang behövt avgränsa vår studie. Informanterna i studien är tjänstepersoner verksamma inom Göteborgs offentligt finansierade kultursektor och har, i olika grad, någon form av chefsposition tillika ansvarig roll inom det publika arbetet. Verksamheterna bedrivs med hjälp av skattefinansierade medel och är, enligt vår uppfattning, etablerade samt väl förankrade i stadens kulturutbud. Vi har inte valt att inte avgränsa oss till *en* specifik genre, utan utfört intervjuer med de organisationer som tackat ja.

Att informanterna har en yrkestitel av att vara chef, eller dylikt, påverkar vårt resultat. Det är något vi tar hänsyn till och använder oss av i analysen. I vår intervjuförfrågan har vi dock hört av oss till *hela* organisationen. Organisationerna har i sin tur själva valt en respondent med chefstitel som representant. Vår avgränsning i detta fall har då blivit att inte ifrågasätta detta beslut, både av tacksamhet gentemot möjligheten att få genomföra vår intervju men också på grund av att publikutveckling är en process som omfattar liksom berör en hel verksamhet.

Studien fokuserar på producenterna och inte konsumenterna. Det är en avgränsning som gör att forskningen inte lyfter mottagarens perspektiv i större utsträckning än ett generellt. För att omfatta även den aspekten krävs ett större arbete samt ett intervjumaterial med respondenter från den kategorin. Något vi valt att inte göra men gärna ser framtida forskning presentera. I insamlat material har även en stor mängd data fått bortprioriteras i förmån för vårt forskningssyfte. Många intressanta iakttagelser har gjorts och inte bearbetats - iakttagelser som

är av vikt för det forskningsfält som publikutveckling ingår i. Vi har valt att lämna det utanför denna studie för att eventuellt återvända vid ett senare tillfälle med ett annat kunskapsmål.

#### 1.4. Disposition

Uppsatsen fortlöper nu med den tidigare forskningen, teoretiska utgångspunkter, material och metod samt etiska hänsynstaganden. I det andra kapitlet sammanställs en resultatredovisning som bygger på insamlad data från vår undersökning. I kapitel tre analyseras resultat i en slutdiskussion. Uppsatsen avslutas i kapitel fyra med referenser och bilagor.

#### 1.5. Tidigare forskning

I detta avsnitt presenteras den forskning som legat till grund för studien. Vi lyfter både begrepp av vikt samt viktiga teorier inom de olika forskningarna. Då forskningsfältet inom publikutveckling är sparsamt avspeglas det på mängden forskning. Vi är medvetna om att den forskning som presenteras här består av uppsatser samt vetenskapliga artiklar, vilket är en konsekvens av ämnets magra forskningsfält. Eftersom det inte bedrivits en stor mängd forskning kring ämnet är det denna form av tidigare forskning vi får förhålla oss till.

Den kulturpolitiska forskaren Nobuko Kawashima var en av de första som systematiskt tog upp publikutveckling som studieområde.<sup>13</sup> *Audience Development and Social Inclusion in Britain* från 2006 har som forskningssyfte att lyfta olika innebörder av publikutveckling och social inkludering pga. ett ökat intresse för fälten inom den brittiska kulturpolitiken.<sup>14</sup> Kawashima diskuterar, som tidigare nämnts, publikutveckling utifrån fyra variabler *Extended Marketing*, *Taste Cultivation*, *Audience Education* och *Outreach* där var och en skiljer sig åt beroende på syftet med publikutvecklingen.<sup>15</sup>

*Extended Marketing*, utvidgad marknadsföring, vill nå den målgrupp som är intresserad av kultur men som av olika skäl inte haft chans att närvara. Denna publik kallar Kawashima för *non-attenders*. Det finns en hög potential att locka denna publik och det görs vanligtvis genom att eliminera konkreta hinder för närvaro, t.ex. genom att tillgänglighetsanpassa lokaler.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Lindelof, A. 2015: 202

<sup>14</sup> Kawashima, N. 2006: 55

<sup>15</sup> Kawashima, N. 2006: 57

<sup>16</sup> Ibid

*Taste Cultivation* och *Audience Education* är till för den befintliga publiken. Den förstnämnda vill bredda kulturutbudet och den sistnämnda vill berika konstupplevelsen. Publikutveckling genom dessa faktorer går ut på att en försöker se vad *mer* som kan locka den redan existerande publiken. *Taste Cultivation* kan ta sig uttryck genom att deltagarna får vara med om en annan konstform innan den faktiska upplevelsen t.ex. att det visas en kortfilm innan deltagarna får bevittna en konstutställning. *Audience Education* innebär istället att publiken t.ex. får djupdyka i en studie rörande den konst de ska uppleva.<sup>17</sup> *Outreach* däremot, handlar om att förflytta konsten från verksamheten ut till den publiken med liten eller ingen tillgång till konst. Denna publikutveckling arbetar inkluderande i projekt och kan innebära t.ex. skolföreläsningar eller att verksamheten riktar sig specifikt till en utsatt målgrupp, exempelvis hemlösa, och gör något enbart för dem.<sup>18</sup> Kawashimas forskning har varit behjälplig i vårt försök till att besvara frågan hur publikutveckling görs inom Göteborgs offentligt finansierade kultursektor.

Alan Brown och Rebecca Ratzkin gav 2011 ut en kritisk analys av icke-vinstdrivande kulturorganisationers insatser för att engagera sin publik, *Making sense of audience engagement*. Studien har undersökt hur ett antal konst- och kulturinstitutioner i USA arbetar med utveckla metoder för att engagera och skapa djupare upplevelser hos publiken. Studien framför hur olika insatser inom fältet för publikutveckling övergripande växer, då utbudet av olika program och aktiviteter som föreläsningar, öppna repetitioner och medskapande etc. ökar. Arbetssättet att nå publiken genom dessa handlingar refereras till som ”audience engagement”, vilket definieras som ett synsätt där skapandet samt färdig produktion på något vis ska involvera publiken i processen.<sup>19</sup> Vi upplever att teorierna om publik, engagemang och deltagande samt de presenterade metoder för att nå ett vidgat engagemang har tillfört viktiga reflektioner under arbetet med vår studie.

Lovisa Lagneryd och Julius Thornqvist har skrivit en kandidatuppsats inom Medie- och kommunikationsvetenskap vid Karlstads Universitet, *“Det känns som att det är där vi måste vara, annars blir vi irrelevanta”* som agerat inspirationskälla för vår studie. Genom en kvalitativ studie av åtta samtalsintervjuer vill de reda ut vad för typ av aktiviteter som vidrör

---

<sup>17</sup> Kawashima, N. 2006: 57

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Brown, A. & Ratzkin, R. “Making Sense of Audience Engagement” i *The San Francisco Foundation*, San Francisco 2011: 5

publikutveckling.<sup>20</sup> Undersökningen ligger på en regional nivå och de använder sig av ett sociologiskt perspektiv för att belysa den problematik som omfattar begreppet. Utöver uppsatsens aktualitet för vårt studieområde har den bidragit med användbara källor. Vi har kunnat titta på tidigare forskning som författarna använt sig av för att se om någon skulle vara brukbar för vår studie.

Sara Rebecka Ivarssons masteruppsats *Publiken som inte ville komma* för Kommunikatörsprogrammet på Göteborgs Universitet, framför intressanta resultat ur en tidigare kontext av det regionala forskningsfält som vår studie berör. Studien har en inriktning mot myndigheter och offentlig förvaltning. Syftet med studien är dels att kartlägga varför målgruppen, museiovana unga vuxna från Göteborgs ytterområden, inte uppsöker Göteborgs stadsmuseum och dels att undersöka hur Göteborgs stadsmuseum arbetar för att nå den specifika målgruppen. Ivarsson har även tagit fram olika utvecklingsmöjligheter för publikutvecklingsarbetet. I sin analys har hon med hjälp av publikutvecklingsmodeller och grundläggande teoretiska perspektiv av strategisk kommunikation och målgruppsanalys, besvarat sitt forskningssyfte. Utöver uppsatsens aktualitet för vårt studieområde har den bidragit med användbara källor.<sup>21</sup>

*The Limitations of Audience Development* av Egil Bjørnsen från 2014 är en vetenskaplig artikel som bearbetar de begränsningar som innefattar publikutveckling. Bjørnsen presenterar bland annat ett argument av *demokratiseringen av kulturen* i ett historiskt perspektiv och redogör för hur det bidrar till begreppets uppfattning, som även bidragit till vår studie. Hans fokus ligger på den offentligt finansierade kulturen,<sup>22</sup> precis som vår. Bjørnsen anser, likt oss, att det inte råder konsensus kring vad begreppet innefattar och att nyckeln till ett fungerande publikutvecklingsarbete är enighet i begreppet definition.<sup>23</sup> Bjørnsen diskuterar utifrån en norsk kontext, dock är analysen applicerbar i ett svenskt sammanhang. Ytterligare en viktig faktor som Bjørnsen belyser är att den kultur som genomgår en publikutveckling redan är framtagen av aktörer med ett kulturellt ledarskap för resten av befolkningen. Varje verksamhet gör ett urval av *vad* som ska presenteras och det är *den* kulturen som ska nå ut till fler personer.

---

<sup>20</sup> Lagneryd, L. & Thornqvist, J. 2015: 8

<sup>21</sup> Ivarssons, S R. *Publiken som inte ville komma*. Göteborg: Göteborgs Universitet. 2015: 3

<sup>22</sup> Bjørnsen, E. 2014: 2

<sup>23</sup> Ibid.

As such, audience development is not based on an understanding that the population does not have access to culture in general, but to a specific culture: professional art. The goal of audience development is usually to reach and get more people engaged in *that* part of culture.<sup>24</sup>

Vi har likaså använt oss av Anja Mølle Lindelofs vetenskapliga artikel *Audience Development and its Blind Spot* från 2014. I den analyserar Lindelof den kontrast hon upplevt mellan hur publikutveckling utövas praktiskt inom scenkonst samt hur den diskuteras i forskning och av beslutsfattare.<sup>25</sup> Då även vår forskning påvisat detta har artikeln varit användbar som bollplank i vår reflektion.

Lynne Conner har skrivit en vetenskaplig artikel, *In and Out of the Dark. A Theory about Audience Behavior from Sophocles to Spoken Word* som publicerats 2008 i *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life*. Genom Connors studie har vår uppfattning av vad som är att vara publik tydliggjorts. Connor diskuterar delvis problematiken kring uppfattningen av en publik som passiv eller aktiv, ur ett historiskt perspektiv och kopplar samman det med processen av publikutveckling. Med spännande tankar kring icke-vinstdrivande kultur och dess publika historia drar hon paralleller som blir användbara i även vår analys.<sup>26</sup>

## 1.6. Teoretiska utgångspunkter

I följande avsnitt kommer vi presentera de teorier som ligger till grund för vår forskning. På grund av att uppsatsen förhåller sig till en språklig konstruktion av ett begrepp använder vi teorier som har ett konstruktionistiskt förhållningssätt. Teorierna belyser maktrelationer genom att studera tolkning och handling genom språk och de vi tillämpar är socialkonstruktivism, Bourdieus teorier om habitus, kapital och fält, Foucaults teori om makt samt Gramscis teori om hegemoni.

---

<sup>24</sup> Bjørnsen, E. 2014: 3

<sup>25</sup> Lindelof, A. 2015: 201

<sup>26</sup> Conner, L. "In and Out of the Dark: A Theory of Audience Behavior from Sophocles to Spoken Word" i *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life*, W. Ivey och S. (red.) Tepper. New York: Routledge. 2008: 119

### 1.6.1. Socialkonstruktionism

Enligt socialkonstruktivismen finns det inget som är helt naturgivet. Allt går att ifrågasätta i förhållande till dess konstruktion, vilket kan beröra identiteter, idéer, tolkningar och språk etc. Konstruktivismen är främst ett kritiskt perspektiv som ifrågasätter sociala företeelsers naturlighet eller oundviklighet.<sup>27</sup> Enligt det förhållningssättet kan inte språk och verklighet skiljas åt, då språket skapar ett medvetande. Det formar människans tolkning av sin värld och möjliggör meningsfullhet i hur individen talar om sin verklighet.<sup>28</sup>

En kritik mot socialkonstruktionism är att det skulle innebära att *allt* är konstruerat. Dock är konstruktioner, till viss mån, nödvändigt för att en människa ska kunna göra sin värld begriplig. De är av vikt för organisering samt meningsskapande av sitt liv.<sup>29</sup> Detta betyder att mycket i en människas liv måste ses som *naturligt* för att individen ska kunna fungera som en social varelse.<sup>30</sup> Vad den socialkonstruktionistiska idéen påvisar och synliggör är att vissa objekt, identiteter eller handlingsmönster som upplevs vara naturliga istället kan vara en del av en större social process.<sup>31</sup> Teorin är där av behjälplig i en kartläggning om hur konstruktion fastslås och agerar så pass naturgiven att den inte längre ses som en konstruktion.<sup>32</sup> I vår studie har vi valt att arbeta utifrån ett socialkonstruktivistiskt teoretiskt ramverk för att nå en förståelse om hur språket, och då mer bestämt hur ett begrepp, konstrueras och brukas i olika kontexter.

### 1.6.2. Michel Foucaults teori om makt

Genom begrepp som *utestängningsmekanism* och *etablerad kunskap* diskuterar Foucault makt. Hans teori om makt går hand-i-hand med diskursanalys, där han utnämns till en av analysens frontmän och som vi använder oss av i vårt arbete. Foucault menar att etablerad kunskap är nyckeln till makt och att makten skapas i mötet mellan människor. Kunskap är drivmedlet som genererar utestängningsmekanismer som i sin tur ramar in en diskurs och reglerar vad som *får* och *inte får* sägas. Utestängningsmekanismerna speglar diskursens inre förhållande och kan därmed synliggöra rådande makthierarkier.<sup>33</sup> “Makt är inget som utövas av ett subjekt eller mot

---

<sup>27</sup> Hornscheidt, L. & Landqvist, M. *Språk och diskriminering*, 1. uppl., Studentlitteratur, Lund, 2014: 23

<sup>28</sup> Bergström, G. & Boréus, K. (red.), *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, Fjärde [omarbetade och aktualiserade] upplagan, Studentlitteratur, Lund, 2018: 27

<sup>29</sup> Ibid.

<sup>30</sup> Hornscheidt, L. & Landqvist, M. 2014: 23

<sup>31</sup> Hornscheidt, L. & Landqvist, M. 2014: 24

<sup>32</sup> Hornscheidt, L. & Landqvist, M. 2014: 32

<sup>33</sup> Bergström, G. & Boréus, K. 2017: 382

ett visst subjekt, utan utvecklas i relationen mellan människor och innebär begränsningar för vissa, möjligheter för andra.”<sup>34</sup> Istället för att studera makten i sig, argumenterar Foucault för att vi ska studera försök till maktmotstånd. Undersök antagonismen för att förstå enheten; för att förstå förnuftet sök i galenskapen.<sup>35</sup>

### *Diskursanalys*

Diskurs kan förstås som ett absolut sätt att förstå samt förhålla sig till världen och sin omgivning. Diskursen innehåller mönster som ramar in individers handling och tänkande. Den talar om *vad* och *hur* en ska tala, *vem* som har rätt att tala samt *vem* det talas *till*. Diskursen avgör *vad* som är av betydelse, vad som anses meningsbärande.<sup>36</sup> Diskurser är konstruerade och därmed dynamiska. De har ingen essens, utan förändras kontinuerligt när rådande maktstrukturer utmanas.<sup>37</sup> Däremot kan diskurser uppfattas som fasta och självklara, eftersom dess föränderlighet sker i långsam takt pga. att själva konstruktionen är en del av kollektiva sociala processer.<sup>38</sup> Diskursanalysen möjliggör kunskapen om hur individer bygger sin världsbild utifrån språk, både skriftligt och muntligt.<sup>39</sup> Genom att studera hur språk används i olika situationer kan socialkonstruktiva föreställningar synliggöras. För att nå individers sociala verklighet är språk en nyckel, språk kan ses som en länk i den sociala interaktionen.<sup>40</sup> Dock innefattar inte en diskurs enbart skrift och tal, utan också regelsystem för *vad* och *hur* det är menat att förstå, inkludera, exkludera och strukturera kunskap.

### 1.6.3. Pierre Bourdieus teorier om habitus, kapital och fält

Bourdieus teorier lyfter kopplingen mellan struktur och individ för att synliggöras deras inbördes relation och samspel. Viktiga begrepp inom hans teorier är *habitus*, *kapital* och *fält*; de är alla sammankopplade och används för att beskriva och analysera människans positionering i samhället. I följande avsnitt ska vi redovisa varje begrepp och hur de kan användas liksom appliceras i vår studie.<sup>41</sup>

---

<sup>34</sup> Bergström, G. & Boréus, K. 2017: 361

<sup>35</sup> Foucault, M. "The subject and power", i *Social Inquiry* 8(4), 1982: 780

<sup>36</sup> Jørgensen, M. & Phillips, L. *Diskursanalys som teori och metod*, Studentlitteratur, Lund, 2000: 7

<sup>37</sup> Bergström, G. & Boréus, K. 2018: 358

<sup>38</sup> Jørgensen, M. & Phillips, L. 2000: 12

<sup>39</sup> Jørgensen, M. & Phillips, L. 2000: 39

<sup>40</sup> Hornscheidt, L. & Landqvist, M. 2014: 87

<sup>41</sup> Gunnarsson Payne, J. & Öhlander, M. (red.), *Tillämpad kulturteori*, Upplaga 1, Studentlitteratur, Lund, 2017: 133

## *Habitus*

Varje människa besitter ett habitus, vilket benämner det system av ständiga och överförbara dispositioner som integrerar levda erfarenheter och bestämmer individens sätt att uppfatta, värdera, välja samt handla. Företeelser som förblir och skapar en människas habitus är exempelvis klass, kön, etnicitet och utbildning. En människas habitus är förankrat med hur hen agerar i olika situationer även om dess inverkan sällan är medvetet agerad hos individen. Det skapas genom de vanor individen införlivar i familjen liksom skolan och fungerar sedan som ett seglivat och ofta omedvetet handlingsmönster. Ett habitus är något inkorporerat, *det finns i kroppen*, och är format av tidigare erfarenheter och styr likväl det framtida beteendet.

Enligt Bourdieu tenderar människor från samma klass att ha liknande habitus, vilket betyder att de även besitter liknande *praktiker*. De handlar, agerar samt betar sig på liknande sätt. Sådana klassbetonade praktiker möjliggör en reproducering av människors materiella samt ideologiska förutsättningar i livet, sättet att leva, lära och reflektera. Genom att tillägna individer vissa habitus, likt en kollektiv livsstil, inbegripna sätt att föra sig, tänka och *smak* bär olika samhällsklasser på särskiljande kännetecken. Smak har en klassificerad funktion i samhället och används för att skapa skillnad, vilket Bourdieu kallar för *distinktioner*. Den sociala identiteten ligger i skillnader, vilka markerar sig mot det som ligger närmast och som representerar det största hotet. Dessa sociala distinktioner möjliggör förståelsen om hur makt och elitism formas samt reproduceras.<sup>42</sup> Även om handlandet inte behöver vara medvetet, skapar sociala distinktioner klass, vilket även medföljer att vissa människor har svårare att finna sig i vissa *sociala rum*.<sup>43</sup>

## *Kapital*

Alla individer i samhället utgår från en viss position i dessa sociala rum, genom symboliska liksom reella tillgångar, vilka Bourdieu benämner som *kapital*. Han har tre grundtyper av kapital: ekonomiskt, kulturellt och socialt.<sup>44</sup> *Ekonomiskt kapital* består av en individs samlade materiella tillgångar, vilka innefattar inkomst och förmögenhet. *Kulturellt kapital* förekommer genom olika besittningar och led. Ett *institutionaliserat kapital* rör diplom och examensbevis. Ett *objektifierat kapital* består istället av exempelvis konstverk, böcker och andra materiella

---

<sup>42</sup> Gunnarsson Payne, J. & Öhlander, M. 2017: 135

<sup>43</sup> Gunnarsson Payne, J. & Öhlander, M. 2017: 137

<sup>44</sup> Gunnarsson Payne, J. & Öhlander, M. 2017: 137



ting. Ett *förkroppsligat kapital* påvisar de mentala och kroppsliga dispositioner som individen införskaffat sig. I det *kulturella kapitalet* innefattas likaså allmänbildning och en kompetens om estetiska yttringar, likt konst, litteratur och arkitektur etc. Kapitlet innebär dock inte bara de intellektuella presentationerna, utan det är likväl inskrivet i hur individen agerar, dess åsikter, preferenser och hur hen för sig. En individs habitus kan därav betraktas som ett förkroppsligat kapital.<sup>45</sup>

*Socialt kapital* är resultatet av de resurser som finns tillgängliga för en individ genom att ha tillgång till ett bestående nätverk av mer eller mindre institutionaliserade relationer av ömsesidigt erkännande eller igenkännande. De betecknar egenskaperna vid sociala relationer som möjliggör att människors samverkan grundas på tillit. En effekt av socialt kapital är att människor ömsesidigt förlitar sig på varandra och samverkar, vilket är till fördel för samhället och inte minst den politiska demokratin.<sup>46</sup> Under Bourdieus senare år argumenterade han för att *politiskt kapital* även måste tas i beaktandet. I demokratiska samhällen konverteras ett politiskt kapital till resurser samt informella privilegier, medan ett slutet statssystem, exempelvis en diktatur, istället ger makt samt privilegier till de medhållande individer som rör sig inom det sociala rummet för regeringen.<sup>47</sup>

Tillsammans kan de olika kapitalen komma att bli *symboliska kapital*, vilka skapas genom att en tillgång erkänns som legitim och därav blir en maktresurs. De olika kapitalen får betydelse i förhållande till individens position i det sociala rummet inom särskilda *fält*, där tillgångarna värderas, översätts och makt samt status är i kontinuerlig förhandling. Det handlar alltså inte enbart om hur mängden kapital en individ erhåller, utan även var de presenteras. Symboliska kapital beskriver allt som erkänns som värdefullt inom ett fält.<sup>48</sup>

### *Fält*

Det sociala rummet består av hierarkiskt ordnade *fält*, där varje fält rymmer sin egen logik, sociala positioner och specifika resurser.<sup>49</sup> Ett fält beskriver en grupp av människor som förenas

---

<sup>45</sup> Gunnarsson Payne, J. & Öhlander, M. 2017: 138

<sup>46</sup> Bourdieu, P. *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. 1984: 122

<sup>47</sup> Gunnarsson, P. & Öhlander, M. 2017: 138

<sup>48</sup> Gunnarsson, P. & Öhlander, M. 2017: 138

<sup>49</sup> Gunnarsson, P. & Öhlander, M. 2017: 139

genom ett gemensamt intresse och strider mot andra om begränsade tillgångar.<sup>50</sup> Bourdieu omnämner fält som “ett strukturerat socialt rum, ett fält av krafter, ett kraftfält”.<sup>51</sup>

Att undersöka kultur med Bourdieus teorier ger särskilda verktyg att tolka samt förstå omvärlden. De kan användas för att förklara skillnader och likheter mellan såväl individer som grupper och klasser. Teorierna används både för att identifiera interna makthierarkier inom specifika fält, såväl som att analysera och diskutera bredare frågor kring klass och identitet.<sup>52</sup> Vi upplever att detta teoretiska ramverk kan bidra till vår studie genom att undersöka sociala distinktioner kopplat till publikutveckling.

#### 1.6.4. Antonio Gramscis teori om hegemoni

Under vårt arbete med att följa Göteborgs offentligt finansierade. kultursektor har vi lyckats urskilja förekommande maktpositioner som på något sätt haft inverkan på hur ordet publikutveckling brukas. För att förklara samt förstå dessa maktordningar har vi använt oss av Antonio Gramscis hegemonibegrepp. Hegemoni bygger på en överenskommen maktställning som *något* eller *någon* tilldelats och som inte ifrågasätts. När Gramsci studerar en ideologisk hegemoni gör han en tydlig distinktion mellan producent och konsument. Han menar att en ideologi är medvetet skapat av sin producent och omedveten för dess konsument. Det är denna kompromiss mellan över- och underordnade som gör maktordningar som t.ex. kapitalism möjlig.<sup>53</sup> Hegemoni möjliggör en kritisk granskning av en monoton världsbild och skapar chans till motstånd som kan förändra statiska maktstrukturer.<sup>54</sup>

#### 1.6.5. Begrepp & definitioner

För att förenkla läsning av vår studie har vi valt att presentera samt definiera valda begrepp som förekommer i arbetet. Detta för att det ibland kan råda delad mening kring ett ords innebörd och eftersom denna forskning vill motverka reproduktion av missvisande begreppsdefinitioner så gör vi detta. I denna lista redogörs begrepp utifrån vår definition och användning i studien.

---

<sup>50</sup> Gunnarsson, P. & Öhlander, M. 2017: 139

<sup>51</sup> Gunnarsson, P. & Öhlander, M. 2017: 140

<sup>52</sup> Gunnarsson, P. & Öhlander, M. 2017: 137

<sup>53</sup> Freeden, M. *Ideology. A very short introduction*, Oxford University Press, Oxford, 2003:20

<sup>54</sup> Freeden, M. 2003: 21

## Armlängds avstånd

Inom kulturpolitik används principen *en armlängds avstånd* för att reglera rådande maktförhållanden mellan staten och kultur. I vår uppsats har vi valt att använda oss av David Karlssons definition av principen. Mot en historisk kontext landar han i att staten ska stödja kulturen utan att för den sakens skull praktisera ett inflytande.<sup>55</sup> Det är av vikt att förstå principens historiska kontext för att brukandet idag ska bli rättvist.

## Bildning

Bildning är ett omtvistat begrepp och det är inte alltid självklart vad användaren vill avse. Genom historien har olika syn på bildning och huruvida det är eftersträvansvärt eller inte, förekommit. En del blir provocerade och förknippar bildning med elitism, medan andra tycker att det är ett ideal och i grunden något positivt. Ordet har sitt ursprung i tyskans *bildung* och betyder odling. Att bilda sig är att utvecklas.<sup>56</sup> När vi använder ordet i vår uppsats är det för att belysa det bildningsideal som råder inom dagens kulturpolitik och som avspeglas på Göteborgs kultursektor. I ett kunskapsamhälle har medborgarna omvandlat information från böcker till internaliserad kunskap och i ett informationssamhälle förlitar sig medborgarna på att den kunskap som *behövs*, när den *behövs*, ska gå att finna. I ett bildningssamhälle däremot råder en strävan efter att medborgaren ska skaffa sig så *mycket* kunskap inom så *många* områden som möjligt för att nå bildning, idealet av livslångt lärande.<sup>57</sup>

## Delaktighetsmålet

Utifrån den svenska kulturpolitikens nationella mål har Myndigheten för Kulturanalys delat in målet i tre respektive delmål varav Delaktighetsmålet är ett. Delaktighetsmålet bygger på att offentligt finansierad kultur ska riktas till alla, ”alla ska ha möjlighet att delta i kulturlivet”,<sup>58</sup> och vi kommer att hänvisa till detta mål i vår forskning. Delaktighetsmålet vilar på idén om en demokratiserad kultur som växte fram efter Andra världskriget. Målet var att kulturen skulle nå så många som möjligt, oavsett sociala- eller geografiska svårigheter, ett mål som vår kulturpolitik vilar på än idag.<sup>59</sup>

---

<sup>55</sup> Karlsson, D. *En kulturutredning: pengar, konst och politik*. Göteborg: Glänta produktion. 2010: 160 ff.

<sup>56</sup> Johansson, L A, *Att dansa efter maktens pipa: kultur i politikens tjänst*. Stockholm: Timbro. 2017: 264

<sup>57</sup> Johansson, L A, 2017: 275

<sup>58</sup> Myndigheten för Kulturanalys. *Kulturanalys 2019. En lägesbedömning i relation till de kulturpolitiska målen*. Rapport 2019: 8

<sup>59</sup> Bjørnsen, E. 2014: 1

## Kultur

För att förstå kultur på ett meningsfullt sätt, underlättar det att inse att det är ett begrepp som innefattar en rad erfarenheter och föreställningar som människor mer eller mindre är överens om. Kultur uppstår, medvetet och omedvetet, i mötet mellan människor. Dess innebörd diskuteras i variabler av *vad* kultur är och *hur* den förändrats över tid. Begreppet är laddat och dynamiskt. Det kan förknippas med makt och kontroll, samtidigt som det står för frigörelse, skapande och underhållning. I bred mening är kultur människors kollektiva kommunicerande, dess utövande samt dess föränderliga livsformer, normer, värden, kunskaper och meningsgivande.<sup>60</sup> En aspekt av kulturbegreppet är förståelsen av att människor inte lever i olika världar, utan att de lever på olika *sätt* i världen.<sup>61</sup> Egenskaper av genus, ålder, etnicitet och klasstillhörighet påverkar ständigt meningsskapandet av kultur, vilket medför ett ansvar i *hur* kulturbegreppet används samt produceras. Användningen av begreppet kompliceras pga. att ordet har flera definitioner vars gränser upplevs.<sup>62</sup> Inom det svenska språket delas begreppet in i två kategorier för att förstå dess omfattning; det *humanistiska kulturbegreppet* och det *antropologiska kulturbegreppet*.<sup>63</sup>

### *Humanistiska kulturbegreppet*

Kulturbegreppet kan ses som både smalt liksom brett, där det förstnämnda även kan benämnas som det humanistiska kulturbegreppet (även det estetiska kulturbegreppet). Begreppet syftar på konstnärligt skapande.<sup>64</sup> En problematik med det humanistiska kulturbegreppet är att det förknippas med *finkultur*. Något som uppfattas avgränsande, värderande och idealiserat.<sup>65</sup>

### *Antropologiska kulturbegreppet*

Kultur kan däremot förstås som någonting bredare än enbart den *sköna* konsten. Det breda kulturbegreppet beskriver istället all mänsklig verksamhet och ses som öppet och relativistiskt. Det samhällsvetenskapliga perspektivet av kultur benämns som det *antropologiska*, och syftar främst till det som är socialt överförbart mellan individer, vilket t.ex. kan vara levnadsmönster,

---

<sup>60</sup> Gunnarsson Payne, J. & Öhlander, M. 2017: 17

<sup>61</sup> Hastrup, Kirsten, *Kultur: den flexibla gemenskapen*, 1. uppl., Lund: Studentlitteratur. 2010: 163

<sup>62</sup> Johansson, L. A. 2017: 221

<sup>63</sup> Johansson, L. A. 2017: 222

<sup>64</sup> Ibid

<sup>65</sup> Johansson, L. A. 2017: 223

normer, traditioner och värderingar.<sup>66</sup> Historiskt sett har det *humanistiska* kulturbegreppet använts för att beskriva den *egna* kulturen och den *antropologiska* för att påvisa *den andra* kulturen, vilket tillämpades på *andra* människor och kulturer, vilka företrädesvis betraktades som mer primitiva.<sup>67</sup>

Att vi lyfter flera synvinklar är inte pga. att skapa en analytisk förvirring, utan snarare för att belysa begreppet och fenomenet kulturs komplexitet.<sup>68</sup> Inom studien behandlas de båda tolkningarna, det humanistiska- samt antropologiska perspektivet, beroende på kontext och sammanhang.

## Publik

Om en söker i den svenska ordboken på ordet *publik* idag ges förklaringen “samling åskådare eller åhörare vid (konstnärlig) föreställning, evenemang e.d. men äv. allmänare”.<sup>69</sup> Definitionen syftar på en passiv individ inför sin upplevelse. I den etymologiska ordboken däremot, ges en förklaring med rötter i 1700-talet som hänvisar till “(den stora) allmänhet(en)”.<sup>70</sup> En definition som för tankarna till ett mer aktivt deltagande där *alla* inkluderas. Dagens definition upplevs exkludera de människor som t.ex. deltar, läser, lyssnar, tittar eller besöker. Vi, i denna studie, vill se publik som ett begrepp med en aktiv agens, vars definition även rymmer ord som speglar ett deltagande och medskapande.<sup>71</sup>

## 1.7. Metod & Material

### 1.7.1. Metod

I följande avsnitt kommer vi att redovisa för de metoder vi valt att använda oss av i vår forskning. Val som inte upplevdes självklara från början har däremot vuxit sig starka genom forskningsprocessen och känns där av givna i efterhand.

---

<sup>66</sup> Johansson, L. A. 2017: 232

<sup>67</sup> Johansson, L. A. 2017: 79

<sup>68</sup> Hastrup, K. 2010: 163

<sup>69</sup> Svenska Akademiens Ordböcker. *Publik*. 2009

<sup>70</sup> Projekt Runberg. *Svensk etymologisk ordbok / 605*. 2019

<sup>71</sup> Maitland, H. ”Vem utvecklar vem?” i *Publik. En antologi om konst, kultur och utveckling*. Göteborg: Kultur i Väst. 2018: 17

## Samtalsintervjuer

För att besvara studiens frågeställningar som söker efter *erfarna uppfattningar* av publikutveckling var kvalitativa samtalsintervjuer nödvändigt. Forskningen kräver information som inte går att tillgå på annat vis. Genom kommentarer från respondenterna kunde annan data i form av skriftliga källor bekräftas eller bestridas. I vår studie har nio respondenter deltagit i samtalsintervjuer på respektives arbetsplats. Intervjuerna varade mellan 40 minuter och två timmar.

Vi har använt oss av en semistrukturerad intervjuteknik där vi utgått från en fast intervjuguide, med undantag för små justeringar baserat på varje verksamhets inriktning. En semistrukturerad intervjuteknik möjliggör för spontana följdfrågor samtidigt som huvudfrågorna är fasta. Intervjuguiden har först testats på oss själva i en fiktiv intervju innan den använts för studiens syfte. Detta för att underlätta för en bra intervju. Samtliga respondenter har innan intervjun tagit del av forskningens syfte samt Vetenskapsrådets forskningsetiska regler. De två intervjuguiderna återfinns under avsnittet bilagor. En speciellt utformad för Förvaltningen för Kulturutveckling och ytterligare en för övriga verksamheter. Skillnaden mellan de båda är att intervjuguiden utformad för Förvaltningen för Kulturutveckling är desto mer riktad mot deras verksamhet och att vår andra intervjuguide har mer generella frågor som kan appliceras på respondenternas olika verksamheter.

Urvalet av respondenter har baserats på offentligt finansierade kulturverksamheter i Göteborg. Efter studiens första intervju, med Förvaltningen för Kulturutveckling, bad vi om förslag på verksamheter som de ansåg arbeta med publikutveckling. Utifrån svaren vi fick valde vi att fokusera på dessa. Intervjumaterialet har delats upp oss sinsemellan och transkriberats utifrån en transkriberingsmall. Genom transkribering förenklas processen av att hitta citat som är användbara i vår studie. Då anonymisering ibland var komplicerad på grund av att verksamheterna haft få anställda har vi valt att enbart hänvisa till våra respondenter med fiktiva könsneutrala namn. När organisationsnamn återges i text, har inget namn på respondent förekommit. Dock finns alltid möjligheten att personer känner igen karaktäristiska drag i språket. Något vi försökt motverka genom små redigeringar i intervjuцитat.

En möjlig kritik mot samtalsintervju som metod är risken att inte återge *hela* bilden av en situation. På grund av uppsatsens omfång har det varit omöjligt och inte heller uppsatsens syfte men ibland kan ett citat, taget ur sin kontext, agera missvisande. Det kan bidra till att

respondenten känner sig sviken i sitt uppdrag. För att inte missbruka respondenternas förtroende har varje citat noga avvägts innan det använts och de respondenter som velat läsa sina citat på förhand, innan inlämning, har fått det. Ett fåtal av dem har i efterhand velat ändra sina redan sagda citat. Detta är något vi i vår studie har tagit hänsyn till för att hålla god ton och visa respekt mot vederbörande. Dock är det något som påverkar vårt material samt vårt slutgiltiga resultat. Vilka citat som är efterkonstruerade har därför skrivits fram i vårt resultat för markera att dess utformning inte återspeglar det samtal som fördes under intervjun. Vår motivering till att redovisa dessa citat är av hänsyn till studien och dess realitet.

### **Kritisk lingvistik**

Ytterligare en metod som vi valt att använda oss av är kritisk lingvistik. Det är en form av diskursanalys som används för att undersöka en texts underliggande normer och värderingar. Med hjälp av den kritiska lingvistik kan en samhällskritik bedrivas samt maktrelationer avslöjas.<sup>72</sup> Efter transkribering av intervjumaterial gav metoden oss en bra överblick på underliggande faktorer som kan ha påverkat informanternas svar. Metoden är behjälplig för att tyda hur olika val av ord och sammansättningar av ord, värderar och underbygger varandra.

#### 1.7.2. Material

### **Antologin *Publik***

Förvaltningen för Kulturutveckling, f.d. Kultur i Väst, har för RePubliks, centrum för publikutveckling, vägnar gett ut en antologi med namnet *Publik. En antologi om konst, kultur och utveckling*. Boken kom 2018 med syfte att “stärka relationen mellan den offentliga kulturen och publiken”.<sup>73</sup> Genom olika perspektiv presenteras för- och nackdelar med publikutveckling och antologin har använts som underlag för denna studie.

### **Enkäter**

Till de tillfrågade verksamheter som velat delta i intervju fast av olika skäl inte kunnat, har vi skickat en enkät. I materialet förekommer tre enkätsvar. Med hjälp av fem frågor, ett A4, fick respondenten chans att besvara frågor skriftligt om Publikutveckling. På grund av enkätens utformning exkluderas de personer som saknar skrivkunskap, dock påtalades inte detta som ett

---

<sup>72</sup> Bergström, G. & Boréus, K. 2018: 264

<sup>73</sup> Wiklander, N. 2018: 9

problem. Om någon person påtalat det hade vi kunnat vidta åtgärder genom att t.ex. haft en dialog med vederbörande över telefon, videosamtal etc.

## 1.8. Etiska hänsynstaganden

### 1.8.1. Reflexivitet

Vi vet att vår forskarroll speglar av sig på vår forskning. Det är omöjligt att undvika. Vi kommer båda från en kulturvetenskaplig bakgrund med olika inriktningar av genusvetenskap och kulturanalys som skapar heterogena ingångar till studieobjektet. Att då helt blunda för denna förkunskap och inte besitta några fördomar kring begreppet publikutveckling innan allt material var insamlat, *var* och *är* omöjligt. Dock är till vår fördel att ämnet inte är av den karaktär att någon av oss har en personlig anknytning. Det gör att det är enklare för oss att bibehålla en distans till vår forskning samt en professionalitet. Vi väljer att presentera vår egen roll och dess inverkan på materialet med transparens samt redovisa vår akademiska positionering eftersom vi eftersom vi inte delar en uppfattning av en objektiv sanning eller en allseendeposition.<sup>74</sup> Vi är väl medvetna om att vi färgat denna forskning i svaga nyanser av Linn och Julia, däremot har vi aktivt arbetat för att i största mån motverka det.

### 1.8.2. Forskaretiska principer

Ny vetenskap skapas i samspel mellan forskare och informant. Det är därför av stor vikt att det råder en tydlig överenskommelse de sinsemellan. Vi har försökt nå en rimlig balans gentemot oss som forskare och för våra informanter genom att utgå ifrån Vetenskapsrådets forskningsetik inom humanistisk- och samhällsvetenskaplig forskning från 2017. De hänvisar till fyra övergripande mål som vi valt att fokusera på:

*Informationskravet*, att vi som forskare informerar om forskningens syfte och vad deras medverkan fyller för funktion till arbetet.<sup>75</sup> Detta för att informanten kan avväga huruvida de vill delta eller inte *innan* intervjun fullföljts. Information om vårt forskningssyfte lämnades redan vid första mailkontakt med respektive informant, något som vi upprepat innan

---

<sup>74</sup> Eskilsson, L. & Kalman, H. (red.), "Att baka en katedral: genusperspektiv i avhandlingsskrivande" i *Kvinnovetenskapligt forum*. Umeå: Umeå universitet, 2007: 21

<sup>75</sup> Vetenskapsrådet. *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. 2017: 7



intervjustart för att undvika missförstånd.

*Samtyckeskravet* innebär att respondenten själv bestämmer huruvida hen vill delta eller ej.<sup>76</sup> Vi har inte tvingat någon att delta i vår studie och de som velat ta del av forskningen efteråt har fått det.

*Konfidentialitetskravet* betyder att vi som forskare tar etiskt hänsyn till känslig information och uppgifter.<sup>77</sup> Vi förvarar denna information oåtkomlig för utomstående. De personer som är identifierbara har vi försökt avkoda i den mån det går. Dock är forskningsämnet inte av känslig karaktär att någon informant efter intervju bör påverkas till följd av dess intervjusvar. Alla informanter är anonyma och vi refererar till dem med egenskap av könsneutralt kodade namn.

*Nyttjandekravet*, att insamlat material endast används till denna forskning och inte brukas till icke-vetenskapliga syften.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> Vetenskapsrådet. 2017: 9

<sup>77</sup> Vetenskapsrådet. 2017: 12

<sup>78</sup> Vetenskapsrådet. 2017: 14

## 2. RESULTAT

I detta avsnitt presenteras studiens resultat i rubriker uppdelade efter forskningens frågeställningar för att läsaren enkelt ska kunna navigera i materialet. Eftersom studien till största del bygger på ett intervjumaterial, presenteras citat genomgående med analys. Detta val motiveras genom att forskningens frågeställningar rymmer flera svarsnivåer som studien avser att besvara. Resultat är baserat på den information som gått att utvinna ur intervju- och enkätmaterial samt antologin *Publik*. Om organisationer nämns vid namn har den pseudonym som respondenten tilldelats tagits bort. Detta för att bibehålla respondentens anonymisering. När enkätsvar förekommer angivs det kursivt i samband med citat. Om korrigerings gjorts av respondent på redan uttalade citat, skrivs detta ut likaså.

### 2.1. Presentation av kulturorganisationer

Här följer en presentation av de kulturorganisationer där våra respondenter arbetar. Respektive verksamhet som presenteras arbetar på något sätt med publikutveckling och förhåller sig till begreppet i sitt dagliga arbete.

*Förvaltningen för Kulturutveckling* är en sammanslagning av tidigare Kultur i Väst och Västarvet som etablerades 1 januari 2020. Förvaltningen ska bidra till ett rikt kulturliv inom Västra Götalandsregionen. De anordnar nätverksträffar, seminarier och fortbildning inom ämnet publikutveckling och agerar stöd i arbetsprocessen. Förvaltningen för Kulturutveckling har en särskild avdelning för publikutveckling, *RePublik*, som säger sig vara ett svenskt centrum för publikutveckling.<sup>79</sup>

*Göteborgs Konsthall* är en konsthall för samtidskonst. De vill lyfta en mångfald inom den samtida konsten och erbjuder därför en plats även för oetablerade konstnärer att synas blandat med ett internationellt konstnärskap. Det är en kommunal konsthall som grundades 1923.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> Västra Götalandsregionen. *Förvaltningen för Kulturutveckling*. 2020 & Kultur i Väst. *RePublik – centrum för publikutveckling*.

<sup>80</sup> Göteborgs Konsthall. *Om Göteborgs Konsthall*.

*Göteborgs Konstmuseum* är Sveriges tredje största konstmuseum, sett till antal verk i sin samling. De har en blandning av både äldre- och samtida konst med ett blandat ursprung. De har en vision av att samtida konst ska få utrymme att kommunicera med äldre. Museets byggnad, ritad av Bjerke och Ericsson, uppfördes 1923.<sup>81</sup>

*Göteborgs Operan* etablerades 1994 och på deras hemsida står det "Ett hus för alla - det här är Göteborgs Operan". Verksamheten finansieras och ägs av Västra Götalandsregionen och vill ge alla invånare tillgång till opera, dans och musikal. De har en bred publik samt repertoar där de blandar kända titlar med mer sällsynta.<sup>82</sup>

*Göteborgs stadsmuseum* har som vision att skapa en dialog mellan stadens historia, nutid och framtid. Museets ingår i Göteborgs kulturhistoriska avdelning inom sektorn museum och de kulturhistoriska samlingarna är en av Sveriges största liksom äldsta. Utöver verksamhetens hem i Ostindiska huset har museet två ytterligare filialer, Lilla Änggården och Hem i Haga.<sup>83</sup> Museet bildades 1993 genom sammanslagning av Göteborgs industrimuseum och Göteborgs historiska museum.<sup>84</sup>

*Röhsska museet* är ett specialmuseum för design och konsthantverk och öppnades 1961. Det är unikt av dess slag och Sveriges enda. De vill skapa mening i formens historia och samlar på historiska och samtida konstverk.<sup>85</sup>

*Stadsbiblioteket* är Göteborgs största bibliotek och grundades i dagens utformning (bortsett från ombyggnation) 1967.<sup>86</sup> Det är en av dagens mest besökta kulturinstitutioner och tillgodoser invånarnas behov av bland annat bok-, film-, musik- samt tidskriftslån. Förutom låntjänster är det en offentlig plats där alla samhällsmedborgare har rätt att vistas.<sup>87</sup>

---

<sup>81</sup> Göteborgs Konstmuseum. *Om oss*.

<sup>82</sup> Göteborgs Operan. *Om oss*.

<sup>83</sup> Göteborgs Stadsmuseum, *Om oss*.

<sup>84</sup> Nationalencyklopedin, *Göteborg Stadsmuseum*.

<sup>85</sup> Röhsska. *Om museet*.

<sup>86</sup> Nationalencyklopedin, *Dicksonska folkbiblioteket*.

<sup>87</sup> Göteborgs Stad. *Stadsbiblioteket på Götaplatsen*.

*Stadsteatern* är en av Sveriges största dramatiska teatrar. De har en vision att bredda sitt publikunderlag för att bibehålla sin roll som betydelsefull aktör inom svensk teater, både inom klassiskt samt modernt nyskrivna pjäser. De vill erbjuda invånarna i Västra Götaland högkvalitativ dramatisk teater och är Sveriges äldsta stadsteater.<sup>88</sup>

*Världskulturmuseet* öppnades 2004 och ingår i Statens museer för världskultur, Världskulturmuseerna, en statlig myndighet under Kulturdepartementet. Under samma myndighet finns även Etnografiska museet, Östasiatiska museet och Medelhavsmuseet, vilka är placerade i Stockholm. Världskulturmuseet vill vara en plats där människor upplever, utmanas och bidrar till nya insikter och perspektiv på världen. Museet är känt för sin unga publik och de lägger stor vikt vid tvärvetenskapliga perspektiv samt möten mellan olika konstarter och medieformer, för att framföra globala perspektiv på både samtiden och historien.<sup>89</sup>

*Urban Konst* är en verksamhet inom Göteborgs Konsthall som arbetar med olika samarbetsprojekt som ska främja den urbana konsten i staden. De har en vision om att genom konstuttryck förändra platser och situationer. Verksamheten startades 2015 som ett motstånd mot den nolltolerans som råder mot graffiti och klotter. De vill lyfta uttryckens kulturella värde.<sup>90</sup>

---

<sup>88</sup> Göteborgs Stadsteater. *Om oss*.

<sup>89</sup> Världskulturmuseerna. *Om museet*.

<sup>90</sup> Göteborgs Konsthall. *Urban Konst*.

## 2.2. Vad är Publikutveckling för Göteborgs offentligt finansierade kultursektor?

### 2.2.1. Respondenternas beskrivning

Under samtal med studiens respondenter har vi påträffat olika definitioner, förhållningssätt och erfarenheter till begreppet publikutveckling. Den övergripande upplevelsen är att det är ett komplext begrepp med utrymme för tolkning. Sammantaget är den generella uppfattningen att det handlar om ett vidgat deltagande, att bredda sin publik, med varierande verktyg och metoder. Komplexiteten resulterar i en bristande kunskap kring begreppets innebörd.<sup>91</sup> Det finns en osäkerhet, även som i detta fall hos den organisation som uttalar sig för att vara *Sveriges centrum för publikutveckling*, över hur begreppet ska beskrivas samt tillämpas. I vår intervju med *Förvaltningen för Kulturutveckling* beskrevs publikutveckling på följande sätt:

Publikutveckling är inte en fast uppsättning projekt och strategier utan ett sätt att reflektera över vad man gör. Därför arbetar alla kulturorganisationer med det på olika sätt. Publikutveckling är allt som fördjupar publikens engagemang, breddar publiken eller når ut till en mer blandad publik. Ytterst handlar det om vidgat deltagande - att konsten ska vara tillgänglig för alla. Så att det är brett och går inte att beskriva med en enda mening, det lyckas vi väldigt sällan med.

*(Citat är korrigerat av respondent)*

Inom Västra Götalandsregionen erbjuds verksamheter att gå på s.k. nätverksträffar och fortbildning inom publikutveckling hos RePublik. Vi upplever att de verksamheter inom Göteborgs offentligt finansierade kultursektor som närvarat vid någon av RePubliks sammanträden i större utsträckning väljer att använda ordet publikutveckling. Till skillnad från de verksamheter som av olika anledningar inte brukar ordet, som inte närvarat vid RePubliks sammankomster, besitter de en beslutsamhet samt säkerhet kring ordet. De påvisar en vana vid begreppets substans, vilket gör att vi i ibland upplever att de respondenterna bemöter våra frågor med inövade svar. Övergripande har alla som valt att delta i vår studie någon form av relation till begreppet, även om deras definitioner samt uppfattningar skiljer sig från varandra.

Publikutveckling handlar dels om att lära känna den publiken som vi redan har, vad har de för förväntningar innan de kommer hit, vad upplever de när de är här, vad har de för olika behov när de är hos oss, hur tar de till sig vårt utbud mm. Sen handlar det om uppsökande verksamhet, att hitta grupper i samhället som inte automatiskt hittar hit. Detta är en ständig process som alltid måste vara i framkant av verksamheten och aktuell i alla delar av verksamheten (Robin, *enkätsvar*).

---

<sup>91</sup> Lagneryd, L. & Thornqvist, J. 2015: 2

Eftersom att vi jobbar i en gemensamt finansierad kulturverksamhet är det viktigt att försöka spegla en så bred publik som möjligt (...) Publikutveckling börjar i själva programmeringen. Varför tar vi in vissa produktioner, för vem tar vi in produktionen? Operativt kan det handla om allt från att paketera (marknadsföra) produktioner för att tilltala tänkt målgrupp, till att försöka nå ut till grupper vi normalt sett inte tror att vi når (Jordan, *enkätsvar*).

~

För mig handlar det om målgruppssegmentering. Men också, skulle jag säga då, i vidare begrepp så kanske det handlar om hur man då utifrån målgruppssegmentering kan öka en viss publikgrupp eller göra saker bättre för den befintliga gruppen, eller addera en grupp. I publikutveckling sätter man förhoppningsvis upp vissa mål som man vill uppnå och använder då kanske, målgruppssegmentering, som ett verktyg för att nå dit (Nour).

~

Jag som sitter ännu mer åt sälj, tänker väldigt mycket att, det är ju rätt budskap till målgrupp och rätt person, rätt kund. Så vi pratar om rätt saker. För här finns något att attrahera alla egentligen (Billie).

Publikutveckling är en stor uppgift med många ingångar vilket påverkar respondenternas beskrivning och förhållningssätt till arbetet.

Vad publikutveckling är för någonting, så är ju det ett väldigt brett och luddigt begrepp. Egentligen. Som är alltifrån att identifiera målgrupper, sälja till de, kommunicera med de, till att fördjupa samarbetet med de. Att skapa vidgat deltagande med dem. Alltså att tillgängliggöra teatern i en bred bemärkelse för alla.

*Brett* och *luddigt* är två adjektiv som återkommer bland respondenterna. Inte bara i form av intervjusvar, utan även i mailkontakt. Vår analys blir därmed att det finns en förförståelse till vår forskning som gör att den inte behöver motiveras. Tyder det på önskan efter tydligare definition av begreppet, vilket i sin tur skulle producera en specificering av de arbetsuppgifter som publikutveckling innefattar, oavsett storlek på organisation? Kan ytterligare en faktor till ordets tvetydighet ligga i begreppets odefinierade arbetsuppgifter, vilket därmed orsakar skillnader mellan olika organisationer baserat på faktorer som t.ex. dess storlek, ledning och politiska uppdrag.

Jag tror att olika institutioner jobbar lite olika med publikutveckling (...) Ju större organisation desto mer specialroller har man. Mindre ställen, organisationer, där får var och en jobba med bredare arbetsuppgifter. Kanske har med det att göra. Jag vet inte. För att jag menar i min roll så ingår både sälja, marknadsföra, kommunicera, tillgängliggöra, aktiviteter (Kim).

Jag tror att det har och göra med hur ledningen på företagen jobbar, vad de inspireras av, hur de jobbar och vilka ord och uttryck man använder. För att publikutveckling. Ja, alla vill ha publikutveckling, men exakt vad, måste landa i varje respektive företag (Michelle).

### 2.2.2. Skillnader i respondenters beskrivningar

I intervjumaterial går det att utvinna skillnader mellan respondenternas beskrivningar av publikutveckling. Det kan vara att organisationen inte identifierar sig med ordet *publik* i publikutveckling och därmed inte använder ordet:

Jag tror att för vår del är det enklare att prata om kunden på något sätt. Kunden, gästen, besökare. Vi har alla tre och de är samma person. Och vi har alla tre i huset. Och det är på något sätt lättare att ta på, lättare att komma i relation till. Publikutveckling blir ytterligare ett nytt begrepp som kräver någon typ av etablerad form och hur ska vi diskutera, och skulle det vara ett nytt forum eller hur skulle det vara. Vi har redan våra kunder, eller besökare, här och det är de vi pratar till hela tiden. Och alltid har gjort. Det tror jag är anledningen faktiskt. Att det har kommit som utifrån och då vad ska vi, vi gör ju redan det, faktiskt. Det svårt att mynta ett nytt begrepp liksom (Billie).

~

Vi pratar inte publikutveckling, det gör vi inte (...) Jag tror aldrig man har pratat publik på bibliotek, där har det gått från låntagare till användare istället liksom.

~

Nej, det gör vi sällan. Framst dyker det upp i samband med (andras) publikationer eller fortbildningar- Vi använder traditionella ord som ”pedagogik”, ”program” samt ”utveckling” inom dessa områden. Utveckling inkluderar min/vår tolkning av begreppet publikutveckling (Tintin, *enkätsvar*).

En annan faktor är att organisationen inte besitter publikutveckling i verksamhetens vokabulär:

Vi jobbar med publikutveckling hela tiden, men kanske inte under just begreppet publikutveckling (Nour).

~

Nej man bara gör (...) När de beskriver hur de arbetar publikcenterat använder de inte begreppet publikutveckling medan andra använder det mer medvetet. Så det ser olika ut hur man använder eller inte använder begreppet för att beskriva vad man gör (Mika, *citrat är korrigerat av respondent*).

Ett ytterligare skäl är att verksamheter anser att begreppet är odefinierat, vilket gör att det är svårt att bemästra i arbetet:

Jag tror att det, det som användaren måste börja förklara är, vad människor vill med publikutveckling. Vad som projiceras idéer. Det är ett samhälle, det finns många som undrar om ord, dess betydelse. Tänker senaste tio åren, nu är det 2020, kanske för, man är gammal och har sett många trender. För sex år sedan hade det trendat i kommun med intersektion och intersektionalitet, alla skulle vara intersektionella. För det första visste ingen vad det är. Men det hela tiden, det finns olika begrepp som trender. Man måste hela tiden förklara vad man själv menar (Eliott).

~

Det är teoretiskt begrepp och som har massor laddningar med massa tankar kring sig. Men det faktum är när man jobbar i en verksamhet, då är de begreppen helt irrelevanta (Amal).

Begreppets tvetydiga mening återkommer och förenar studiens informanter. Dock skiljer skälen till *varför* sig åt. Enligt vår analys bygger presenterade tolkningar av begreppet publikutveckling delvis på människans habitus. Utifrån levda erfarenheter bestäms hur individer värderar och konstruerar publikutveckling. Påverkande faktorer kan t.ex. vara klass, kön, etnicitet och utbildning. Människor som delar habitus tenderar till att ha liknande praktiker, något vår studie påvisat.<sup>92</sup> Den språkliga förståelsen av begreppet förankras sedan i dess konstruktion som dessutom formar handling av publikutveckling. Likt vi redovisat blir publikutveckling, som begrepp, inte alltid användbart hos alla de verksamheter vi besökt. Däremot tillämpas och genomsyras det publika perspektivet i alla organisationer. “Det bara *görs*.” Våra informanter bekräftar att det inte existerar vedertagen konsensus i begreppet publikutveckling. Egil Bjørnsen har påträffat samma resultat i sin forskning och anger att det är en av anledningarna till varför publikutveckling inte fungerar i praktiken. Nyckeln till ett fungerande publikutvecklingsarbete är enighet kring ordets definition.<sup>93</sup>

Att använda begreppet eller inte använda begreppet handlar bara om att försäkra sig om de människorna man sitter och pratar med förstår det på samma sätt. Vare sig man väljer att använda begreppet eller inte (Amal).

~

Alla vill ha mer publik, och alla vill bredda sin publik. Är det så akademisk, är det så teoretiskt, eller kan det bli mer praktiskt genom att prata på ett annat sätt kanske? Här känns det som att man krånglar till det lite grann, vi gör det lite för högt upp, utan att komma ner i, in i organisationerna, som jobbar med det varje dag (Billie).

---

<sup>92</sup> Gunnarsson Payne, J. & Öhlander, M. 2017: 135

<sup>93</sup> Bjørnsen, E. 2014: 2



Endast genom en gemensam definition kan kultursektorn arbeta homogent kring frågan. Arbetets uppgifter blir därmed självklara, vilket förenklar fördelningen av resurser. Något som flera av respondenterna återberättat, att de har en hög arbetsbelastning pga. arbetets otydliga direktiv och höga förväntan. Faktorn av *varifrån* begreppet initierats påverkar huruvida verksamheten väljer att använda begreppet eller inte, något vi kommer att diskutera vidare under rubriken *Maktrelationer i begreppet publikutveckling*.

## 2.3. Hur görs Publikutveckling inom Göteborgs offentligt finansierade kultursektor?

### 2.3.1. Användning av Publikutveckling i praktiken

Eftersom det finns en skillnad mellan den kulturpolitiska diskursen och praktisk tillämpning av begreppet ute i verksamheterna, skapas olika förhållningssätt för publikutveckling när det kommer till strategi och praktik.<sup>94</sup>

Vi försöker rikta vår kommunikation rätt, och då är det viktigt att hålla reda på ungefär vem det är som besöker oss. Samtidigt då som vi försöker hitta vägar att nå de här kunderna, stegvis, som inte är här (Michelle).

~

Alltså vi försöker tänka, vi jobbar ju inte, vi gör inte den uppdelningen, men däremot kan vi titta på vilka besökare som kommer hit och inte kommer hit. Och att vi ser vissa målgrupper behöver ett annat typ av utvecklingsarbete för att nås. Exempel att bara ha persiska visningar så har vi haft en person, som varit anställd i ett år för att jobba mot den språkgruppen med lokala organisationer, med kommunikation, med att förankra sitt arbete med målgruppen för att sen dra igång visningar på persiska, t.ex. så vi ser ju att det är inte en målgrupp som nödvändigtvis hittar hit själva eller känner som sagt "det här är en plats för de". Men genom ett fördjupat arbete så når man ut och då kan man absolut se att den målgruppen finner utställningar som känns, eller program, eller vad det nu må vara i diskussionen, som känns aktuella (Amal).

~

Hur man rör sig i rummet och hur man jobbar, när man är i diskarna kontra när man rör sig i rummet, exponering är jätteviktig. Sen har vi ju ett jätte, jättestort, både för barn och vuxna, programutbud med olika aktiviteter och handledningar och språkcaféer och ja, läs- och bokcirklar och så för olika. Så vi jobbar ju jättemycket med, eller vi jobbar ju med publik hela tiden.

Vem, var och hur begreppet brukas, tillika ett publikt arbetssätt, inom verksamheten påverkar vilka satsningar som görs och vilken effekt de ger. *Vem* vi har diskuterat publikutveckling med

---

<sup>94</sup> Lindelof, A. 2015: 201

inom varje verksamhet påverkar vilka svar som förekommer eftersom individer navigerar i världen utefter tidigare erfarenheter och inte en fastlåst kultur.<sup>95</sup> Övergripande beror det på faktorer likt olika bakgrund, alltifrån utbildning och titel, till arbetsuppgifter samt positionering i verksamheten. Hur stor organisationen är i fråga spelar en viktig roll, eftersom det i sin tur påverkar hur väl insatt och informerad varje respondent är samt kan vara gällande arbetet med publikutveckling i hela verksamhet.

Vi vill återigen belysa att vi i flera fall hänvisats till utvald personal, vars kompetens inom vårt forskningsämne upplevts relevant bland organisationens chefer och övrig personal. Det här gäller främst i de fall då roller som *Publikutvecklare* och döpta avdelningar av *Publika Möten* inte existerat inom verksamheten.

### 2.3.2. Var Publikutveckling är förankrat i verksamheten

Det finns en märkbar skillnad i intervjusvar beroende på om respondenten arbetar nära kommunikation och marknadsföring än innehåll och programverksamhet. Respondenter inom de organisationerna med färre anställda hänvisar till att *alla* i deras organisation arbetar och är insatta i det publika arbetet. Inom de verksamheterna med bredare personalstyrka efterfrågar informanter däremot att det publika perspektivet ska implementeras ytterligare genom större samverkan i frågan.

Det här med förankringen i hela den övriga verksamheten, svarar jag kanske då att, ja, vi kan nog bli lite bättre därför att det är ju såhär att den repertoar man väljer ska också gå hand i hand med publiken. Så att där behöver man samarbeta tycker jag tidigt, för att någon också ska vara med och bevaka det publika perspektivet (...) en viktig strategisk fråga, det är "var är publikutveckling placerad i organisationen?". Är den placerad på marknadsavdelningen kan det bli mer försäljningsfokus, är den placerad vägg i vägg med konstnärliga ledaren, så blir uppgifterna kanske lite annorlunda. Fokus blir lite annorlunda (Kim).

Beroende på var publikt perspektiv och arbetssätt är förankrat i verksamheten desto mer skiljs inriktning åt i de satsningar som görs. En informant framförde att "publikutveckling kan sträcka sig från försäljning till tillgängliggörande" och av olika förklarliga skäl, likt tid och resurser, måste prioriteringar utföras inom det område som berör publikutveckling.

---

<sup>95</sup> Hastrup, K. 2010:163

Vi jobbar mycket med undersökningar och mäter statistisk och sådär. Vi är väl de som vet lite mer om publiken utifrån, vad ska man säga, ett större perspektiv. Sen de som jobbar här som pedagoger eller vad de är, de träffar ju verkligen publiken. De känner publiken på ett djupare plan kanske. Men vi ser mer trender och vi ser mer var de kommer ifrån, vilka intressen de har och vi kan mäta vilka attityder de har till museerna. Hur de rankar museerna och vad skulle få de att besöka oss (Nour).

Alla de verksamheter vi besökt har tolkat publikutveckling som en del av ett långsiktigt arbete. Drygt hälften av de respondenter vi intervjuat har en uttalad roll inom verksamhetens marknadsföring och kommunikation. Ett flertal analyserar kontinuerligt sin publik samtidigt som de sker en dialog med besökarna. Det talas öppet och säkert om en riktad kommunikation, att rätt information ska nå till rätt person. En stående utmaning med publikutveckling upplevs vara målgruppsanalysen. Både pga. att de ska nå *alla* men även tekniskt i de verktyg de använder sig av. Verksamheterna samlar data över sin publik, dock saknas metoder och resurser för *hur* den ska behandlas. Målgruppsanalys är ett strategiskt arbete som segmenterar publik baserat på olika egenskaper.<sup>96</sup> Målet med sin analys, vad verksamheten vill veta om sin publik, styr vilken information som prioriteras.

Vi saknar analys. Vi inser att vi behöver samla på oss data, men vi måste ju kunna analysera den, för att kunna använda den på rätt sätt. Och det är där vi just nu pågår i en jättestor apparat för få det här på plats. Få rätt verktyg, få en organisation som funkar och kunna jobba med det (Billie).

~

Vi jobbar regelbundet med publikundersökningar men också med riktad uppsökande verksamhet för att fånga in grupper som normalt sett inte hittar till oss. I alla projekt som vi startar upp inom myndigheten så är en eller flera medarbetare från Publika möten med i projektgruppen för att hålla koll på just besökarperspektivet, så det inte tappas bort, annars väldigt lätt att vi gör saker med ett internt perspektiv (Robin, *enkätsvar*).

~

Varje utställningsval är också ett val publikmässigt och varje ämne har sina intresserade grupper, här har vi jobbat lite grann med just målgruppssegmentering (...) det är lätt att se folks åldrar, kön eller vad det nu är, men det säger ju inte så mycket egentligen. Och det är kanske samma om vi vill nå folk i ytterområden, som kanske man har, alla som bor i Bergsjön, de har ju lika olika syn på vad som är intressant och inte, som folk som bor i Lorensberg. Så culture segments är intressant för att det går på andra faktorer än demografi (Nour).

---

<sup>96</sup> Ivarsson, S R. 2015: 19

*Var* begreppet brukas och främst *var* förankring och utvecklingsprocesser av det publika arbetet sker, kan liksom vi påvisat handla om *var* i verksamheten det är implementerat och vilka arbetsroller som bär huvudansvaret. Likväl handlar förutsättningarna för publikutveckling även om *var* kulturen befinner sig och i vilka miljöer den verkar, inom vilka *rum* som mötet mellan verksamhet och publik förverkligas.

### 2.3.3. Rummets betydelse

All kulturverksamhet bedrivs i "*rummet*", liksom många respondenter benämner de fysiska eller virtuella miljöer som organisationerna befinner sig i. Rummet syftar på många av de utrymmen, forum och platser där kulturupplevelser äger rum. Dessa miljöer har flera skepnader, de kan vara formella eller informella, tillfälliga eller permanenta, offentliga eller privata och fysiska eller virtuella. Rummet kan ses liksom en sorts mötesplats mellan kulturutövare och publik, för att utbyta tankar och skapa mening tillsammans under en begränsad tid.<sup>97</sup>

Rummet är en viktig del av kulturdeltagandet, då dess miljö påverkar både själva kulturen och publikens respons.<sup>98</sup> Ett flertal informanter har framfört att deras rum bär på starkt befästa fördomar och förväntningar från allmänheten. Att *vem* likaså *hur* de rör sig i dessa rum spelar stor roll för deltagandet. Dessa uppfattningar bottenar ofta i varumärkesassociationer som är knutna till institutioner med lång historia. De människor som upplever att de inte tillhör den *primära* publiken fångar där av inte upp utveckling och framsteg som sker inom de olika verksamheterna. För att ett kulturutbud ska upplevas som relevant handlar det inte bara om vilka historier som presenteras eller om vilka verk som framförs, utan om de fördomar om rummet, programmet och den sociala inramningen.<sup>99</sup>

Samtidskonst-arenorna, de bär redan från början på vassa trösklar. Att man känner att det kan vara ett svårt medium att ta till sig, att man inte förstår det, att den är typen utav rum i sig är exkluderande. Att den talar i en initierad målgrupp mer än vad den talar till en ovan besökare. Så jag upplever att vi har utmaningar redan från början, som man måste bryta ner och dekonstruera, för att kunna konstruera och rikta sig till andra målgrupper, än de som är precis bara den innersta kärnan (Amal).

---

<sup>97</sup> Brown, A. "Hela världen är en scen" i *Publik. En antologi om konst, kultur och utveckling*. Göteborg: Kultur i Väst. 2018: 42

<sup>98</sup> Brown, A. 2018: 61

<sup>99</sup> Handeland E., I. "Publikutveckling i Norge" i *Publik. En antologi om konst, kultur och utveckling*. Göteborg: Kultur i Väst. 2018: 131

~

Vi har en del fördomar att jobba med, det är fortfarande så. (...) men också på ett eller annat vis locka hit de för ett första besök, för att se, du behöver inte ha en galaklänning eller behöver inte ha den fetaste plånboken (Billie).

~

Det är alltid en utmaning för oss som sitter i de här gamla husen. På gott och ont, det är fantastiska byggnader. Men de är svåra på många sätt (...) alla är inte vana att gå till sådana här institutioner och där tror jag också just att programverksamheten har stora möjligheter (Nour).

~

Bibliotek ser så olika ut på olika håll i världen så bara det att komma till ett folkbibliotek i Sverige där man faktiskt får låna, alltså dels är det låga trösklar och man får använda sig av precis allting som finns helt gratis på samma villkor som alla andra. Det är ganska stort, för oss är det ju inte det, för det är ju självklart.

*Låga, höga och vassa trösklar*, ja, de här trösklarna i olika skepnader har flera av verksamheterna yttrat sig om. Ordet *tröskel* i sammanhanget menas bildligt samt bokstavligt talat om hur enkelt det är för publiken att ta steget in i verksamheten, ett tillgängliggörande av rummet och kulturen närmare bestämt. Hur rummet ter sig formar sin publik. Vem som fysiskt *kan* ta sig över tröskeln beror även på aspekter såsom rummets utformning. Det kan vara faktorer av trappor istället för hiss eller ramp, ljussättning, nivåskillnader, ledstång, syntolkning, hörselteknik etc. Bland våra informanter lyftes Stadsmuseets arbete med tillgänglighet, *Funktek*. Ett arbete som gör museet demokratiskt. Nämnvärt att tillägga är också att det görs i ett av Göteborgs äldsta hus, Ostindiska huset.<sup>100</sup>

Stadsmuseet har ju jobbat extremt mycket med tillgänglighet, i ett projekt som de kallar *funktek*, tillgänglighet har väldigt många olika ingångar, men de är väldigt långt fram med det (...) Sen har vi anpassat en del här på Röhsska när vi har byggt om. Det finns fortfarande mer att göra. Just tillgänglighetsaspekterna. Vi har byggt en hiss in från gatan, det fanns ju inte förut, så nu kan du komma med rullstol och barnvagn och ta hissen upp, rakt in här i entrén.

Stadsbiblioteket upplever t.ex. att deras verksamhet, likväl övriga folkbibliotek i staden, har låga trösklar in. Deras rum har en bred publik som besitter ett självförtroende kring hur de rör sig i rummet.

Man började prata om användarperspektiv, att man gick utanför sig själv, att man försökte ta användarnas perspektiv. Jag tror att det kanske var då 80–90-talet någon

---

<sup>100</sup> Göteborgs Stadsmuseum. *Funktek*.

gång. För innan dess så var det ju på våra villkor. De var liksom *vi* som hanterade dom här samlingarna och *vi* visste var allting var någonstans och *vi* ville inte gärna utbilda våra användare så att dom själva kunde gå och ta. Utan det var *jag* som skulle plocka med denna till dig och så.

Efter observationer i fält gör vi analysen att Stadsbiblioteket är ett offentligt vardagsrum i Göteborg, med bredd i deltagandet och där låga trösklar är ett faktum. Respondenter från Stadsbiblioteket hänvisar till att arbetet för att nå medborgare genom det publika perspektivet har fortlöpt sedan slutet på förra seklet och att det i dagsläget genomsyrar verksamheten i alla led. Vi upplever att de i hög grad tillförlitar sig på sin publik och deras förutsättningar, att det finns ett ömsesidigt förtroende mellan verksamhet och publik. Dock kan den typ av förhållningssätt och överenskommelse sättas på spel i ett företagsklimat där organisation upplever sin publik som existensberättigande för sin egen verksamhet, och inte tvärtom. Ur ett demokratisk perspektiv upplever vi att publiken, vars skattepengar i viss mån finansierar kulturorganisationerna, ska få möjlighet att känna en inkludering samt en självklarhet i kulturens rum, vilket yrkar för ett offentligt arbete. Hur skapar de olika verksamheterna en relevans för sin publik att få röra sig, verka, delta och uppleva inom dessa rum?

#### 2.3.4. *Utanför och innanför* verksamhetens väggar

Rummen där kulturen verkar inom främjar olika typer av möten mellan publik och verksamhet. De är och kommer förbli viktiga platser för allmänheten att ta del av kultur. Däremot så visar intervjuer att flera verksamheter söker sig utanför sina egna lokaler, att de arbetar med *Outreach*, genom inkluderingsprojekt för att försöka nå de besökare som av olika skäl inte tar sig till verksamhetens lokaler. Kawashima beskriver denna metod av publikutveckling som socialpolitisk. Politiken använder konstnärliga resurser för att uppfylla en politisk agenda av demokrati.<sup>101</sup> Alla påtalade verksamheter arbetar på detta sätt. Genom att analysera sin publik har de lokaliserat vilka segment som inte kommer till verksamhet för att istället förflytta sin organisation ut ur lokaler till vederbörande. Vi har fått exempel på alltifrån bokbussar, mobilt museum, språkcafé, radioprogram, bygdegårdsföreställningar m.fl. och i en stad där många är cykelburna, så är även kulturen det.

Sen har vi pop-up verksamhet, där vi har konstpedagoger som cyklar, har en mobil verkstad kan man säga, som åker runt till platser där barn och unga befinner sig. Så det kan vara allt ifrån kulturhus till badplatser, till torg. Framförallt på vår, sommar,

---

<sup>101</sup> Kawashima, N. 2006: 57

tidig höst (...) sen så jobbar vi också i längre fördjupade konstpedagogiska samarbeten, t.ex. så har vi ett längre samarbete med Lövgårdesskolan i norra Angered. Där har vi gjort flera olika konstpedagogiska projekt för att bygga på en fördjupad relation. Man ser att man behöver jobba mycket mer koncentrerat med, framförallt på de platser där vi ser att de inte kommer till konsthallen själva (Amal).

~

Strategier för att skapa nya relationer. Försöka skapa relationer med andra målgrupper än de som kanske kommer på grund av intresse. Utan närhetsprincip. Om man kollar på olika statistik och analyser, ser man ofta närhetsprincip som det styrande (Elliott).

~

Vi har som exempel det som förut kallades för "Internationella kören", som är en kör för alla, från olika länder och språk och alltihopa. Det är ett steg in. Där man har sången som gemensamt intresse, sen tar man det in i verksamheten. Vi har babydansen. Massa av de bitarna. Men även tänker jag att vi jobbar mycket mot skolor. Har specifika skolföreställningar, men bjuder även in skolor från olika orter i Västra Götalandsregionen (...) Det handlar lite om att visa att, "så här ser det ut", "här finns vi" (Michelle).

En av studiens intervjufrågor sökte svar på goda exempel med publikutveckling. Svaren vi fick behandlade främst *Outreach*-initiativ. Respondenterna har alltså själva fått välja vilka projekt de vill redovisa för oss. Det blev påfallande att diskussionen angående uppsökande verksamhet hänvisades till projekt initierade utanför Göteborgs stadskärna. Respondenterna själva använder begrepp såsom *ytterområden*, *miljonprojekt* och *miljonprogram* synonymt för Angered, Bergsjön och Biskopsgården.

Ur ett demokratiskt perspektiv ska alla ha tillgång till kultur. Och då måste man ibland öppna dörrar, bjuda in, åka till dem. Vi har i flera år haft ett samarbete med Östra stadsdelarna, där vi bjuder in organisationer och föreningar osv hit. Och de går på våra förhandsvisningar och vi har haft en del samtal och rundvandringar i huset. Bara ett exempel har en ganska vital konstförening i Bergsjön och då har jag skapat möten med folk på vår dekoravdelning. Alltså den typen av aktiviteter (...) att man också måste hjälpa till så att folk hittar till oss, att folk känner sig välkomna och allting sånt (Kim).

Det blev påtagligt för oss, utifrån vår analys av de svar vi fått, att när det diskuteras projekt i uppsökande verksamhet samt prioriterade grupper är det synonymt med dessa platser. Vi upplever att prioriterade grupper dikotomiseras mot verksamhetens *primära* målgrupp, "den innersta kärnan". När kultur inte tilltalar individ, eller att det anses obefogat, är det inte publikens eller politikens ansvar, utan kulturlivets.<sup>102</sup> Det finns en dynamik i kommunikationen

---

<sup>102</sup> Klie, A. & Rawn, S. "Deltagande är vägen till relevans" i *Publik. En antologi om konst, kultur och utveckling*. Göteborg: Kultur i Väst. 2018: 70

mellan verksamhet och den publik som väljer att inte närvara på kulturens arena och villkor. En del vill hävda att det är dömt att misslyckas eftersom rummets utformning ger upphov till känslor av att vara bortkommen, redan innan besök.<sup>103</sup> Arbetet för att nå denna publik är därmed komplext och kräver tydliga direktiv av *vad* publikutveckling är.

Men jag tror att vi når de flesta grupperna, men sen inte alla. Och det kommer vi väl aldrig att göra heller och ibland så kan man fundera på hur mycket ska vi lägga ner i tid och resurser på att nå en grupp som vi vet är svåra att nå. Men sen kan det vara en grupp som är svåra att nå som vi når, så blir dom ett problem för oss. Som ungdomar t.ex., många bibliotek vill nå alla ungdomar, man hade dom här tunnelbanebiblioteken i Stockholm och så invaderade ungdomarna, då blir det ett problem liksom.

~

Ibland finns det inom kultur en förväntan på att folk ska vara så sugna på att vara medskapande och delaktiga, men ofta kanske man märker att de bara vill komma hit och få en upplevelse. De har annat att göra på sin obetalda tid (Nour).

I verksamheternas arbete med målgruppsanalys återfinns övriga metoder av publikutveckling som Kawashima redogör för, Taste Cultivation och Audience Education, vilka innefattar redan befintlig publik. Hur bibehåller verksamheten sin existerande publik i den dynamiska process som publikutveckling är? Kawashima diskuterar en process av *Audience Education*, vilket kan vara när en verksamhet engagerar sin publik och vill berika konstupplevelsen genom t.ex. studiebesök eller ett djupdyk i någon studie rörande konstupplevelsen. Det för att försöka se vad *mer* som kan locka. Denna typ av publikarbete arbetar samtliga verksamheter som vi mött med. Flera av museiverksamheterna har s.k. kulturverkstäder där t.ex. workshop i samband med visning hålls. Muséerna tillgodoser även separatistiska visningar baserat på nationalitet, ålder, intresse etc.

Stadsmuseet jobbar mycket mer samtida med sin programläggning och det är mycket frågor om HBTQ, och de jobbar mer med den typen av frågor, med just demokratibegreppet och sådär, medan det tidigare har varit mer traditionell historia. Det har också varit väldigt populärt tidigare, så vissa av de här äldre, de har då en väldigt gammal publik, har blivit lite besvikna och så är det också när man gör strategiska val. Men om det handlar om att bygga museets varumärke och tänka var vi är i samtiden, lyfta sådana frågor och också då attrahera andra målgrupper, då är det viktigt (Nour).

Genom att analysera hur verksamheterna bibehåller redan existerande publik samtidigt som de

---

<sup>103</sup> Brown, A. 2018: 44



vill nå en ny, kan friktion urskiljas. Arbetet med publikutveckling under dessa premisser bidrar både till att konstruera rum, publik och begrepp. Ett maktutövande där varje verksamhet formar sin kultur utifrån sitt uppdrag. Det finns en Göteborgs kultursektor-diskurs. Den innehåller en rad institutioner, aktörer och individer som ramar in diskursen och skapar handlingsutrymmen som i sin tur bestämmer subjektets möjligheter. Vad *får* sägas och vad *får inte* sägas.<sup>104</sup> I diskursen återfinns den kulturpolitik som präglade Sverige det senaste seklet, där delaktighetsmålet ingår.

## 2.4. Maktrelationer i begreppet Publikutveckling

I inramningen av påtalad diskurs spelar delaktighetsmålet en viktig roll och gör att publikutveckling, trots dess missvisande karaktär, brukas inom Göteborgs Kultursektor. Det anses idag att begreppet tillgodoser flera av de krav som kulturpolitiken ställer på dess verksamheter. En organisation som idag jobbar inom den offentliga kultursektorn måste arbeta för att nå ut till en bredare publik, vidga deltagandet. I den kontexten blir publikutveckling ett verktyg för att hjälpa och tillgodose arbetsmarknadens uppgift gentemot kommun och region. Dock är publikutveckling en *tolkning* av delaktighetsmålet.

De måste tolkas, och det kommer du se från verksamhet till verksamhet, det finns olika tolkningar och strategier. Sen det här kulturprogrammet formats till dokumentet, men det är inte bindande, det är inte så det är. Ingen form av ska-krav, det är en kompass för verksamheterna (...) Men jag tror att det ligger konflikt och friktion, oftast i tolkningen (Elliott).

~

Museerna finns ju till för alla i grunden och vill att alla ska ha anledning att besöka oss, men sen ser ju verkligheten lite mer komplicerad ut (Nour).

~

Alltså om man tänker med, att biblioteket har ett demokratiskt uppdrag att vi ska minska t.ex. de digitala klyftorna, att man kan komma hit och få handledning i, ja, men "hur gör jag när jag ska få ut det här pappret från Försäkringskassan, det är jätteviktigt för mig och som kan påverka mitt liv i jättehög utsträckning, jag får inte hjälp någon annanstans liksom". Så det görs ganska mycket, eller det görs jättemycket.

Jag måste nog säga såhär att det måste ju vara genomfört på ett eller annat sätt, för det är kravet som vi har på oss. Vi får bidrag för att genomföra vår verksamhet, och vi ska svara upp på de här kraven sen för att visa att vi gör rätt för oss. Det är ju skattebetalarnas pengar, så att det är ganska tydliga mål vad vi måste åstadkomma. Sen kan man snacka om vad som är möjligt och vad är inte möjligt, vi kan inte nå varenda person i hela Göteborg, det är en omöjlighet, men genom att göra vissa valda

---

<sup>104</sup> Bergström, G. & Boréus, K. 2017: 362

aktiviteter eller vissa valda föreställningar eller så, så när vi ju så brett som vi kan (Billie).

Publikutveckling är ett begrepp som arbetats fram, genom tolkning av politiska krav, och övertygats vara användbart, enligt vår analys. Olika aktörer som positioneras inom diskursen har det som Foucault skulle kallat för etablerad kunskap, vilket tilldelar dem en form av makt som tar sig uttryck i brukandet av ordet. Trots att publikutveckling kan misstas för kultivering av människan, i en politik som vill nå *alla*, så tilldelar sig vissa personer som vi intervjuat inom kultursektorn en hegemonisk roll då de ändå anser att ordet *ska* brukas. Personerna i fråga innehar ett symboliskt kapital som positionerar dem inom det sociala rummet, vilket består av hierarkiska fält. Tillgångarna översätt samt värderas, och uttrycks genom makt.<sup>105</sup>

Jag tycker egentligen att ordet är lite olyckligt eftersom det som jag ser det inte handlar om att utveckla publiken utan snarare oss själva och vår verksamhet i förhållande till publiken, och framför allt att knyta ny publik till oss arbeta för att behålla den publik vi redan har (Tintin).

~

Liksom vem ska utveckla vem? Och ska vi utveckla dom, eller är det de som ska utveckla oss? Det kan man ju fråga sig. Är det vad vi ska presentera för publiken eller är det som mer samtida, att publiken ska vara lite medskapare och vi ska lära oss ifrån, ja, det är väl en växelverkan hela tiden. Vi försöker ju.. Och det är ju också en del av publikutvecklingsbegreppet, just det här att lära sig av sin publik, helt enkelt (Nour).

Analysen blir att desto närmare tjänstepersonens arbete är politiken, allt mer tolkningsföreträde tilldelas. Uppdraget är att tolka de styrdokument som initierats och arbetsplatserna väljer själva huruvida de väljer att använda utvalda begrepp eller inte oavsett om de samtycker med dess utformning. Det är en del av arbetet som tjänstepersonen i den offentliga sektorn. Över tjänstepersoner sitter beslutsfattare och trots att aktörer ute i verksamheten upplever en frustration över att det är de som besitter kunskap, är det svårt att påverka. Här kommer principen av en armlängds avstånd in. Staten ska stödja kulturen men inte inverka på *den*.<sup>106</sup> Publikutveckling är ett exempel på när politiken internaliserar kulturen, de ser en lösning på delaktighetsmålet från Europakonventionen genom publikutveckling.

Personligen, är här som tjänsteman, men min personliga, min åsikt, är att det är en felbedömning. Man försöker liksom åstadkomma en politisk målsättning genom publikutveckling, så man gör just det här med representativt arbete för alla. Fan, det är ett sätt att internalisera problemet, som man sett i staden, man jobbar väldigt mycket

---

<sup>105</sup> Gunnarsson, P. & Öhlander, M. 2017: 138

<sup>106</sup> Karlsson, D. 2010: 160 ff.

med publikutveckling när det gäller frågor gällande konst och kultur, men kanske problemet inte ligger i hur man konstruerar publiken, kanske problemet ligger i strukturer, hur organisationens sammansättning ser ut, representation av tjänstemän och så vidare (Eliott).

~

Jag tror att det är vi som måste visa på vad vi gör och vad vi åstadkommer, det är vi ju som behöver presentera resultaten (...) Det funkar ju inte om man inte pratar om samma saker (Michelle).

~

Det är ganska öppet för fri tolkning. Det är också alltid svårt att sätta akademiska begrepp i en annan verksamhet, i en annan kontext på något sätt, då blir det "vad är det jag ska förvänta mig av det här?" (...) och så få in ett nytt begrepp som man inte riktigt vet, "vad ska jag ta till mig av det här", "ska jag jobba annorlunda nu eller?". Det tror jag kan vara lite svårt (Billie).

~

Man håller demokratin högt. Jag håller demokratin högt. Jag tycker att det är väldigt, det känns väldigt meningsfullt att försöka skapa det här utbytet (Kim).

Frågan om resurser är återkommande i förhållande till det publika arbetet samt vilka satsningar som görs. De förutsättningar som ges från politiken blir utgångspunkt för det publikarbetet i organisationerna:

Det finns mycket som är eftersatt i museerna, nu har Röhsska fått en uppdatering, det handlar ju också om arbetsmiljö för personalen inte minst, och sen miljön för besökarna. Konstmuseet står ju inför en om- och tillbyggnad som vi hoppas ska bli till (...) det är ju så risiga lokaler att konsten riskerar att förstöras in princip. Och det påverkar ju vad man kan få för inlån, det är väldigt viktigt för ett konstmuseum om man ska göra en utställning.

~

Men det finns en fara i, och den har vi inte pratat om så mycket, men jakten på ökade publiksiffror från ett politiskt håll, för att existensberättiga verksamheterna är ju en stor fara för integriteten och de här verksamheterna. Så är det ju, att vi drivs mot ett mycket mer populistiskt program, att man drivs mot blockbusters utställningar (Amal).

Den kultur som presenteras på kulturscenen i Göteborg är framtagen av aktörer med ett kulturellt ledarskap. Varje verksamhet gör ett urval, detta urval blir därefter den kultur som presenteras för resten av befolkningen. I denna analys handlar publikutveckling inte om att bredda publiken inom Göteborgs kultur utan snarare om att nå fler människor till att engagera sig i en specifik kultur. En respondent hänvisar t.ex. till hur tjänstepersoners tolkningar påverkat uppfattningen av graffiti, huruvida det är kultur eller inte.

De är väldigt restriktiva. Förvaltningarna. Det finns ingen nolltolerans, det har aldrig funnits någon nolltolerans i staden. Det har funnits väldigt restriktiva dokument, som samtliga tjänstemän, många tjänstemän, valde att tolka som en nolltolerans (Elliott).

Men det säger även något om respondentens *egen* maktposition:

Vi går in och påverkar olika processer. Det är också ett strategiskt arbete, när du går in rådgivande så kan du införliva dina perspektiv. Påverka andras subjektivitet. Få andra att tänka som du och på något sätt främja din fråga (Elliott).

Om syftet med att finansiera kultur med offentliga medel är att bredda och fördjupa enskilda medborgares kulturupplevelser, vidga ett deltagande som långsiktigt verkar för en större social rättvisa, bör den kultur som ska demokratiseras tas under omprövning.<sup>107</sup> Citaten ovan redovisar för de olika maktpositioner som florerar inom Göteborgs kultursektor-diskurs. Genom att, som respondenten, besitta etablerad kunskap som i detta fall bistås genom tidigare erfarenheter, tilldelas hen makt att kunna påverka. Genom att tolka ett komplext begrepp som publikutveckling med en etablerad kunskap från en hegemonisk position, tilldelas person i fråga även i viss mån fria tyglar. I detta fria utrymme kan hen välja hur tolkningar ska praktiseras ut i verksamheten, om det så är genom lagliga graffitiväggar eller huruvida en komedi sätts upp eller inte.

Man skulle kunna säga “vad vill folk ha?”, “aha, vi gör en komedi”, eller förstår du vad jag menar? Då urholkar man så att säga det där som är så bra med det konstnärliga. Alltså det konstnärliga värdet i sig. Samtidigt så interagerar vi med en publik och hur kommer de in? Hur interagerar vi med de? Vad behöver de? Det ser naturligtvis olika ut för vem det är, alla människor har olika behov, incitament för att överhuvudtaget komma på teater. Men den där balansen mellan, vi producerar konstnärliga alster, vi interagerar med en publik, var kommer de in och hur?, det tycker jag är en svår knäckfråga, som jag funderar väldigt mycket på. Man får inte urholka det konstnärliga, men man kan inte heller bara producera och leverera, publiken konsumerar och går hem.

~

Vi kan förhålla oss relativt smala fortfarande för att kunna ge konstnärer, som inte alltid är breda, superetablerade, möjlighet att utveckla sig själva och att visa upp sin konst. För att vi drivs inte på samma sätt, sen håller de koll på oss, och vi blir glada om vi når fler. Men vi skulle inte vilja nå fler på bekostnad av, kompromisser av innehållet. Och där är vi super, det känner jag att vi har en superstark integritet att vi skulle inte sälja ut oss på det sättet. Att vi alltid måste tro på det vi gör (Amal).

---

<sup>107</sup> Righolt, N. 2018: 157

En vedertagen uppfattning bland respondenterna är utmaningen i att bibehålla en konstnärlig integritet i sitt utbud och samtidigt verka för ökad delaktighet och tillgänglighet. En del vill mena att involvera publik, i innehåll och form, är synonymt med att kompromettera konsten. De upplever att det är en fin balans mellan att arbeta publikt och inte låta arbetet bekosta konstens integritet. När även kulturverksamheter som är offentligt finansierade, börjar arbeta för att nå en bredare publik, är ett möjligt utfall att denna integritet påverkas. I strävan efter att inkludera *alla* upplever vederbörande att verksamheterna tvingas kompromissa med kvalité och det konstnärliga ansvaret.

Det måste finnas en konstnärlig integritet i det, och då producerar man det och sen så kommer publiken in så att säga, men det svåra tycker jag är, alltså om inte teatern var noga med den här konstnärliga integriteten, då skulle det inte bli riktigt bra produkter.

~

Lösningen är inte att visa den bredare konsten, det är inte svaret på lösningen hur vi når en bredare publik (...) vi får jobba mycket mer fördjupande, vi får jobba med programverksamhet. Vi får hitta andra strategier för att vi inte ska behöva kompromissa på programmet. Men samtidigt skapa angelägna utställningar för göteborgarna, även om de inte vet från början att det här kan vara intressant för dem (Amal).

Huruvida en person använder eller inte använder begreppet samt *hur* begreppet används, påvisar även en maktfaktor.

Det finns goda intentioner dock med publikutveckling, det som för mig är en konflikt är både och, jag tror att när man börjar prata om publikutveckling så pratar man oftast om riktade insatser, då det implicit, undermedvetet, har man skapat en hierarki mellan en primär publik som är värd uppmärksamhet och en publik som är illusorisk, redan där finns ett problem (Eliott).

Att konstruera sin publik är en uppgift som tilldelas varje verksamhet både i sitt arbete med publikutveckling men som också är implementerat i verksamheternas rum. Ett rum är konstruerat efter sin publik och det är *omöjligt* att skapa ett rum som är till för alla. I detta resultat vidrörs olika maktförhållanden som påverkar ett subjektets handling, i detta fall verksamhetens konstruerande. När ett fenomen är konstruerat är det möjligt att ifrågasätta, eftersom forskningen inte utgår ifrån att sociala företeelser kan vara naturgivna eller oundvikliga.<sup>108</sup> Konstruktionsprocesser är beroende av sociala rum, maktförhållanden och

---

<sup>108</sup> Hornscheidt, L. & Landqvist, M. 2014: 23

alternativa möjligheter inom ramen för en social gemenskap.<sup>109</sup> Ur ett maktperspektiv är det viktigt att se *vems* gemensamma föreställningar som blir till verklighet och där av norm för resterande i gruppen och vad som inte tas med,<sup>110</sup> något som är aktuellt för vår forskning.

Jag tror att det finns flera aspekter som korsar själva begreppet publikutveckling. Delvis en, det finns en politisk längtan men som kanske inte är förankrad i en verklighet. Men också att det finns en internalisering av frågan, kanske en brist, en bristande förståelse för komplexiteten så som vi jobbar publikt, för det finns inte en publik, du konstruerar publik, varje dag så väljer du vilka du pratar med och vilka du väljer att inte prata med (Eliott).

~

Vi måste förtjäna vår publik. Den är inget som kommer till oss givet, och det är någonting som vi måste jobba igenom, med i allt vi gör (Amal).

I slutändan måste det väl ändå vara verksamheten som ska förtjäna sin publik, och inte tvärtom? Vi upplever utifrån de svar som getts att den problematik som publikutveckling medför dels handlar om verksamheternas rädsla för att urholka den konstnärliga integriteten. Att kvalitén utmanas om det publika perspektivet ges för stort utrymme. Det är likaså tydligt för oss att det publika arbetet ibland tar sig uttryck i stuprörstänkande samt bristande samverkan inom den egna organisationen.<sup>111</sup> I ett samhälle där politik och kultursektor inte talar samma språk, försvinner fokus från kulturens egentliga syfte. Bör inte värdet av kultur mätas även i medborgarens upplevelse, hur hen värderar sin upplevelse?<sup>112</sup> *Vem* besitter tolkningsföreträde att värdera konstnärlig integritet högre än publikrepresentation? För hur vi än vrider och vänder på de olika perspektiven, verkar det kvarstå en väsentlig motsättning dem sinsemellan.

## **2.5. För *vem* behövs Publikutveckling enligt Göteborgs offentligt finansierade kultursektor?**

Alla svar på frågan *för vem behövs publikutveckling* följde efter en stund av betänketid. Det är inte självklart för *vem* som publikutveckling behövs och med frågan vidrörs begreppets ambivalens. Vi upplever att det finns en rädsla att förknippas med gamla bildningsideal, där bildning betyder odling<sup>113</sup> och att det *kan* vara något som en vill uppnå med hjälp av publikutveckling. Därav besvarar de flesta respondenter att publikutveckling finns till för både

---

<sup>109</sup> Hornscheidt, L. & Landqvist, M. 2014: 25

<sup>110</sup> Hornscheidt, L. & Landqvist, M. 2014: 24

<sup>111</sup> Handeland E., I. 2018: 134

<sup>112</sup> Klie, A. & Ravn, S. 2018: 69

<sup>113</sup> Johansson, L A, 2017: 275

medborgaren samt organisationen. Att det är ett sätt att kommunicera mellan organisation och publik.

Jag tror att den behövs väl för alla, och den behövs för all typ av verksamhet, för att verksamheterna brett ska fortsätta att överleva och att utvecklas, och att hela tiden vara intressanta (Billie).

~

Från båda håll så att säga, och de hänger förstås ihop. För museerna, för att vi ska vara relevanta och angelägna för människor och uppfylla vårt uppdrag. För medborgarna, en demokratifråga. Som offentligt finansierad institution är vi till för alla (Tintin, *enkätsvar*).

~

Jag kan se det att det är både för publiken, men även för verksamheten. (...) Jag tror att den är till för oss faktiskt, att inte bli mossiga, och tro att det ska vara samma (Michelle).

~

För avsändaren/organisationen handlar det om att inte stelna och fastna i ett ”business as usual”-perspektiv på sin publik. För ”publiken” handlar det väl om representation, min livsåskådning, mina förutsättningar, intressen fångas upp av scenerna i staden (Jordan, *enkätsvar*).

Men kan svaret på frågan endast vara *organisation* eller *publik*? Kanske är svaret att det behövs för kulturpolitiken. Genom publikutveckling förenklas politikens arbete och möjliggör för en smidigare orientering i verksamhetens arbete för att se om de uppfyller kravet från Europakonventionen. Det är genom språket, vars roll att vara produktiv och meningsskapande, som en politisk samt social verklighet kan konstrueras.<sup>114</sup> Konstruktionen är en följd av de ord som språkbrukaren väljer att bruka.<sup>115</sup>

Det finns två ideologiska, jag tror det finns två olika sätt att angripa frågan. Antingen ser man publiken som existensberättigande för sin verksamhet, genom att

---

<sup>114</sup> Bergström, G. & Boréus, K. 2017: 379

<sup>115</sup> Bergström, G. & Boréus, K. 2018: 320

industrialisera publiken, alltså ett kapital för mig. Eller så, publik är verkligen viktig för publiken. För det är ett sätt att utöva sin rättighet, i staden (Elliott).

Eftersom vår studiegrupp är offentligt finansierade finns ett initierat krav att varje verksamhet ska arbeta demokratiskt. Även om de inte, till skillnad från den privata sektorn, har samma typ av inkomstkrav. Därför har organisationer tvingats att ompröva tidigare arbetsmetod för att på bästa sätt tillgodose dessa krav.<sup>116</sup> Däremot har ett flertal respondenter påvisat att de i dagsläget har ett krav på självfinansiering i verksamheten. Majoriteten av respondenterna uppger att arbetet med publikutveckling adderar mer arbetsuppgifter fördelat på lika resurser. Kan då ett publikt arbete, trots motsättningar, uppnå sina krav och för *vem* behövs publikutveckling?

För samtliga, vi kan inte lägga resurser på någonting utan att ha ett publikt fokus (Robin, *enkätsvar*).

---

<sup>116</sup> Lindelof, A. 2015: 213





För att exemplifiera, om tjänstepersoner väljer att tolka publikutveckling som *brett* men *demokratiskt*, *kulturpolitiskt* och *långsiktigt* tilldelas begreppet en särskild substans. Begreppet konstrueras av sin brukare efter levda erfarenheter baserat på faktorer likt kapital, de preferenser som styr hens handling. Bourdieu skulle t.ex. säga att de verksamma som delar liknande habitus, tilldelar begreppet *publikutveckling* närbesläktade egenskaper. Exemplet ovan kan utläsas som att hen anser ordet tvetydligt men ändå förstår dess vikt och det krav som ställs på verksamheten för att använda begreppet. Om begreppet istället tolkas som *omstritt*, *konfliktfyllt* och *krävande* kan det betyda att hen upplever publikutveckling som något negativt som i förlängningen urholkar konstens integritet. Ytterligare ett exempel är *luddigt*, *utvecklande* och *fördomar* som kan bidra till uppkomst av frågor likt *vem utvecklar vem?*

Respondenterna har visat på två sidor av myntet publikutveckling. Å ena sidan vill verksamheten nå en bredare publik, å andra sidan vill den inte förändra sitt utbud så att konstens integritet på något sätt urholkas och allt detta i en kontext som *inte* vill uppfostra sin publik. I denna rädsla för konstens självständighet landar begreppets innebörd i just det som begreppet *inte* får definieras som, att det vill *uppfostra* sin publik, att medborgaren behöver *bildas* inom kultur. Även om bildning till sitt ursprung är något positivt så bär fenomenet på inneboende maktstrukturer, en dynamik som avslöjar att det finns viss kunskap som är mer åtrådd än annan. Denna problematik är ofrånkomlig. Våra respondenter besitter ett högt kulturellt kapital som innefattar bl.a. hög utbildning samt lång arbetslivserfarenhet, vilket tilldelar dem en auktoritet att föra sin talan i frågan. Från vårt håll handlar det inte om att ifrågasätta någons kompetens, utan vi vill endast belysa rådande strukturer inom den diskurs där demokratisering av kultur ingår. Det går inte att frångå att de verksamheter vi besökt till stor del bedrivs för skattebetalarnas räkning. Varför behöver konstens integritet presenteras likt en dikotomi till det publika perspektivet?

Publikutveckling är en *vattendelare*. Det kommer alltid finnas två läger, två sidor av myntet som påverkar kulturen. Skattefinansierade tjänster tenderar till att skapa debatt, vilket är nödvändigt för en fungerande demokrati. Vi behöver ifrågasätta hur skattebetalarnas pengar används för att motverka att kommersiella- eller enskilda verksamheters intressen profiterar sig på kulturen, samtidigt som kulturen ska spegla *hela* samhället. Men kanske är det förlegat att polarisera kultur som ”antingen eller”, det leder ovilligt in på en diskussion av *hög-* och *låg-*,

*fin-* och *fulkultur*. Ett fält som flera informanter nosat på, fastän de valt att inte benämna det. Dock är initiativ likt Kungliga Operan i Stockholm lansering av egen streamingtjänst och att Göteborgsoperans sätter upp Håkan Hellströms musik som musikal, två exempel på när svårtillgängliga rum öppnar upp för den *breda* massan. Ett sätt för att både gynna ett kommersiellt intresse samt en *större* publik, men som *kan* påverka kulturens integritet. Goda kulturella upplevelser ger mersmak. I ögonblick då publiken känner någon form av besittning, där upplevelsen blir att det som framförs liksom berättas är relevant, påvisas det *vi* älskar med kultur. Där skapas utrymme för representation där publiken kan förstå sig själv, varandra och sin omvärld. Konst och kultur kan, utifrån siffror och data, enbart mätas i mötet med publiken.<sup>117</sup>

I resultatdelen har exempel på hur de olika verksamheterna arbetar publikt presenterats. En del väljer att använda begreppet publikutveckling, ibland även som yrkeskategori, medan andra tillämpar andra ord samt meningsuppbyggnader fast åsyftar samma sak. Att det skiljer sig åt grundar sig i olika anledningar. En del verksamheter påpekar att ett begrepp bör initieras i verksamheten *först* och inte från beslutsfattare eller forskningsvärlden, för att begreppet ska implementeras i verksamheten. En annan faktor är de olika tolkningarna. Vad verksamheten väljer att addera till sin tolkning av begreppet styr huruvida de väljer att använda ordet eller inte. I tolkningen går en maktstruktur att urskilja. På grund av att publikutveckling är ett implicit begrepp av en komplex karaktär, möjliggörs åtskilda tolkningar. Eftersom ingen klar definition existerar kan varje verksamhet självmant välja *hur* de vill arbeta publikt samt *hur* de vill nå ut till alla. I detta *hur* ryms flera dimensioner av makt mellan producent och konsument som tar sig uttryck i t.ex. val av repertoar, projekt, vilka prioriterade grupper verksamheten vill arbeta mot etc. Exkluderingsprocesser som sker inuti verksamheter och som legitimeras genom uppdrag initierat från beslutsfattare. Denna makt, likt Gramsci påstår, är medvetet skapat av sin konsument men omedveten för sin konsument.<sup>118</sup>

Med detta menar vi inte att publikutveckling är något negativt, tvärtom, publikutveckling har en stor positiv inverkan på demokratin i Göteborg. Genom att arbeta med publikutveckling kan verksamheten nå en bredare publik och vidga deltagandet, vilket våra respondenter bekräftar.

---

<sup>117</sup> Klie, A. & Ravn. S. 2018: 151

<sup>118</sup> Freedon, M. 2003: 20

Dock utesluter det inte att begreppet bär på maktförhållanden som styr hur subjekt agerar inom Göteborgs offentligt finansierade kultursektor. Det är en process som genomsyrar *hela* verksamheten och vi har kunnat påvisa att tjänstepersoner besitter en maktposition att inverka och till viss mån styra det utbud som presenteras på Göteborgs kulturscen. Här blir diskussionen kring huruvida kulturen *ska* vara till för alla aktuell. När verksamheter i fråga anser att ett *smalt* utbud är det *bästa* och försöker åstadkomma denna uppfattning genom publikutveckling, kan associationer till uppfostring urskiljas. Det är en fin balans mellan att verka elitistiskt utifrån sin hegemoniska position och att arbeta demokratiskt.

Studien vill inte på något sätt argumentera för huruvida publikutveckling som begrepp är *dåligt* eller inte. Tvärtom, är det möjligtvis det bästa vi kan använda idag. Men vi vill därmed inte blunda för att ordet till sin natur är missvisande. Kultur, vilket språk är en del av, är dynamisk och förändras över tid. Så vid läsning av detta arbete kanske ett annat begrepp som upplevs mer angeläget till sin innebörd redan är i bruk. Vad vi dock, genom denna studie, kunnat konstatera är att ett begrepp som får födas inom sin kontext, i sin verksamhet, har betydligt enklare att överleva än ett begrepp initierats från annan instans.

What I am proposing is that nonprofit arts producers and their institutions look to the histories of their disciplines for examples of the arts experience - those larger, surrounding opportunities for engagement. In doing so, they must also acknowledge that the hierarchal idea of arts reception, in which great art will automatically find its true audience without mediation of any kind, is behaviorally inaccurate.<sup>119</sup>

Lynne Connor

---

<sup>119</sup> Connor, L. 2008: 119

## 4. REFERENSLISTA

### 4.1. Otryckta källor

Europakonventionen. (2017) *Creative Europe. Culture Sub-programme*.  
[https://eacea.ec.europa.eu/sites/eacea-site/files/3\\_guidelines\\_coop\\_2018\\_eacea\\_32\\_2017\\_and\\_35\\_2017\\_0.pdf](https://eacea.ec.europa.eu/sites/eacea-site/files/3_guidelines_coop_2018_eacea_32_2017_and_35_2017_0.pdf)  
(Hämtad 2020-03-26)

Göteborgs Konsthall. *Om Göteborgs Konsthall*.  
<https://konsthallen.goteborg.se/om-goteborgs-konsthall/> (Hämtad 2020-03-07).

Göteborgs Konstmuseum, *Om museet*.  
<https://goteborgskonstmuseum.se/om-museet/> (Hämtad 2020-03-12)

Göteborgs Operan. *Om oss*.  
<https://sv.opera.se/om-oss/> (Hämtad 2020-03-07).

Göteborgs Stad. *Stadsbiblioteket på Götaplatsen*.  
<https://goteborg.se/wps/portal/enhetssida/stadsbiblioteket/> (Hämtad 2020-03-12)

Göteborgs Stadsmuseum. *Funktek*.  
<https://goteborgsstadsmuseum.se/om-museet/projekt-och-samarbeten/funktek> (Hämtad 2020-03-07).

Göteborg Stadsmuseum. *Om Museet*.  
<https://goteborgsstadsmuseum.se/om-museet> (Hämtad 2020-03-11).

Göteborgs Stadsteater. *Om oss*  
<https://stadsteatern.goteborg.se/om-oss/> (Hämtad 2020-03-09).

Kultur i Väst. *RePublik – centrum för publikutveckling*.  
<https://www.kulturivast.se/republik-centrum-for-publikutveckling> (Hämtad 2020-03-07).

Nationalencyklopedin, Dicksonska folkbiblioteket.  
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/dicksonska-folkbiblioteket> (hämtad 2020-03-11)

Nationalencyklopedin, *Göteborgs stadsmuseum*.  
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/göteborgs-stadsmuseum> (hämtad 2020-03-11)

Röhsska. *Om museet*  
<https://rohsska.se/om-museet/> (Hämtad 2020-03-07)

Vetenskapsrådet. (2017) *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*.  
<http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf> (Hämtad 2020-03-26)

Världskulturmuseerna. *Om museet*.

<http://www.varldskulturmuseerna.se/varldskulturmuseet/om-museet1/> (Hämtad 2020-03-09).

Västra Götalandsregionen (2020). *Förvaltningen för Kulturutveckling*.

<https://www.vgregion.se/kultur/egna-verksamheter/bolag-och-forvaltningar/forvaltningen-for-kulturutveckling/>  
(Hämtad 2020-03-07).

Ljudfiler av intervju samt transkribering av intervju finns förvarat, oåtkomligt för utomstående, kan tas fram vid önskan vid respondenters godkännande.

## 4.2. Tryckta källor

Ahrne, Göran, Ahrne, Göran & Svensson, Peter (2015). *Handbok i kvalitativa metoder*, 2., [utök. och aktualiserade] uppl., Stockholm: Liber.

Bergström, Göran & Boréus, Kristina (red.) (2012). *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, 3., [utök.] uppl., Lund: Studentlitteratur.

Bjørnsen, Egil. (2014) "The Limitations of Audience Development" i *Arts and Audiences*.

Boréus, Kristina & Bergström, Göran (red.) (2018). *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, Fjärde [omarbetade och aktualiserade] upplagan, Lund: Studentlitteratur.

Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Brown, A. "Hela världen är en scen" i *Publik. En antologi om konst, kultur och utveckling*. Göteborg: Kultur i Väst. 2018: 42

Brown, Alan & Ratzkin, Rebecca. (2011) "Making Sense of Audience Engagement" i *The San Francisco Foundation*.

Conner, Lynne (2008). "In and Out of the Dark: A Theory of Audience Behavior from Sophocles to Spoken Word" i (red) W. Ivey och S. Tepper. *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life*. New York: Routledge.

Eskilsson, Lena. & Kalman, Hildur (red.) (2007). "Att baka en katedral": *genusperspektiv i avhandlingsskrivande*. Umeå: Kvinnovetenskapligt forum, Umeå universitet.

Freeden, Michael. (2003) *Ideology: a very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Foucault, Michel. (1982) "The subject and power", i *Social Inquiry* 8(4).

Gunnarsson Payne, Jenny & Öhlander, Magnus (red.) (2017). *Tillämpad kulturteori*, Upplaga 1. Lund: Studentlitteratur,.

Handeland, E, Ingrid. "Publikutveckling i Norge" i *Publik. En antologi om konst, kultur och utveckling*. Göteborg: Kultur i Väst. 2018: 131

Hastrup, Kirsten (2010). *Kultur: den flexibla gemenskapen*, 1. uppl., Lund: Studentlitteratur, ,

Hornscheidt, Lann & Landqvist, Mats, *Språk och diskriminering*, 1. uppl., Studentlitteratur, Lund, 2014.

Ivarssons, Sara Rebecka. (2015) *Publiken som inte ville komma*. Göteborg: Göteborgs Universitet.

Johansson, Lars Anders (2017) *Att dansa efter maktens pipa: kultur i politikens tjänst*, Stockholm: Timbro.

Karlsson, David (2010). *En kulturutredning: pengar, konst och politik*, Göteborg: Glänta produktion.

Kawashima, Nuboka (2006). "Audience Development And Social Inclusion In Britain", *International Journal of Cultural Policy*, 12:1.

Klie, A. & Rawn, S. "Deltagande är vägen till relevans" i *Publik. En antologi om konst, kultur och utveckling*. Göteborg: Kultur i Väst. 2018: 70

Lagneryd, Lovisa. & Thornqvist, Julius (2017). "Det känns som att det är där vi måste vara, annars blir vi irrelevanta" *En kvalitativ studie av publikutveckling inom värmländsk scenkonst*, Karlstad: Karlstad Universitet.

Maitland, H. "Vem utvecklar vem?" i *Publik. En antologi om konst, kultur och utveckling*. Göteborg: Kultur i Väst. 2018: 17

Myndigheten för Kulturanalys. *Kulturanalys 2019. En lägesbedömning i relation till de kulturpolitiska målen*. Rapport 2019:1.

Mølle Lindelof, Anja. (2015) "Audience development and its blind spot: a quest for pleasure and play in the discussion of performing arts institutions" i *International Journal of Cultural Policy*, 21:2.

Svenska Akademiens Ordböcker. (2009) *Publik*.  
<https://svenska.se/tre/?sok=publik&pz=1> (Hämtat 2020-03-08).

Righolt, Niels. "Publikutveckling och kulturens DNA" i *Publik. En antologi om konst, kultur och utveckling*. 2018: 151

Projekt Runberg. (2019) *Svensk etymologisk ordbok / 605*. <http://runeberg.org/svetym/0693.html> (Hämtat 2020-03-08).

Wiklander, Nils (red.) (2018). *Publik: en antologi om konst, kultur och utveckling*, Göteborg: Kultur i väst.

Winther Jørgensen, Marianne. & Phillips, Louise. (2000) *Diskursanalys som teori och metod*, Lund: Studentlitteratur.



## 4.3. Bilagor

### 4.3.1. Enkät

#### Publikutveckling

Genom att delta i denna enkät bidrar du till en kandidatforskning inom ämnet Publikutveckling som skrivs för Göteborgs Universitet. Forskningens syfte är att lyfta samt förstå begreppet *Publikutveckling*. Du är anonym i enkät samt forskning.

Du väljer själv *hur* och *om* du vill delta. Det går bra att använda baksidan av pappret för mer plats.

**Yrkestitel:**

---

**Alder:**

---

Arbetar din arbetsplats med *Publikutveckling*?

Arbetar du med *Publikutveckling*?

Vad är *Publikutveckling*?

Anser du *Publikutveckling* vara viktigt?

För vem behövs *Publikutveckling*?



GÖTEBORGS UNIVERSITET

## 4.3.2. Intervjuguider

### Övergripande intervjuguide till verksamheterna.

#### INTERVJUGUIDE: VERKSAMHET

##### Presentation

1. Vad heter du och hur gammal är du?
2. Hur länge har du arbetat på Göteborgs Stadsteatern?
3. Vad har du för bakgrund, arbete/utbildning?

##### Publikutveckling i praktik

4. Vilka är er publik?
5. Hur når ni er publik?
6. Använder ni begreppet Publikutveckling inom verksamheten?
  - a. Varför/Varför inte?
7. Arbetar du/ni med Publikutveckling?  
(Hur arbetar ni publikt? Varför arbetar ni publikt på just det sättet?)
  - a. Hur?
  - b. Varför?
8. Vilka möjligheter/svårigheter föder ett arbete med publikutveckling?
9. Har verksamheten krav på sig att arbeta med Publikutveckling?
  - a. Isåfall, vart kommer kraven från?
10. Vilka förutsättningar ges från beslutsfattare/förvaltningen för att verksamheten ska kunna fullfölja detta krav? (Hänvisa till Delaktighetsmålet)
11. Kan eran verksamhet vara till för *alla*?

##### Begreppet Publikutveckling

12. Vad betyder publikutveckling för dig/ni?
13. Anser du begreppet vara laddat?
  - Om så, på vilket sätt?
14. Anser du begreppet vara tvetydigt?
  - Om så, varför tror du att det är så?
15. Varför tror du att vissa väljer att använda begreppet och andra inte?

##### Utbildning av Publikutveckling

16. Har ni som arbetar med Publikutveckling utbildats inom ämnet?
  - a. Hur? På vilket sätt?
17. Hur kommuniceras dialogen ang. Publikutveckling ut i *hela* verksamheten?

##### Slutkläm: För vem behövs Publikutveckling?

# Intervjuguide till Förvaltningen för Kulturutveckling.

## Intervjuguide

### Presentation:

Vi kommer från Göteborgs universitet och håller på med en Kandidatuppsats där vi reder i begreppet *Publikutveckling*. Vi ställer oss frågan varför det råder delade åsikter kring brukandet av begreppet. Vi kommer spela in intervjun, dock enbart för att förenkla vårt arbete. Inspelningen kommer inte publiceras utan användas för transkribering. Vi hoppas att dina svar kommer kunna användas som användbar information till vår uppsats.

### Presentation

1. Vad heter du och hur gammal är du?
2. Vad är Kultur i Väst?
3. Vad har du för anställning på Kultur i Väst?
4. Hur länge har du arbetat på Kultur i Väst?
5. Vad har du själv för bakgrund - utbildning/arbete?

### Begreppet *Publikutveckling*

6. Vad är Publikutveckling?
7. Var kommer begreppet Publikutveckling ifrån?
  - a. När kom det?
  - b. Vem/ vilka myntade begreppet?
8. När började Kultur i Väst arbeta med publikutveckling?
9. När började du arbeta med Publikutveckling?
10. Vad betyder publikutveckling för dig?
11. Kan du beskriva Publikutveckling med tre ord som ringar in begreppet?

### RePublik - Kultur i Väst

12. Vad är RePublik?
  - a. Hemsidan: *Svenskt centrum för Publikutveckling*, vad innebär det?
13. Hur och varför uppstod RePublik?
14. Vilka arbetar på RePublik?
15. Hur arbetar du/ni med Publikutveckling på?
16. Vad är CONNECT?
17. Är RePublik en del av CONNECT?