

Åsne Dahl Haugsevje

Blindsoner og brobyggere Verdsettelse av arbeid i kreativ næring





Åsne Dahl Haugsevje

Blindsoner og brobyggere

Verdsettelse av arbeid i kreativ næring

En doktoravhandling innen
Kulturstudier

© 2022 Åsne Dahl Haugsevje
Fakultet for humaniora, idretts- og utdanningsvitenskap
Universitetet i Sørøst-Norge
Bø, 2022

Doktoravhandlinger ved Universitetet i Sørøst-Norge nr.133

ISSN: 2535-5244 (trykt)

ISSN: 2535-5252 (online)

ISBN: 978-82-7206-683-2 (trykt)

ISBN: 978-82-7206-684-9 (online)



Denne publikasjonen er lisensiert med en Creative Commons lisens. Du kan kopiere, distribuere og spre verket i hvilket som helst format eller medium. Du må oppgi korrekt lenke

til lisensen, og indikere om endringer er blitt gjort. Se fullstendige lisensbetingelser på <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.no>

Trykk: Universitetet i Sørøst-Norge

Forside: Human Heads - iStock Photo <https://www.istockphoto.com/vector/human-heads-vector-design-gm1071294076-286680277>

Førord

I 2017 startet fire forskere ved Telemarksforsking, meg selv inkludert, opp arbeidet med et treårig forskningsdrevet innovasjonsprosjekt med tittelen *Mentoring, nettverk og samlokalisering. Offentlige strategier for verdiskaping i kulturnæringene*. Prosjektet var finansiert av Regionalt forskningsfond Oslofjordfondet, prosjekteier var det nå avviklede Vekst i Grenland IKS, og en rekke offentlige og private aktører var partnere. Noen måneder etter prosjektoppstarten besluttet Telemarksforsking ved daværende direktør Karl Gunnar Sanda, i samråd med Oslofjordfondet og Vekst i Grenland, å gi meg anledning til å gjennomføre et ph.d.-arbeid med tett kobling til dette prosjektet.

Ph.d.-arbeidet har vært finansiert dels av prosjektmidler fra Oslofjordfondet og dels av interne kompetansemidler fra Telemarksforsking. Jeg ønsker å rette en takk til Oslofjordfondet og Telemarksforsking for at det lot seg gjøre å komme fram til en løsning for finansiering av mitt ph.d.-arbeid. Takk også til prosjekteier Vekst i Grenland ved Hanne Gro Haugland, og alle de andre prosjektpartnerne for fleksibilitet og godt samarbeid. En stor takk går også til alle som har stilt opp som informanter og delt av sin tid og sine erfaringer.

Selv om resultatene av dette ph.d.-prosjektet fullt og helt er mitt eget ansvar, er det mange som har hjulpet meg underveis. Mine to veiledere, Halvard Vike, professor ved Universitetet i Sørøst-Norge (USN), og Sigrid Røyseng, professor ved Norges Musikkhøgskole fortjener en stor takk. Tusen takk for at dere har gått inn i prosjektet mitt med kunnskap, interesse og optimisme, og for deres konstruktive og motiverende veiledning.

Å jobbe med et ph.d.-prosjekt kan være en prøvelse, og det er mange som opplever det som et ensomt arbeid. Jeg har vært så privilegert at jeg gjennom hele denne ph.d.-perioden har jobbet mye sammen med og kjent meg omsluttet av dyktige kolleger som også er blitt gode venner. Det er mange jeg har behov for å takke. For det første ville det neppe blitt noen ph.d.-avhandling uten mine gode kolleger i forskerteamet som jeg utarbeidet søknaden til Oslofjordfondet sammen med; tusen takk til Heidi Stavrum som var prosjektleder den første tiden, Mari Torvik Heian som senere avløste henne, og Gunn

Kristin Aasen Leikvoll som hadde full kontroll på rapporteringer og budsjett. Sammen har vi vært på feltarbeid, planlagt og gjennomført partnersamlinger, analysert, diskutert og skrevet artikler. Det har vært trygt og godt og fantastisk gøy å være en del av dette firkløveret. Mari og Heidi, tusen takk også for konstruktiv lesing i sluttfasen, og for at dere bidro til at jeg fikk tro på at jeg kunne få dette i havn – dere er uvurderlige.

Stor takk også til resten av forskerne i forskergruppa for kulturpolitikk og kulturliv ved Telemarksforskning, ledet av Ole Marius Hylland og senere Ola K. Berge. Forskergruppa har vært av stor faglig og sosial betydning for meg både før og underveis i ph.d.-arbeidet, og jeg er dypt takknemlig for all læring og inspirasjon, debatt og dispuTT, akkvisisjon og produksjon, støtte og oppmuntring, fjas og ordspill, latter og fest. En særskilt takk til Per Mangset som introduserte meg for kulturpolitikkforskningen i Bø, og som inkluderte meg i dette miljøet den gangen på tidlig 2000-tall. Takk også til alle andre kolleger ved denne enestående arbeidsplassen, og til Karl Gunnar Sanda og Olav Lahus som tidligere og nåværende direktører for at dere har hatt tro på meg og mitt prosjekt, og for at dere har tilrettelagt for meg. En ekstra takk går til Karl Gunnar for korrekturlesing i sluttspurten.

Jeg vil også takke Guðrún Helgadóttir (USN), for fruktbart og morsomt samarbeid om en av artiklene i denne avhandlingen. Takk også til ansvarlige og administratorer i ph.d.-programmet i Kulturstudier ved USN samt medstipendiater ved det samme programmet. Underveis i stipendiatperioden har ph.d.-programmet arrangert et midtveisseminar og et sluttseminar for meg som var nyttige milepæler i arbeidet. Takk til de to opponertene Erik Henningsen (OsloMet) og Tobias Harding (USN) for konstruktiv lesing og gode innspill på henholdsvis midtveis- og sluttseminar.

Sist, men ikke minst, en varm takk til mannen min Otto, sønnene mine Oskar, Herman og Gustav, mamma Torunn og pappa Herfinn, øvrig familie og venner, for all kjærighet, tålmodighet, omsorg, trøst og oppmuntring i noen krevende år, og for alt det som livet inneholder utenfor jobb.

Sammendrag

Avhandlingen *Blindsoner og brobyggere: Verdsettelse av arbeid i kreativ næring* handler om kreativ næring i norsk politikk og forvaltning på lokalt og regionalt nivå. Kreativ næring er en sekkebetegnelse som, særlig i politisk sammenheng, benyttes om kulturbransjen, mediebransjen og enkelte andre såkalt kreative bransjer (jf. Gran et al., 2015). Men begrepet kreativ næring er omstridt og uavklart, og det brukes primært av personer som ikke selv jobber i denne næringen. Avhandlingen undersøker hvordan arbeid i kreativ næring forstås og verdsettes av ulike aktører i ulike kontekster. Sentrale aktører i avhandlingen er 1) de som selv utgjør næringen, nærmere bestemt kunstnere og personer som driver bedrifter innen kulturelle og kreative bransjer, og 2) aktører som ikke selv er en del av kreativ næring, men som opererer i næringens omgivelser, forvalter politikk, og i større eller mindre grad utgjør et lokalt støtteapparat for de kreative arbeiderne. Disse er byråkrater i kulturadministrasjon, næringsapparat på lokalt og regionalt nivå, og aktører som tilrettelegger for kreativ næring gjennom å lede og administrere ulike ordninger og arenaer. Avhandlingen undersøker for det første hvilke forståelser og verdsettelse av kreativt arbeid som ligger til grunn for lokal og regional politikk og tilrettelegging for kreativ næring. For det andre undersøker den i hvilken grad disse forståelsene og verdsettelsene samsvarer med hvordan aktører i kreativ næring forstår og legitimerer sin egen virksomhet. Det er de små aktørene i næringen som er i fokus her, nærmere bestemt enkeltpersonforetak og små bedrifter med få ansatte, som den kreative næringen også i stor grad består av.

Fransk pragmatisk sosiologi utgjør det primære analytiske perspektivet i avhandlingen. Luc Boltanski, som gjerne regnes som perspektivets opphavsmann, utviklet det han kalte en sosiologi om kritikk som et alternativ til Bourdieu og Foucaults poststrukturalistiske analysemodeller. I avhandlingen har jeg gjort bruk av Boltanski og Thévenots (1999, 2006) modell for rettferdiggjøring, som beskriver den kompetansen mennesker tar i bruk når de har behov for å rettferdiggjøre sine egne handlinger, utøve kritikk av andres handlinger og etablere enighet. Mer spesifikt, har jeg undersøkt forståelser av arbeid i kreativ næring i lys av Boltanski og Thévenots empirisk utledede verddividener. Teori om kulturelle repertoarer (Lamont, 1992; Lamont & Thévenot, 2000; Swidler, 1986, 1995) og

kulturell performance (Alexander, 2011a, 2011b), og perspektiver på kulturpolitiske fornuftsgrunnlag (f.eks. Dubois, 2015; Skot-Hansen, 1999) er også brukt som analytiske perspektiver i avhandlingen.

Basert på et kvalitativt intervjumateriale, deltakende observasjon og dokumentstudier belyser avhandlingen hvordan den kreative næringen omgis av ulike og motsetningsfylte narrativer. Avhandlingen belyser videre hvilken betydning disse motsetningene har for de som jobber i den kreative næringen og de som representerer deler av støtteapparatet rundt næringen. Den analyserer også hvordan noen aktører fungerer som brobyggere mellom kreative arbeidere og samfunnet ellers, mens andre besitter verken forståelser eller verktøy som gjør dem i stand til å være en del av en struktur for et mer bærekraftig arbeidsliv i kreativ næring. Det er et mål for avhandlingen å bidra til å øke forståelsen for kreativt arbeid som nettopp arbeid, utvide kunnskapen om politikkområdet kreativ næring, og bygge bro mellom de som har sitt levebrød i kreativ næring og de som utøver og forvalter politikk på området.

De fire artiklene som er inkludert i avhandlingen tilnærmer seg fenomenet kreativ næring fra ulike synsvinkler og med nedslag i ulike deler av det kvalitative intervjumaterialet. Artikkel 1 handler om hvilken plass kreativ næring har i lokal politikk og forvaltning, og i hvilken grad og hvordan offentlige aktører på lokalt nivå, i lys av nasjonale politiske ambisjoner, forholder seg til og jobber med kreativ næring i sin kommune eller i sin region. Denne artikkelen baserer seg på intervjuer med ansatte i det næringsrettede virkemiddelapparatet og kulturbyråkratiet samt analyser av offentlige planer i begge sektorer. Artikkel 2 tar utgangspunkt i at kreativ næring befinner seg i et politisk tomrom (eller mellomrom) der det offentlige i liten grad har tatt ansvar, og der det har åpnet seg muligheter for en type aktører som utgjør lokale støtteapparat for dem som driver små kunstneriske eller kreative virksomheter. Her er materialet primært intervjuer med disse aktørene som opererer i mellomrommene. Artikkel 3 analyserer hvordan aktører utenfor og innenfor kreativ næring forstår og snakker om dem som arbeider i kreativ næring, og konsekvensene disse forståelsene har for kreativ næring. Artikkel 4 identifiserer et mulig gap mellom den politiske retorikken om sammenhengene mellom turisme og kreativ

næring, og hvordan personer som selv har sitt levebrød i kreativ næring ser på turisme. De to sistnevnte artiklene baserer seg på intervjuer med ansatte i lokal kulturforvaltning og næringsapparat og i kreativ næring.

Den nasjonale politikken rettet mot kreativ næring er todelt. Den består i hovedsak av kunstnerpolitiske virkemidler rettet mot aktører med virksomhetsmodeller som i liten grad klarer å tjene penger i et marked, og næringsrettede virkemidler rettet mot aktører som har forretningsmodeller som likner på dem vi kjenner fra industrielle bransjer eller det klassiske næringslivet. Tidligere forskning har påpekt at virksomheter i kreativ næring ofte faller mellom to stoler (Hauge et al., 2020). Et funn i avhandlingen er at det også på lokalt og regionalt nivå finnes et tilsvarende tomrom mellom kulturpolitikk og næringspolitikk, og at politikkenes innretning er lite egnet til å håndtere den hybriditeten som gjerne kjennetegner virksomheter i kreativ næring. Et annet funn er at ansatte i henholdsvis kultursektor og næringssektor på lokalt og regionalt nivå har ulike kompetansemessige og politiske utgangspunkt for å forstå og støtte opp under aktører i kreativ næring, men ingen av dem er rustet for å ta et ordentlig ansvar for dette politikkområdet. Små aktører i kreativ næring har i praksis ikke noe offentlig støtteapparat å henvende seg til lokalt. Et tredje funn er at det har åpnet seg muligheter for tredjeparters entreprenørskap i det politiske og forvaltningsmessige tomrommet på lokalt nivå. Disse tredjepartene, som er lokale tilretteleggere eller fasilitatorer, analyseres som bindeledd mellom aktører i kreativ næring, så vel som mellom den kreative næringen, kunsten, næringslivet og byråkratiet. Disse tilretteleggerne har sammensatte kompetanser, og for aktører i kreativ næring er de både ressurser og portvoktere. Det er imidlertid et tankekors at kompetansen og drivkraften lokalt for kreativ næring fortrinnsvis finnes utenfor politiske og byråkratiske systemer og maktarenaer. En tettere kobling mellom byråkrater med makt og aktører med kompetanse på kreativ næring vil kunne gi et styrket grunnlag for å utvikle gode modeller for å legge til rette og støtte opp under kreativ næring. En tettere kobling vil også kunne bidra til økt bærekraft i næringen både i økonomisk, kunstnerisk og sosial forstand.

Ph.d.-prosjektet har hatt en tett kobling og er til dels overlappende med et forskningsdrevet innovasjonsprosjekt finansiert gjennom midler fra Regionalt forskningsfond Oslofjordfondet. Den tette koblingen til innovasjonsprosjektet har blant annet medført samarbeid med mange ulike aktører, både forskerkolleger innenfor og på tvers av faglige skillelinjer, og ikke-akademiske samarbeidspartnere fra praksisfeltet.

Avhandlingen er et bidrag til kunnskapen om kreativ næring i politikk og forvaltning på lokalt og regionalt nivå. Den bidrar til ny kunnskap om forståelser av kreativ næring og praksiser for tilrettelegging i lokale kontekster. Metodisk sett er arbeidet et eksempel på hvordan samarbeid med ikke-akademiske samarbeidspartnere med praksisorientert kompetanse kan være utfordrende, samtidig som det også kan styrke og bidra til økt kvalitet og relevans i forskningen. På et teoretisk nivå er avhandlingen et praksisorientert bidrag som supplerer tidligere forskning på kreativ næring, som gjerne har vært mer strukturorientert. Den teoretiske tilnærmingen har gjort det mulig å synliggjøre kreativ næring som noe som kjennetegnes av variasjon og brudd, hybriditet og motsetninger, snarere enn likhet og fellestrekk.

Emneord: kreativ næring, kreativt arbeid, kulturarbeidsliv, lokal og regional kulturpolitikk, verdsettelse, legitimering, virkemiddelapparat, offentlig forvaltning, byråkrati.

Abstract

The thesis discusses creative industries in Norwegian policy and administration at local and regional levels. Creative industries is an umbrella term that, particularly in a political context, is used to refer to the culture industries, the media industries, and certain other creative fields (cf. Gran, Torp & Theie, 2015). However, the term creative industries is contested and unclear, and it is primarily used by people who themselves do not work in these industries. The thesis investigates how work in creative industries is conceptualised and valued by different agents in different contexts. Central figures in this thesis are 1) those who themselves make up the industry, more specifically artists and people who operate businesses in creative industries, and 2) agents who themselves are not part of creative industries, but who operate in the periphery of these industries, manage policy, and to a greater or lesser degree make up a local support system for creative workers. These are bureaucrats in public cultural administration, employees in the public business support system at local and regional levels, and agents who facilitate creative industries by leading and administrating various schemes and arenas. First, the thesis examines which conceptions and valuations of creative work form the basis for local and regional policy, as well as the facilitation of creative industries. Second, it explores the extent to which these conceptions and valuations correspond to how agents in creative industries conceptualise and legitimise their own activities. The smaller agents are emphasised here, more specifically sole proprietorships and small businesses with few employees, which are largely also what constitutes the creative industries.

French pragmatic sociology forms the primary analytical perspective in the thesis. Luc Boltanski, who is often considered the founder of this perspective, developed what he referred to as a sociology of critique as an alternative to the post-structuralist analytical models of Bourdieu and Foucault. In the thesis, I have made use of Boltanski and Thévenot's (1999, 2006) model of justification, which describes the faculty people apply when they face a need to justify their own actions, criticise the actions of others, and to establish consensus. More specifically, I have examined conceptions of work in creative industries in light of Boltanski and Thévenot's empirically derived orders of worth. Theories regarding cultural repertoires (Lamont, 1992; Lamont & Thévenot, 2000;

Swidler, 1986, 1995) and cultural performance (Alexander, 2011a, 2011b), as well as perspectives on cultural policy rationales (e.g., Dubois, 2015; Skot-Hansen, 1999) have also been applied as analytical perspectives in the thesis.

Based on qualitative interviews, participant observation, and document analysis, the thesis highlights how the creative industries are surrounded by differing and contradictory narratives. The thesis furthermore highlights the significance these contradictions have for those who work in the creative industries, and for those who represent parts of the support system around the industries. It also analyses how some parties serve as bridge builders between creative workers and society in general, while others possess neither the understanding nor the tools that would enable them to be part of a structure for a more sustainable working life in the creative industries. One goal of this thesis is to help raise awareness of creative work as work, broaden knowledge concerning the field of policy that governs the creative industries, and to build a bridge between those who make a living in creative industries and those who administrate policy in this field.

The four articles that are included in the thesis approach the phenomenon of the creative industries from different perspectives and intersect with different parts of the qualitative interview materials. Article 1 is about the place the creative industries occupy in local policy and administration, and the extent to which public agents, in light of national political ambitions, relate to and work with the creative industries present in their municipality or region. This article is based on interviews with employees in the business-oriented support system and the cultural bureaucracy, as well as analyses of public policy documents in both sectors. Article 2 assumes that the creative industries exist in a political vacuum (or liminal space) in which public bodies has only taken a limited degree of responsibility, and in which opportunities have opened for a type of agent that forms local support systems for those who operate smaller artistic or creative businesses. The empirical data here consist primarily of interviews with the agents that operate in these liminal spaces. Article 3 analyses how agents within and outside creative industries conceptualise and discuss those who work in creative industries, and the consequences

these conceptualisations have for creative industries. Article 4 identifies a possible gap between the political rhetoric concerning the connections between tourism and creative industries, and how people who make their living in the creative industries view tourism. The latter two articles are based on interviews with employees in local cultural administration, the business-oriented support system, and people in creative industries.

The national policy concerning creative industries is bifurcated. It primarily consists of art policy initiatives aimed at agents with business models that have limited prospects of making money in a market, and business-oriented initiatives aimed at agents who have business models resembling those that may be recognised from conventional industrial sectors or the business world. Research has indicated that companies in creative industries often fall through the cracks (Hauge, Ibenholt, Ericsson & Hallin, 2020). One finding in the thesis is that at the local and regional level, there is an equivalent vacuum between cultural policy and business policy, and that the approaches of these policies are ill-suited to handle the hybrid nature that often characterises businesses in creative industries. Another finding is that employees in the cultural and business sectors at local and regional levels have different positions in terms of skill level and policy when it comes to understanding and supporting agents in creative industries, but none are equipped to properly take responsibility for this field of policy. Small agents in creative industries have practically no local public support system to turn to. A third finding is that opportunities have emerged for the entrepreneurship of third parties in the political and administrative vacuum at the local level. These third parties, which are local facilitators, are analysed as the junction between agents in creative industries, as well as between the creative industries, the art world, the business community, and bureaucracy. These facilitators have compound competence, and for agents in creative industries, they are both resources and gatekeepers. It is food for thought, however, that the local base of skill and drive for the creative industries primarily exists outside of political and bureaucratic systems and spheres of power. A closer connection between bureaucrats with power and agents with creative industries skill sets will allow a strengthened basis by which good models may be developed to facilitate and support creative industries. A closer

connection may also be able to contribute to improved sustainability in the industry in a financial, artistic, and social sense.

This Ph.D. project has been closely linked to, and partially overlaps with, a research-driven innovation project financed by funds from the Oslofjordfondet Regional Research Fund. Among other things, this close connection to the innovation project has entailed cooperation with many different agents, including research colleagues within and across fields of study, as well as non-academic cooperating partners.

The thesis is a contribution to knowledge regarding creative industries in policy and administration at local and regional levels. It contributes to new knowledge on conceptions of creative industries and practices for facilitation in local contexts. Methodologically speaking, the work is an example of how cooperation with non-academic partners with practically oriented skills may be a challenge, while this may at the same time strengthen and help improve the quality and relevance of the research. At the theoretical level, the thesis is a practice-oriented contribution that supplements past research on creative industries, which has generally been more structure-oriented. The theoretical approach has made it possible to make creative industries visible as something characterised by variation and disruption, a hybrid nature and contradictions, rather than similarity and shared features.

Key words: creative industries, creative work, local and regional cultural policy, justification, legitimacy, business support system, public administration, bureaucracy.

Artikkelliste

Artikkel 1

Haugsevje, Å. D., Heian, M. T., Stavrum, H. & Leikvoll, G. K. A. (2020). Begrunnelser for lokal kreativ næring: Instrumentell kulturpolitikk som tilslørende begrep. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 23(2), 86-103. <https://doi.org/10.18261/issn.2000-8325/2020-02-02>

Artikkel 2

Haugsevje, Å. D., Stavrum, H., Heian, M. T. & Leikvoll, G. K. A. (2021). Bridging, nudging and translating: facilitators of local creative industries in Norway. Publisert online i *International journal of cultural policy*. <https://doi.org/10.1080/10286632.2021.1895131>

Artikkel 3

Haugsevje, Åsne Dahl: Justifying Creative Work: Norwegian Business Support and the Conflicting Narratives of Creative Industries. Upublisert artikkelmanuskript. Manuskriptet er sendt inn til *Cultural Trends*.

Artikkel 4

Helgadóttir, Guðrún, Å. D. Haugsevje, H. Stavrum (2021). A Blind Spot? Cultural field Perspectives on Tourism. Publisert online i *The Journal of Arts Management, Law, and Society*. <https://doi.org/10.1080/10632921.2021.1997847>

Innholdsfortegnelse

Forord	I
Sammendrag	III
Abstract	VII
Artikkelliste	XI
Innholdsfortegnelse	XIII
1 Introduksjon	1
1.1 Tema for avhandlingen.....	3
1.2 Hva er kreativ næring?	4
1.3 Fra kunst og kultur til kreativ næring	9
1.4 Problemstillinger	17
1.5 Hvorfor forske på kreativ næring?.....	20
1.6 Avhandlingens avgrensinger.....	23
1.7 Kappens oppbygning	24
2 Kreativ næring som forskningsfelt	25
2.1 Politisk motivert forskning.....	25
2.2 Kritiske perspektiver	28
2.3 Intermediaries, support workers og byråkrater	30
2.4 Avhandlingens bidrag	35
3 Analytiske perspektiver	36
3.1 Kulturforskning, kulturvitenskap og kulturpolitikkforskning.....	36
3.2 Kultur: innenfra og ut eller utenfra og inn?.....	40
3.3 Fransk pragmatisk sosiologi.....	47
3.3.1 Verdiverdenene	50
3.3.2 Veksling mellom verdener	53
3.3.3 Kritikken mot det fransk-pragmatiske perspektivet	54
3.4 Kulturelle repertoarer	55
3.5 Kulturell performance	56
3.6 Kulturpolitiske begrunnelser eller fornuftsgrunnlag	57
3.7 Å bygge bro over konfliktuerende verdisystemer	60

4	Metoder og empiri	61
4.1	Casestudier.....	61
4.1.1	Kvalitative intervjuer med kreative og ikke-kreative	65
4.1.2	Intervjuenes innhold	70
4.1.3	Deltakende observasjon og feltsamtaler	73
4.1.4	Møter og samlinger med informanter med doble roller	77
4.2	Koding og analyse av materialet.....	79
4.3	Dokumentstudier	82
4.4	Å møte seg selv i døra: meta-intervju	83
4.5	Personvern	87
5	Verdifrihet, kunnskapsregimer og «messiness»	89
5.1	Oppdragsforskerhverdagen.....	90
5.2	Verdifrihetsidealet.....	94
5.3	Den ubekvemme forskeren	96
5.4	It's complicated: møte mellom kunnskapsforventninger.....	98
5.5	Ubehag som indikator	101
6	Presentasjon av artiklene	104
6.1	Artikkel 1	104
6.2	Artikkel 2	108
6.3	Artikkel 3	110
6.4	Artikkel 4	111
7	Sammenfatning og diskusjon	115
7.1	Konklusjon og framtidige forskningsbehov	119
8	Referanser.....	122
	Vedlegg	
	Artikler	

1 Introduksjon

En høstdag i 2017, tidlig i arbeidet med denne avhandlingen, var jeg til stede som deltakende observatør på en læringsarena der kunstnere og personer som drev små kreative bedrifter ble kurset i forretningsdrift. Kurssamlingen var den andre i en serie samlinger som gikk denne høsten. Kurslederen hadde selv egen erfaring med å starte opp og drive egen bedrift, men ikke innenfor kulturelle eller kreative bransjer. Han innledet med å si at mens den første samlingen hadde handlet om det kreative, «slike ting som dere sikkert liker godt», skulle denne andre samlingen handle om «det harde», f.eks. målsettinger, forretningside og andre ting som er «mer kjedelig, men som like fullt må til». I PowerPoint-presentasjonen hans dukket det opp uttrykk som «kundefabrikken» og «hva er ditt unike verdiløfte?». Han brukte mange eksempler, de fleste av dem var hentet fra bransjer som jeg umiddelbart tenkte stod fjernt fra kursdeltakernes jobbvirkeligheter, og handlet om hvordan store industri- og teknologiselskaper, som Apple og BMW, henvender seg til kundene sine. Med sin antagelse om hva kursdeltakerne rundt bordet likte godt og hva de nok syntes var kjedelig, reproduiserte han et utbredt narrativ om kunstnere og kreative arbeidere som yrkesgrupper med sterk indre motivasjon, drevet av lidenskap og kjærlighet til arbeidet sitt, og med liten vilje eller evne til å handle strategisk, tilpasse seg en kunde og ta seg betalt. I et feltnotat¹ jeg skrev etter at jeg hadde forlatt forsamlingen, har jeg beskrevet mitt inntrykk av kursdeltakerne. Det var særlig to inntrykk jeg satt igjen med. Det ene var at de representerte et mangfold av personligheter og virksomheter. Det andre var at flere av dem framsto som langt mer strukturerte bedriftseiere enn hva kurslederen tilsynelatende antok med sitt generaliserende og stereotype utsagn. Denne avhandlingen handler nettopp om hvordan små aktører som har sitt levebrød i den såkalte kreative næringen forstås og møtes av omverden.

Også i forskningslitteraturen blir det ofte påpekt at kreative arbeidere ofte er drevet av indre motivasjon og opplever stor glede, tilfredsstillelse og dedikasjon knyttet til arbeidet

¹ Feltnotat nr. 4.

sitt (Bille et al., 2013; Hope & Richards, 2015; McRobbie, 2002; Throsby, 1994). Dette skjer på tross av at kreative jobber ofte tar form av såkalt ikke-standardisert arbeid, som spås å øke i utbredelse i framtida (jf. Ilsøe & Larsen, 2021). Ikke-standardisert arbeid er arbeid basert på prosjektorganisering, frilansvirksomhet eller korttidskontrakter, som fører med seg midlertidighet og uforutsigbarhet, krav om fleksibilitet og mobilitet, og som ofte er preget av stor individuell risiko, usikkerhet og ulikhet (Heian & Hjellbrekke, 2017b; Kleppe, 2017b; McRobbie, 2016; Ross, 2008).

Med sin indre motivasjon og dedikasjon representerer kreative arbeidere det ultimate eksempelet på en bredere samfunnstrend. *Do What You Love* er en aforisme hyppig delt i sosiale medier, ofte med referanse til den kinesiske filosofen Konfucius, som angivelig skal ha sagt noe slikt som «Velg en jobb du elsker, og du vil aldri trenge å arbeide en eneste dag i resten av ditt liv».² Aforismen dukker også opp som tema for bøker om bedriftsutvikling og selvutvikling (f.eks. Qizilbash, 2015; Tucker, 2021), og vi kan finne den gjengitt på interiørartikler som plakater, kaffekrus og sofaputer. Kritikere har omtalt fremveksten av *Do What You Love* som vår tids uoffisielle arbeidslivs-mantra (jf. Sandoval, 2018), et mantra som betoner nettopp enkeltindividets ansvar for selv-ledelse og egen lykke og velferd, og arbeidet som en belønning god nok i seg selv. Marisol Sandoval (2018) påpeker at vektleggingen av at kreative arbeidere gjør lidenskapen sin til levebrød – de gjør det de elsker – har den konsekvens at det tar oppmerksomheten bort fra de problematiske arbeidsforholdene dette fremvoksende arbeidslivet tilbyr:

As part of a neoliberal work culture, do what you love transfers the battleground from society onto the self. It favours self-management over politics (Sandoval, 2018: 113).

Av Sandovals argumentasjon følger det at narrativet om den indre motiverte kreative arbeideren betoner individets eget ansvar for å skape seg ordnede arbeidsforhold og en inntekt å leve av. Samtidig kan vi miste av syne behovet for at fellesskapet utformer en politikk som skaper mulighet for strukturell endring. I denne avhandlingen setter jeg søkelyset nettopp på de samfunnsmessige, politiske og forvaltningsmessige strukturene

² <https://www.jayrowden.com/do-what-you-love-love-what-you-do/> (lest 26.11.2021).

og aktørene som omkranser kunstnere og kreative arbeidere. Blant spørsmålene som belyses er hvorvidt den noe utvendige forståelsen av kreativt arbeid som kurslederen fra samlingen om forretningsdrift ga uttrykk for, er en forståelse som også preger aktører i politikk og forvaltning.

1.1 Tema for avhandlingen

Avhandlingen handler om hvordan arbeid i såkalt kreativ næring forstås og verdsettes av ulike aktører i ulike kontekster. Sentrale aktører i avhandlingen er 1) de som selv utgjør næringen, nærmere bestemt kunstnere og personer som driver små bedrifter innen kulturelle og kreative bransjer, og 2) aktører som ikke selv er en del av kreativ næring, men som opererer i næringens omgivelser, forvalter politikk, og i større eller mindre grad utgjør et lokalt støtteapparat for de kreative arbeiderne, for eksempel byråkrater i kulturadministrasjon og næringsapparat på lokalt og regionalt nivå.

Avhandlingen undersøker for det første hvilke forståelser og verdsettelse av kreativt arbeid som ligger til grunn for lokal og regional politikk om kreativ næring. For det andre undersøker den i hvilken grad disse forståelsene og verdsettelsene samsvarer med hvordan små aktører i kreativ næring forstår og legitimerer sin egen virksomhet.

Basert på et kvalitativt intervjumateriale, deltakende observasjon og dokumentstudier belyser avhandlingen hvordan den kreative næringen omgis av ulike og motsetningsfylte narrativer. Avhandlingen belyser videre hvilken betydning disse motsetningene har for de som jobber i den kreative næringen og de som representerer deler av støtteapparatet rundt næringen. Den analyserer også hvordan noen aktører fungerer som brobyggere mellom kreative arbeidere og samfunnet ellers, mens andre besitter verken forståelser eller verktøy som gjør dem i stand til å være en del av en struktur for et mer bærekraftig arbeidsliv i kreativ næring. Det er et mål for avhandlingen å bidra til å øke forståelsen for kreativt arbeid som nettopp *arbeid*, utvide kunnskapen om politikkområdet kreativ næring, og bygge bro mellom de som har sitt levebrød i kreativ næring og de som utøver og forvalter politikk på området.

Før jeg presenterer avhandlingens problemstillinger og avgrensninger, gir jeg et innblikk i begrepet kreativ næring, hvordan det har vokst fram som et politisk fenomen, og de sammensatte grunnene til at jeg har valgt å la dette være emne for et ph.d.-arbeid.

1.2 Hva er kreativ næring?

Kreativ næring brukes som betegnelse både på et politisk satsingsområde og et forskningsfelt som begge har vokst fram i løpet av den siste tjueårsperioden. I løpet av disse årene er denne næringens omfang, egenart og samfunnsmessige betydning grundig kartlagt og analysert. Politiske satsinger er lansert, og det er slått fast gang på gang at denne næringen er viktig, og at den vil kunne ha stor betydning for norsk verdiskaping framover, parallelt med utfasingen av oljeindustrien. Men begrepet kreativ næring er både uavklart og omstridt, og sekkebetegnelsen brukes først og fremst av personer som ikke selv arbeider i den.

Den engelske termen «creative industries» ble først brukt i Australia i 1994 i forbindelse med Labour-regjeringens initiativ Creative Nation, men fikk bredere oppmerksomhet med New Labour i Storbritannia etter at Tony Blair kom til makten i 1997. Hans regjering etablerte «creative industries» som et særskilt satsingsområde for et nytt departement (DCMS) som skulle arbeide med kultur, media og sport (Vlassis & De Beukelaer, 2019, s. 503). På norsk oversettes termen gjerne med *kreativ næring*, men hva snakker vi egentlig om? I arbeidet med denne avhandlingen har det blitt tydelig for meg at folk fyller dette begrepet med ulikt innhold, og at det for mange framstår som uklart. Ikke bare brukes det på ulike måter av forskere på feltet. Også de som selv jobber i den såkalte kreative næringen, og ansatte i forvaltning og byråkrati som er satt til å bistå dem, ser ut til å ha ulike forståelser av begrepet. Forvirringen blir ikke mindre når noen velger å snakke om *kulturelle næringer* i flertall, eller *kulturell og kreativ næring*. I denne avhandlingen velger jeg å benytte begrepet kreativ næring i entall fremfor flertallsformen og fremfor kulturell og kreativ næring, fordi det er kort og greit, men også fordi det er dette begrepet som i stor grad har vært benyttet i norsk politikk de siste årene. Samtidig kommer jeg til å bruke

andre tilgrensende og delvis overlappende begreper i tillegg, som for eksempel kulturarbeidslivet, kunstfeltet, kunst- og kulturbedrifter, kreativt arbeid, kunstnere og kreative.

Mange har forsøkt å definere fenomenet kreativ næring. På Kulturrådets nettsider kan vi under «ofte stilte spørsmål» få et svar på spørsmålet «Hva er kulturell og kreativ næring?»:

Kulturell og kreativ næring er en samlebetegnelse på næringsvirksomhet som fremstiller kulturelle uttrykk. Disse kommuniseres primært gjennom estetiske virkemidler som symboler, tegn, bilder, farger, bevegelser, former, lyder og fortellinger.³

Ifølge denne definisjonen handler det altså om næringsvirksomhet basert på kulturelle uttrykk og formidlet gjennom estetiske virkemidler. Andre definisjoner vektlegger at det handler om næringsvirksomhet som springer ut av folks kreative kapasitet, og som har verdiskapingspotensial, som denne britiske definisjonen fra 2001:

those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent which have a potential for job and wealth creation through the generation and exploitation of intellectual property.⁴

I atter andre definisjoner, som i denne EU-orienterte fra 2014, er det kommersielle aspektet tonet ned, og det slås fast at det handler om produksjon og distribusjon av kulturelle og kreative varer og tjenester:

those industries producing or distributing cultural and creative goods and services, defined in 2005 by UNESCO as "activities, goods and services, which... embody or convey cultural expressions, irrespective of the commercial value they may have."⁵

I tillegg til forsøkene på å definere begrepet kreativ næring, og kanskje fordi det har vist seg vanskelig å utvikle en entydig og presis definisjon, har flere forsøkt å peke på hvilke næringsvirksomheter og bransjer kreativ næring *består* av. Det britiske Department for

³ Kulturrådet, Spørsmål og svar om kulturell og kreativ næring, <https://www.kulturradet.no/kreativ-naering/vis/-/radgivning-for-kreativ-naering> (lest 30.09.21).

⁴ Creative Industries Mapping Document, DCMS 2001.

⁵ <http://www.creatingeurope.eu/en/wp-content/uploads/2014/11/study-full-en.pdf>

Culture, Media and Sport (DCMS) kom i 1998 med sin første kartlegging av Creative Industries. I denne kartleggingen var følgende bransjer inkludert: reklame, antikk, arkitektur, kunsthåndverk, design, mote, film, fritids-software, musikk, utøvende kunst, forleggervirksomhet, software, TV og radio.⁶ I Norge har det de siste årene vært vanlig å henvise til Gran, Torp og Theies (2015) avgrensning av kreativ næring, som inkluderer bransjene bok, musikk, film, utøvende kunst, visuell kunst, museum, dataspill, TV/radio, aviser/magasiner, design, arkitektur, reklame og event, se Figur 1. Med andre ord, ifølge disse forskerne, favner kreativ næring i Norge om hele kultursektoren, hele mediesektoren og noen andre såkalt kreative bransjer.



Figur 1. Oversikt over sektorer og bransjer i den kreative næringen. Kilde: Gran et al. 2015.

Så kan man stille spørsmål ved om det i det hele tatt gir mening å omtale disse bransjene

⁶ Creative Industries Mapping Document, DCMS 1998.

under ett? Er det eksempelvis ikke mer som skiller museumsbransjen og spillbransjen fra hverandre, enn som gjør dem like? Og hva med personer som er fast ansatt i et orkester – har de i det hele tatt noe til felles med personer som driver sitt eget arkitektfirma eller personer som er frilans skuespillere? Sekkebetegnelsen kreativ næring favner ikke bare om bransjer som er svært ulike med hensyn til innhold, form og markedsmodeller, men om yrkesutøvere og arbeidere med svært ulik organisering og arbeidsmarkedstilknytning. Dessuten; utføres det ikke mye kreativt arbeid også i helt andre sektorer, for eksempel i teknologiske og industrielle bransjer?

Denne type spørsmål var utgangspunktet for Higgs et al. (2008) da de utviklet analysemodellen *The Creative Trident*, som et motstykke til modellen som DCMS hadde brukt.⁷ I stedet for å ta utgangspunkt i produkter, estetiske virkemidler eller hvorvidt bransjer har sitt utspring i kreativ kapasitet, tar denne modellen utgangspunkt i yrker eller jobber (occupations). Den skiller mellom tre ulike yrkestyper: kreative spesialister i kreativ næring, personer som jobber i støttefunksjoner, samt personer som arbeider i kreative jobber i andre næringer. De sistnevnte omtales gjerne som kreative som er «embedded» i andre næringer. Disse tre gruppene utgjør den samlede kreative arbeidskraften (ibid.). I en fire-felts-tabell der vi skiller mellom henholdsvis kreativ og ikke-kreativ næring, og mellom kreative jobber og ikke-kreative jobber, vil den samlede kreative arbeidskraften dekke tre av fire celler, i Tabell 1 markert med grå farge.

Tabell 1. Analysemodellen *the Creative Trident* illustrert i en fire-felts-tabell. Den samlede kreative arbeidskraften dekker de tre gråskraverte cellene. Kilde: Bakhshi, Freeman & Higgs, 2013.

	Kreativ næring	Andre, ikke-kreative næringer
Kreative jobber	Kreative jobber i kreativ næring	Kreative jobber i ikke-kreativ næring
Ikke-kreative jobber	Ikke-kreative jobber i kreativ næring	Ikke-kreative jobber i ikke-kreativ næring

⁷ Modellen er senere adoptert av DCMS Bakhshi, H., Freeman, A. & Higgs, P. (2013). *A dynamic mapping of the UK's creative industries*. NESTA. .

Modellen gjør det mulig å få fram nyansene i kreativ næring på en bedre måte. Gjennom å ta utgangspunkt i yrker, kan man identifisere hvilke bransjer og sektorer som er mest kreativt intense, gjennom å undersøke hvor stor andel av jobbene i en bransje som er kreative. Hva som faller inn under kreativ næring er dermed de bransjene som består av en andel av kreative jobber over en viss terskel (Kemeny et al., 2020, s. 378). Kartlegginger basert på Creative Trident-modellen i Storbritannia og USA tydeliggjør innsikter som f.eks. at det er flere kreative jobber utenfor kreativ næring enn i kreativ næring, og at det er flere ikke-kreative jobber enn kreative jobber i kreativ næring (Kemeny et al., 2020, s. 384). Perspektivet gir således et ganske annerledes og mer nyansert bilde av den kreative økonomien, og tydeliggjør også at det er problematisk å omtale kreativ næring som en enhetlig del av kultur- og næringslivet.

De ulike forsøkene på å ramme inn og definere kreativ næring, viser hvor vanskelig det er å komme fram til en omforent forståelse av denne sekkebetegnelsen. Begrepet brukes i noen sammenhenger som en mer eller mindre deskriptiv og nøytral merkelapp på en identifisert del av kultur- og næringslivet, mens det i andre sammenhenger forstås som et politisk fenomen og et ideologisk begrep med stor retorisk kraft. Basert på min egen erfaring med begrepet, vil jeg også påstå at begrepet kreativ næring i en norskspråklig kontekst oftere brukes i den politiske og ideologiske betydningen, enn hva som er tilfelle med begrepet *creative industries* i en internasjonal kontekst, som oftere benyttes som en nøktern og deskriptiv betegnelse på en blant mange økonomiske sektorer, ved siden av for eksempel matindustri og landbruksnæring. I denne avhandlingen bruker jeg begrepet kreativ næring først og fremst som en deskriptiv samlebetegnelse på spesifikke bransjer, i tråd med avgrensningen Gran et al. (2015) opererer med. Samtidig er analysen tett knyttet opp nettopp mot det ideologiske og politiske innholdet i begrepet, for eksempel har forståelser av dette begrepet vært et eksplisitt tema i de kvalitative intervjuene som ligger til grunn for arbeidet.

Jeg gjør også utstrakt bruk av begrepet *kreativ* og motsatsen *ikke-kreativ*. Som oftest bruker jeg disse begrepene som deskriptive betegnelser på to hovedgrupper av informanter, og med referanse til kategoriene i Creative Trident-modellen (jf. Higgs et al.,

2008). Jeg benytter altså begrepene for å kategorisere informantene mine. Begrepene hentyder i denne sammenhengen ikke til egenskaper, tilbøyeligheter eller personlighetstrekk ved informantene, men refererer til hva slags arbeid de utfører eller hva slags posisjon de har i eller utenfor kreativ næring. Informantene jeg omtaler som kreative driver eller jobber i små virksomheter innenfor de tidligere definerte bransjene. Informantene jeg omtaler som ikke-kreative driver ikke slik virksomhet, men har posisjoner i offentlig forvaltning eller jobber tettere på de kreative. Dette beskrives mer utførlig i kap. 4.1.1 om empiri og kvalitative intervjuer. Selv om begrepet kreativ stort sett altså benyttes som en deskriptiv betegnelse i teksten, kan det selvsagt også forstås som en egenskap eller et personlighetstrekk. I et par av artiklene (artikkel 2 og 3), brukes begrepet kreativitet på et analytisk nivå. Dette gjøres i forbindelse med bruken av Boltanski og Thévenots (1999, 2006) verdiverdener, mer spesifikt med referanse til den såkalte artistiske eller inspirasjonelle verdiverden der det som anses som verdifullt er skapt utfra nettopp kreativitet. Den inspirasjonelle verdiverden og andre verdiverdener utdypes nærmere i kap. 3.3.1.

I dette delkapitlet har jeg, i tillegg til å avklare noen sentrale begreper, forsøkt å ramme inn kreativ næring som økonomisk sektor i Norge i dag. I det neste delkapitlet beskriver jeg hvordan kreativ næring som politisk fenomen har vokst fram i Norge.

1.3 Fra kunst og kultur til kreativ næring

Blant mangfoldet av yrkestilværelser som gjemmer seg i bransjene oppramset i Figur 1, er det mange som har en svært lang historie. Poeter, skulptører, malere, arkitekter, komponister, utøvende musikere – ingen av disse levebrødene er nye, selv om de har vært utøvet på ulike måter og i stadig nye samfunnsmessige og teknologiske kontekster gjennom mange hundre år. Så er det riktignok noen yrker innenfor bransjene nevnt over som er betraktelig nyere og som har vokst fram nettopp som en følge av samfunnsmessige og teknologiske endringer, f.eks. jobber i reklamebransjen og i dataspillbransjen. Det er imidlertid ikke disse yrkene i seg selv, eller kjennetegn,

fellestrekk og forskjeller ved yrkene eller bransjene, som utgjør det primære forskningsmotivet i denne sammenhengen. Det er snarere den politiske oppmerksomheten de har fått fra omkring tusenårsskiftet – både internasjonalt og i Norge – og som speiles i samlebetegnelsene *kreativ næring*, *kulturnæring* og *cultural and creative industries*. Jeg vil i det følgende beskrive bevegelsen fra kunst og kultur til kreativ næring i norsk politikk.

Kulturlivet i Norge har, som i Norden for øvrig, tradisjonelt hatt en tyngre offentlig finansiering sammenlignet med kulturlivet i andre deler av verden (Heikkinen, 2003). Kultursosiologen Per Mangset og kulturhistorikeren Ole Marius Hylland (Mangset & Hylland, 2017, s. 31f) beskriver hvordan det i løpet av 1800-tallet vokste fram en første kulturell infrastruktur i Norge, med etableringen av offentlige biblioteker og boksamlinger, statsstøttede museer, kunstutdanning, teatre og orkestre, kor, korps, foreninger og organisasjoner, reisestipender, kunstnerlønn, komponist- og diktergasjer. Allerede i denne perioden begynte det også å danne seg en kulturpolitisk infrastruktur bestående av arenaer for produksjon, formidling og distribusjon av kultur, og systemer for finansiering og kunstnerprofesjonalisering. Kunst og kultur ble utskilt som en autonom sfære i samfunnet, og det oppstod et marked for kunst med publikumsgrunnlag i det fremvoksende borgerskapet (ibid.). Allerede på 1800-tallet var altså kunstnere og kulturprodusenter, om de var selvstendig næringsdrivende eller helt eller delvis ansatt i en kulturinstitusjon, del av en økonomi som kombinerte både offentlig finansiering og markedsgenererte inntekter.

I tiårene etter andre verdenskrig favnet kulturpolitikken stadig videre og utviklet seg i en mer helhetlig, planmessig og strukturell retning (Mangset & Hylland, 2017, s. 44f). Blant annet ble det opprettet en rekke nye offentlige støtteordninger og kulturinstitusjoner. Mye var forankret i det overordnede målet om å demokratisere kulturen og spre den ut til hele befolkningen (jf. Mangset, 1992, 2012), ikke minst gjaldt dette etableringen av Riksteatret, Riksgalleriet, Rikskonsertene, Den norske opera og regionale institusjoner innenfor flere deler av kulturfeltet (Mangset & Hylland, 2017, s. 45). Selv om alle de nye institusjonene utgjorde arbeidsplasser og oppdrag for mange kunstnere, opplevde ikke

kunstnerbefolkningen den samme velferdsøkningen som andre grupper i samfunnet gjorde i tiårene etter krigen. Faktisk opplevde kunstnerne en forverring av sin økonomiske situasjon, noe som var en del av bakgrunnen for etableringen av den statlige kunstnerpolitikken på 1970-tallet (Heian, 2018, s. 77). I tillegg til den indirekte støtten som kommer kunstnere til gode som lønn og pensjon ved offentlig subsidierte kunstinstitusjoner, består denne politikken av direkte støtte til kunstnere, i form av individuelle stipender og vederlagsordninger – det siste er et særtrekk ved norsk kunstnerpolitikk (Heian, 2018, s. 78).

Fra tusenårsskiftet ser vi antydning til en ny linje i kulturpolitikken. I 2001 utga Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet en skriftlig veileder som het *Tango for to – Samspill mellom kulturliv og næringsliv* (KUD & NHD, 2001). Formålet var å inspirere til et tettere samspill mellom de to sektorene som tradisjonelt hadde operert forholdsvis adskilt, og med det øke norsk verdiskaping og konkurransekraft. For næringslivet skulle et økt samarbeid med kulturlivet gi tilgang på kreativitet, innovasjon og kulturell merverdi, noe som på sikt skulle gi bedre lønnsomhet for næringslivet. For kulturlivet skulle samarbeidet også gi utviklingsmuligheter, flere finansieringskilder og et større handlingsrom for å realisere egne prosjekter. Samtidig ble det understreket i en beroligende tone at det ikke var snakk om at næringslivet skulle utnytte kulturlivet, eller at staten skulle skyve ansvaret for kulturlivet over på private aktører. Nei da, samspillet skulle tvert imot være til *gjensidig* nytte:

Vårt ønske om økt samspill mellom kultur og næring er derfor verken et ønske om en kommersialisering av kulturlivet, eller et forsøk på å redusere det offentliges ansvar for å støtte et variert og rikt kulturliv. Målet er å rette oppmerksomheten mot de områder der kultur- og næringsliv har gjensidig interesse av økt samarbeid, som supplement til de offentlige rammebetingelsene (KUD & NHD, 2001, s. 6).

En omfattende undersøkelse i 2006 av kunstnernes inntekts- og arbeidsforhold (Heian et al., 2008) viste at kunstnernes inntekter fra kunstnerisk virksomhet fortsatt var langt lavere enn inntektene til andre yrkesaktive i samfunnet, og at kunstnere generelt sett fortsatt var en lavinntektsgruppe. Den viste også at offentlig støtte til kunstnere bare til en viss grad maktet å kompensere for lave inntekter fra markedet, og at andre inntekter (fra såkalt kunstnerisk tilknyttet arbeid eller ikke-kunstnerisk arbeid) sto for en større kompensasjon.

I 2005 kom Regjeringen Bondevik II med Stortingsmeldingen *Kultur og næring* som hadde som formål å gi et helhetlig perspektiv på forholdet mellom kultur, næring og samfunnsbygging (St.meld. nr. 22 (2004-2005)). Meldingen formidlet tre hovedsynspunkter: 1) synspunktet om at kulturlivet omfatter verdiskapende næringer som er viktige for norsk økonomi, et synspunkt som var forankret i en kartlegging av kulturnæringene i Norge som nylig var gjennomført av Østlandsforskning (Haraldsen et al., 2004), 2) synspunktet om at det kan ligge et synergipotensial i samspillet mellom kultur og næring, og 3) synspunktet om at kultur og kulturbaserte næringer kan spille en viktig rolle i lokal og regional utvikling (St.meld. nr. 22 (2004-2005), s. 5f). Stortingsmeldingen ble senere fulgt opp av handlingsplanen *Kultur og næring* i 2007 med en rekke tiltak for å utvikle forretningsmessig kompetanse blant aktører innen kultur og næring, styrke kulturbasert næringsutvikling som grunnlag for attraktive lokalsamfunn og øke kultureksporten til utlandet (NHD et al., 2007).

Etter regjeringsskiftet i 2005, innførte den rødgrønne regjeringen (Regjeringen Stoltenberg II) Kulturløftet som førte til store økninger i det nasjonale kulturbudsjettet. Fra 2005 til 2013 ble de statlige bevilgningene til kultur fordoblet, fra 5 milliarder i 2005 til nesten 10 milliarder i 2013 (NOU 2013: 4, s. 15). Å forbedre kunstneres levekår, med hovedvekt på inntektsvilkår og velferdsordninger, var ett av flere delmål for Kulturløftet I og II.⁸ Kulturløftet fikk stor betydning for norsk kulturliv på noen områder, men myndighetene møtte kritikk for at de økte bevilgningene ikke førte til en forbedring av kunstneres inntektssituasjon, iallfall ikke de kunstnerne som hadde svak eller ingen tilknytning til institusjonene, nærmere bestemt frilanskunstnere og selvstendig næringsdrivende kunstnere. Kulturutredningen 2014 la imidlertid ikke alt ansvaret for kunstneres inntektssituasjon på det offentlige, men pekte på kunstneres eget ansvar:

Utvalget mener at en ivaretagelse av kunstneres og kulturutøvernes levekår ikke utelukkende er offentlige myndigheters ansvar. Utvalget mener flere kunstnere kunne levd av kommersielle inntekter og at kunstfeltet for lenge har vært preget av en orientering mot offentlige midler. For å møte den økte

⁸ Prop. 1 S (2011-2012), s. 12.

etterspørselen etter kunst og kulturprodukter og for å bedre levevilkårene for kunstnere og kulturutøvere må flere kunstnere kunne fungere kommersielt (NOU 2013: 4, s. 313).

Med bakgrunn i kritikken mot Kulturløftet, initierte den nye blåblå regjeringen (Regjeringen Solberg) en utredning av kunstnerøkonomien (Heian, 2018, s. 82f). Utredningen *Kunstens autonomi og kunstens økonomi* (Skarstein, 2015) var basert blant annet på en ny stor undersøkelse av kunstnernes inntekter som blant annet viste en realnedgang i kunstnerisk inntekt i perioden fra 2006 til 2013 (Heian et al., 2015, s. 10).

I denne perioden skjedde det også strukturelle endringer som hadde innvirkning på kulturnæringslivet. Finanskrisen som startet i USA og som påvirket hele verdens pengemarkeder fra 2008, fikk begrenset betydning for norsk økonomi. Men selv om kreativ næring i perioden 2008–2014 opplevde en generell vekst, påviser Gran et al. (2015) at bransjene aviser/magasiner og dataspill i samme periode hadde en stor nedgang. Det har også vært en generell utvikling i samfunnet, og også i kulturlivet, fra faste ansettelse til midlertidige ansettelse. Dette preger ikke minst scenekunstheltet der vi ser at de store institusjonsteatrene i mindre grad baserer seg på faste ensembler, og heller ansetter folk for kortere perioder eller leier dem inn på oppdrag. Midlertidighet og fravær av langvarig arbeidsgiveransvar er også en del av bildet og diskusjonen om kunstnernes levekår, og har blant annet ført til etableringen av Skuespiller- og danseralliansen,⁹ som er en statlig finansiert ordning som skal tilrettelegge for bærekraftige kunstnerkarrierer blant frilans dansere og skuespillere.

I 2017 lanserte regjeringen, ved kulturminister Linda Hofstad Helleland, en tiltakspakke for kulturell og kreativ næring som skulle «bidra til økt privat engasjement og investering i kultursektoren og legge til rette for bærekraftige kulturbransjer i hele landet».¹⁰ Satsingen rettet seg mot utøvende og skapende kunstnere i det frie feltet utenfor de etablerte institusjonene, for å skape ny vekst, verdiskaping og arbeidsplasser og «styrke

⁹ <https://skuda.no/> (lest 17.04.2019).

¹⁰ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/70-millioner-kroner-til-kulturell-og-kreativ-naring/id2514480/> (lest 17.04.2019).

kunstneres muligheter for økte egeninntekter». ¹¹ Tre institusjoner stod sentralt i satsingen: Innovasjon Norge, Kulturrådet og Norwegian Arts Abroad. Regjeringen bevilget 70 millioner kroner til satsingen som ble kanalisert gjennom disse tre institusjonene samt noen tiltak og ordninger på områdene film og lokalradio. Den største andelen av midlene, 30 millioner, skulle forvaltes av Innovasjon Norge, 17 millioner skulle forvaltes av Kulturrådet, og 6 millioner av Norwegian Arts Abroad. Arbeidsfordelingen i denne koordinerte satsingen besto i at Innovasjon Norge skulle målrette sine tiltak mot «bedrifter med vekstambisjoner og potensial», Norwegian Arts Abroad skulle bidra til å styrke markedsføring og salg av norsk kunst og kultur i internasjonale markeder, og Kulturrådet skulle bidra til økte inntekter i kulturell og kreativ næring gjennom å forsterke støtteapparatet rundt kunstnerne og de regionale miljøene utenfor det etablerte institusjonsfeltet.¹² Midlene som ble bevilget til Kulturrådet skulle kanaliseres gjennom et nytt desentralisert kontor som ble lagt til Trondheim, og som skulle forvalte to støtteordninger. Den ene skulle styrke regional bransjeutvikling over hele landet. Den andre skulle bidra til næringsutvikling gjennom distribusjon, formidling, markedsføring og salg. Satsingen ble lansert med brask og bram og særdeles store forhåpninger om kreativ nærings framtidige potensialer. Margit Klingen Daams, som ledet Innovasjon Norges del av satsingen, uttalte på organisasjonens egne nettsider: «Handelen av kulturprodukter og -tjenester har vært gjenstand for en eventyrlig vekst det siste tiåret. Alt tyder på at det er en vekst som vil fortsette».¹³

I denne beskrivelsen av politikikutviklingen innenfor kreativ næring i Norge, er Jeremy Ahearnes (2009) skille mellom *eksplisitt* og *implisitt* kulturpolitikk et relevant perspektiv. Den eksplisitte kulturpolitikken er, ifølge Ahearne, den politikken som benevnes som kulturpolitikk, mens den implisitte kulturpolitikken er den som ikke er det i navnet, men

¹¹ Se forrige fotnote.

¹² <https://www.kulturradet.no/kreativ-naering/vis/-/fakta-kreativ-naering> (lest 19.04.2019).

¹³ <https://www.innovasjon norge.no/no/om/nyheter/2017/historisk-satsing-pa-kulturell-og-kreativ-naering/> (lest 17.04.2019).

som likevel har virkning på kulturområdet. Den implisitte kulturpolitikken, som Ahearne også kaller den *effektive* kulturpolitikken, kan potensielt ha større betydning enn den eksplisitte, som han kaller den *nominelle*. Skattepolitikk, velferdspolitik og næringspolitikk er eksempler på implisitt kulturpolitikk, altså politikk som ikke er del av kulturpolitikken, men som åpenbart har stor betydning for den enkelte kulturarbeiders inntekts- og arbeidssituasjon, og dermed for kunst- og kulturproduksjonen. Politikken som er etablert for å stimulere kreativ næring på nasjonalt nivå, der de to hovedaktørene Kulturrådet og Innovasjon Norge fra 2017 er gitt ansvaret for gjennomføringen, kan forstås som et hybrid forsøk på å kombinere den implisitte kulturpolitikken, i dette tilfellet nærings- og innovasjonspolitik, med eksplisitt kulturpolitikk.

Den politiske oppmerksomheten rundt kreativ næring og entreprenørskap har vært møtt med en viss skepsis blant en del kunstnere. Blant annet skrev fem profilerte forfattere et debattinnlegg i Aftenposten 1. november 2016 der de uttrykte bekymring for kunstnernes kår, og mente at kulturministeren i sitt budsjettforslag hadde sett bort fra det som hadde kommet fram i kunstnerøkonomiutredningen fra 2015:

Helleland prioriterer i sitt budsjettforslag det som kalles kulturell og kreativ næring. Vi er helt på linje med ministeren når hun ønsker at vi som kunstnere skal tjene mer på det vi skaper. Men vi er sterkt kritiske til at Regjeringen samtidig med at den satser på næringsutvikling, trapper ned den innsatsen som skal gå til utvikling av kunsten som kan danne utgangspunkt for næringsvirksomhet.¹⁴

Forfatterne argumenterer i innlegget for å hegne om og videreutvikle kunstnerpolitikken; kunstnerstipendene, innkjøpsordningene og vederlagsordningene. En uke senere imøtegikk kulturminister Helleland forfatterne i et eget debattinnlegg i samme avis, der hun uttrykte:

¹⁴ «Kulturministeren glemte kunstnerøkonomien», Debattinnlegg i Aftenposten 1.11.2016, av Sigmund Løvåsen og Helene Uri, leder og nestleder i Den norske Forfatterforeningen, og Eivind Hofstad Evjemo, Herbjørg Wassmo og Ruth Lillegraven, forfattere, <https://www.aftenposten.no/meninger/debatt/i/zi6p1/Kulturministeren-glemte-kunstnerokonomien>. (lest 17.04.2019).

Staten kan ikke gi stipend til alle som ønsker å være kunstnere. Vi må styrke muligheten til egeninntjening. [...] Vi skal fortsatt ha en sterk offentlig finansiering av kunst og kultur. Men sektoren kan ikke ensidig være basert på offentlige bevilgninger.¹⁵

Samtidig forsøkte hun å berolige kritikerne, og påpekte at kunstnerstipendene fortsatt skulle være «en hjørnestein» i kunstnerpolitikken. Ser vi tilbake til *Tango for to* i 2001, får vi her øye på den samme forsikringen om at det offentlige ikke akter å fraskrive seg ansvaret for kunstnernes levekår. Samtidig kan vi se en ny og litt mer offensiv holdning til hva kunstnerne forventes å dra inn av inntekter fra markedet. Gjennom perioden med den blåblå regjeringen har denne diskursen om kunstneres entreprenørskap og verdiskaping vært tydeligere enn tidligere. Tiltakspakken for kulturell og kreativ næring ble lansert som et av flere tiltak som skulle «øke kulturlivets bærekraft og selvstendighet fra bevilgende myndigheter». ¹⁶ Dette kan sees som en nyliberalistisk vending i kulturpolitikken, der markedskreftene ikke anses som en trussel mot kunsten, og som kulturpolitikken må beskytte den fra, men presenteres som en frigjørende mulighet: «Offentlig støtte forstås som en belastning og begrensning på kulturlivets frihet, mens markedsbaserte inntekter forstås som bedre egnet til å skape uavhengighet» (Røyseng, 2016a, s. 159).

I 2018 kom stortingsmeldingen *Kulturens kraft – Kulturpolitikk for framtida* (St.meld. nr. 8 (2018-2019)). Også her gjentas det samme omstillingsbehovet og hvordan kulturelle og kreativ næring kan være en del av løsningen:

Norsk økonomi er i omstilling. Den framtidige velferda vår er avhengig av at vi klarer å utvikle nye forretningsområde og inkludere flere i arbeidslivet. Den kulturelle og kreative næringa kan medverke til vekst, verdiskaping og sysselsetjing – og til nyskaping og innovasjon (St.meld. nr. 8 (2018-2019), s. 61).

Oppsummert, har vi de siste tiårene sett en bevegelse i retning av økte krav til kulturlivet om at de må ta sin andel av ansvaret for BNP gjennom å bli bedre på entreprenørskap og økonomisk verdiskaping, samtidig som det skal frigjøre seg fra økonomisk støtte fra det

¹⁵ «Historisk løft for kreativ næring», Debattinnlegg i Aftenposten 8. 11.2016, av Linda Hofstad Helleland. <https://www.aftenposten.no/meninger/debatt/i/O9Q6O/Historisk-loft-for-kreativ-naring--Linda-Hofstad-Helleland> (lest 17.04.2019).

¹⁶ Prop. 1 S (2017–2018), Kulturdepartementet.

offentlige. Denne bevegelsen representerer det man med andre ord kan beskrive som en økt forventning om at kunstnere og andre kreative virksomheter i større grad skal opptre som profesjonelle bedrifter. Da er det betimelig å stille spørsmålet: Hvordan blir de møtt av det offentlige? Blir de møtt som bedrifter, og som profesjonelle bedrifter? Og på hvilke premisser? Nettopp forholdet mellom ulike deler av forvaltningen og de som har sitt levebrød i kreativ næring er et sentralt tema for denne avhandlingen.

1.4 Problemstillinger

Avhandlingen undersøker for det første hvilke forståelser og verdsettelse av kreativt arbeid som ligger til grunn for lokal og regional politikk om kreativ næring. For det andre undersøker den i hvilken grad disse forståelsene og verdsettelsene samsvarer med hvordan små aktører i kreativ næring forstår og legitimerer sin egen virksomhet. Jeg har formulert følgende tre problemstillinger:

1. Hvilken posisjon har politikk om kreativ næring i lokal og regional politikk, og hvordan begrunnes den?
2. Hvilke forståelser, strategier og arbeidsmåter kjennetegner aktører som jobber med å tilrettelegge for kreativ næring på et lokalt, praktisk nivå?
3. Hvilke forståelser og verdsettelse av kreativt arbeid uttrykker representanter for offentlig kultur- og næringssektor på lokalt og regionalt nivå, og hvordan samsvarer dette med kreatives egne forståelser og legitimeringer av egen virksomhet?

Begrepet forståelse refererer her til folks subjektive måter å kategorisere verden på. Verdsettelse handler her om hvordan folk tilskriver noe lav eller høy verdi. Hvordan noe verdsettes, kommer til uttrykk for eksempel i hvordan folk rettferdiggjør egne og andres handlinger. Med strategier og arbeidsmåter mener jeg både overordnede strategier og målsettinger og konkrete måter å legge opp det praktiske arbeidet på.

Problemstillingene besvares i fire artikler. Artikkene er basert på et stort kvalitativt materiale som i hovedsak er fremskaffet gjennom kvalitative intervjuer og deltakende observasjon. I tillegg er det gjennomført dokumentstudier. Alle artikkene baserer seg på de kvalitative intervjuene, men har utover det noe ulike metodiske innganger. Artikkene har også ulike empiriske nedslagsfelt, det vil si de vektlegger ulike deler av materialet.

Metoder og empiri redegjøres for i kapittel 4, og de enkelte artikkene beskrives mer utfyllende i kapittel 6. Tabell 2 nedenfor gir en oversikt over sammenhengen mellom de tre problemstillingene, de fire artikkene, metoder og datakilder.

Som det går fram av Tabell 2, besvares problemstilling 1 i artikkel 1. Gjennom dokumentstudier av offentlige planer og intervjuer med kulturbyråkrater og næringsutviklere, analyseres det hvilken plass politikk om kreativ næring har i lokal og regional politikk om kultur og næring, og hvordan denne politikken eventuelt begrunnes.

Problemstilling 2 besvares i artikkel 2. Denne artikkelen undersøker hvilke forståelser, strategier og arbeidsmåter som kjennetegner aktører som opererer utenfor det etablerte virkemiddelapparatet med å tilrettelegge for kreativ næring på et lokalt, praktisk nivå. Artikkelen baserer seg på kvalitative intervjuer med disse aktørene, som i artikkelen omtales som lokale fasilitatorer, og deltakende observasjon på arenaer der disse utøver sitt arbeid målrettet mot små aktører i kreativ næring.

Problemstilling 3 besvares i artikkel 3 og 4. Artikkel 3 undersøker hvilke forståelser og verdsettelse av kreativt arbeid blant henholdsvis de som ser kreativ næring utenfra (i dette tilfellet byråkrater og næringsutviklere) og de som selv utgjør næringen (i dette tilfellet små aktører i kreativ næring). Det empiriske materialet til denne artikkelen består av intervjuer med informanter fra disse to hovedgruppene.

Artikkel 4 tar også for seg hva som kjennetegner forståelser av kreativt arbeid hos henholdsvis de som ser kreativ næring utenfra og de som selv utgjør kreativ næring, men her knyttet til en smalere tematikk, nemlig forholdet mellom kreativ næring og turisme. Denne artikkelen er basert på kvalitative intervjuer inkludert et meta-intervju som jeg omtaler nærmere i kapittel 4.4.

Tabell 2. Oversikt over sammenhengen mellom problemstillinger, artikler, metoder og data.

Problemstilling	Artikkel	Metode	Data
1) Hvilken posisjon har politikk om kreativ næring i lokal og regional politikk, og hvordan begrunnes den?	1	Dokumentstudier	Lokale og regionale offentlige planer for kultur og næring
		Kvalitative intervjuer	Kulturbyråkrater og næringsutviklere
2) Hvilke forståelser, strategier og arbeidsmåter kjennetegner aktører som jobber med å tilrettelegge for kreativ næring på et lokalt, praktisk nivå?	2	Kvalitative intervjuer	Lokale fasilitatorer
		Deltakende observasjon	Arenaer der fasilitatorene utøver sitt arbeid
3) Hvilke forståelser og verdsettelse av kreativt arbeid uttrykker representanter for offentlig kultur- og næringssektor på lokalt og regionalt nivå, og hvordan samsvarer dette med kreatives egne forståelser og legitimeringer av egen virksomhet?	3	Kvalitative intervjuer	Byråkrater, næringsutviklere og små aktører i kreativ næring
	4	Kvalitative intervjuer	Byråkrater, næringsutviklere, lokale fasilitatorer og små aktører i kreativ næring
		Meta-intervju	Forskerne

1.5 Hvorfor forske på kreativ næring?

Som omtalt i forrige delkapittel, har det at kreativ næring gradvis er etablert som et eget politikkområde gitt seg utslag i enkelte konkrete politiske tiltak. Først og fremst består dette i at noen nasjonale aktører har fått tildelt et særskilt forvaltningsansvar. For eksempel har Kulturrådet fått i oppgave å forvalte noen støtteordninger på området. Midlenes omfang er imidlertid begrenset, og det at kreativ næring er definert som et satsingsområde har ikke rokket ved grunnleggende kulturpolitiske og næringspolitiske strukturer. Den tydeligste endringen er foreløpig på retorisk nivå, uttrykt som en klar forventning fra politisk hold til aktører i den såkalte kreative næringen om å bli bedre på entreprenørskap, tjene mer penger i markedet og dermed gjøre seg mindre avhengig av offentlig støtte, jf. kapittel 1.3. At politikken om kreativ næring er mer merkbar som retorikk enn som praktisk politikk, er ikke Norge alene om; dette er en karakteristikk som for eksempel også er benyttet om situasjonen i Australia (Wyatt & Trevena, 2021).

I opptakten til dette ph.d.-prosjektet kjentes det derfor relevant å studere politikken for kreativ næring som retorikk, men også som praksis. En annen dimensjon som åpenbarte seg som relevant, var den lokale/regionale dimensjonen. Både samfunnsdebatten og forskningen om kreativ næring har i stor grad vært knyttet til nasjonale politiske aktører, mens hva som skjer av politikk og praktisk arbeid ute i de enkelte kommuner og byer har vært noe mindre synliggjort. Samtidig har fylkeskommunenes og kommunenes roller og status fått stor politisk oppmerksomhet de siste årene, knyttet til regionreformen og kommunereformen. Et hovedspor for ph.d.-arbeidet har derfor vært å studere det praktiske arbeidet som eventuelt gjøres på lokalt nivå for å tilrettelegge for kreativ næring, og hvordan dette i så fall begrunnes og forankres.

At dette har vært hovedsporet, må også forstås i sammenheng med hvordan forskningsarbeidet har vært finansiert, og andre prosjektkontekstuelle forhold. Arbeidet med avhandlingen er gjennomført dels som del av et treårig innovasjonsprosjekt

finansiert av det regionale forskningsfondet RFF Oslofjordfondet,¹⁷ og dels gjennom doktorgradsmidler fra min arbeidsgiver, Telemarksforsking. Innovasjonsprosjektet hadde tittelen *Mentoring, nettverk og samlokalisering. Offentlige strategier for verdiskaping i kulturnæringene*. Prosjektet var designet som forskningsdrevet innovasjon innenfor by-, steds- og regionutvikling, som var ett av fem satsingsområder for forskningsfondet.¹⁸ Denne type forskningsmidler tildeles prosjekter som har regional relevans og nytteverdi gjennom å bidra til å løse utfordringer i regionen, og være til nytte for bedrifter og offentlige institusjoner¹⁹. Prosjektet hadde som formål å gjøre nettopp det; utvikle kunnskapsbaserte modeller og verktøy som skulle sette det offentlige virkemiddelapparatet bedre i stand til å møte kulturbedrifters utviklingsbehov og bidra til verdiskaping i regionale kulturnæringer, og på den måten styrke regioners evne til utvikling og omstilling, som det står i vår prosjektsøknad til Oslofjordfondet. Prosjektet var rigget som et samarbeid mellom forskningsmiljøer og private og offentlige aktører i alle de den gang fire fylkene i fondsregionen, blant annet flere kommuner, der det fantes interessante måter å arbeide på for å stimulere lokal kreativ næring. Disse utgjorde caser i prosjektet, og der representanter for de ulike aktørene ble trukket med i prosjektet både som informanter og diskusjonspartnere. I tillegg hadde de en sentral rolle i arbeidet med å realisere prosjektets mål om impact gjennom å spre og ta i bruk kunnskapen som ble produsert. I prosjektets innledende fase, og etter at datainnsamlingen var påbegynt, ble ph.d.-prosjektet utformet, og de to dimensjonene *det lokale* og *det praktiske* ble sentrale dimensjoner også i dette.

Valg av emne for ph.d.-prosjekt har også en personlig side. Gjennom oppveksten min i ei lita bygd i Vest-Telemark har jeg møtt mange mennesker med enkeltpersonforetak innen husflid og kunsthåndverk, og som med en utholdenhet og med det jeg i dag tenker på

¹⁷ RFF Oslofjordfondet dekket fylkene Telemark, Vestfold, Buskerud og Østfold. Fra 1.1.2020 ble fondet erstattet av RFF Viken og RFF Vestfold og Telemark.

¹⁸ Oslofjordfondet, Handlingsplan 2016-19.

¹⁹ <https://www.forskningsradet.no/servlet/web/prognett-oslofjorden/Oslofjordfondet/1253953822238> (lest 24.10.18)

som en blanding av kompromissløshet og pragmatisme, forsøkte å holde bedriften sin flytende og utvikle den videre. Som folkehøgskoleelev og senere som kunsthistoriestudent møtte jeg medstudenter som ønsket å leve ut kunstnerdrømmen i New York eller San Francisco, hvorav noen av dem med selvtillit og pågangsmot virkeliggjorde drømmen. I en periode av livet da jeg trengte å forlate akademia for å gjøre noe helt annet i noen år, havnet jeg nokså tilfeldig i en administrativ stilling i et interkommunalt næringsutviklingselskap. Der møtte jeg på gründere både innenfor og utenfor kreativ næring som hadde ideer og drivkraft til å skape sin egen arbeidsplass, selv om det var krevende og selv om de ikke alltid møtte et system og et virkemiddelapparat som hadde kapasitet eller verktøy til å bistå dem. Selv om jeg har valgt andre veier i livet selv, lar jeg meg lett fascinere av mennesker som, insisterende eller famlende, bestemmer seg for å stå i en ofte utfordrende og sårbar situasjon som frilansende kunstner eller driver av en liten kulturbedrift. Kanskje fordi de fremstår som mennesker som har kraft nok til å virkeliggjøre sitt indre ønske, og som velger å skape sitt eget liv utfra det, på tross av at de kunne valgt enklere veier, og som dermed berører et uartikulert og uforløst ønske hos meg selv om å våge å selv ta slike steg. Hvordan forskerens egen livshistorie kan få betydning for både valg av forskningsobjekt og underveis i forskningsprosessen, er en tematikk jeg har vært opptatt av over tid, og som jeg også har skrevet om tidligere:

at alle disse erfaringene er noe vi tar med oss i møtet med informantene; at vi kan forbløffes over deres ubekymrhet, beundre deres pågangsmot, være lettet over å høre om deres anfektelser, ta deres side når de føler seg misforstått og oversett, og fryde oss over gjenkjennelser. At vi i deres privilegier ser våre egne hindre, at vi i deres mangler ser våre fortrinn og at vi lærer av deres strategier (Lorentzen & Haugsevje, 2004, s. 28).

Selv om min ambisjon med denne avhandlingen er på desinteressert vis å utforske og forstå, og ikke opptre som aktivist, gjør min selvransakelse meg bevisst på at jeg nok kan ha en tilbøyelighet til å ta parti med kunstnerne og de som driver små kulturbedrifter, for eksempel ved å tilskrive dem en posisjon som underdags i et maktspill. Slik sett er det mulig å identifisere et visst normativt motiv for forskningen. Dette kommer til uttrykk i et ønske om å bidra til endring gjennom å bidra til økt kunnskap og forståelse i samfunnet for hvordan det er å drive små virksomheter i den kreative næringen, og hvordan byråkrati og virkemiddelapparat er tilpasset disse i større eller mindre grad.

1.6 Avhandlingens avgrensinger

Avhandlingen har ikke som mål å dokumentere kreativ nærings eventuelle betydning for samfunnets verdiskaping og sysselsetting i dag eller i framtida. Den har heller ikke som ambisjon å sette kritisk søkelys på de ofte krevende arbeidsforholdene i kreativ næring. Avhandlingen er heller ikke en uttømmende analyse av de meningsbærende sidene ved det å ha sitt levebrød i kreativ næring, selv om den berører dette temaet. Det avhandlingen sikter seg inn på, er å analysere hvordan de som har sitt levebrød i kreativ næring forstås og møtes av samfunnet rundt dem. Og det er byråkratene, forvalterne av ulike virkemidler, tilretteleggerne, de vi med en felles betegnelse kan kalle *hjelperne*, de som *bistår*, støtteapparatet som har vokst fram i det offentlige, men også hos private eller semi-private aktører, som er det primære objektet i avhandlingen.

Det er også noen flere avgrensninger som må nevnes her. For det første, avhandlingen konsentrerer seg om hjelpere på *lokalt og regionalt* nivå, nærmere bestemt ansatte ved regionalt kontor av Innovasjon Norge, ansatte i kommunale enheter for kultur eller næring, personer som arbeider som bedriftsrådgivere på lokalt nivå og personer som leder og administrerer lokale eller regionale stimulerings tiltak rettet mot kreativ næring eller deler av denne. Avhandlingen er altså ikke en studie av hjelpere på *nasjonalt* nivå, f.eks. ansatte ved seksjon for kreativ næring i Kulturrådet eller politikere på nasjonalt nivå.

For det andre, selv om kreativ næring favner om ulike typer virksomheter i alle slags størrelser i mange bransjer i flere sektorer, favner ikke denne avhandlingen like bredt. Som jeg vil gjøre rede for i kapittel 4 om metoder og empiri, er det primært de små virksomhetene jeg har studert. De driver kunstnerisk eller kreativ virksomhet innenfor ulike kreative bransjer, de arbeider frilans, har sine egne enkeltpersonforetak eller driver små aksjeselskap med få ansatte. De store aktørene i kultur- og mediesektoren, som de store private konsernene med mange ansatte (som f.eks. Schibsted eller Aschehoug) og tilsvarende de store offentlige institusjonene (som Nasjonalmuseet, Det Norske Teatret eller NRK), som også favnes av merkelappen kreativ næring, er ikke en del av mitt materiale. De små aktørene er svært relevante i en studie av kreativ næring, fordi kreativ

næring domineres av nettopp de små aktørene (enkeltpersoner og små foretak med få ansatte), ikke minst i Norge (jf. Gran et al., 2015). De representerer også i stor grad ikke-standardiserte arbeidsformer som nettopp er et sentralt kjennetegn ved kreativ næring (jf. Gill & Pratt, 2008).

1.7 Kappens oppbygning

I kapittel 2 gir jeg en oversikt over kreativ næring i forskningslitteraturen, redegjør for manglene i eksisterende litteratur og plasserer min egen forskning i forhold til denne. I kapittel 3 presenterer jeg først de faghistoriske grunnforholdene og personlige faglige interessene som har hatt betydning for noen av mine analytiske valg. Dernest presenterer jeg de teoretiske perspektivene jeg har tatt i bruk i analysene. Metoder og empiri blir beskrevet i kapittel 4. Dernest følger et kapittel 5 om verdifrihet og kunnskapsregimer i forskning, som blant annet belyser avhandlingens prosjektkontekst. I kapittel 6 presenterer jeg de fire artiklene. I kapittel 7 sammenfatter og diskuterer jeg resultatene, og presenterer mine konklusjoner.

2 Kreativ næring som forskningsfelt

Det er gjennomført mye forskning på kreativ næring. Enkle søk på «creative industries», «cultural industries» eller «cultural and creative industries» i tidsskriftsdatabaser gir svært mange treff, og man må gjøre mange og smalere søk for i det hele tatt å få en viss oversikt over den store mengden artikler og bøker som er skrevet om emnet. Som beskrevet i kapittel 1, er kreativ næring et omstridt og lite entydig begrep, og det er ulike meninger om hvilke bransjer og virksomhetstyper som omfattes eller bør omfattes av denne sekkebetegnelsen. Det at kreativ næring er etablert som et eget område for politisk satsing, er heller ikke noe alle er enig i at er av positiv betydning for kunstnere og andre som har sitt levebrød i de aktuelle bransjene. At begrepet og fenomenet kreativ næring er preget av å være såpass lite omforent og entydig, og såpass ideologisk og normativt orientert, ikke minst i en norsk kontekst, skaper et utfordrende analytisk utgangspunkt for forskning på kreativ næring, så vel som for en kunnskapsoversikt. Det finnes også forskningslitteratur der begrepet kreativ næring ikke er nevnt, men som likevel omhandler yrker og virksomhet som dette begrepet kan dekke, og som dermed kan være relevant i en kunnskapsoversikt om emnet. Jeg har ikke ambisjon om å presentere en fullstendig uttømmende oversikt over dette store fagområdet. I dette kapitlet foretar jeg en gjennomgang av forskningslitteraturen om kreativ næring med sikte på å sortere den i noen hovedkategorier, identifisere relevant forskningsfront og tydeliggjøre hvor frasparket for min egen forskning har vært.

2.1 Politisk motivert forskning

En sentral del av den internasjonale litteraturen om kreativ næring, som forholder seg aktivt til dette begrepet (eventuelt til det doble begrepet kulturell og kreativ næring), er såkalt grå-litteratur som har tatt sikte på å definere hva kreativ næring er, slå fast hvilke bransjer og virksomheter som favnes av begrepet, og kartlegge næringen kvantitativt slik den utspiller seg i ulike land og regioner. Det britiske *Department for Culture, Media and*

*Sport (DCMS)*²⁰ utarbeidet i 1998 det første av en lang rekke kartleggingsdokumenter, *Creative Industries Mapping Document* (DCMS, 1998). Dokumentet var ikke bare en kartlegging «backed by some rather optimistic statistics of employment and wealth creation» (O'Connor, Arts Council England, November 2007/2010, s. 49), men et bidrag til en legitimering av kreativ næring som politikkområde. Kartleggingsmetoden har vært utsatt for kritikk fra akademisk hold (Garnham, 2005; Kemeny et al., 2020; O'Brien et al., 2016). Likevel ble dokumentet et eksportprodukt i seg selv og et politisk forbilde for mange regjeringer og byer i blant annet EU, Latin-Amerika og Østen (O'Connor 2010: 49). De politiske ideene knyttet til den kreative økonomien ble også spredd fra tidlig på 2000-tallet og utover til ulike land gjennom FN-rapporter fra *UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development)* og *UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization)*. Mange land utviklet besynderlig like politiske strategier for utvikling av kreativ næring (Vlassis & De Beukelaer, 2019). Også i Norge ble det gjennomført tilsvarende kartlegginger av kreativ næring, initiert av Nærings- og handelsdepartementet. Den første hadde tittelen *Kartlegging av kulturnæringene i Norge – økonomisk betydning, vekst og utviklingspotensial* (Haraldsen et al., 2004) og presenterte nøkkeltall om blant annet sysselsetting og verdiskaping i næringen, antall bedrifter i næringen og deres geografiske lokalisering. Senere bestilte det samme departementet flere tilsvarende kartlegginger med oppdaterte nøkkeltall (Espelien & Gran, 2011; Gran et al., 2015; Haraldsen et al., 2008). I 2015 kom BI Centre for Creative Industries med den foreløpig siste landsomfattende kartleggingen av næringen (Gran et al., 2015). Siden den første kartleggingen i 2004 er det også gjennomført en rekke andre kartleggende analyser av kreativ næring i Norge med ulike fokus, for eksempel i ulike byer eller regioner (f.eks. Haraldsen et al., 2005; Jøsendal et al., 2004; Karlstad, 2005; Malasevska & Ericsson, 2019), i ulike bransjer (f.eks. Hauge & Overvåg, 2009; Torp et al., 2017) eller knyttet til kjønn (Hagen, 2008). Kartleggingsrapportene inngår til dels i en diskursiv sammenheng der det gjelder å utforske, avdekke og løfte fram næringens

²⁰ Nå *Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS)*.

potensialer for sysselsetting og økonomisk verdiskaping. I en gjennomgang av norske rapporter om kreativ næring fra 2000-tallets første tiårsperiode, påpeker Sigrid Røyseng at en stor del av dem framstår

som en uklar blanding av deskriptivt og normativt innhold. Dels presenterer rapportene ulike typer empirisk dokumentasjon om kulturnæringene, og dels målbærer rapportene et budskap om at kulturnæringene representerer en løfterik framtid som det bør satses ytterligere på. Det er påfallende at det normative budskapet, dog med ulik styrke, er så gjennomgående i disse rapportene (Røyseng, 2011, s. 10).

Mange av de rapportene som har blitt produsert etter denne kunnskapsgjennomgangen, det vil si etter 2011, kan etter mitt skjønn til dels beskrives på samme måte. Mye av forskningen om kreativ næring i Norge i senere tid, faktisk nærmere 30 rapporter (Kunnskapsverket, 2019), er gjennomført i regi av *Kunnskapsverket (Nasjonalt senter for kulturelle næringer)* som ble etablert av Kulturdepartementet og var i drift i perioden 2014-2019. Fra 2020 overtok Kulturrådet ansvaret for kunnskapsproduksjon om kreativ næring.²¹

Kort tid etter åpningen av Kunnskapsverket skrev senterets første leder, Tone Haraldsen, en aviskommentar der hun løftet fram kulturelle næringers «betydelige bidrag til norsk økonomi»,²² samtidig som hun pekte på at de var mindre utviklet enn kulturelle næringer i andre land. Hun stilte blant annet spørsmålene:

Hva skal vi leve av når oljen tar slutt? Norge trenger nye ideer, innovasjoner, dristighet og pågangsmot. [...] Spørsmålene blir derfor hva som skal til for å utløse det vekst- og utviklingspotensial disse næringene åpenbart har?²³

Å bidra til å utløse et slikt potensial, var et underliggende mål for kunnskapsproduksjonen ved Kunnskapsverket. Som Røyseng påpeker, er det verdt å stille spørsmål ved «fordeler og ulemper ved nære relasjoner mellom politiske interesser og forsknings- og

²¹ Kulturrådet, Rapporter fra Kunnskapsverket 2014-2019, <https://www.kulturradet.no/vis-publikasjon/-/rapporter-kunnskapsverket> (lest 22.10.2021).

²² Se forrige fotnote.

²³ «Skjult innovasjonskraft», Tone Haraldsen, kommentar i Gudbrandsdølen Dagningen, 10.02.2015, <https://www.ostforsk.no/wp-content/uploads/2015/02/kronikk-kunnskapssenter-kulturn%C3%A6ringer1.pdf>

utredningsvirksomhet» (Røyseng, 2011, s. 10). Denne tematikken har også Eleonora Belfiore (2009) tatt opp i sin artikkel *On bullshit in cultural policy practice and research*, der hun beskriver en del av den politisk motiverte kulturpolitikkforskningen som bullshit-forskning, dvs. politisk motivert forskning der målet er å *påvise* positive ringvirkninger av kunst og kultur, snarere enn å åpent utforske *om* slike finnes og i så fall *hvilke* og *i hvilken grad*. Senere har flere påpekt at det er lite fruktbart å avvise all politisk motivert forskning som bullshit (Bennett, 2006; Khan, 2019). En refleksiv holdning til koblingen mellom politiske interesser og forskningsvirksomhet er like fullt viktig, og det har også vært relevant i mitt arbeid, på grunn av den tette koblingen mellom mitt ph.d.-arbeid og innovasjonsprosjektet om kreativ næring finansiert av Oslofjordfondet. Dette er spørsmål jeg diskuterer i kapittel 5.

2.2 Kritiske perspektiver

Mens grålitteraturen om kreativ næring altså har vært forholdsvis normativt begeistret i sine vinklinger, finner vi en mindre normativt begeistret inngang til kreativ næring som studieobjekt i den fagfelleverderte forskningslitteraturen som ikke har hatt som mål å ramme inn og telle kreativ næring og påvise dens angivelige verdiskapende potensial, men å undersøke fenomenet som et uttrykk for nye sammenhenger mellom kunst, kultur og kreativitet på den ene siden og penger og marked på den andre siden (Bilton, 2017; Bilton & Cummings, 2014; Caves, 2000). Noe av denne litteraturen, ikke minst en del bidrag som er skrevet utfra en britisk kontekst, stiller seg særlig kritisk til politisk ideologi som dyrker kreativ næring (f.eks. Belfiore, 2016; O'Connor, 2016; Oakley & Ward, 2018). Flere nordiske bidrag til forskningslitteraturen har også et kritisk perspektiv på kreativ næring eller kulturnæring som politisk diskurs (Pyykkönen & Stavrum, 2017; Røyseng, 2016b). Generelt har mye av litteraturen forholdt seg til nasjonal politikk. Det er færre eksempler på studier som undersøker i hvilken grad disse diskursene gjør seg gjeldende i politikk og forvaltning på lokalt og/eller regionalt nivå. Noen unntak finnes, f.eks. Bjarki Valtyssons (2016) analyse av kulturpolitikk i de nordiske hovedstedene, Roger Blomgren og Jenny Johannissons (2014) studier av legitimeringer i svensk regional kulturpolitikk,

samt eldre bidrag fra Dorte Skot-Hansen (1998, 1999) om strategier i lokal kulturpolitikk i Danmark. Når det gjelder konkrete strategier og arbeidsmetoder i en norsk kontekst, finnes det enkelte bidrag i rapportformat, som altså er del av den store grålitteraturen på feltet (f.eks. Andersen et al., 2018; Haugsevje et al., 2015; Haugsevje et al., 2014; Haugsevje & Stavrum, 2014).

Flere har synliggjort de mange utfordrende sidene ved arbeidslivet i de kreative bransjene, ikke minst det at en del av disse arbeidsmarkedene tilbyr ikke-standardiserte, ofte midlertidige, utrygge og utsatte jobber (Gielen et al., 2018; Gill & Pratt, 2008; van Andel & Loots, 2021) sterkt preget av eksklusjon og ulikhet (Banks, 2017; McRobbie, 2016; O'Brien et al., 2017; Saha, 2018). Også i den generelle arbeidslivsforskningen har ikke-standardiserte arbeidsformer fått oppmerksomhet, se for eksempel en rapport som undersøker dette komparativt i de nordiske landene (Ilsøe & Larsen, 2021). Rapporten viser blant annet at arbeidere i ikke-standardisert arbeid (dvs. arbeid på midlertidige kontrakter, deltidsarbeid, arbeid basert på selv-sysselsetting eller frilansvirksomhet m.m.) utgjør nærmere en tredjedel av alle arbeidere i de nordiske arbeidsmarkedene. Utbredelsen av ikke-standardisert arbeid i det nordiske arbeidsmarkedet er generelt sett relativt stabilt, noe som til dels avkrefter hypotesen om at vi er på vei mot et samfunn hvor ikke-standardisert arbeid er normalen. Samtidig peker rapporten på at bildet ikke er likt for alle sektorer og bransjer. I noen bransjer finnes det blant annet eksempler på at personer ansettes på korttidskontrakter der de har svakere rettigheter enn tidligere. Slike forhold blant flere driver fram et økende skille mellom ikke-standardisert og standardisert arbeid. Rapporten bekrefter for øvrig at kreativ næring er blant sektorene med høy andel selv-sysselsatte og frilansere, som i liten grad har tilgang til kollektive velferdsordninger (ibid.).

I litteraturen som omhandler hvordan det er å ha sitt levebrød i de ulike bransjene som inngår i kreativ næring, er det mange som har gjort *kulturentreprenøren* til studieobjekt (Ellmeier, 2003; Haynes & Marshall, 2018; Heian & Hjellbrekke, 2017a; Henry & De Bruin, 2011; Khaire, 2017; Mangset & Røyseng, 2009; Naudin, 2017; Oakley, 2014; Scott, 2012). I tillegg finnes det en omfangsrik kultursosiologisk litteratur som ikke har kreativ næring

som eksplisitt utgangspunkt, men som likevel er relevant i denne sammenhengen, nemlig litteraturen som analyserer kunstneryrket, og hvordan dette utgjør en særegen yrkesgruppe sammenlignet med andre yrkesgrupper i samfunnet (Abbing, 2002, 2004; Alper & Wassall, 2006; Bourdieu, 1993; Heian, 2018; Heian & Hjellbrekke, 2017b; Heian et al., 2012; Mangset et al., 2018; Menger, 2001, 2006, 2014; Røyseng et al., 2007).

De siste par årene har det vokst fram en egen gren av forskningslitteraturen knyttet til Covid-19-pandemiens konsekvenser for arbeidsmarkedene i kreativ næring. Denne tydeliggjør at pandemien har hatt sterk negativ påvirkning på kreativ næring, men at ulike bransjer og aktører er rammet i ulik grad (Berge et al., 2021; Comunian & England, 2020; Kleppe & Askvik, 2021). Tiden med pandemi har også tydeliggjort hvor sårbare en del kreative bransjer er, og at det ikke vil være tilstrekkelig med kortvarige krisetiltak for å gjøre noe med strukturelle utfordringer for et mer bærekraftig arbeidsliv i kreativ næring (Comunian & England, 2020).

I tillegg til litteraturen som omhandler «kjerneaktørene» i kreativ næring (dvs. kunstnerne, kulturarbeiderne, de kreative arbeiderne eller kulturprodusentene) finnes det også litteratur om andre typer aktører som er en del av den kreative næringen. Det finnes blant annet en omfattende litteratur om kulturlederen, altså de som *leder* kunstnere, kulturarbeidere og kulturprodusenter, og utfordringene knyttet til slik ledelse i institusjonelle miljøer der kunstneriske og økonomisk-administrative logikker lever side om side (f.eks. Kleppe, 2017a; Kuesters, 2010; Røyseng, 2008; Wennes, 2002).

2.3 Intermediaries, support workers og byråkrater

Mye er også skrevet om en type aktør som gjerne omtales som *cultural intermediaries*, altså en slags kulturformidlere. Bourdieu (1984) introduserte begrepet med henvisning til det franske samfunnets kulturcommentatorer og -kritikere i media med underordnede posisjoner i kulturfeltet, men med toneangivende roller som tastemakere og trendsettere. Senere har mange benyttet begrepet, mer eller mindre i samstemmighet med hva Bourdieu opprinnelig la i begrepet (Hesmondhalgh, 2006; Negus, 2002). Mange

bruker det imidlertid om en type aktør (individer eller institusjoner) som er kulturelle mellomledd, eventuelt formidlere, mellom produsenter og konsumenter av kultur, gjennom å ha funksjoner i prosesser som for eksempel seleksjon, distribusjon, promotering eller anbefaling, og som er involvert et eller annet sted i prosessen mellom produksjonsfasen og konsumpsjonsfasen (Lizé, 2016; Negus, 2002) eller mellom økonomi og kultur (Maguire & Matthews, 2012). Dette kan for eksempel være forleggere i bokbransjen (Heebels et al., 2012), kuratorer og auksjonarier m.fl. innenfor visuell kunst (Heinich, 2012), agenter og managere i musikkbransjen (Lizé, 2016) og kritikere og kommentatorer i en rekke bransjer.

Slike intermediaries har en rekke funksjoner i den kreative næringens verdikjede. Denne verdikjeden har gjerne blitt beskrevet som en lineær serie av aktiviteter som hver og en tilfører merverdi til det kulturelle innholdet, fra den kunstneriske eller kreative ideen, via utvikling, produksjon, markedsføring, distribusjon og til konsumpsjon. Chris Bilton (2017) har argumentert for at denne modellen, som følger en industriell logikk utviklet for masseproduksjon og store firmaer, ikke passer på kreativ næring, der kulturprodusenter og spesialistkompetanse ikke er samlet i store firmaer, men er mer fragmentert og nettverksbasert. Bilton foretrekker derfor å snakke om *verdinettverk*, fremfor verdikjeder (2017, s. 24). Ny digital teknologi har påvirket disse verdinettverkene, og Bilton peker særlig på to store endringer. For det første har digitale formater og digital distribusjon gjort noen av de formidlende mellomleddene overflødige, en utvikling Bilton omtaler som *disintermediation*. Eksempelvis klarer mange musikere og forfattere seg uten plateselskaper, forlag og bokhandlere som selger fysiske bøker. Rundt årtusenskiftet var optimismen stor knyttet til hvordan produsenter og konsumenter nå kunne ha direkte kontakt, og hvordan dette ville redusere kostnader og øke inntektene for produsentene, og samtidig gi konsumentene et ubegrenset utvalg og lavere priser (2017, s. 31). Samtidig har det skjedd en annen endring, nemlig at det store utvalget og konkurransen om konsumentenes oppmerksomhet har banet vei for det Bilton omtaler som en *reintermediation*, der nye typer digitale intermediaries har entret scenen, og der Facebook, Apple, Amazon og Google utgjør de fire største. I kontrast til de gamle mellomleddene, baserer disse nye mellomleddene forretningsideene sine på å

kontrollere konsumentene, mens de er mindre opptatt av produsentene. Ifølge Bilton har den forventede myndiggjøringen av kunstnere og kulturprodusenter som følge av disintermediation av verdikjedene blitt underminert av nye og mektige intermediaries som del av en reintermediation av verdinettverkene. Dette er en utfordrende situasjon for uavhengige kulturprodusenter, og det øker presset på dem for å utvikle alternative forretningsmodeller (2017, s. 35), se for eksempel Tschmuck (2017) og Wikström (2020) om artist-sentrerte økonomimodeller samt Nordgårds (2022) empiriske studie av artist-sentrerte modeller i en digitalisert norsk musikkbransje. Nordgårds analyse løfter blant annet fram en kartlegging av mental helse i britisk musikkbransje (Gross & Musgrave, 2020). Undersøkelsen viser blant annet høy forekomst i musikkbransjen av psykiske lidelser som panikkangst og depresjon, og særlig høy forekomst blant musikkaktører som arbeider mye alene. Vi bør ikke ta for gitt at dette resultatet er overførbart på norsk musikkbransje eller kreativ næring som sådan, noe også Nordgård (2022) påpeker. Men resultatet indikerer at det kan være utfordrende ikke bare økonomisk, men også psykisk, å drive kreativ virksomhet helt eller delvis alene med alt dette innebærer av usikkerhet og ansvar, og at ulike typer intermediaries og aktører med ulike støttefunksjoner kanskje kan bidra til å redusere denne type utfordringer.

Begrepet cultural intermediaries er delvis overlappende med et par andre benevnelser på aktører som også er belyst i litteraturen, om ikke i samme omfattende grad, nemlig de aktørene som har såkalt *ikke-kreative jobber* i den kreative næringen (Bakhshi et al., 2013; Higgs et al., 2008; Kemeny et al., 2020), også kalt *support work* (Bennett, 2020) eller *humdrum work*, (Caves, 2000) der det sistnevnte begrepet refererer til kjedelig, hverdagslig eller rutinemessig arbeid. I en bok redigert av Tore Slaatta (2018) finnes det studier i en norsk kontekst av ikke-kreative arbeidere i for eksempel litteraturfeltet og musikkfeltet. Toby Bennett (2020) har analysert ikke-kreative arbeidere som jobber på *back office* i musikkindustriens plateselskaper, og vist at dette arbeidet har stor betydning og at de spiller viktige roller i denne delen av kreativ næring. Selv om den store andelen ikke-kreative arbeidere som ivaretar ulike støttefunksjoner i kreativ næring er synlige i offentlig statistikk, jf. Creative Trident-modellen (Higgs et al., 2008), får de ifølge Bennett (2020) ikke den samme vedvarende og finmaskede oppmerksomheten som sine

«kreative» kolleger. Det er ikke et mål for Bennett å løfte fram de «embedded» ikke-kreative, altså de ikke-kreative i kreativ næring, som mer kreative enn man tror, men han stiller spørsmål ved insisteringen på det dualistiske skillet mellom kreativ og ikke-kreativ (Bennett, 2020, s. 224). Bennett med flere påpeker også behovet for mer forskning på arbeiderne i støttefunksjonene i kreativ næring (Bennett, 2020; Hesmondhalgh, 2013).

Oppsummert finnes det mye litteratur om kreativ næring som omhandler næringens innhold, omfang og potensiale, hvilke utfordringer den er kjennetegnet av, og de politiske sammenhengene den inngår i. En rekke aktører i kreativ næring er grundig studert, både produsentene av det kunstneriske eller kreative innholdet, og deres selvforståelser, motivasjoner, strategier og praksiser, og de som leder produsenter og institusjoner, og de som tar seg av de formidlende leddene mellom produsent og konsument. Det er imidlertid identifisert et forskningsbehov når det gjelder øvrige ikke-kreative støttefunksjoner. Selv om litteraturen om kreativ næring og kulturentreprenører etter hvert har vokst til å bli ganske omfattende, er det langt flere slike studier som er gjort i urbane og sentrale kontekster enn i rurale og avsidesliggende kontekster (Duxbury, 2020; Lysgård, 2016).

Utover disse aktørene, finnes det også andre aktører som er relevante for kreativ næring, nemlig de offentlig ansatte i kulturforvaltning. Det finnes flere eksempler på studier av kulturbyråkrater på nasjonalt nivå og deres praksiser, f.eks. er lederen for Det Danske Filminstitut analysert som en *intermediary entrepreneur* (Mathieu, 2006), og det er gjennomført studier av hvordan henholdsvis filmkonsulenter (Pedersen et al., 2013) og utvalgsmedlemmer i Kulturrådet (Stavrum, 2015) møter dilemmaer når de skal ta beslutninger om bevilgning. Lokalt kulturliv og kulturforvaltning er en egen gren i kulturpolitikkforskningen (Mangset, 1992; Mangset & Hylland, 2017; Storstad, 2010; Agedal et al., 2009), og noen bidrag innenfor denne grenen har gjort kulturbyråkraten til spesifikt studieobjekt, for eksempel har Tony Bennett (2006) og Rimi Khan (2019) skrevet om kulturbyråkrater versus kulturpolitikkforskere, og Per Mangset (1984, 1995) har i noen tidlige bidrag analysert lokale kulturbyråkrater. Ingen av disse bidragene forholder seg imidlertid til kreativ næring. I nyere forskning om kreativ næring finnes det

noen bidrag som studerer byråkrater. Wyatt og Trevena (2021) har undersøkt Creative State-politikken på delstatsnivå i Victoria i Australia, der et mål har vært å bygge ned «siloe», skape økt samarbeid og med det styrke de samlede kulturelle, sosiale og økonomiske potensialene i kreativ næring. Der man før var fokusert på resultatene av kreativ aktivitet, dvs. kunstnere, objekter og institusjoner, og der arbeidet var styrt etter prinsipper som kunstnerisk kvalitet og tilgang til kultur, er det nå andre mål og aktører som definerer byråkratenes arbeidsmåter:

Called to orient themselves around an inter-dependent and dynamic creative network rather than siloed, static actors, Creative Victoria's cultural bureaucrats and arts workers have been conscripted into a substantively different role and remit to the one many would have imagined for themselves. In practical terms, this means thinking about real estate, financial models, planning regulations, skills development and network enablers, as much as about artists and audiences (Wyatt & Trevena, 2021, s. 791).

Artikkelen påpeker også at dette er en kompleks kontekst å arbeide i, og som krever nye ferdigheter og kompetanser.

Ifølge Wyatt og Trevena (2021) har forskningen gjerne vært orientert om å undersøke *hva* som finansieres og administreres, heller enn *hvordan*. Og man har gjerne løftet fram hvordan ukritisk adoptering av diskursen rundt kreativ næring reproducerer ubalanserte maktstrukturer. Men forskningen om kreativ næring har i liten grad tatt for seg hvordan kulturforvaltningen skal administrere en sektor som er stadig mer heterogen, ustabil og kompleks (Wyatt & Trevena, 2021). Og i den grad man har undersøkt hvordan kreativ næring bør organiseres og forstås, har denne type studier i liten grad vært relatert til politikkkutformingspraksiser og implementering (ibid.). Det er med andre ord en missing link i litteraturen. Vi vet mye om kunstnerne og de kreatives selvforståelser, motivasjoner, strategier og praksiser, og vi vet mye om den politiske retorikken. Men vi vet mindre om hvordan de enkeltpersonene som utgjør forvalterne tenker og forstår næringen og politikkområdet. Vi har rett og slett lite kunnskap om hvordan offentlig ansatte forstår og jobber med kreativ næring.

En siste type aktør som er relevant i denne sammenhengen er enkeltpersonene som arbeider med å forvalte det næringsrettede virkemiddelapparatet, i denne sammenheng forstått som de næringsnøytrale virkemidlene, altså generelle virkemidler som ikke er rettet særskilt mot kreativ næring eller særskilte bransjer. Det er gjort en rekke

gjennomganger av slike virkemidler (f.eks. Deloitte, 2019; Vareide et al., 2019), men perspektiver på de enkeltindividene som arbeider i disse systemene er som regel fraværende.

2.4 Avhandlingens bidrag

Forskning har altså dokumentert den kreative nærings utbredelse og omfang, og dens bidrag til sysselsetting og økonomisk verdiskaping. Det finnes forskning som er opptatt av å dokumentere kreativ nærings vekstpotensialer, og forskning som minner oss om at det arbeidslivet som utspiller seg i kreativ næring til en viss grad er preget av utfordringer knyttet til lav inntekt og ulikhet i inntekt, høy individuell risiko og svake sosiale rettigheter. Kulturelle og kreative entreprenørers selvforståelser og strategier er også grundig utforsket, særlig i urbane og sentrale kontekster.

Denne avhandlingen bidrar til å fylle kunnskapshullene om det arbeidet som gjøres på lokalt nivå for å tilrettelegge for de som driver virksomhet innenfor såkalt kreativ næring, og kunnskap om betydningen av forståelser og praksiser hos enkeltpersoner som forvalter politikk og virkemidler i lokale kontekster. Avhandlingen er også et bidrag til kunnskap om kreativ næring i lokale kontekster.

3 Analytiske perspektiver

I dette kapittelet presenterer jeg de sentrale teoretiske og analytiske perspektivene jeg har tatt i bruk i avhandlingen. Før jeg gir meg i kast med det, gjør jeg rede for de faghistoriske grunnforholdene og personlige faglige interessene som har hatt betydning for mine analytiske valg.

3.1 Kulturforskning, kulturvitenskap og kulturpolitikkforskning

Jeg har min utdannelse fra kulturvitenskap ved Universitetet i Bergen. I mange år har jeg vært ansatt ved det samfunnsvitenskapelige forskningsinstituttet Telemarksforskning i Bø. Ved Telemarksforskning jobber jeg som oppdragsforsker tilknyttet forskergruppa for kulturliv og kulturpolitikk, som er landets største forskningsmiljø på kulturpolitikk.

Å gå fra å studere kulturvitenskap i Bergen til å forske på kulturpolitikk i Bø, er et litt lenger sprang enn det høres ut som. Det er litt rart, egentlig, for begge aktiviteter er preget av tverrfaglighet og empirinærhet, og *kulturforskning* holder man jo på med i begge miljøer. Med forskning på museum og kulturarv som et viktig unntak, var forskning på kulturektoren, kunstnere og kulturpolitikk et nærmest usynlig forskningsfelt for meg som hovedfagsstudent ved kulturvitenskap rundt år 2000. Møtet med kulturpolitikkforskningen i Bø var ganske tilfeldig, og fra å forholde meg til et bredt, antropologisk kulturbegrep, skulle jeg nå forholde meg til et smalt, sektorielt kulturbegrep i tillegg; kultur som *sektor* (jf. Røyseng, 2014). Dessuten er det et visst sprang fra kulturvitenskapens studier av *hverdagskultur* og «vanlige folk» (Ehn & Löfgren, 1996; Strømsvåg & Selberg, 1994; Ågotnes, 2008) til studier av kunstnere og kunstfeltet (f.eks. Mangset, 2004; Mangset et al., 2012), som er et sentralt emne innenfor kulturpolitikkforskningen, og som ikke først og fremst knyttes til det hverdagslige.

Kulturvitenskap er en forholdsvis fersk fagkonstruksjon i norsk universitetskontekst, som helt spesifikt springer ut av en sammenslåing rundt årtusenskiftet av de to tvillingfagene folkloristikk og etnologi samt faget kulturvern og kulturformidling ved Det historisk-

filosofiske fakultet (nå Det humanistiske fakultet) ved Universitetet i Bergen. Kulturvitenskap har lange røtter i både samfunnsvitenskap og humaniora (Ågotnes, 2008), og henter metodiske og analytiske tilnærminger fra mange ulike disipliner, som f.eks. sosiologi og antropologi, lingvistikk, medievitenskap og religionsvitenskap. Kvalitative metoder, særlig bruk av kvalitative dybdeintervjuer og personlig narrativ (Alver, 1990), og en vektlegging av å forske på vanlige folk og hverdagskultur har stått sentralt. Det samme har vektleggingen av subjektivitetsprinsippet, dvs. av å ta aktører på alvor, lytte til det de sier, med mål om å identifisere deres subjektive oppfatninger av situasjonen, altså hva de tror eller mener å vite (Gilje, 2006, s. 12). Og det blir «forskerens oppgave å rekonstruere aktørens intensjonale begreper og erfaringer og dermed hvilken *mening* noe har for aktøren» (ibid.).

Å studere folks meningsskapende praksiser har ikke vært det primære fokuset i kulturpolitikkforskningen. I kulturpolitikkforskningen har man snarere studert autoritetsforhold, maktutøvelse, beslutningsaktivitet, verdier og verdihierarkier som gjør seg gjeldende særlig i kultursektoren (jf. Røyseng, 2014). Ifølge Per Mangset (2020) er det riktigere å omtale kulturpolitikkforskningen som et forskningsfelt enn en egen disiplin. Som forskningsfelt er det fortsatt ungt og lite i akademisk sammenheng, men forholdsvis autonomt (Mangset, 2020). Det er preget av stor tverrfaglighet som spenner over både samfunnsvitenskap (representert ved for eksempel sosiologi, statsvitenskap, økonomi og sosialantropologi) og humaniora (representert ved for eksempel historie, litteraturvitenskap og musikkvitenskap). Ifølge Mangset er det utfordrende å tegne opp tydelige skiller mellom kulturpolitikkforskning og tilgrensende forskningsfelt som for eksempel kultursosiologi, kulturøkonomi, medieforskning, kulturhistorie/kulturvitenskap og kulturledelse. Til en viss grad kan vi betrakte disse som delvis overlappende (ibid.). Hva man identifiserer som kulturpolitikkforskning vil også avhenge av om man legger til grunn et smalt eller bredt kulturbegrep og et smalt eller bredt politikkbegrep (Mangset, 2020; Røyseng, 2014). Tar vi utgangspunkt i et smalt politikkbegrep og et smalt kulturbegrep, vil kulturpolitikkforskning kunne identifiseres som forskning om «beslutningsaktivitet om saker i kultursektoren på formelle offentlige beslutningsarenaer» (Røyseng, 2014, s. 5), altså et forholdsvis snevert utvalg av forskningsbidrag. Tar vi utgangspunkt i et bredere

politikkbegrep, vil vi inkludere forskning som ikke bare handler om beslutningsaktivitet om saker, men alle typer autoritetsforhold og maktutøvelse som foregår innen kultursektoren. Da vil det favne om et større utvalg av forskningsbidrag. Beholder vi et smalt politikkbegrep, men tar utgangspunkt i et bredere kulturbegrep, vil vi inkludere forskning om «beslutningsaktivitet om saker om kultur i vid forstand» (ibid.), men på formelle offentlige beslutningsarenaer. Og til sist, dersom vi legger til grunn brede utgaver av begge begreper, både kultur og politikk, vil vi inkludere et så bredt tilfang av forskningsbidrag at forskningsfeltet kan være vanskelig å avgrense (ibid.). Som Tabell 3 viser, kan Røysengs sortering av kulturpolitikkforskning i lys av smale og brede kultur- og politikkbegreper fremstilles i en firefeltstabell for bedre oversikt.

Tabell 3. Oversikt over hvordan ulike kombinasjoner av et smalt og et bredt politikkbegrep og kulturbegrep impliserer ulike definisjoner av kulturpolitikkforskning. Kilde: Røyseng 2014.

	Smalt politikkbegrep	Bredt politikkbegrep
Smalt kulturbegrep	1) Beslutningsaktivitet om saker i kultursektoren på formelle offentlige beslutningsarenaer	2) Alle autoritetsforhold og all maktutøvelse innen kultursektoren
Bredt kulturbegrep	3) Beslutningsaktivitet om saker om kultur i vid forstand på formelle, offentlige beslutningsarenaer	4) Alle autoritetsforhold og all maktutøvelse som bestemmer hvordan kultur i vid forstand defineres

Det er flere som har kritisert kulturpolitikkforskningen for å være for snever i nedslagsfelt og perspektiver, og som argumenterer for en utvidelse. Kritikken har blant annet omhandlet at kulturpolitikkforskningen har vært mest orientert om statlig politikk og forvaltning, og dermed vært mest opptatt av kulturuttrykk med høy kulturell og politisk status enn kulturuttrykk med lav status (Engberg, 2004; Røyseng, 2007; Solhjell, 2005; Stavrum, 2014). En medvirkende årsak til dette kan være at en stor del av kunnskapsproduksjonen på kulturpolitikkfeltet gjennomføres som evaluerings- og utredningsoppdrag initiert av offentlige myndigheter, og knyttet til de delene av kunst-

og kulturlivet som er prioritert i offentlige budsjetter (Mangset, 2010; Røyseng, 2004). Men dersom kulturpolitikkforskningen blir for ensidig knyttet opp mot en smal forståelse av kulturpolitikk som det offentliges (gjerne statens) beslutningsaktivitet på kulturfeltet (jf. Røyseng, 2014), vil ikke forskningen gjøre «seg i stand til å framskaffe kunnskap om viktige former for politisk påvirkning av kultur» (Røyseng, 2014, s. 6). Også Stavrum argumenterer for behovet for kulturpolitikkforskning som baserer seg på en vid forståelse av kulturpolitikk for å framskaffe kunnskap om «mer uformelle – og kanskje moralske – former for politisk makt utøves og erfares» (Stavrum, 2014, s. 39).

Denne avhandlingen legger til grunn både smale og brede utgaver av både politikkbegrepet og kulturbegrepet. På den ene siden kan vi si at avhandlingen tar opp hvordan kulturpolitikken i smal forstand forholder seg til bedrifter i kultursektoren. På den andre siden er det ikke bare de formelle beslutningene (eller fornuftsgrunnlagene som de er basert på) som studeres. Jeg studerer også forståelser, meningsskaping og verdsettelseslogikker som har betydning for maktutøvelse i sektoren utover de formelle beslutningene. I tillegg er det ikke bare formelle beslutninger og annen maktutøvelse innenfor kultursektoren som studeres, men også formelle beslutninger og annen maktutøvelse som sorterer under næringssektoren. Dette kan vi betrakte som implisitt kulturpolitikk, det vil si politikk som ikke utgir seg for å være kulturpolitikk, men som har kulturpolitiske konsekvenser (Ahearne, 2009), se artikkel 1. En ytterligere kompliserende faktor er at avhandlingen ikke avgrenser seg til å studere bedrifter og virksomheter i kultursektoren. Som beskrevet i kapittel 1.2, favner kreativ næring bredere enn kultursektoren, og det gjør også mitt informantutvalg. I materialet finnes det flere informanter som driver små kreative bedrifter som det ikke er naturlig å beskrive som kunstneriske eller kulturelle, og som slik sett plasserer seg utenfor eller i randsonen av kultursektoren. Til sist er min bakgrunn fra kulturvitenskap noe som gjennomsyrrer avhandlingen, og som gjør at det er naturlig for meg å analysere kulturell meningsskaping i bred forstand og i langt større grad enn hva som sannsynligvis ville vært tilfelle med et statsvitenskapelig utgangspunkt, som et eksempel.

Kan så denne avhandlingen sees som et tilskudd til forskningsfeltet kulturpolitikk, eller skal vi betrakte den som et bidrag til kulturstudier? Forstår vi kulturpolitikkforskning på snevreste vis, i lys av et smalt politikkbegrep og et smalt kulturbegrep, er det noe i avhandlingen som faller innenfor og noe som faller utenfor. Dersom vi opererer med en bredere forståelse av både kultur og politikk, er avhandlingen i høyeste grad innenfor. Avhandlingen kan i så måte sees som et argument for at like viktig som å studere kulturpolitikken i smal forstand, er det å sette kulturpolitikken inn i en bredere kulturell og samfunnsmessig sammenheng. Slik skriver avhandlingen seg inn i tradisjonen som peker på behovet for å utvide kulturpolitikkforskningen.

3.2 Kultur: innenfra og ut eller utenfra og inn?

Det er knapt noen som har hatt større betydning for hvordan vi, både kulturpolitikkforskere, kulturarbeidere, kulturpolitikere og andre, forstår kulturfeltet enn Pierre Bourdieu. Bare i den dagligdagse termen *kulturfeltet* ligger det en innebygget feltteoretisk tenkning, som vi ikke alltid tenker over, men som likevel er et fundament for hvordan vi ofte tenker om eksempelvis kunst og kunstnere. Sentrale forståelser av kulturfeltet som nettopp et strukturert *felt*, som det økonomiske feltet snudd opp-ned, har vi med oss fra Bourdieus tekster. Nettopp fordi disse forståelsene gir mening og er fruktbare forklaringsmodeller, er de gjentatt og gjentatt og nærmest blitt allemannseie. De har også funnet veien ut av academia, inn i kulturbransjene og kulturpolitikken (begge sfærer drives fram av folk med høy utdanning f.eks. innen kultur- og samfunnsfag) og til dels inn i dagligspråket slik at folk som selv aldri har lest en tekst av Bourdieu slår om seg med ord som *kulturell kapital*. Det er inspirerende at forskning kan nå så godt ut i samfunnet. Mindre gunstig er det hvis overfladiske bruddstykker av en teori danner grunnlag for at stereotype, generaliserende og rigide beskrivelser av et samfunnsområde, en hel næring eller en yrkesgruppe blir dominerende – eller enda verre, blir utgangspunkt for politiske og forvaltningsmessige praksiser. Også personer som har som jobb å forvalte virkemiddelapparatet, har fått med seg at kulturfeltet er noe helt spesielt, et felt som er strukturert etter noen helt egne prinsipper, og dermed også at kunstnere og andre som

jobber i kulturfeltet er noe helt for seg selv. I artikkel 3 diskuterer jeg hvordan personer i mitt materiale som arbeider i deler av offentlig forvaltning synes å gi uttrykk for nettopp stereotypiske, generaliserende og reduserende forståelser av kreatives forhold til økonomi og forretningsdrift. Forståelsene kan være indirekte inspirert av Bourdieus feltteori, men tar ikke alltid høyde for teoriens kompleksitet.

Bourdieu har for øvrig også blitt kritisert for sine analyser, og blant kritikerne finner vi ikke minst flere av hans tidligere elever og kolleger, deriblant Luc Boltanski, Laurent Thévenot, Nathalie Heinich og Michèle Lamont. Disse kritikerne representerer alle det som har blitt omtalt som «den nye kultursosiologien», om enn i ulike utgaver (se f.eks. Larsen, 2013). De både bygger på og bryter med Bourdieu på ulike måter og i varierende grad, men felles for den nye kultursosiologien er at de stiller seg kritiske til Bourdieus framstilling av aktørene som individer som undervurderer de maktforholdene de er påvirket av. Den nye kultursosiologien tillegger i stedet aktørene større handlingsrom, og tar utgangspunkt i at de er «rimelig godt innforstått med realitetene i sine liv» (Røyseng, 2015, s. 103). Eksempelvis hevder Boltanski at vanlige mennesker både har dømmekraft og kan forholde seg kritisk og refleksivt til den sosiale verden, dette er ikke evner som er forbeholdt samfunnsforskere (Held, 2011, s. 7). Den nye kultursosiologien påpeker også at det er analytisk begrensende å analysere sosialt liv ensidig i termer av makt og skjulte interesser (ibid.). Selv om makt kan være involvert, behøver ikke makt å stå i sentrum for alle analyser (jf. Røyseng, 2015). Lamont (1992), som langt på vei bygger sin forskning på Bourdieus rammeverk, stiller eksempelvis spørsmål ved nytteverdien av et av Bourdieus kjernebegreper; maktfelt. Begrepet forutsetter at sosiale systemer (eller felt) er relativt lukkede og involverer et stabilt sett av aktører som konkurrerer med hverandre om å få kontroll over ressursene i feltet, som i et null-sum-spill. Lamont påpeker imidlertid at grupper gjerne ikke nødvendigvis er så stabile, og at aktører konkurrerer om ulike typer ressurser på ulike tidspunkter i ulike og overlappende sfærer av konkurranse. Derfor kan det, ifølge Lamont, være mer fruktbart å tenke semiotiske og sosiale felt som mer åpne og foranderlige. For en studie av kreativ næring er dette etter mitt skjønn en særlig relevant påpekning, da det vil være lite hensiktsmessig å behandle kreativ næring som

ett lukket sosialt felt der en stabil gruppe aktører konkurrerer utfra en felles forståelse av hva ressursene består av.

Lamont (1992) argumenterer også for at Bourdieus habitusbegrep fokuserer for ensidig på umiddelbare strukturelle forhold, og i for liten grad tar hensyn til hvordan folks preferanser skapes av bredere strukturelle forhold og kulturelle ressurser som er tilgjengelige for dem i det samfunnet de er en del av. Hun mener at Bourdieus analyser i ytterste konsekvens kan leses som at sosiale aktører med samme mengder av samme type kapital og samme sosiale bane har samme smak og holdninger, uavhengig av hvilket samfunn de lever i. Lamont underkjenner ikke at habitus er viktig, men påpeker at

we need to recognize that people do not always perceive the world only through their own experiences and that they often borrow cultural models that are decoupled from their own lives (Lamont, 1992, s. 188).

Ove Skarpenes og Roger Hestholm (2015) framholder at et fellestrekk for mange av de forskerne som representerer den nye kultursosiologien er at «alle er opptatt av hvordan aktører forholder seg til kollektivt aksepterte og kulturelt forankrede verdier og meninger i bestemte kontekster». Mens Boltanski og Thévenot beskriver dette som *verdiordener*, snakker Lamont og Ann Swidler om *kulturelle repertoarer*, og Jeffrey Alexander om rike hermeneutiske beskrivelser (jf. Skarpenes & Hestholm, 2015). I stedet for å være opptatt av hvordan sosiale strukturer påvirker kulturelle forhold, henleder altså de nye perspektivene oppmerksomheten mot hvordan kulturelle mønstre har betydning for og skaper sosiale fenomener – de snur på sett og vis årsakspilen, som Røyseng (2015, s. 103) beskriver det. Swidler er inne på noe av det samme når hun argumenterer for at kultur er noe som virker i aktørenes kontekster, og som påvirker deres handlinger fra utsiden og innover. Hun stiller seg kritisk til perspektiver som vektlegger betydningen av aktørers internaliserte forestillinger og verdier, og hvordan disse påvirker fra innsiden og utover (Swidler, 1995, s. 311).

Det er skrevet så mye om kulturfeltet, kunstnere, kulturelle entreprenører og kreativ næring, at det er vanskelig å tenke seg at det er mulig å si noe nytt. Er ikke alt sagt allerede? Når jeg med denne avhandlingen likevel forsøker å si noe nytt om dette, har jeg valgt å la andre analytiske perspektiver enn det feltteoretiske få dominere analysene. Det

er ikke fordi jeg ikke ser verdien av feltteori. Det er snarere fordi jeg mener vi har behov for praksisorienterte forståelser av kulturfeltet og kreativ næring, ikke som erstatning for, men som supplement til strukturorienterte forståelser. Derfor er perspektivet som har fått merkelappen *fransk pragmatisme*, og da særlig slik det presenteres i tekster av Luc Boltanski, Laurent Thévenot og Ève Chiapello, sentralt i et par av artiklene i denne avhandlingen.

Én viktig grunn til at dette har blitt så sentralt for meg, er at det først var da jeg leste Boltanski og Thévenots artikkel *The sociology of critical capacity* (1999) og deres bok *On justification* (2006), samt Boltanski og Chiapellos bok *The new spirit of capitalism* (2018), at det empiriske materialet mitt begynte å åpne seg for meg. Perspektivet synliggjorde variasjonen i snakkemåter hos de kreative informantene mine når de snakket om sin egen og andres virksomhet. Denne variasjonen så ikke nødvendigvis ut til å være ordnet primært etter hvilke tilhørigheter informantene hadde, som f.eks. hvilken del av kunstfeltet eller hvilken bransje i kreativ næring de var en del av, eller hvilken arbeidsmarkedstilknytning de hadde. Disse tilhørighetene var ikke helt uten betydning, for eksempel ga noen av musikerinformantene uttrykk for mer entreprenørielle holdninger enn for eksempel noen av informantene som drev med visuell kunst, noe som kan forstås i lys av at musikkbransjen er preget av helt andre markedsmekanismer enn visuell kunst. Men hovedinntrykket var at en stor del av de kreative informantene snakket på flere ulike måter om sine egne virksomheter; i det ene øyeblikket snakket de om de indre motivasjonene sine for å drive kunstnerisk eller annen kreativ virksomhet, i det andre øyeblikket la de ut om sine planer for å utvikle virksomheten, tjene mer penger og få virksomheten til å gå rundt på en bedre måte. I artikkel 3 har jeg trukket fram flere av disse, for eksempel musikerne i et band. Bandmedlemmene omtaler bandet som sitt «kjærlighetsbarn» og som noe som ikke gir god inntekt, men som er «emosjonelt verdifullt». Bandmedlemmene gir på den ene siden uttrykk for at hovedmotivasjonen deres ikke er å tjene mye penger. På den andre siden snakker de om «å drive band», og de har en klar intern arbeidsdeling og en tydelig organisasjonsmodell og forretningsstrategier som skal optimalisere driften. De omtaler seg i det ene øyeblikket som kunstnere og i det andre som entreprenører eller gründere. Et annet eksempel, som

også er trukket fram i artikkel 3, er kunsthåndverkeren som gjennom år har opparbeidet seg et navn, og som på den ene siden snakker om sin indre motivasjon for å lage kunstobjekter, men som på den andre siden forteller at hun bruker mye tid på å utvikle kostnadseffektive strategier for salg av enkelte mindre kunstgjenstander som hun produserer mange av. Dette er særlig aktuelt i oppkjøringen til et årlig julemarked hun vanligvis deltar på. Hun vet omtrent hvor smertegrensen går når det kommer til prisnivå, og det betyr at det er grenser for hvor mange arbeidstimer som kan legges ned i hver enkelt gjenstand. Selv om disse mindre kunstgjenstandene kan forstås som «brødet» som til en viss grad skal skape rom for andre mer vidløftige kunstprosjekter med større risiko, arbeider hun for at de mindre gjenstandene skal framstå som objekter der hennes karakteristiske kunstneriske signatur er like tydelig som i de større prosjektene. Hun vil stå inne for kvaliteten, og hun er opptatt av at det skal gå en rød tråd gjennom alt hun skaper: «selv om det bare er en saltskål, så skal du se at det er [kunstnerens navn] som har laget den. Selv om det bare er en julekule» (Informant 62). Arbeidet med de små kunstgjenstandene til julemarkedet motiveres av viljen til å stå på egne bein, ikke være avhengig av ektefelles økonomi, og bygge en virksomhet som går rundt økonomisk, med andre ord en klart entreprenøriell strategi. Et tredje eksempel er en gruppe grafiske designere som driver et designbyrå som de omtaler som en «livsstilsbedrift». De kaller seg ikke kunstnere, men de er opptatt av at det ikke er det økonomiske som driver dem, men å «ha det bra», skape «design som beveger» og å drive med noe de «kan stå inne for». De tar derfor aldri på seg oppdrag som de ikke kan stå inne for moralsk eller sosialt sett. Selv om de ikke har økonomiske motivasjoner, og til og med gir uttrykk for at de ikke har noen økonomisk strategi for virksomheten, er de særdeles opptatt av kundestrategier og innsalg, for eksempel er de opptatt av at de foretrekker «å selge varmt» (Informant 105) altså til eksisterende kunder, fremfor «å selge kaldt» som er det man gjør når man «finner et nummer i katalogen» (Informant 103). Og samtidig som de er opptatt av å skaffe oppdrag de er indre motivert for og som ivaretar deres integritet, forteller de at: «Vi har veldig lite ego som skal frem. Det er hele tiden kunden som står i sentrum» (Informant 103).

Denne vekslingen mellom å i det ene øyeblikket vektlegge indre motivasjon, estetisk kvalitet og faglig integritet, for så i det neste øyeblikket snakke om prissetting, kostnadsnivå og kundebehandling, fant jeg igjen hos mange av de kreative informantene, og var noe jeg festet meg ved som interessant, og som framsto som ytterligere betydningsfullt i lys av Boltanski og Thévenots verdiordener. Oftest forekom vekslingene mellom ulike snakkemåter og verdsettingslogikker som implisitte, men i noen intervjuer ble vekslingen et eksplisitt tema i intervjuene. Et eksempel på det var et intervju med en scenekunstner som forklarte eksplisitt hvordan hun pleier å ordlegge seg og argumentere helt forskjellig i søknader til henholdsvis Innovasjon Norge, Kulturrådet og kommunen.

Også blant de ikke-kreative informantene kunne jeg identifisere denne type varierte snakkemåter. I artikkel 2 analyserer jeg hvordan lokale tilretteleggere for kreativ næring nettopp gjennom sin evne til å veksle mellom ulike verdsettingslogikker, fungerer som brobyggere mellom ulike kontekster, nærmere bestemt mellom aktører i kreativ næring og mellom disse aktørene og aktører i byråkrati, politikk og næringsliv.

Jeg erfarte altså at det pragmatiske perspektivet var et godt verktøy å tenke med og å analysere materialet med. Bruken av perspektivet bidro til å synliggjøre kreativ næring som en næring kjennetegnet av variasjoner, motsetninger og brudd, og drevet av aktører som ofte forholder seg til verdsettingslogikker som vi assosierer med kunstfeltet, men som også ofte forholder seg til for eksempel økonomiske og industrielle logikker.

Det er viktig å ikke ta for gitt at teori om kunstfeltet passer som hånd i hanske også på kreativ næring i stort. Kunstnere utgjør riktignok en stor del av denne næringen, men slett ikke hele. Hvis vi legger Gran, Torp og Theies (2015) definisjon av kreativ næring til grunn, som er naturlig å gjøre i norsk sammenheng, består næringen av både kulturbransjer, mediebransjer og andre kreative bransjer, jf. kapittel 1.2. Informantene som er intervjuet for denne avhandlingen er rekruttert i kraft av deres deltakelse i mentoringordninger og samlokaliseringstiltak som er etablert for ulike deler av kreativ næring. Noen av disse ordningene og arenaene henvender seg bredt til aktører innen alle slags kreative bransjer, mens andre er smalere innrettet, og henvender seg f.eks. kun til deler av kunstfeltet. Sett under ett representerer informantene et mangfold av

bransjetilhørigheter og arbeidsmarkedstilknytninger, og selv om mange er kunstnere, er slett ikke alle det. Slik sett representerer de et slags tverrsnitt av den såkalte kreative næringen. Campbell et al. (2018) har, basert på en analyse av britisk kreativ næring, stilt seg kritisk til hvordan man har samlet yrker og bransjer under denne tilsynelatende koherente sekkebetegnelsen, for så å benytte statistikk på aggregert nivå som tilslører forskjellene. Studien viser at graden av henholdsvis økonomisk verdiskaping og kulturell konsumpsjon er svært ulikt fordelt mellom de ulike bransjene i kreative næring. Dette tyder på at dersom man gjerne vil benytte feltteoretiske redskaper for å analysere kreative næring, kan det være viktig å ikke betrakte det som ett samlet sosialt felt som er strukturert etter felles prinsipper, men kanskje heller som flere ulike og delvis overlappende felt. I Storbritannia har man riktignok også inkludert IT-bransjen i kreativ næring, og sekkebetegnelsen favner dermed om en enda større variasjon enn det vi i Norge vanligvis forstår med kreativ næring. Men også norsk kreativ næring er sammensatt, og derfor kan vi anta at funnene fra den britiske studien kan ha relevans også for norske forhold.

I stedet for å forsøke å trekke en grense mellom typiske selvforståelser og handlemåter i kreativ næring i motsetning til i andre næringer, vil jeg med min analyse synliggjøre variasjoner, mangfold og motsetningsfylte handlemåter i kreative næringer. Analysen tar ikke sikte på å kategorisere ulike typer aktører i kreativ næring, og å forklare hvorfor de snakker og handler som de gjør basert på hvilke grupper og delfelt de tilhører. Dette kunne vært en verdifull analyse, men det er ikke der jeg i denne sammenhengen har min hovedinteresse. Min interesse ligger snarere i å utforske hvordan kreative snakker om seg selv og sin virksomhet på, hvordan ikke-kreative i og utenfor kreativ næring snakker om de kreative, og hvordan alle disse snakkemåtene skaper mening. Jeg er mindre opptatt av hva som får dem til å snakke på bestemte måter, enn hva som skjer når de snakker nettopp slik, hva de oppnår ved å snakke på bestemte måter, hvordan de omskaper seg selv når de snakker slik, eller sagt på en annen måte, hvordan snakkemåtene deres setter verden i spill.

Når jeg nå har presentert bakgrunnen for det analytiske perspektivet som er det dominerende i denne avhandlingen, og min inngang til det, er det på tide å gi en nærmere presentasjon av perspektivet. I det følgende beskriver jeg den pragmatiske sosiologien slik den er utviklet særlig av Boltanski og Thévenot, med vekt på den delen som er orientert om verdiordener og hvordan aktører gjør bruk av disse i ulike kontekster. I et eget avsnitt beskriver jeg noe av det som av flere har blitt påpekt som svakheter ved det pragmatiske perspektivet. Deretter beskriver jeg et par parallelle perspektiver som jeg også har benyttet i artiklene: kulturelle repertoarer og kulturell performance. Og til slutt i dette kapitlet tar jeg opp et annet perspektiv, nemlig perspektivet om kulturpolitiske begrunnelser eller fornuftsgrunnlag. Dette perspektivet er benyttet i artikkel 1. Det har i utgangspunktet ikke noe å gjøre med det pragmatiske perspektivet, men det er etter min mening mulig å identifisere noen paralleller mellom disse.

3.3 Fransk pragmatisk sosiologi

Den teoretiske tradisjonen som går under navnet pragmatisk sosiologi vokste fram i Frankrike på begynnelsen av 1980-tallet, og Luc Boltanski regnes gjerne som den primære opphavsmannen (Held, 2011). Boltanski var elev av Pierre Bourdieu, men utviklet det han kalte en sosiologi om kritikk som et alternativ og i opposisjon til Bourdieu og Foucaults poststrukturalistiske samfunnsanalyser. I stedet for å beskrive sosial handling utfra maktrelasjoner og interesser, åpner Boltanski for et mer pluralistisk perspektiv der han tar utgangspunkt i hva folk gjør og er i stand til å gjøre, noe som ifølge Boltanski er mer enn hva sosiologien har en tendens til å tiltro dem (Held, 2011, s. 10). Heller enn å betrakte kultur som et sett av internaliserte normer og regler som medlemmene av en sosial gruppe deler på implisitte måter, sees kultur her som mening (jf. Geertz, 1973). Boltanski vektlegger at alle mennesker har det han kaller kritiske kapasiteter, altså kompetanser som vi tar i bruk i ulike situasjoner, og som vi har tilgang til uavhengig av hvilken sosiale klasse vi tilhører eller hva slags utdanningsnivå vi har (Boltanski, 2012). Dette har paralleller til Ann Swidlers (1986) begrep om kultur som en verktøykasse av

symboler, fortellinger, ritualer og verdenssyn som er ressurser folk kombinerer på ulike måter for å løse hverdagens ulike utfordringer.

Basert på empiriske studier utviklet Boltanski og Thévenot (1999, 2006) en modell for rettferdiggjøring, eller mer presist, en modell som beskriver den kompetansen mennesker tar i bruk når de har behov for å rettferdiggjøre sine egne handlinger, utøve kritikk av andres handlinger og etablere enighet. Det holder for eksempel ikke å si: 'Jeg er uenig med deg, for jeg liker ikke trynet ditt' (Boltanski & Thévenot, 1999, s. 360). Den som argumenterer må distansere seg fra den singulære, umiddelbare situasjonen, og bevege seg opp på et overordnet, generelt nivå ved å basere argumentene sine på allment aksepterte prinsipper (Boltanski, 2012, s. 44). Slik rettferdiggjørende argumentasjon må henvise til det som betraktes som å være til allmennhetens beste – «the common good». Å koble en handling til realiseringen av «the common good», vil rettferdiggjøre handlingen (Andersen, 2017, s. 26). Men hva som betraktes som å være til allmennhetens beste, og hvilke prinsipper som betraktes som relevante og akseptable, varierer fra kontekst til kontekst, og her har Boltanski og Thévenot basert på empiriske studier definert det de kaller en grammatikk; «a moral grammar of the common good» (Thévenot, 2001). Begrepet grammatikk henviser her til både de kategorier, normer og regler som sosial handling er basert på, og til en modell over den kompetansen mennesker har som gjør dem i stand til både å etablere og bryte sosiale relasjoner (Held, 2011, s. 10).

Denne grammatikken manifesterer seg i et avgrenset antall *verdiordener* eller *verdiverdener*. I utgangspunktet definerte Boltanski og Thévenot (2006) seks slike verdiverdener. Gisle Andersen (2017) har brukt følgende norske betegnelser på de seks verdiverdenene: 1) markedets verdiverden, 2) den industrielle verdiverden, 3) den kollektive verdiverden, 4) den domestiske (hjemlige) verdiverden, 5) den artistiske (inspirasjonelle) verdiverden og 6) opinionsverdenen. Senere har også flere andre verdiverdener vært definert og diskutert. Blant disse er det den prosjektorienterte verdiverdenen (nettverksverdenen) (Boltanski & Chiapello, 2018) som er mest relevant

for denne avhandlingen. Andre eksempler er en grønn verdiverden (Blok, 2013; Thévenot et al., 2000) og en forenklingens verdiverden (Haugseth, 2014).

Hver enkelt verdiverden er kjennetegnet av et bestemt overordnet verdsettingsprinsipp (ekvivalensprinsipp). Dette er et allment prinsipp som objekter, subjekter og handlinger måles utfra, og som definerer hva som er verdifullt og relevant innenfor den spesifikke verdenen. Hver enkelt verden kjennetegnes også av et testprinsipp, et spesifikt format for argumenter eller bevis, og en oppfatning om hva som representerer viktige objekter, subjekter, relasjoner og kvalifikasjoner (Andersen, 2017, s. 33; Boltanski & Thévenot, 1999, s. 368; 2006, s. 140-144). I hverdagen vil mennesker handle i henhold til dette registeret av verdiverdener på en implisitt og stilltiende måte, men i noen situasjoner vil verdiverdenene komme mer eksplisitt til syne. Slike kritiske øyeblikk, «moments critiques» (Boltanski & Thévenot, 1999), oppstår når samhandlende mennesker kommer til et punkt hvor det skjer et brudd i den normale samhandlingen; et punkt hvor de opplever ambivalens eller at noe er feil, for eksempel ved at det oppstår usikkerhet omkring hvilke verdsettingsprinsipper som gjelder eller at en person retter kritikk mot de anvendte verdsettingsprinsippene (Andersen, 2017). Stortingsdebatter er gode eksempler på slike kritiske øyeblikk, der argumentasjon og de underliggende prinsippene gjøres eksplisitte, slik Andersen (2017) har analysert. I mitt empiriske materiale inngår ikke debatter av dette slaget, men jeg anvender det teoretiske perspektivet på kvalitative intervjuer gjort med enkeltpersoner og grupper av personer, samt feltnotater fra deltakende observasjon. Jeg bruker det altså på diskusjoner mellom informanter, enkeltinformanters argumentasjon, og informanters gjenfortellinger av diskusjoner og forhandlinger de selv har opplevd, det siste en mer indirekte tilgang for meg som forsker.

Det er viktig å være klar over at verdiordenene ikke ble utviklet som analytiske kategorier som automatisk kan overføres til kontekster langt fra den opprinnelige historiske, kulturelle og lingvistiske konteksten (Andersen, 2017, s. 44ff; Boltanski & Thévenot, 2000, s. 210f). Samtidig har flere empiriske studier i norske kontekster så langt vist at den grunnleggende modellen har validitet også i dagens Norge (Andersen, 2017, s. 46).

Jeg vil i det følgende gi en kortfattet beskrivelse av de verdiverdenene som jeg finner mest relevante for mitt empiriske materiale, og som ikke minst danner en sentral del av det teoretiske grunnlaget for artikkel 2 og artikkel 3. Beskrivelsen er basert på Boltanski og Thévenots beskrivelser i boka *On Justification* (1991, engelsk utgave 2006) og artikkelen *Sociology of Critical Capacity* (1999), Boltanski og Chiapellos bok *The New Spirit of Capitalism* (2018), samt doktoravhandlingen til Gisle Andersen (2017). Sistnevnte tilbyr en grundig innføring i fransk pragmatisme sett i lys av en norsk politisk kontekst, og jeg gjør utstrakt bruk av Andersens norske begrepsapparat som jeg opplever som presist og godt tilpasset norsk samfunnsvirkelighet.

3.3.1 Verdiverdenene

Markedets verdiverden struktureres gjennom konkurranse som det overordnede verdsettingsprinsippet, og konkurransedyktighet som kvalifiseringsprinsipp. «Å mobilisere denne verdenen innebærer å se på alle tings verdi ut fra hvor mye det er verdt på et marked» (Andersen, 2017, s. 38), og storhet knyttes til omsetningsverdi og salgbarhet. Penger representerer formatet til det som er relevante argumenter, med kontrakt eller salgssavtale som den ultimate testen. De relevante subjektene er selgere, kunder og forretningsmennesker, og relasjoner er forretningsmessige bytterelasjoner (Andersen, 2017, s. 37f; Boltanski & Thévenot, 1999, s. 372; 2006, s. 193-203).

Vitenskapelige metoder og teknologiske objekter som for eksempel måleinstrumenter har sin plass i den *industrielle verdiverden*. I denne verdenen er det overordnede verdsettingsprinsippet knyttet til effektivitet, produktivitet og planlegging, og relasjonene er organiserte, funksjonelle og standardiserte. Profesjonalitet, kompetanse og pålitelighet er gyldige kvalifiseringsprinsipper, og eksperter, profesjonelle og kvalifiserte fagpersoner er relevante subjekter. Det som er ineffektivt, uproduktivt og unyttig har ingen verdi innenfor denne verdenen (Andersen, 2017, s. 38; Boltanski & Thévenot, 1999, s. 372f; 2006, s. 203-211).

Innenfor den *kollektive verdiverden* er det ikke personer som er subjektene, men kollektivet, for eksempel medlemsorganisasjoner, fagbevegelser, nasjoner – eller menneskeheten som den aller største kollektive enheten. Det overordnede verdsettingsprinsippet er kollektivets beste. Kvalifiseringsprinsippet er solidaritet, og det å ofre seg for kollektivet, altså å gi opp egne interesser til fordel for den kollektive viljen, er verdifullt, i kontrast til det individorienterte og egoistiske. Kollektive handlinger er denne verdiverdenens relasjoner, og regler, lover og borgerrettigheter er eksempler på relevante objekter (Andersen, 2017, s. 38f; Boltanski & Thévenot, 1999, s. 371f; 2006, s. 185-193).

I den *artistiske* eller *inspirasjonelle verdiverden* er det overordnede verdsettingsprinsippet det å bli og få utløp for inspirasjon, og kvalifiseringsprinsipper er lidenskap, pasjon og artistisk inspirasjon. Repertoaret av relevante subjekter består av kunstnere, barn, sinnsyke, ånder og andre subjekter som representerer noe unikt, originalt, fantasifullt, kreativt, oppfinnsomt, spontant eller magisk. Det verdifulle er det som er skapt på grunnlag av kreativitet, mens det som er uten verdi er det som er reproduktivt; framskaffet på rutinen eller med sikte på berømmelse, respekt eller suksess. Kunnskap som oppnås gjennom utdanning, i form av skoling eller oppdragelse, regnes innenfor denne verdiverdenen som et hinder på veien mot det verdifulle; forbauselsen, entusiasmen og det impulsive. I denne verdenen er det altså mer verdifullt å fly høyt enn å være jordnær og nøktern (Andersen, 2017, s. 39; Boltanski & Thévenot, 1999, s. 370; 2006, s. 159-164).

Det overordnede verdsettingsprinsippet i *opinionsverdenen* – «the world of fame» – er knyttet til andres meninger, på den måten at kvalifiseringsprinsippet er det å få andres anerkjennelse, og storhet er knyttet til anerkjennelse, berømmelse, meritter, gjenkjennelse og oppmerksomhet. Det motsatte, det som er uten verdi, er det som ingen vet om, det bortgjemte, det folk har glemt eller stiller seg likegyldige til. Det relevante galleriet av subjekter er celebriteter, kjendiser og deres fans, opinionsledere, talspersoner og journalister, og eksempler på relevante objekter er merkevarer og navn («brands»), nyhetsbrev, brosjyrer, magasiner og intervjuer. Å skape relasjoner handler i

denne verdiverdenen om å influere, promotere, lansere, identifisere seg med noen, overbevise, snakke om noen eller spre rykter (Andersen, 2017, s. 39; Boltanski & Thévenot, 1999, s. 371; 2006, s. 178-185).

Etter at Boltanski og Thévenot hadde klassifisert de opprinnelige seks verdiverdenene, definerte Boltanski og Eve Chiapello ytterligere en verdiverden, den *prosjekt- eller nettverksorienterte* verdiverdenen (Boltanski & Chiapello, 2018). Rammeverket for denne syvende verdenen er en analyse av hvordan «kapitalismens ånd» (jf. Weber, 1973) har forandret seg gjennom tidene, og framveksten av prosjektordenen settes i sammenheng med kapitalismens tredje åndsform som begynte å gi seg til kjenne i Frankrike, som er Boltanski og Chiapellos empiriske utgangspunkt, i løpet av 1980-tallet. Begrepet «kapitalismens ånd» viser til den ideologien som rettferdiggjør kapitalismen, og som gjør at det er attraktivt å slutte seg til den (Boltanski, 2011, s. 203).

Borgerskapets verdier, den borgerlige entreprenøren og de små familiefirmaene stod sentralt i den første utgaven av kapitalismens ånd, som var framherskende på slutten av 1800-tallet (Boltanski & Chiapello, 2018, s. 17-19). Hva som ble betraktet som allmennhetens beste og relevante rettferdiggjøringer innenfor denne åndsutgaven kan beskrives som basert på et kompromiss mellom den hjemlige verdiverden og markedets verdiverden (ibid., s. 24). Den andre utgaven av kapitalismens ånd var kjennetegnende for perioden fra 1930-tallet og utover på 1960-tallet. Her flyttet fokuset seg fra den individuelle entreprenøren til organisasjonen og det store konsernet med direktøren som den heroiske figuren (ibid., s. 17-19). Rettferdiggjøringer innenfor denne varianten av kapitalismen var forankret i et kompromiss mellom den industrielle og den kollektive verdiverdenen, og sekundært den hjemlige (ibid., 24). Den tredje utgaven av kapitalismens ånd vokser fram med 1980-tallets globaliserte kapitalisme og nye teknologiske muligheter (ibid., s. 19). Men Boltanski og Chiapello finner ikke de seks verdiverdenene fruktbare for å fange essensen i verdsettingslogikken som kjennetegner denne tredje ånden (ibid., s. 24). Kapitalismens tredje ånd kjennetegnes av verdsettingslogikker som hviler på helt nye prinsipper, og dette er bakgrunnen for at de identifiserer en helt ny verdiverden; den prosjekt- eller nettverksorienterte verdenen.

Den prosjektorienterte verdenen er strukturert omkring aktivitet som overordnet verdsettingsprinsipp. Innenfor denne verdenen gjelder det å skape aktivitet og generere prosjekter, men også å knytte kontakter og utvide nettverk – for igjen å skape ytterligere aktivitet. Repertoaret av relevante subjekter i denne verdenen består av prosjektledere, meglere, coacher, eksperter, kunder, tilbydere og innovatører. Storhet er knyttet til det å være entusiastisk, involvert, og det å ha evnen til å engasjere andre og skape tillit, samtidig som man er autonom, risikovillig, tolerant, fleksibel og tilpasningsdyktig. Ny teknologi, tillitsforhold, partnerskap, bedriftsnettverk, avtaler og allianser er eksempler på relevante objekter og dynamikker. I kontrast til massekommunikasjonen innenfor opinionsverdenen, vektlegges den personlige kommunikasjonen i prosjektverdenen; den som skjer ansikt-til-ansikt. Det som betraktes som verdiløst i prosjektverdenen er det som forbindes med det autoritære, rigide og intolerante, det trygghetssøkende og immobile, og det som vekker mistillit (Boltanski & Chiapello, 2018, s. 107-128).

3.3.2 Veksling mellom verdener

De ulike verdiverdenene står i innbyrdes konflikt, «da det, der er stort i ét regime, er småt i et andet» (Held, 2011, s. 27). Det som er stort i den industrielle verdiverdenen, effektivitet, er eksempelvis smått i den artistiske verdiverdenen, fordi et krav om effektivitet kan bidra til å forstyrre inspirasjonens frie strøm. Og omvendt, inspirasjon og lidenskap, som er stort i den artistiske verdiverdenen, har liten verdi i den industrielle, fordi det ikke kvalifiserer til noe som betraktes som umiddelbart nyttig eller som møter et funksjonelt behov. Men selv om verdiverdenene står i et innbyrdes konfliktforhold, har alle mennesker tilgang til hele repertoaret:

Da samtlige regimer sameksisterer i hvert individ som et sæt av kompetencer, har alle mennesker prinsipielt alltid muligheden for ved egen kraft at løsrive sig fra en situations greb og placere sig i en yderposition, hvorfra en kritik kan tænkes og formuleres (Held, 2011, s. 31).

Mennesker vil mobilisere de ulike verdsettingslogikkene utfra hvilken situasjon de er i, ikke på bakgrunn av deres tilhørighet til bestemte grupper. Og fordi verdiordenene er knyttet til situasjoner og ikke grupper, må mennesker være i stand til å veksle mellom

ulike verdsettingslogikker fra situasjon til situasjon (Boltanski, 2012, s. 49). Disse situasjonene kan ligge tett på hverandre i tid og rom. I løpet av en dag, ja, i løpet av en kort samtale, vil mennesker kunne svitsje mellom ulike verdener. Denne vekslingen mellom inkompatible verdener forutsetter at mennesker har evnen til midlertidig å ignorere de prinsippene som ligger til grunn for de verdiverdenene de for øyeblikket ikke mobiliserer (ibid.). Samtidig vil det kunne oppstå situasjoner som kaller på flere forskjellige verdiverdener:

Selv om en situations symbolske og materielle utstyr ofte vil appellere til én grammatik frem for andre, er konkrete situationer sjældent så rene, at de ikke inneholder et element af støj fra andre verdener, der vil kunne bruges til at bringe en anden handlingslogik på banen (Held, 2011, s. 31).

I avhandlingen har jeg brukt beskrivelsene av verdiverdenene og svitsjingen mellom dem i analysen av intervjumaterialet. Den pragmatiske tilnærmingen vektlegger menneskers plastisitet, fremfor deres rigiditet (Boltanski, 2012, s. 55).

3.3.3 Kritikken mot det fransk-pragmatiske perspektivet

Verdiordenene framstår som stabile over tid. De kritiske diskusjonene og debattene som mobiliserer verdiordene, er derimot flyktige og temporære. Dette er bakgrunnen for at Boltanski og Thévenots perspektiv har blitt kritisert for å være lite egnet til å analysere sosial endring (Larsen, 2013, s. 47). I boka *The New Spirit of Capitalism* kommer Boltanski og Chiapello noe av denne kritikken i møte. Denne boka handler i stor grad nettopp om hvordan kapitalismens ånd har endret seg siden 1960-tallet og fram til 1990-tallet, blant annet gjennom å orientere seg mindre om den industrielle verdiorden, og mer om den framvoksende prosjektorienterte verdiorden som utvikler seg som del av *the projective city* (ibid.).

Som nevnt, utviklet Boltanski og Thévenot sitt perspektiv i opposisjon til perspektiver som de mente la for stor vekt på strukturelle maktforhold. Samtidig har deres fokus på individers kritiske kapasitet og legitimerende praksiser blitt utsatt for en omvendt kritikk for å vie maktstrukturer *for lite* oppmerksomhet (Larsen, 2013, s. 46). Boltanski har senere forsøkt å komme kritikken i møte ved å lansere det som i boka *Enrichment* kalles

en *pragmatisk strukturalisme* (Boltanski & Esquerre, 2020). Dette syntetiserende perspektivet kombinerer den pragmatiske tilnærmingen med en mer systemorientert tilnærming som tar hensyn til bredere strukturelle asymmetrier og maktforhold som påvirker romlige og historiske skifter i økonomien (ibid., 338).

Om man velger å benytte henholdsvis strukturelle eller pragmatiske tilnærming er til syvende og sist et valg som avhenger av hva man ønsker å belyse og betone. I denne avhandlingen har jeg valgt en pragmatisk tilnærming, fordi den bidrar til å løfte fram hvordan aktører i kreativ næring ofte snakker og handler i henhold til et spekter av verdsettelseslogikker, og som ikke først og fremst kan strukturelt forklares med for eksempel deres tilhørighet til et bestemt felt eller bransje.

3.4 Kulturelle repertoarer

Boltanski og Thévenots verdiordener kan forstås som en type repertoarteori. I avhandlingens artikkel 2 har jeg også benyttet annen repertoarteori. Repertoarteori, representert ved blant andre Ann Swidler og til en viss grad Michèle Lamont, er en av flere post-Bourdieske teoretiske retninger som har lansert seg som alternativer til strukturorienterte perspektiver (Larsen, 2013, s. 10). Swidler er opptatt av at kultur er noe som virker i aktørenes kontekster, og som påvirker deres handlinger fra utsiden og innover, til forskjell fra tilnærminger som vektlegger betydningen av aktørers internaliserte forestillinger og verdier, og hvordan disse påvirker fra innsiden og utover (Swidler, 1995, s. 311). Hun bygger på Clifford Geertz (1973) som argumenterte for å studere kultur som mening, og hun skriver:

If culture influences action, then, it is not by providing the ends people seek, but by giving them the vocabulary of meanings, the expressive symbols, and the emotional repertoire with which they can seek anything at all (Swidler, 1995: 312).

Hun forstår kultur som en verktøykasse av symboler, fortellinger, ritualer og verdenssyn som folk kan kombinere på forskjellige måter for å løse ulike problemer (Swidler, 1986, s. 273 i Larsen, 2013, s. 41). Et kulturelt repertoar er med andre ord et reservoar av mulige

tenke- og uttrykksmåter som mennesker kan ta i bruk utfra den konteksten de til enhver tid befinner seg i. Repertoaret er ikke determinerende for menneskers praksis, men en ressurs. Samtidig er det ikke uten grenser, derfor vil det også begrense menneskers praksis (Larsen, 2013, s. 39f). Swidler er opptatt av at det ikke alltid er en dyp, internalisert tro på kulturelle koder, kontekster og institusjoner bak aktørers handlinger:

Most culture theory assumes that culture has more powerful effects where it is deeper – deeply internalized in individual psyches, deeply integrated into bodies and habits of action, or deeply embedded in taken-for-granted “mentalities”. But at least some of the time, culture may have more powerful effects when it is on the “outside”, not deeply internalized or even deeply meaningful (Swidler, 1995, s. 315).

Hun refererer til Theodore Caplow som bruker julegavetradisjon som eksempel, og påpeker at selv om folk synes det å gi julegaver er en kommersialisert byrde de egentlig ikke ønsker å bruke tid og penger på, opprettholder de tradisjonen av den grunn at det å la være vil sende et signal om at man ikke verdsetter den som (ikke) mottar gaven (Swidler, 1995, s. 316). Ved å trekke fram dette eksempelet illustrerer Swidler hvordan aktører forholder seg pragmatisk til kulturelle koder. En slik tilnærming kan også være en fruktbar inngang til å forstå hvordan noen av kunstnerne i mitt eget materiale og andre aktører i kreativ næring benytter entreprenørens repertoar, uten at de tenker at dette slår negativt tilbake på deres kunstneriske integritet.

Også Swidler har blitt utsatt for noe av den samme kritikken som Boltanski og Thévenot. Lamont argumenterer for at Swidlers perspektiv i for liten grad belyser sammenhenger mellom klassesetilhørighet og kulturelle repertoarer. Hun påpeker også at perspektivet ikke i tilstrekkelig grad forklarer hvordan kulturelle repertoarer vokser fram over tid (Lamont, 2004; Larsen, 2013). Lamont har vært særlig opptatt av nasjonale kulturelle repertoarer i et komparativt perspektiv (Lamont, 1992; Lamont & Thévenot, 2000).

3.5 Kulturell performance

Jeffrey C. Alexander trekker veksler på performancestudier og dramateori i sin teori om kulturell performance (Alexander, 2011a, 2011b). Han argumenterer for at sosiale aktører “orient towards others as if they were actors on a stage seeking identification

with their experiences and understandings from their audiences” (2011b, s. 7f). Han definerer kulturell performance som “the social process by which actors, individually or in concert, display for others the meaning of their social situation” (2011b, s. 28). Meningsinnholdet behøver ikke å representere aktørens subjektive holdninger og verdier, men den meningen hun eller han ønsker å få publikum til å tro på. En kulturell performance består av seks komponenter: skuespilleren, publikummet, kollektive representasjoner, midler for symbolproduksjon (materielle ting som bidrar til å uttrykke meningen, f.eks. klær og rekvisitter), regi (iscenesettelse, skuespillerens fakter og mimikk, toneleie etc.) og sosial makt (ressurser, kapasiteter, hierarkier, makten til å kontrollere, tolke og anerkjenne).

En kulturell performance er effektiv når skuespilleren klarer å få kontakt med publikum, og få alle komponentene til å klaffe og passe sammen. Da framstår skuespilleren som overbevisende og autentisk. For at publikum skal oppleve skuespilleren som troverdig og autentisk, må skuespilleren mobilisere ulike repertoarer. Et repertoar er et mangfoldig men begrenset reservoar av mulige handlinger. Med andre ord er et kulturelt repertoar noe som både muliggjør og begrenser kulturell praksis (Larsen, 2013, s. 39).

Jeg opplever Boltanskis, Swidlers og Alexanders perspektiver som fruktbare for å forstå kreativ næring. Både fordi kreativ næring vanskelig lar seg forstå som et enhetlig, avgrenset symbolsk felt. Men også fordi vektleggingen av det plastiske og pragmatiske ved personer berører noe av det som er ganske beskrivende for hvordan aktører i kreativ næring forholder seg; hvordan de nettopp tilpasser seg vekslende kontekster ved å mobilisere ulike verdiverdener eller repertoarer.

3.6 Kulturpolitiske begrunnelser eller fornuftsgrunnlag

Både det fransk-pragmatiske perspektivet, repertoarteori og teori om kulturell performance er aktørperspektiver som er utviklet for å analysere individers praksiser for å utøve kritikk, overbevise eller legitimere. I artikkel 1 benytter jeg derimot noen

perspektiver som ikke er like tett knyttet til individnivået, men som er utviklet for å belyse hvordan politikk og politiske regimer legitimeres.

Politikk rettet mot kreativ næring kan beskrives som politikk som benytter kunst og kultur som middel for mål om økt økonomisk vekst, og dermed som den ultimate motsatsen til en politikk som legger kunstens og kulturens egenverdi til grunn, der kunsten og kulturen selv er målet for politikken. Samtidig er dette, som behandlet i artikkel 1, en forenklet beskrivelse som tåkelegger noen nyanser. For å analysere sammenhengen mellom kreativ næring og instrumentell kulturpolitikk, har vi i artikkelen benyttet ulike perspektiver på kulturpolitiske begrunnelser og instrumentalisme.

I artikkelen henviser vi til to grunnleggende forståelser av instrumentalisme i kulturpolitikkforskningen. Den ene ser instrumentalisme som noe som kulturpolitikken over tid har blitt mer og mer preget av. Den andre ser instrumentalisme som et trekk ved all kulturpolitikk, men i ulike varianter.

Den første forståelsen finner vi i Vincent Dubois' (2015) studie av kulturpolitiske regimer på nasjonalt nivå i Vest-Europa og i Dorte Skot-Hansens (1999) studie av lokal kulturpolitikk i en nordisk kontekst. Ifølge Dubois (2015) har vest-europeiske kulturpolitiske regimer vært basert på en trilogi av politiske begrunnelser:²⁴ bevaring av kulturarv, støtte til kulturproduksjon samt demokratisering. Disse begrunnelsene har alltid blitt utfordret og kombinert med ikke-kulturelle begrunnelser, f.eks. økonomiske begrunnelser, og over tid har de ikke-kulturelle begrunnelsene blitt mer vektlagt. Dubois bruker politikk som dyrker fram en kreativ økonomi som eksempel på denne forskyvingen, og hevder at dette er en form for utvannet kulturpolitikk. Tilsvarende analyserer Skot-Hansen (1999) kulturpolitikk på lokalt nivå som en dreining over tid fra

²⁴ Dubois og Skot-Hansen bruker begrepet «rationale» på henholdsvis engelsk og dansk. Det direkte oversatte «rasjonale» er i bruk på norsk i enkelte sammenhenger, men Språkrådet anbefaler å bruke «fornuftsgrunnlag» eller «begrunnelse». Jeg har valgt å bruke begge alternativer. Se for øvrig <https://www.sprakradet.no/svardatabase/sporsmal-og-svar/rasjonale/> (lest 12.10.2021).

en humanistisk begrunnelse, over i en mer sosiologisk begrunnelse og mot en instrumentell begrunnelse.

Geir Vestheim (2008) og Lianne Gibson (2008) er representanter for den andre grunnleggende forståelsen av instrumentalisme. De hevder at all kulturpolitikk er instrumentell i sitt utgangspunkt. Vestheim analyserer ulike begrunnelser for støtte til kunst og kultur som ulike former for instrumentalisme: For det første støtter man det man mener er god kunst og kultur, som et uttrykk for en estetisk og dannende instrumentalisme. Støtte til kunst og kultur kan for det andre begrunnes med at man ønsker å skape økonomisk vekst og utvikling, altså en økonomisk instrumentalisme. Man kan også ha sosial utvikling og integrasjon som mål, da er støtten til kunst og kultur et uttrykk for en sosial instrumentalisme. Og, endelig, kan man ønske å bidra til opplysning og samfunnsengasjement, og i slike tilfeller kan støtte til kunst og kultur forstås som en politisk mobiliserende instrumentalisme. Det er flere paralleller mellom Vestheims modell og modellene til Dubois og Skot-Hansen, men Vestheim skiller seg ut med sin grunnleggende betraktning om at kulturpolitikk aldri er helt blottet for instrumentalisme.

I Dubois' og Skot-Hansens analyser ligger det en innebygget kritikk av instrumentell kulturpolitikk, og da i særlig grad instrumentell kulturpolitikk som er økonomisk fundert, fordi den vanner ut eller forflater de originale og humanistiske begrunnelsene for kulturpolitikken. Kulturpolitikkforskningen har ofte hatt en normativ og negativ tilnærming til kulturpolitikk som er eksplisitt instrumentell (Røyseng, 2016a). Som Vestheim (2008) viser, kan det være hensiktsmessig med en mer nyansert forståelse av instrumentell kulturpolitikk. Sigrid Røyseng (2016) påpeker at når begrepet instrumentell kulturpolitikk favner om så mange ulike motiver, alt fra befolkningens dannelse og sivilisasjon til næringsutvikling og økonomisk vekst, er det ikke nødvendigvis et brukbart og relevant analytisk begrep. Hun etterlyser derfor et mer raffinert begrepsapparat, og selv skiller hun mellom myke og harde formål i kulturpolitikken, der de humanistiske og estetiske formålene er de myke, mens de formålene som omhandler næringsutvikling og økonomisk vekst er de harde. En parallell til denne modellen er Steven Hadley og Clive Grays (2017) skille mellom instrumentalisme og hyperinstrumentalisme. Clive og Gray

beskriver instrumentell kulturpolitikk som kulturpolitikk som brukes som middel for ikke-kulturelle mål. Men det er fortsatt kulturpolitikk. Hyperinstrumentell politikk, derimot, er utelukkende orientert om ikke-kulturelle resultater, og i denne sammenhengen gir det ingen mening å snakke om kulturelle verdier.

3.7 Å bygge bro over konfliktuerende verdisystemer

Hvordan vi begrunner, verdsetter og legitimerer arbeid og handlinger er med andre ord sentralt i denne avhandlingen. Det gjelder både de begrunnelsene eller fornuftsgrunnlagene som gjør det mulig å etablere politiske strategier på nasjonale eller lokalt nivå, men også begrunnelsene som enkeltindivider bruker og veksler mellom avhengig av kontekst, og som vi kan relatere til ulike verdiverdener. Gjennom å løfte fram nyansene i kreativ næring, og belyse hvordan disse nyansene ikke alltid blir sett og forstått av de aktørene som er i posisjon til å tilrettelegge for næringen, har jeg en ambisjon om å bidra til økt kunnskap, ikke minst i forvaltning og byråkrati, om kreativ næring som arbeid. Her lar jeg meg inspirere av Nathalie Heinich (Heinich, 1996, 2020a, 2020b), som betrakter sosiologien som et brobyggingsprosjekt. Hun løfter fram verdien av å beskrive konfliktuerende verdisystemer og forståelsesmåter på en nøytral måte, uten å ta parti (Danko, 2008; Røyseng, 2015). Hun foretrekker sosiologi som fortolker heller enn forklarer (Danko, 2008, s. 250). Gjennom fortolkende analyser kan det vokse fram større forståelse mellom folk som i utgangspunktet ikke har forstått hverandre (Røyseng, 2015, s. 106). Inspirert av dette, er det altså ikke i min interesse å ta stilling til hvorvidt én verdsettingslogikk (eller verdiorden) er bedre eller riktigere enn en annen. Jeg ønsker snarere å vise at i gitte kontekster er noen verdsettingslogikker mer relevant enn andre, og at ulike aktører tar i bruk et mangfold av disse.

4 Metoder og empiri

Det tidligere omtalte innovasjonsprosjektet dannet utgangspunktet for innhenting av det empiriske materialet. Materialet består av 1) kvalitative intervjuer med 108 personer med relasjon til sju ulike case på Sør- og Østlandet, 2) deltakende observasjon på arenaer med tilknytning til casene, 3) dokumentstudier av et utvalg offentlige plandokumenter på lokalt og regionalt nivå i Telemark og 4) et meta-intervju der jeg og en forskerkollega ble intervjuet av en tredje forskerkollega. Det samlede materialet er omfattende. Hadde jeg stått alene om feltarbeid og intervjuer, ville jeg trolig ikke hatt en like rik empiri å basere analysene på. Dette er en styrke ved å koble et ph.d.-prosjekt på et større samarbeidsprosjekt.

I dette kapitlet beskriver jeg materialet og metodene som er benyttet for å framskaffe dette. Jeg beskriver også det som kan betraktes som et slags tilleggsmateriale basert på de mange møter og uformelle samtaler jeg har hatt med de av informantene som også har hatt status som samarbeidspartnere i innovasjonsprosjektet. Mot slutten av kapitlet redegjør jeg for forhold knyttet til personvern.

I beskrivelsene av empirien og av arbeidet med å innhente denne skriver jeg stort sett i «vi»-form, fordi dette var et arbeid som vi var flere om, selv om min rolle var sentral. Når jeg går over til å beskrive arbeidet med koding og analyse, bruker jeg ofte «jeg»-form, fordi dette var et arbeid jeg gjorde mest alene, selv om jeg involverte de andre forskerne, og vi diskuterte analysene i fellesskap.

4.1 Casestudier

Utgangspunktet for å gjennomføre innovasjonsprosjektet som en casestudie, var at vi sammen med prosjekteier Vekst i Grenland ønsket å studere eksempler på lokale modeller for å tilrettelegge for kreativ næring. Dette harmonerte godt med Regionalt forskningsfond Oslofjordfondets mål, som var å finansiere forskning som kunne bidra til å løse utfordringer i fondsregionen, skape vekst og nye muligheter og være til nytte for

bedrifter og offentlig sektor, jf. kap. 5.2. Vi hadde i et par forprosjekter (se Haugsevje et al., 2015; Haugsevje & Stavrum, 2014) allerede studert mentoringmodeller, der man på ulike måter tok sikte på å bygge kompetanse og utvikle kunstnerkarrierer og kulturbedrifter gjennom å koble sammen mennesker og skape små og store nettverk. Dette ønsket vi å fordype oss mer i. I tillegg ønsket vi å sammenligne disse nettverksbaserte mentoringmodellene med stedsbaserte samlokaliseringmodeller, som går ut på at man samlokaliserer flere virksomheter under ett tak. Atelierfelleskap er et eksempel på en type samlokalisering som har eksistert lenge på kunstfeltet, både i Norge og i andre land. Slike atelierfelleskap hadde vi studert i et tidligere oppdragsforskningsprosjekt (Haugsevje et al., 2014). Vi hadde også registrert en økende oppmerksomhet rundt ulike modeller for næringshage og *coworking* (se f.eks. Gandini, 2015; Janet, 2015; Mauseth & Alsos, 2017; Spinuzzi, 2012), målrettet mot ikke bare kunstnere, men virksomheter fra hele den kreative næringen (og andre næringer).

Utgangspunktet for valg av caser var for det første at vi ønsket en viss bredde i utvalget. Med Bent Flyvbjergs måte å klassifisere seleksjonsstrategier for casestudier på, har vi brukt en informasjonsorientert fremfor tilfeldig seleksjon, og videre et utvalg av caser med størst mulig variasjon (Flyvbjerg, 2006, s. 230). Det var altså ikke et forsøk på å velge ut spesielt gode eller spesielt svake modeller, som i en best eller worst practice-studie. Vi ønsket å utforske *ulike* kontekster. Vi ønsket å ha med tiltak med både smale og brede målgrupper, dvs. både tiltak som rettet seg mot en bestemt bransje og tiltak som rettet seg mot hele kunstfeltet, og kreativ næring generelt. Vi ønsket også en viss geografisk spredning, slik at vi fikk dekket flere kommuner og regioner. Et siste og avgjørende kriterium var at ledelsen i tiltakene hadde interesse av prosjektet og var villige til å være med som partnere i forskningsprosjektet og yte en viss egeninnsats, i henhold til retningslinjene for finansiering i regionale forskningsfond (se mer om dette i kap. 5.4).

Vi valgte først ut seks tiltak; tre mentoringtiltak og tre samlokaliseringstiltak. For å sikre god bredde og variasjon samt en passe stor og sammensatt gruppe av interesserte partnere med ulike posisjoner og erfaringer, inkluderte vi et mentoringtiltak med nasjonalt nedslagsfelt. Underveis i prosjektperioden gikk en partner konkurs, og ble

erstattet med en ny. Dette medførte at vi fikk med oss et samlokaliseringstiltak til, og det samlede materialet har derfor sitt utspring i sju ulike tiltak og regionene disse er lokalisert i. Mentoringtiltakene er organisert ulikt, men har til felles at aktører i kreativ næring får en mentor med kompetanse på bedriftsutvikling og forretningsdrift eller bransjerettet kompetanse. Samlokaliseringstiltakene er også organisert ulikt, men er basert på tanken om at det kan gi positive ringvirkninger for selvsyssele og små bedrifter i kreativ næring å holde til under samme tak og å være del av et større fellesskap.

Det varierer mellom de sju tiltakene hvorvidt de er etablert av det offentlige eller om det er private aktører som står bak. Men alle er enkeltstående tiltak som ikke er del av den ordinære politiske satsingen på kreativ næring kanalisert gjennom Kulturrådet, Innovasjon Norge eller Norwegian Arts Abroad. Felles for alle tiltakene er også at de retter seg mot små aktører, altså enten selvstendige kunstnere, enkeltpersonforetak eller virksomheter med få ansatte innenfor kreativ næring. Med unntak av ett landsomfattende tiltak, er alle tiltakene lokale, og lokalisert til Sør- og Østlandet. Mens noen av tiltakene er etablert og driftet av det offentlige, er andre resultater av private initiativer eller samarbeid mellom offentlige og private aktører, og med offentlig og/eller privat finansiering. Analyse av selve tiltakenes form og innhold stod sentralt i innovasjonsprosjektet. I avhandlingen er ikke tiltakenes form og innhold i seg selv det mest sentrale, men de har vært verdifulle kontekster for å studere aktørene som deltar på disse arenaene. De har også vært særlig relevante som arbeidskontekster for aktørene som studeres i artikkel 2.

De utvalgte casene representerer altså en stor bredde med hensyn til hva de er ment å bidra med for aktører i kreativ næring, og hvilke deler av næringen de målretter seg mot. Gjennom å rekruttere informanter blant annet gjennom de utvalgte ordningene og arenaene, har vi oppnådd et variert informantutvalg som representerer ulike kunstuttrykk og bransjer, ulike virksomhetstyper og ulike lokale kontekster. Både små steder og byer i ulike størrelser er representert. Den geografiske spredningen er også forholdsvis stor, i lys av at casene dekker store deler av Sør- og Østlandet, i tillegg til at et av casene er representert ved en landsomfattende ordning.

Fordi jeg ikke har case som er forankret spesifikt i Vest-Norge, Midt-Norge eller Nord-Norge, må jeg ta et forbehold om at et materiale innhentet i andre regionale kontekster potensielt kunne gi andre resultater. Eksempelvis er det identifisert noen helt særegne utfordringer og verdier i duodji-næringen²⁵ og samisk næringsliv knyttet til blant annet identitet og historiske forningsprosesser, kulturarv og reindriftsnæring (Løkka et al., 2019). Det kan derfor tenkes at aktører i duodji-næringen, selv om de kan klassifiseres som en del av kreativ næring, ikke vil kjenne seg helt igjen i mine beskrivelser av utfordringer og rettferdiggjøringspraksiser i kreativ næring som sådan. Det er også mulig at byråkrater og næringsutviklere i ulike landsdeler forholder seg noe ulikt i sin politikk og forvaltning av området kreativ næring. Med forbehold om ulike typer lokale særtrekk som kan ha betydning, er det etter min oppfatning flere egenskaper ved caseutvalget som gjør analysen relevant for kreativ næring også utenfor Sør- og Østlandet. For det første finnes det en rekke lignende ordninger og tiltak over hele landet som på tilsvarende vis har som mål å stimulere lokal kreativ næring på ulike måter. For det andre består kreativ næring i hele Norge, ikke bare i denne ene regionen, i stor grad av enkeltpersonforetak eller små bedrifter med få ansatte. Det er nettopp de små aktørene og deres plass i lokal og regional kultur- og næringspolitikk avhandlingen handler om, og analysen bør derfor være høyst relevant for alle regionale kontekster i landet.

I casestudier produserer man en konkret, praktisk og kontekstavhengig kunnskap, i motsetning til en mer teoretisk og regelbasert kunnskap (Flyvbjerg, 2006). Når det kommer til verdien av casestudier er det, ifølge Flyvbjerg (ibid.) en utbredt misforståelse at man med denne metoden ofte ender opp med å få bekreftet ens egne forhåndsoppfatninger. Selv mener Flyvbjerg derimot at casestudier på grunn av dybdetilnærmingen passer godt for å utforske og nettopp utsette ens hypoteser og forhåndsoppfatninger for eventuell falsifikasjon (2006, s. 227f). I arbeidet med denne avhandlingen har casestudiene gitt kunnskap og forståelse om et mangfold og en variasjon som nok var noe større og rikere enn jeg så for meg på forhånd. Eksempelvis

²⁵ Duodji er betegnelsen på tradisjonelt samisk håndverk og kunsthåndverk.

var holdningene som kom til uttrykk blant de kreative informantene knyttet til entreprenørskap og forretningsdrift mer varierte og motsetningsfylte enn hva mine forhåndsoppfatninger tilsa. I tillegg gjorde casestudiene kombinert med et meta-intervju meg mer bevisst på mine forhåndsoppfatninger og blinde flekker. Jeg møtte rett og slett meg selv i døra, noe jeg utdyper i kapittel 4.4. Nedenfor beskriver jeg hvilke metoder som ble benyttet som del av casestudiene, og hva slags empiri vi fremskaffet.

4.1.1 Kvalitative intervjuer med kreative og ikke-kreative

Stimuleringstiltakene omtalt over er utgangspunktet for de kvalitative intervjuene. Det er gjort intervjuer med totalt 108 personer. I tillegg til alle informantene, er det også gjennomført uformelle samtaler med en rekke personer som vi har møtt ved besøk og observasjonsøkter på ulike arenaer (se kapittel 4.1.3). Alle disse samtalene har bidratt til min helhetlige forståelse av de ulike aktørenes forståelser, praksiser, nettverk etc.

De 108 informantene er rekruttert enten fordi de er deltakere i disse tiltakene, fordi de er del av ledelse eller administrasjon i de ulike tiltakene, eller fordi de representerer offentlige aktører i kommuner og regioner der tiltakene er lokalisert og forankret.

Rekrutteringen foregikk på ulike måter. Noen rekrutterte vi selv, andre ble rekruttert for oss av samarbeidspartnerne i innovasjonsprosjektet. Det siste gjaldt særlig de informantene som var deltakere i tiltakene – disse ble oftest rekruttert av den samarbeidspartneren som administrerte tiltaket. Å overlate rekrutteringen av informanter helt eller delvis til en tredjepart, kan ha sine utfordringer, for eksempel må man ta høyde for at man ikke får inkludert informanter med perspektiver som tredjepart av en eller annen grunn ikke ønsker at forskeren skal belyse. I samarbeidet med de tredjepartene som fikk en slik rolle som mellomledd, var vi tydelige på at vi ønsket et strategisk utvalg basert på bredde og variasjon (Fangen, 2010, s. 55) i kjønn, alder, kunstuttrykk, bransjetilknytning, virksomhetsstørrelser (frilansere og enkeltpersonforetak, men også små bedrifter), forretningsmodell etc. Inntrykket er at tredjepartene bestrebet seg på å få til nettopp dette, og at praktiske og logistikkmessige hensyn ofte

var det som avgjorde hvilke informanter vi til slutt endte opp med. De jeg her omtaler som tredjeparter er til dels overlappende med aktørene som i artikkel 2 er analysert som fasilitatorer med portvokterfunksjoner (Haugsevje et al., 2021). Denne portvokterfunksjonen er først og fremst knyttet til ansvaret for å bestemme hvilke personer og virksomheter som får bli en del av de ulike tiltakene som medlemmer eller deltakere. Men de fikk også en mer praktisk portvokterfunksjon i vårt feltarbeid, knyttet til at de ønsket å verne om de kreatives arbeidsro. Derfor unngikk de gjerne å rekruttere personer som i feltarbeidsperioden hadde det spesielt travelt, for eksempel kunstnere som for øyeblikket jobbet intenst mot en utstillingsåpning. Dette fikk i noen tilfeller innvirkning på hvem vi som forskere fikk tilgang til å snakke med. I andre tilfeller hadde vi som forskere større autonomi i utvalgsprosessen, og stod selv for å rekruttere informanter. Dette, og informantutvalgets variasjon og store omfang, bidro til å utjevne eventuelle skjevheter i informantutvalget.

Overordnet sett, kan informantene systematiseres i to hovedkategorier: Den første hovedkategorien består av personer som har sitt levebrød i de såkalte kreative næringene. For enkelhets skyld er disse informantene, som utgjør 64 personer, omtalt med samlebetegnelsen *kreative*. Informantene opererer i ulike deler av kreativ næring. Mange er kunstnere, og hører dermed til kunstfeltet. Andre arbeider innenfor mediene, for eksempel som frilansjournalister, og noen få driver i gråsoner mellom kreativ næring og andre næringer, der de driver små foretak f.eks. innen småskala matproduksjon eller ulike terapiformer. Atter andre driver virksomhet innenfor flere ulike typer kreativ næring og andre næringer, og kan beskrives som mangesylere (jf. Mangset & Røyseng, 2009). Dersom vi legger David Throsbys (2010) konsentriske modell for cultural industries til grunn, kan vi faktisk fordele informantene i alle fire sirkler, helt fra den innerste kjernen av kunstneriske virksomheter (litteratur, musikk, scenekunst og visuell kunst), via den neste sirkelen utenfor med andre kulturelle kjernenæringer (film, fotografi m.m.), via sirkelen som ligger utenfor denne igjen med bredere kulturnæringer (media, spill m.m.), og helt ut i den fjerne og ytterste sirkelen med relaterte næringer (arkitektur, design, mote m.m.). Informantutvalget er ikke gjort på bakgrunn av bestemte definisjoner av hvilke typer virksomheter og bransjer som faller inn under kreativ næring og ikke. Det er

snarere de utvalgte casene som er utgangspunktet for rekruttering av informanter. Fordi noen av tiltakene som utgjør casene retter seg mot forholdsvis brede målgrupper, er også mitt informantutvalg (blant kreativ-kategorien) en heterogen gruppe.

De aller fleste av de kreative informantene er selvsyssele, dvs. de er frilansere, driver enkeltpersonforetak eller en liten bedrift. Noen få informanter er ansatt i små bedrifter med noen få ansatte. Tabell 4 nedenfor gir en oversikt over hvilke deler av kreativ næring de kreative informantene virker innenfor. Flest informanter virker innenfor de kategoriene jeg har kalt Visuell kunst, Design og interiør og Scenekunst. Kategorien Diverse, som også er stor, består av informanter som virker innenfor flere kategorier, eller i gråsoner mellom kreativ næring og andre næringer.

Tabell 4 Oversikt over antall informanter i hovedkategorien "kreativ", samt fordeling på bransjer.

Bransjetilhørighet, kreative informanter	Antall informanter
Visuell kunst	15
Design og interiør	12
Diverse	12
Scenekunst	10
Musikkbransje	4
Arkitekt	3
Forfatter	3
Film	2
Journalistikk	2
Spill	1
Totalsum	64

Den andre hovedkategorien består av 44 informanter som i kraft av sitt arbeid eller sin posisjon kommer i kontakt med de kreative, enten som byråkrater, forvaltere av offentlige virkemidler, mentorer, prosjektledere etc. For enkelhets skyld vil jeg omtale denne hovedkategorien informanter som *ikke-kreative*, jf. omtale i kap. 2. I denne sammenhengen henviser *ikke-kreativ* selvsagt ikke til bestemte egenskaper eller ferdigheter eller mangler på slike hos informantene, men brukes som en motsats til kategorien *kreativ*.

Informantgruppa er svært heterogen. Omtrent halvparten av dem er rekruttert fordi de har som sitt primære ansvar å lede, administrere eller være mentor i et av de sju stimuleringsiltakene som utgjør case i innovasjonsprosjektet. De fleste av disse informantene hører til kategori C eller E i Tabell 5 nedenfor, mens noen få hører til kategori A eller B. Resten av de ikke-kreative informantene er ansatt i det offentlige på lokalt eller regionalt nivå, enten i kommune, fylkeskommune, eller offentlige aktører som for eksempel regionalt kontor av Innovasjon Norge, eller er lokalpolitikker. Disse er rekruttert som informanter fordi de jobber i en kommune eller region der et eller flere av stimuleringsiltakene er lokalisert, og hører til kategori A, B eller D i tabellen nedenfor.

Det varierer med andre ord hvor tett på de kreative de ikke-kreative arbeider. De av dem som jobber direkte med de konkrete stimuleringsiltakene kan vi beskrive som ikke-kreative arbeidere i kreativ næring, jf. Creative Trident-modellen (Higgs et al., 2008) beskrevet i kap. 1.2. Tilsvarende vil de fleste av de som jobber i det offentlige være ikke-kreative arbeidere utenfor kreativ næring. Likevel er det flere unntak fra dette. Noen av de ikke-kreative informantene som er offentlig ansatt og som tilhører kategori A og B er nettopp blant dem som jobber direkte med de før nevnte tiltakene. Her er det med andre ord ikke vanntette skott mellom kategoriene.

I Tabell 5 nedenfor er de ikke-kreative informantene listet opp etter hvilken posisjon de har eller hvor de er ansatt. 12 er ansatt i offentlig kulturadministrasjon, 11 av dem på kommunalt nivå og én på fylkeskommunalt nivå. 10 er ansatt i kommunal enhet med ansvarsområde næring eller hos aktør som forvalter næringsrettede virkemidler, som Innovasjon Norge eller offentlig etablerertjeneste. 11 jobber i private eller offentlige foretak eller organisasjoner med eller uten offentlig finansiering, eller de er selvstendig næringsdrivende. 1 er lokalpolitiker og 10 har funksjon som mentorer. Intervjuene med mentorene er ikke brukt aktivt i noen av artiklene, men har bidratt til min helhetlige forståelse av stimuleringsiltakene og alle involverte.

Tabell 5 Oversikt over antall informanter i hovedkategorien "ikke-kreativ", samt fordeling på underkategorier.

Posisjon/arbeidsgiver, ikke-kreative informanter	Antall informanter
A. Ansatt i kommunal eller fylkeskommunal kulturadministrasjon	12
B. Ansatt i kommunal enhet med ansvarsområde næring eller hos aktør som forvalter næringsrettede virkemidler	10
C. Selvstendig næringsdrivende eller ansatt i privat eller offentlig foretak, organisasjon el.l.	11
D. Lokalpolitiker	1
E. Mentor	10
Totalt	44

De fire artiklene er basert på ulike og delvis overlappende deler av intervjumaterialet. Artikkel 1 er basert på intervjuer med 20 ikke-kreative informanter i kategoriene A og B, men avgrenset til Telemark, og omtales i artikkelen som henholdsvis *kulturbyråkrater* og *næringsutviklere*. Også artikkel 2 er basert på intervjuer med 15 ikke-kreative informanter. Med unntak av to som tilhører kategori A og to som tilhører kategori B, tilhører de fleste av disse kategori C. I denne artikkelen omtales informantene som *facilitators*. Artikkel 3 er basert på intervjuene med de ikke-kreative informantene i kategori A og B samt de kreative informantene, og her omtales informantene som henholdsvis *bureaucrats* og *creatives*. Artikkel 4 er basert på intervjuer med 12 ikke-kreative informanter som tilhører kategoriene A, B, C og D, og 14 kreative informanter godt spredt på ulike kreative bransjer. Her omtales de ikke-kreative informantene som *developers*, og de kreative som *creatives*. Denne siste artikkelen bygger på intervjuer der temaene turisme og turister er eksplisitt tematisert.

Det ble gjennomført totalt 53 intervjuer. De aller fleste av disse ble gjennomført som fysiske møter ansikt til ansikt, som regel i lokaler tilknyttet stimuleringstiltakene eller informantenes arbeidsplass. Unntaket var fem intervjuer som ble gjort over telefon med fem kreative enkeltinformanter. 24 informanter ble intervjuet enkeltvis, mens 18 ble intervjuet to og to. Ett intervju ble gjennomført med sju informanter til stede, og noen få intervjuer ble også gjort med grupper fra tre til seks informanter.

Fire forskere gjennomførte intervjuene. Som regel organiserte vi arbeidet slik at to forskere gjorde intervjuet sammen, ofte slik at den ene førte samtalen mens den andre transkriberte fortløpende og supplerte med oppfølgingsspørsmål. I de aller fleste intervjuene var jeg den ene forskeren, mens de tre andre forskerne i innovasjonsprosjektet byttet på å delta sammen med meg. 21 intervjuer ble gjort av kun én forsker, av disse ble 15 gjort av meg, mens de seks øvrige ble gjort av de andre forskerne.

4.1.2 Intervjuenes innhold

Intervjuene ble gjennomført med utgangspunkt i tematiserte intervjuguider²⁶ (Fog, 2001, s. 20) med noen forslag til spørsmål, med en viss tilpasning til de ulike informantkategoriene (se kap. 5.4). Både spørsmålsformen og rekkefølgen på spørsmålene var åpent for forandringer underveis, såkalt semistrukturerte intervjuer. Faglitteraturen om kvalitative intervjuer er stor, og man kan lese seg til mye. Men å gjennomføre intervjuer på en god måte, er også et håndverk som må læres i praksis og oppøves over tid (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 82-94). Som forholdsvis erfarne intervjuere, hadde vi en tilnærming som verken kan beskrives som «ingen-metode»-basert, altså fri og spontan, eller «bare-metode»-basert, altså rigid og strukturert (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 35). Fordi informanter er forskjellige, vil det være umulig å følge den samme oppskriften i hvert intervju. Flexibilitet og evne til å tilpasse seg informantens kommunikasjonsmåter og lytte til og forfølge den fortellingen som informanten er opptatt av å få fortalt, er derfor blant de viktigste egenskapene for en intervjuer (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 38; Aase & Fossåskaret, 2014, s. 124). Dette var i høy grad illustrerende for intervjuene vi gjorde. De forløp i praksis på ganske ulike

²⁶ Se vedlegg 2 for intervjuguider.

måter, og i mange tilfeller kjentes det nødvendig å legge intervjuguiden litt til side. Vi tilstrebet likevel å komme innom alle temaene i løpet av intervjuet.

Intervjuene med de kreative informantene ble innledet med noen bakgrunnsspørsmål for å kartlegge informantens alder og familiesituasjon, utdannings- og karriereløp, og hva som hadde vært motivasjonene deres for at de hadde tatt de yrkesmessige valgene de hadde tatt, hvordan virksomheten deres var organisert, om de jobbet med den kreative virksomheten på fulltid og kunne leve av denne, eller om de også hadde andre jobber, samt om hvordan det var å drive virksomhet i den spesifikke byen eller stedet. Etter denne innledende runden, stilte vi, inspirert av Spradley (1979), deskriptive spørsmål av typen «Hva er det første du gjør når du kommer til arbeidsplassen din om morgenen?», «Kan du fortelle oss hvordan en vanlig arbeidsdag arter seg?», «Hvem har du kontakt med i løpet av en vanlig dag?» Bakgrunnen for å stille slike spørsmål var at vi ønsket å få informanten til å fortelle med sine egne ord om helt konkrete og praktiske arbeidsrutiner og -situasjoner. Denne strategien brukte vi for å få informantene til å fortelle med sine egne ord (jf. Spradley 1979), men også for å få innblikk i informantens praksiser, og for å unngå at intervjuet bare orienterte seg om det diskursive nivået. Vi håpet også at det å intervjuer folk om hva de *gjør*, ville gi oss svar som var normative og illustrerende for hvordan de legitimerer handlingene sine, men på en mindre programmatisk måte enn hva erfaringen ofte er når man intervjuer folk direkte om hva de *mener*. Ikke alltid, men i mange tilfeller viste strategien seg å være vellykket. Dette ble tydeligst i de tilfellene hvor informantens svar på de deskriptive spørsmålene avdekket at vedkommende hadde etablert det vi tolket som entreprenørielle praksiser, selv om mange av dem senere i intervjuene på mer retorisk vis nettopp avviste at de så på seg selv som entreprenører. Ved hjelp av de deskriptive spørsmålene fikk vi avdekket at det ofte kan være et gap mellom hva man gjør og hvordan man legitimerer handlingene sine, og mellom praksis og retorikk. Dette viste seg å bli særlig sentralt for artikkel 3.

Intervjuene med de kreative informantene tematiserte også tidsbruk og økonomi, hvem informantenes kunder er og hva de kaller dem, nettverk og framtidsutsikter. En egen bolk i intervjuene ble satt av til å intervjuer om informantens selvforståelse og

selvpresentasjon, for eksempel ved hjelp av spørsmål som «Hva legger du vanligvis vekt på når du presenterer deg selv f.eks. for oppdragsgivere, i markedet etc.?». I Spradleys terminologi er dette et Typical Grand Tour Question, altså et spørsmål der man ber informanten om å generalisere gjennom å beskrive en typisk situasjon eller et typisk forløp. Dette kunne være en forløsende måte å stille spørsmål på. Andre ganger var det lettere å få informanten til å fortelle om en konkret situasjon, for eksempel noe som hadde skjedd nylig, jf. Specific Grand Tour Questions (Spradley 1979).

Ifølge Jette Fog (2001, s. 14) er formålet med å bruke kvalitative intervjuer å få tilgang til hvilke *betydninger* personer, ting og saker har for informanten, eller de betydninger hun eller han ser i sin måte å forvalte livet sitt på:

Formålet med et kvalitativt forskningsintervju er således at fremskaffe et empirisk materiale, der består af den interviewedes egne beskrivelser/fremstillinger af sig selv og den livsverden, som han må forholde sig til. En forskning, bygget på interview, har som mål, gennem de gennemlyste og systematiserede fremstillinger af interviewpersonernes udsagn, at afdække og fatte strukturen eller logikken i udsagnene (ibid.).

I intervjuene med de kreative informantene ble nettopp *begrepers* ulike betydninger gjenstand for samtalene på en eksplisitt måte gjennom at vi presenterte dem for ulike begreper. Eksempler på slike begreper var «kunstner», «entreprenør», «reiseliv», «turisme», «turist», «kulturnæring» og «kreativ næring». Vi intervjuet dem om hva de la i disse og i hvilken grad de betraktet disse som merkelapper de kunne se for seg å benytte om seg selv, sine virksomheter og sine kunder, eller om de var noe de i det hele tatt kunne relatere seg til.

Videre handlet en bolk i intervjuet om hvorvidt informanten hadde vært i kontakt med det offentlige, for eksempel Innovasjon Norge, etablererkontor, næringssselskap eller kommunens kulturavdeling, og hvilke erfaringer vedkommende i så fall hadde med dette. Sist, men ikke minst, intervjuet vi også informantene om deres erfaringer fra deltakelse i det stimuleringsiltaket som var bakgrunnen for at de var rekruttert som informanter til dette prosjektet.

Egne tematiserte intervjuguider ble utarbeidet for intervjuene med de ikke-kreative informantene. I intervjuene med ledere og administratorer for stimuleringsiltakene

inkluderte vi noen av de samme elementene, dvs. bakgrunnsspørsmål og deskriptive spørsmål om arbeidshverdagen, noe som ga oss godt innblikk i mangfoldet av oppgaver og aktører disse forholder seg til, som ble sentralt for artikkel 2. De videre spørsmålene handlet om det enkelte tiltaket, for eksempel hvordan det kom i stand, finansiering og forankring, formål og målgrupper, dilemmaer og utfordringer, samt deres oppfatninger om den nasjonale politikken rettet mot kreativ næring, og lokale og regionale aktørers politiske og praktiske arbeid med dette fagområdet.

Intervjuene med de øvrige ikke-kreative informantene ble lagt opp litt annerledes. Disse intervjuene ble konsentrert rundt informantenes forståelser av kreativ næring, om nasjonal politikk for kreativ næring, og om lokale og regionale aktørers politiske og praktiske arbeid for næringen. De ble også intervjuet om de stimuleringsiltakene som var aktuelle i deres region. Blant disse intervjuene var det særlig to gruppeintervjuer med henholdsvis kulturbyråkrater og næringsutviklere der det ble gode diskusjoner mellom informantene, og som ble særlig sentrale intervjuer for artikkel 1.

4.1.3 Deltakende observasjon og feltsamtaler

Sentralt i innovasjonsprosjektet var å skaffe innsikt i mentoring- og samlokaliseringstiltakene, både hva de bestod av og hvordan de var organisert. Derfor gjennomførte vi de aller fleste intervjuene med administratorer, deltakere og mentorer fysisk, på stedene der de ulike tiltakene utspilte seg. I løpet av perioden fra mars 2017 til juni 2018 tilbrakte vi også noe tid på disse arenaene utover den tiden vi brukte på å gjøre intervjuer. Til sammen gjennomførte vi 11 dager med deltakende observasjon på de ulike arenaene. Disse var ujevnt fordelt mellom arenaene, med tre dager på et av mentoringstiltakene, tre dager på et av samlokaliseringstiltakene, og én dag på hvert av de resterende tiltakene. Med ett unntak, var jeg til stede ved alle observasjonsøktene, alene eller sammen med en annen forsker fra prosjektet. At flere forskere var aktivt involvert i feltarbeidet, og to ofte var til stede samtidig, opplevde jeg som en god måte å drive forskertrianglering på (jf. Hagen & Skorpen, 2016).

Vi visste ikke på forhånd hvilke observasjoner som ville vise seg relevante, derfor var vi opptatt av å observere både aktører, prosesser, organisering og materielle forhold. Inspirert av Spradley (1980, gjengitt i Hammersley & Atkinson, 1996, s. 212f), hadde vi med oss en liste over ting å se etter for å sikre oss at vi fikk med oss viktig kontekst:

1. Rom: det fysiske stedet eller stedene
2. Aktør: hvem som er involvert
3. Aktivitet: en serie sammenhengende handlinger som personer utfører
4. Objekt: de fysiske gjenstander som er til stede
5. Handling: enkelthandlinger som personer gjør
6. Hendelse: en serie sammenhengende aktiviteter som personer utfører
7. Tid: sekvensen av hendelser over tid
8. Formål: hva noen forsøker å oppnå
9. Følelse: hva som føles og kommer til uttrykk

Denne lista hjalp oss til å konkretisere observasjonene, noe som var nyttig da vi underveis eller i etterkant av observasjonsøktene skrev korte feltnotater. Feltnotatene kunne være beskrivelser av hva vi hadde gjort, hvem vi hadde møtt, hva samtalene hadde dreid seg om eller hvordan det så ut der vi hadde vært. Det kunne også være beskrivelser av stemning og lyder, som her i et utdrag fra et feltnotat skrevet etter en observasjonsøkt i et samlokaliseringstiltak:

Folk går att og fram mellom kafferom og kontorlokalene. Mye trafikk, det er lunsjtid. I den største bedriften spiser medarbeiderne i sine egne lokaler. Mye latter, musikk og prat høres inn i fellesarealet. Det virker ikke som de er opptatt av å snakke lavt for å unngå å forstyrre. Et høylytt nys fra et av kontorfellesskapene høres og «prosit» ropes fra et annet (Feltnotat 16).

De gangene vi var flere om å gjøre observasjon, skrev vi som regel hvert vårt feltnotat etterpå, noe som avdekket at vi ikke alltid hadde tolket alt likt. Å lese den andres feltnotat i etterkant, og å diskutere sammen, gjør at man tenker gjennom situasjoner og samtaler på nytt. Det er ikke nødvendigvis slik at den ene tolkningen er mer riktig og sann enn den andre, men ulike feltnotat kan ha ulik detaljeringsgrad og ulik betoning. Ulikheter kan for eksempel også bidra til å tydeliggjøre uklarheter og tvetydigheter. Her er et eksempel på

en situasjon der to forskere har vært til stede samtidig i et lunsjrom i en samlokalisering, men har tolket en situasjon litt ulikt i sine respektive feltnotater:

Underveis i lunsjen fikk kunstner A mail fra regnskapsføreren sin om at regnskapet for 2016 var godkjent. Hun pusta letta ut, og sa om sin regnskapsfører: «Han er mer kreativ enn meg». De fortsatte å snakke om hva de betalte for sine respektive regnskapsførere, og B fortalte at hun vurderte å si opp sin og heller gjøre det selv. De henviste til skoese-prinsippet og lo litt av det (altså at kunstneren kommer med alle bilaga i en skoese), men selv var det tydelig at de hadde rimelig god kontroll og oversikt over sin egen økonomi (Feltnotat 15).

Mens vi spiser får den ene kunstneren mail om at regnskapet for 2016 er i orden. Hun gir tydelig uttrykk for at dette er bra, at hun er lettet over at alt er i orden. De tre begynner å diskutere seg imellom: Hvilken regnskapsfører bruker du? Hva koster det? Hun som fikk mail bruker en i [bynavn] som er billig. Hun som har utstilling sier til oss at hun synes hun bruker mye penger på regnskap, men samme regnskapsfører i 20 år. Hun har vurdert å gjøre det sjøl, ta i bruk nye nettmuligheter for slike ting. Hvis hun bruker ca. 2000 kr i mnd. på å betale en annen? Kan jo heller lønne seg selv for det samme arbeidet. Det er dessuten veldig varierende hvor mye hun har å føre, noen måneder bare tre bilag. De ler og tuller, snakker om kvitteringer i skoester og kaos i bilagene. Det er nesten påfallende at de snakker på denne måten med forskerne til stede. En ubevisst eller bevisst reproduksjon av kunstnermyter om at kunstnere ikke har orden/har et annet forhold til økonomi enn andre bedrifter? Eller er det en performance til ære for forskerne? (Feltnotat 14).

Hvorvidt vi her hadde med en mulig forskningseffekt (Repstad, 1994, s. 50) å gjøre, eller ikke, er ikke så lett å vite. Dersom vi hadde lagt opp til feltarbeid av lengre varighet, ville vi blitt bedre kjent med personene, slik at vi etter hvert kunne spurt eksplisitt om folk oppførte seg og snakket annerledes med oss til stede enn ellers (ibid.). Fordi vi kun var på korte besøk, på noen arenaer bare én dag, var nytten av observasjonsøktene noe begrenset, sammenlignet med hva vi ville fått ut et feltarbeid over flere uker. Likevel var observasjonen svært nyttig for å bli kjent med de ulike arenaene og miljøene, og som bakgrunnsinformasjon for intervjuene. Observasjonsøktene gjorde også at jeg ble oppmerksom på hvor viktige de som ledet og administrerte disse ulike arenaene potensielt kan være for lokal kreativ næring. Et utdrag fra et feltnotat skrevet etter et første møte med en slik nøkkelperson satte i gang en begynnende analyse:

C framstod som en entreprenør som har dratt i gang en rekke initiativer, og mye av dette åpenbart med et veldig stort og varmt hjerte for [bynavn]. Han har en litt brumlebassaktig stil, virker kanskje litt steil, men veldig offensiv. Han er veldig inne i feltet (kulturnæring), kanskje mer enn vi hadde sett for oss. [...] Han framstår mer som en selvdreven entreprenør, enn en byråkrat. Men han kan det byråkratiske godt likevel. Han kan det, men han dyrker det ikke (Feltnotat 11).

Å se nøkkelpersoner som dette i aksjon på sine respektive arenaer, var utslagsgivende for at fasilitatorene ble tema for artikkel 2.

Som feltnotatene over indikerer, var samtaler en stor del av observasjonsøktene. Dette kunne være ikke-planlagte og uformelle «pause-samtaler» med enkeltinformanter eller tilfeldige grupper av informanter som var deltakere i de ulike stimuleringstiltakene, slik som den refererte samtalen rundt lunsjbordet. Det kunne også være noe mindre spontane «vandre-samtaler» mens vi fikk omvisning av fasilitatorene på huset eller arenaen, og der vi ble presentert for ulike deltakere. Noen av disse samtaler har ikke festet seg så mye, og er heller ikke gitt oppmerksomhet i feltnotatene. Andre har festet seg mer, er gjerne nedtegnet i feltnotater, og har hatt betydning for min kontekstuelle forståelse og hvordan jeg har analysert det øvrige materialet. Ifølge Buvik et al. (2020) er slike uformelle, men betydningsfulle, feltsamtaler et nødvendig og nyttig redskap for samfunnsforskeren, som burde få mer oppmerksomhet og anerkjennelse enn de får i dag. I en gjennomgang av hva som kjennetegner feltsamtalen, og hvordan den skiller seg fra intervjuet, trekker de fram flere forhold. Der intervjuet er avtalt på forhånd og mer eller mindre regissert, oppstår feltsamtalen gjerne spontant og forløper uten regi. Den kan initieres av informanten, i motsetning til intervjuet som alltid initieres av forskeren. Feltsamtalen har en mindre tydelig begynnelse og slutt enn intervjuet, den er vanskelig å tallfeste, kan være svært kort – kanskje bare en kortfattet replikkveksling – men kan til gjengjeld være hyppig. Intervjuer kan til forskjell tallfestes, de er gjerne av lengre varighet, og gjennomføres med noen unntak bare en gang med hver informant (ibid.).

Et viktig kjennetegn ved feltsamtalen er også at den foregår *backstage* og uten at det gjøres lydopptak, i motsetning til intervjuet som foregår *frontstage* og med lydopptak (ibid). I en feltsamtale kan man derfor ofte oppleve at informantene snakker friere og mer «rett fra levrå» om temaer de kanskje ville vært mer forbeholdne rundt i et mer formelt intervju. Dette forsterkes ofte av at forskeren i en feltsamtale gjerne også forholder seg mer åpen, personlig og delende om egne erfaringer enn i et intervju. Feltsamtalens backstage-kontekst gir derfor grunnlag for forskningsetiske dilemmaer. Forskeren må alltid spørre seg om i hvilken grad og på hvilken måte informasjon som har kommet fram i slike feltsamtaler bør benyttes i analysen. I noen tilfeller vil det være uetisk å sitere direkte fra slike samtaler. Den utdypede og nyanserte forståelsen man utvikler gjennom slike samtaler vil imidlertid kunne være av stor verdi, selv om man lar være å

trekke dem eksplisitt fram i analysene. I mitt prosjekt har feltsamtaler med ulike informanter vært verdifulle for å forstå hvordan informantene mobiliserer ulike verdiordener i ulike kontekster, slik lunsjsamtalen referert over er eksempel på. Samtalene har også hatt stor verdi for å forstå fasilitatorenes betydning. Spesielt nyttige var samtalene med deltakere på de ulike arenaene, når fasilitatorene ikke selv var til stede i samtalene. I disse samtalene ble gjerne fasilitatorene omtalt. Oftest fikk de mye skryt for sin unike kompetanse og kapasitet. Noen fortalte at de kanskje ikke alltid var helt enige med fasilitatorene i ett og alt, noe som tydeliggjorde strategier og maktforhold, og gjorde det lettere å få øye på nyanser og tvetydigheter. Beskrivelser av fasilitatorene kom også i intervjuene, men da var det oftest etter spørsmål fra oss. Fordi feltsamtalene ofte var initiert av informantene, var de et nyttig supplement.

I løpet av dagene med observasjon, hadde vi også gjerne et mer strukturert og formelt møte med personen eller personene som administrerte det aktuelle tiltaket. Disse møtene kunne noen ganger ha preg av å være feltsamtaler. Både slike møter (i forbindelse med observasjon) og andre møter og samlinger med en rekke samarbeidspartnere i innovasjonsprosjektet, har vært relevante for avhandlingen på flere måter. Dette utdyper jeg nærmere i neste delkapittel (4.1.4). Når det er sagt, opplevde jeg noen av disse dagene med møter, intervjuer, observasjon og feltsamtaler som litt kaotiske og «rotete», nettopp fordi det var vanskelig både underveis og etterpå å skille klart mellom hva som var hva, og for eksempel skille mellom personers informantstatus og deres status som samarbeidspartner i innovasjonsprosjektet. Denne opplevelsen av rot eller «mess» som er kjennetegnende for mange kvalitative studier, behandler jeg i kapittel 5.

4.1.4 Møter og samlinger med informanter med doble roller

Med bakgrunn i at materialet er samlet inn som del av et innovasjonsprosjekt organisert med en rekke samarbeidspartnere, arrangerte vi gjennom den treårige prosjektperioden flere prosjektmøter og større samlinger med disse samarbeidspartnerne. Selv var jeg til

stede på de store, årlige samlingene samt på noen av prosjektmøtene hvor det handlet om å planlegge feltarbeid eller samlinger.

I disse møtene møtte forskerne fra Telemarksforsking representantene for de ulike samarbeidspartnerne. Noen av disse representantene hadde roller som administratorer for de ulike tiltakene som utgjorde caser i prosjektet. Andre representerte prosjekteier eller kommuner som hadde eierskap til tiltakene. I tillegg til disse rollene var de også informanter i prosjektet, og ble intervjuet på vanlig måte.

Møtearenaene, særlig de store samlingene med bred deltakelse, fikk en sammensatt funksjon i prosjektet. Noe av tiden på disse samlingene hadde karakter av workshop der forskerne presenterte forskningsspørsmål og metoder, samarbeidspartnerne som representerte de ulike tiltakene presenterte tiltakene, og med påfølgende plenumsdiskusjon ledet av forskerne om ulike lokale modeller, arbeidsmåter og strategier. Slik sett var samlingene en arena for datainnhenting, og noen av samtalene underveis på disse samlingene hadde fellestrekk med feltsamtaler (Buvik et al., 2020), som tidligere omtalt. Samlingene var også en arena for formidling av foreløpige funn fra forskerne til samarbeidspartnerne som i neste omgang tok kunnskapen med seg tilbake til sine miljøer. Gjennom å presentere funn og analyser på samlingene, og få respons på dette fra deltakerne, fikk jeg og mine forskerkolleger også avstemt våre tolkninger. Diskusjonene på disse samlingene var preget av stort engasjement fra deltakerne. Mitt inntrykk var at deltakerne ikke var redde for å uttrykke meningene sine selv om de var uenige med andre deltakere eller forskerne, og ved noen få anledninger tok enkelte i bruk spissformuleringer som provoserte og skapte temperatur i debatten. Oftest var disse spissformuleringene rettet mot nasjonale myndigheter, for eksempel Kulturrådet, Innovasjon Norge på nasjonalt nivå eller kulturministeren. Men det skjedde også at noen få av deltakerne utfordret hverandre om holdninger og arbeidsmåter. Og ved ett tilfelle skjedde det også at vi som forskere ble utfordret om innovasjonsprosjektets fundament og innhold. Dette er et eksempel på at det å involvere informantene i diskusjon av foreløpige funn og analyser kan være utfordrende, samtidig som det kan skape mening

og ofte er et positivt bidrag til «epistemisk rettferdighet» (Allen et al., 2019). Dette utdyper jeg i kapittel 5.

Samlingene hadde også en administrativ funksjon gjennom å være en arena for planlegging og prosjektledelse. Og sist, men ikke minst, hadde samlingene en sosial og nettverksbyggende funksjon, gjennom å bringe alle samarbeidspartnerne sammen, gi dem en arena å bli kjent på og lære av hverandre, noe også vi som forskere hadde nytte av. For å oppsummere, kan disse møtearenaene beskrives som arenaer for både empiriinnhenting, validering av analyser, formidling, nettverksbygging og prosjektledelse.

4.2 Koding og analyse av materialet

Vi gjorde, med et par unntak, lydopptak av intervjuene. De foreløpige transkripsjonene som ble gjort underveis i intervjuene der vi var to forskere til stede, ble i etterkant av intervjuene renskrevet. De øvrige intervjuene ble også transkribert, med unntak av noen få, der det i stedet ble skrevet et referat. Jeg har benyttet ulike metoder for koding, først i Word og Excel, senere i Nvivo. Kodingen har vært gjort i flere runder knyttet til ulike grupper av informanter, i forbindelse med arbeidet med de ulike artiklene, og på en måte som ligger tett opp mot det som gjerne omtales som tematisk analyse (Braun & Clarke, 2006; Nowell et al., 2017). Tematisk analyse kan beskrives som en analyseprosess med seks steg: 1) gjøre seg kjent med materialet, 2) gjennomføre innledende koding, 3) identifisere temaer, 4) gå gjennom temaene og vurdere dem på en kritisk måte, 5) definere og navngi temaer, og 6) skrive (Braun & Clarke, 2006). Samtidig er det ofte slik at denne prosessen ikke foregår lineært, men som en refleksiv og gjentakende bevegelse fram og tilbake mellom de ulike stadiene (Fog, 2001; Nowell et al., 2017), jf. også kap. 5.4.

I mitt analysearbeid foregikk dette slik at jeg først gikk gjennom datamaterialet og gjorde meg godt kjent med det. Dette begynte jeg med før alle intervjuer var gjennomført, siden empiriinnhenting ble gjort over tid og i flere runder. Tidlig i intervjufasen, ja, allerede underveis i intervjusituasjonen (jf. Fog, 2001, s. 13) begynte tankene å spinne rundt hva

som ville være analytisk interessant og relevant å ta tak i. Senere gikk jeg gjennom transkripsjonene og identifiserte ulike temaer, og hvordan informantene snakket om disse temaene, inkludert hvilke begreper de brukte. Allerede i denne fasen identifiserte jeg passasjer i de ulike intervjuene som jeg mente var analytisk betydningsfulle. Etter hvert som jeg fikk bedre oversikt over temaene og listen med koder vokste, fikk jeg øye på nye betydninger og nyanser, og jeg fikk behov for å kode på nytt, og å lage underkategorier av koder. For eksempel hadde jeg i en tidlig runde kodet en del passasjer i transkripsjonene med koden «virkemiddelapparat». I en senere runde la jeg til underkategorier i disse passasjene som nyanserte dette temaet, for eksempel «behov», «mindsets», «språk», «søknadsjungel» og «vekst». I forbindelse med arbeidet med artikkel 4, gjorde jeg først en koderunde der jeg kodet alle passasjer der «turisme» eller «turister» var nevnt eksplisitt. De transkripsjonene der jeg hadde funnet slike passasjer, ble analysert videre i samarbeid med de to andre artikkelforfatterne. Da så vi disse passasjene opp mot andre passasjer som handlet for eksempel om målgrupper, markeder, reising og internasjonal aktivitet. Samarbeidet om dette er omtalt nærmere i kap. 4.4.

Selv om vi var flere forskere som hadde gjort feltarbeid og intervjuer i fellesskap, var det jeg som gjennomførte koding og analyse av intervjutranskripsjoner og feltnotater. Helga Eggebø (2020) har argumentert for fordelene med å gjennomføre det hun omtaler som «kollektiv kvalitativ analyse», der en forskergruppe i fellesskap gjennomfører analysen av materialet. Å involvere flere forskere aktivt i gjennomgang av materialet, kartlegging og organisering av temaer i materialet og strukturering av skrivearbeidet, kan være en god måte å håndtere store datamengder og sikre høy kvalitet på analysene (ibid.). Analysene i denne avhandlingen er ikke gjennomført etter Eggebøs modell. Men en kollektiv dimensjon har likevel vært til stede, gjennom at jeg har lagt fram mine foreløpige analyser for forskerkollegene, både de forskerne som var del av det interne prosjektteamet ved Telemarksforskning og de eksterne forskerne som var involvert som partnere i innovasjonsprosjektet. De interne forskerne hadde vært med på større eller mindre deler av feltarbeid og intervjuer, og hadde god kjennskap til materialet. De eksterne forskerne hadde et verdifullt utenfrablikk. Dette samarbeidet la grunnlaget for fruktbare

diskusjoner. Et eksempel på det kan knyttes til det jeg tok opp i kap. 1.5 om hvordan forskerens livshistorie og uforløste drømmer kan få betydning for valg av forskningsobjekt så vel som for tolkninger og analyser. Som jeg har redegjort for, gjør min interesse for kunstnere og kreative gründere at jeg iblant kan være tilbøyelig til å ta deres parti og tilskrive dem en underdog-posisjon i et politisk maktspill. Av samme årsak kan jeg være tilbøyelig til å tilskrive offentlige myndigheter, politikere og byråkrater en posisjon som de undertrykkende motstanderne. Selv om flere av de andre forskerne hadde god kjennskap til materialet, var de likevel ikke så vedvarende involvert som meg, og de representerte et forfriskende og korrigerende perspektiv. Når de hørte meg presentere mine foreløpige tolkninger eller de leste mine tekstutkast, kom de noen ganger med responser som for eksempel: «Her er du litt normativ» eller «Her høres det ut som du latterliggjør byråkratene – det er vel ikke det som er din intensjon?». Og i forbindelse med arbeidet med artikkel 4 om kreativ næring og turisme, ble jeg av min kollega fra turismestudier konfrontert om mine nedlatende og, fra et turismefaglig ståsted, lite faglig oppdaterte forståelser av turisme (se også kap. 4.4). Responser bidro til større selvrefleksivitet rundt tolkningene mine og ikke minst formidlingen av dem. Og det gjorde for eksempel at jeg bestrebet meg på å forstå alle aktørene på sine egne premisser, også de byråkratene som representerte forståelser som stod fjernt fra de kreatives forståelser. Jeg opplevde derfor at forskersamarbeidet førte til høyere analytisk kvalitet og validitet. I lys av denne erfaringen, ønsker jeg i framtidige samarbeidsprosjekter å samarbeide enda mer systematisk om tolkning og analyse, gjerne etter Eggebøs (2020) modell.

Underveis i analysearbeidet gjennomførte jeg alene og sammen med de andre forskerne i innovasjonsprosjektet flere feltarbeidsøkter på arenaer i tilknytning til stimuleringsiltakene, og vi gjorde ytterligere intervjuer. Vi hadde også møter og samlinger med partnerne i prosjektet. Det forekom også at vi møtte enkelte informanter som vi hadde intervjuet eller snakket med tidligere. Slike besøk, møter og samtaler gjorde at jeg ble bedre kjent med arenaer og aktører, og jeg erfarte at jeg fikk mer å bygge tolkningene av dataene på.

Etter hvert som arbeidet med analyse og skriving skred fram, ble jeg mer teoriorientert. Jeg tok et teorikurs om fransk pragmatisk sosiologi. I etterkant av dette gjennomførte jeg mer deduktive runder med koding av et utvalg av intervjuene, knyttet til konkret artikkelskriving, der jeg kodet dataene i lys av dette perspektivet (Boltanski & Chiapello, 2018; Boltanski & Thévenot, 1999, 2006), og identifiserte hvordan informantene gjennom intervjuene mobiliserte ulike verdiordener.

I ettertid er det mulig å se sammenhenger mellom de induktive koderundene og de senere mer deduktive. Eksempler er hvordan jeg tidlig identifiserte passasjer i intervjuene der informanter snakket om hvordan de jobbet med markeder, kunder og prissetting eller hvordan de jobbet med å organisere arbeidet, legge planer for å nå målsettinger, og sikre god kvalitet på arbeidet, snakkemåter som jeg senere tolket som eksempler på mobilisering av henholdsvis markedets verdiverden og den industrielle verdiverden. Samtidig gir det ikke mening å presse fram koherente sammenhenger mellom alt i intervjumaterialet og de ulike verdiverdenene. Det er viktig å ikke glemme at verdiverdenene er utledet med tanke på situasjoner der aktørene er orientert mot å fremme rettferdiggjørende argumentasjon (handlingsregimet for rettferdiggjøring) (Boltanski & Thévenot, 1999), der det fremste eksempelet er offentlige debatter. Når jeg har valgt å bruke verdiordenene på et intervjumateriale, er det med ydmykhet for at de ikke opprinnelig var tenkt å brukes på et slikt materiale.

4.3 Dokumentstudier

Materialet mitt er hovedsakelig basert på kvalitative intervjuer og deltakende observasjon, men i den ene artikkelen, artikkel 1, har jeg i tillegg basert meg på dokumentanalyse. Dette materialet er ikke en integrert del av casestudiene.

Dokumentene består av 32 offentlige plandokumenter fra Telemark.²⁷ Planene er sju kommunedelplaner for kultur, ni næringsplaner (hvorav to dekker flere samarbeidende kommuner), og kommuneplanens samfunnsdel fra 16 kommuner. I tillegg til disse 32 planene, gikk jeg gjennom noen få litt mer spesifikke planer, blant annet en reiselivsplan og en plan om kulturbygg. I arbeidet med dokumentanalysen, gikk jeg først gjennom dokumentene for å undersøke hvorvidt de omtalte kreativ næring på en eksplisitt måte, eventuelt om det fantes eksplisitt omtale av profesjonelle kunstnere, kulturprodusenter eller kulturelle eller kreative bedrifter. Videre analyserte jeg planene med sikte på å identifisere begrunnelser for lokal kultur- og næringspolitikk generelt sett, og for politikk målrettet mer spesifikt mot kreativ næring, profesjonelle kunstnere, eller kreative bedrifter.

4.4 Å møte seg selv i døra: meta-intervju

I tillegg til metodene og materialet som så langt er beskrevet, er det ytterligere en metode som bør omtales, og som ligger til grunn for analysen i artikkel 4. Dette er en mer eksperimentell metode, meta-intervju, som ikke var planlagt fra begynnelsen av, men som vi underveis i analysearbeidet bestemte oss for å bruke.

Artikkel 4 er skrevet i samarbeid med turismeforskeren Guðrún Helgadóttir og kulturpolitikkforskeren Heidi Stavrum, og er basert på deler av intervju materialet, nærmere bestemt de intervjuene hvor turister og turisme ble en eksplisitt del av samtalen. I intervjuguiden hadde vi på Guðrún s oppfordring inkludert et par spørsmål som handlet spesifikt om turisme/reiseliv, der vi skulle undersøke informantenes forståelse av turister som relevante kunder for kreativ næring. Disse spørsmålene skulle sikre at datamaterialet kunne brukes til å skrive denne spesifikke artikkelen om sammenhenger mellom kreativ næring og turisme. Guðrún, som var den av oss med

²⁷ Gamle Telemark fylke før fylkessammenslåingen med Vestfold i 2020.

kompetanse på turisme, var ikke med på noen av intervjuene. For oss som gjorde intervjuene, som ikke kjenner fagfeltet turisme særlig godt, ble disse spørsmålene aldri helt en sømløs integrert del av intervjuguiden, og de kjentes i en del tilfeller ikke naturlig å stille dem. Dette vil jeg utdype mer nedenfor.

De tre forskerne som skrev artikkelen hadde altså ulik grad av innblikk i og erfaring med intervjumaterialet. Heidi og jeg hadde planlagt forskningsprosjektet, og hadde gjort mye av datainnsamlingen i fellesskap. Jeg hadde i tillegg renskrevet, transkribert og kodet. Guðrúns innsats hadde vært konsentrert om planleggingen av artikkelen, og hun hadde ikke deltatt i datainnsamling eller i øvrige prosjektaktiviteter. Guðrún hadde heller ikke tilgang til lydopptakene av intervjuene, kun anonymiserte transkripsjoner. Utgangspunktet for analyse var derfor forholdsvis skjevt, og vi måtte finne en måte å innvie henne på. Guðrún erfarte dessuten at det var vanskelig å dechiffrere alle nyanser i intervjuene bare ved å lese transkripsjonene. Det handlet ikke nødvendigvis om transkripsjonenes kvalitet, men at det virket som at det lå noe mellom linjene der, noe usagt eller bare delvis antydning, kanskje også ureflektert, som Guðrún med sin fagbakgrunn og sitt utenfrablikk fikk øye på, men ikke var helt sikker på hvordan skulle tolkes.

Som supplement til vanlige arbeidsmøter, gjennomførte vi derfor et meta-intervju om intervjumaterialet, der Guðrún intervjuet oss. Guðrún hadde på forhånd identifisert partier i transkripsjonene som hun mente var særlig relevant å diskutere, og i intervjuet gikk vi gjennom disse i fellesskap. Intervjuet varte i to timer og tjue minutter, og vi gjorde lydopptak. I denne meta-samtalen konsentrerte vi oss særlig om de passasjene der vi hadde stilt spørsmål om turisme og turister (se artikkel 4 for sitater fra intervjuene). En av transkripsjonene Guðrún hentet fram var et gruppeintervju Heidi og jeg hadde gjort

med to kunstnere; en forfatter og en visuell kunstner. I det følgende utdraget fra meta-intervjuet har vi den aktuelle transkripsjonen foran oss:²⁸

Guðrún: "Tourism, is that something you relate to?" How did it feel to pose that question?

Åsne: A bit weird, perhaps.

Heidi: This was an interview where the interview guide kind of disappeared, and some questions felt very awkward to ask.

Åsne: Yes. "Do you relate to tourism?" "NO!" [ler]

Heidi: No. "Men jeg reiser gjerne". "Og vi ser gjerne at turister oppsøker det vi gjør".

Åsne: [Opplyser om informantens alder (en av dem er langt yngre enn den andre), og oppgir også litt annen kontekstuell informasjon om dem som avviker fra hvordan Guðrún har forestilt seg informantene].

Guðrún: So, on the one hand, one of them have nothing to do with tourism. And the other one... [...] When I read these interviews, of course I have pictured all these people. I thought these were two old men.

Disse informantene avfeide på den ene siden at det var relevant å forholde seg til turisme som et marked, på den annen side var de opptatt av å få tilreisende kunder. De var også opptatt av å reise selv, å delta i «internasjonale dialoger» og å bidra til å skape kulturutveksling over landegrensene. I dette intervjuet var det mye som lå mellom linjene, og som måtte forklares, og man kunne ikke nødvendigvis lese ut av transkripsjonen om noe var ironi, satt på spissen eller sagt med et glimt i øyet. I meta-samtalen brukte vi også tid på å forsøke å sette ord på hvorfor vi i noen intervjuer hadde opplevd det som så malplassert og ukomfortabelt å stille turist-spørsmålene, som for eksempel i et annet intervju som også var med en informant med kunstnerbakgrunn, som vi snakker om her:

Guðrún: You ask, in Norwegian, "Hvordan er kontakten med reiselivet eller turister, er det et marked som dere forholder dere til?" How did you feel when you were posing this question? [...]

Heidi: I think the interview was good, but I think I was very concerned about being serious, and making sure that she would accept some of our issues in our project, and the things regarding to tourism. [...] And I think I found it a little bit on the side to ask those questions.

²⁸ Meta-intervjuet ble gjennomført på engelsk i hovedsak, men intervju-transkripsjonene vi samtalte om var på norsk, derfor er det litt blandet språk i disse sitatene. Utsagn i kursiv er utsagn vi henter fra transkripsjonene.

- Guðrún: So, in a sense, you felt that you were adding this into... It didn't sort of flow naturally in the interview?
- Heidi: No. [...] I guess, even if we didn't plan to do it, I guess we here kind of distance ourselves from those political issues around creative industries, because that is what we expected them to do as well.
- Guðrún: Ok. So you are in a sense mirroring them?
- Åsne: Yes, you could say that, perhaps. [...]
- Guðrún: Are you laughing nervously because you feel a bit uncomfortable introducing this topic? Or is it the person you are interviewing who is laughing because she finds it in a sense funny [...]? What does the laughter mean?
- Heidi: I think it is kind of a combination.
- Åsne: Yes, and it was the first interview with this interview guide. So we were still kind of testing it out.
- Guðrún: And this was the first time you had to pose the question about "reiseliv"?
- Åsne: Yes. And the fact that it was this person that we are kind of... admiring a bit. She is a very bright woman.

Guðrúns spørsmål var enkle, men likevel vanskelige å svare på. Hvorfor var det så ukomfortabelt å stille disse spørsmålene til noen av informantene, men ikke til andre? Her ble vi konfrontert med våre egne fordommer om turisme og turister, og våre fordommer om hvordan henholdsvis kunstnere og andre forholder seg til turisme. Vi så at vi ofte ikke hadde klart å stille spørsmålet på en nøytral måte, og denne oppdagelsen gjorde oss pinlig berørt. Meta-samtalen var derfor i stor grad preget av latter og fnising, fordi Guðrún med sitt friske utenfra-perspektiv på våre intervjuer gjorde det tydelig for oss at vi hadde hatt en form for berøringsangst i intervjuene når det gjaldt denne tematikken. Her er et tredje utdrag fra meta-intervjuet, og her er det våre spørsmålsformuleringer i et intervju med en scenekunstner som diskuteres:

- Guðrún: Ok. So this person is a performing artist. And you ask directly "Tourism, is that something you... befatning med", what is that in English?
- Heidi: [fniser, mens hun forsøker seg på en oversettelse:] "Do you have any..." [ler].
- Åsne: [ler, forsøker seg på en annen oversettelse:] "Have you ever been in touch with..." [snakker med påtatt streng tone mens hun ler].
- [Ingen klarer å stoppe å le]
- Heidi: [ler] Like we were in court or something! You get questions like [ler], og du svarer [snakker fra en fiktiv informants perspektiv:] Nei, jeg har ikke hatt noen befatning med...

Åsne: [ler så tårene triller, snakker med tilgjort stemme:] Do you have an alibi? A tourism alibi?

Heidi: Åh, beklager [ler og ler], it is just so funny.

Guðrún: Like you have associations to something criminal? [ler]

Åsne: Yes! [ler].

Heidi: It is almost like we are making tourism into something criminal. [Snakker fra en fiktiv informants side:] Nei, jeg har ikke hatt noen befatning med turisme.

Samtidig som det var ubehagelig og smått komisk å bli konfrontert med dette, var det også teoretisk og metodisk interessant. Erfaringene fra meta-intervjuet viste at det fantes blindsoner ikke bare hos informantene, men også hos oss som kulturpolitikkforskere. Og, endelig, ble det også tydelig at noen forstår turisme og turister operasjonelt og nøytralt, for eksempel, i videste forstand, som mennesker som er på reise, mens andre forstår det langt mindre nøytralt og i nedsettende termer, som overflate-surfende masseturister. Bruken av Boltanski og Thévenots (1999, 2006) verdiordener viste seg å gi mening, ikke bare i analysen av informantenes utsagn om turisme og kreativ næring, også forskernes egne snakkemåter og måter å forholde oss til informantenes snakkemåter ble tydeliggjort i lys av dette analytiske perspektivet. Ubehaget vi hadde kjent på i intervjuene og i meta-intervjuet var et uttrykk for det besværlige i å håndtere ulike og konfliktuerende verdiordener. Frykten for å mobilisere en verdiorden som i en gitt kontekst er irrelevant og ugyldig kan bunne i redsel for å miste ansikt og tillit.

Forskersamarbeid, innenfor og på tvers av faglige grenser, kan være krevende. Min egen erfaring fra samarbeidet i dette prosjektet viser også at det kan være svært verdifullt. Erfaringen fra meta-intervjuet tydeliggjorde verdien av at forskere med ulike faglige bakgrunner møtes og ikke bare forsker sammen, men fører en eksplisitt meta-samtale som bringer det usagte og ureflekterte fram i lyset.

4.5 Personvern

Arbeidet med denne avhandlingen har medført innhenting, oppbevaring og behandling av personopplysninger, og er meldt inn til Personvernombudet ved NSD - Norsk senter

for forskningsdata AS²⁹ i flere omganger. Innovasjonsprosjektet ble meldt til NSD og godkjent første gang 7. mars 2017 (jf. vedlegg 3). Senere samme år, ble det sendt inn endrings skjema (vedlegg 4) der det ble informert om at jeg skulle gjennomføre et ph.d.-prosjekt som del av det opprinnelige prosjektet. I 2018 ble det sendt inn ytterligere et endrings skjema i forbindelse med bytte av prosjektleder i innovasjonsprosjektet (vedlegg 5). Innovasjonsprosjektet ble avsluttet før ph.d.-arbeidet var slutført, derfor oppstod det et behov for å få godkjent at jeg, som ny prosjektansvarlig, kunne oppbevare og godkjenne personopplysninger i perioden fram til ferdigstillelse. Som følge av meldingsdialog mellom NSD og meg samt nytt meldeskjema, gjorde NSD 20. oktober 2021 en vurdering (vedlegg 6) av at prosjektet fortsatt var i samsvar med personvernregelverket.

²⁹ Fra 1. januar 2022 er NSD en del av Sikt – Kunnskapssektorens tjenesteleverandør.

5 Verdifrihet, kunnskapsregimer og «messiness»

Det er et viktig, men omstridt, prinsipp i forskning at den skal være fri og uavhengig fra politiske og ideologiske bindinger (Alver & Øyen, 1997; Tangen, 2013). I sammenhenger der forskere går inn i rollen som eksperter i politikktutforming og beslutningstaking, foreskriver verdifrihetsidealet (VFI) at man skal minimere innflytelsen av etiske og politiske verdier (Gundersen, 2018). Men forskning er ikke verdi-nøytral (Lekka-Kowalik, 2010; Tracy, 2010). Forskerens reflekterte og ureflekterte verdier spiller inn, så vel som forskningens ytre rammer og betingelser, som kan handle om finansieringskilde, institusjonstilknytning, samarbeidsrelasjoner eller andre forpliktelser (Hylland & Haugsevje, 2016; Lekka-Kowalik, 2010; Stavrum & Heian, 2018). De konkrete premissene for hvordan et forskningsprosjekt kommer i stand, finansieres og rigges gir nødvendigvis noen føringer for hvordan forskningsarbeidet løses. Og det kan foreligge både faglige og utenom-faglige faktorer som kan medvirke til «messiness» (jf. Horton, 2008; Law, 2004) i forskningsarbeidet.

Den politiske og økonomiske konteksten akademisk forskning opererer i har endret seg, og mange fag, særlig de humanistiske, opplever økt press om å vise omverden at de har nytteverdi også utenfor academia (Khan, 2019). Selv om det kan diskuteres hvorvidt det er sant, eksisterer det en oppfatning om at universitetene lenge har vært innadvendte og irrelevante institusjoner, fjerne fra sfærene der politikktutforming og samfunnsliv utspiller seg. Polariserte oppfatninger om distinksjonen mellom academia og «verden utenfor» gjenspeiles i en økende oppmerksomhet i mange land om forskningens impact, og finansiering av forskning forutsetter i mange tilfeller samarbeid mellom akademikere og ikke-akademiske aktører (ibid.). I Norge har de regionale forskningsfondene lenge hatt en slik innretning, og Forskningsrådet har også oftere begynt å sette krav til slike samarbeid i noen av sine ordninger. For en som til daglig jobber som oppdragsforsker i instituttsektoren er det å forholde seg aktivt til ikke-akademiske aktører ikke noe nytt. Oppdragsforskning kommer alltid i stand med bakgrunn i en ekstern aktørs behov for forskning eller undersøkelse. Samarbeid slik det fungerer i regionale forskningsfond er

imidlertid litt annerledes, fordi den eller de eksterne aktøren(e) ikke er oppdragsgiver(e), men prosjekteier og/eller prosjektpartner og involvert i arbeidet på en annen måte.

Dette ph.d.-prosjektet springer ut av nettopp et slikt samarbeid mellom akademiske og ikke-akademiske aktører, delvis finansiert gjennom innovasjonsprosjektet beskrevet i kapittel 1.5. Innovasjonsprosjektet hadde mål om å skape endring, og ikke-akademiske partnere med ulike posisjoner har deltatt og medvirket. Som følge av denne prosjektkonteksten, har det oppstått noen utfordringer og dilemmaer i ph.d.-arbeidet. For hva kjennetegner henholdsvis et innovasjonsprosjekt og et ph.d.-prosjekt, og, når disse skal koordineres, hvilke kunnskapsforventninger og forskerroller må da sjongleres? Hvilke forskningsteoretiske og etiske dilemmaer kan dukke opp i møte med ulike forventninger til forskerrollen og resultater fra henholdsvis finansieringskilder, prosjekteier, samarbeidspartnere og academia som sådan? Kort sagt, hvordan skal man unngå å ende opp med å produsere det Belfiore (2009) beskriver som bullshit-forskning? Dette er spørsmål som har vært relevante underveis i arbeidet med denne avhandlingen, og som jeg i det følgende vil diskutere.

5.1 Oppdragsforskerhverdagen

En naturlig del av hverdagen for oppdragsforskere flest, er å bruke deler av tiden sin til å skaffe penger for å finansiere eget forskningsarbeid. Ved Telemarksforskning innhenter forskerne slike midler enten ved å skrive forskningssøknader til for eksempel Norges forskningsråd (såkalt bidragsinntekter) eller ved å konkurrere om små og store forsknings-, utrednings- og evalueringsoppdrag som utlyses av offentlige og private oppdragsgivere, for eksempel departementer, direktorater, fylkeskommuner, organisasjoner eller bedrifter (såkalte oppdragsinntekter). Mange oppdragsforskere baserer sin virksomhet på en kombinasjon av bidrags- og oppdragsinntekter, og på institusjonsnivå er det helt nødvendig å gjøre det godt i begge «markeder». Dette vil oppdragsforskere ved en rekke institusjoner trolig kjenne seg igjen i. Selv om Forskningsrådets porteføljeplaner og utlysninger i økende grad gir føringer for

forskningen som finansieres, vil man generelt sett ha større frihet til selv å bestemme innhold og innretning på forskningsaktivitet som er finansiert gjennom Forskningsrådet, enn på forskningsaktivitet som er finansiert av oppdragsinntekter. Oppdragsprosjekter skal jo svare på et behov som oppdragsgiver har for å få noe undersøkt, utredet, evaluert eller følgeforsket. Når man utarbeider et tilbud med mål om å vinne et prosjektoppdrag, er det derfor helt avgjørende at man klarer å overbevise oppdragsgiver om at man som oppdragstaker har forstått deres behov og mål med oppdraget. Gir man i tilbudet uttrykk for at man ønsker å ri egne kjepphester eller forfølge egne akademiske interesser som ligger utenfor det oppdragsgiver er opptatt av, vinner man ikke oppdraget og overlever ikke lenge som oppdragsforsker.

Innovasjonsprosjektet som lå i bunnen for dette ph.d.-prosjektet var finansiert av forskningsmidler fra Regionalt forskningsfond Oslofjordfondet, og var formelt sett ikke et oppdragsprosjekt. Men et viktig kriterium for slik finansiering er at forskningen bidrar til å løse utfordringer i regionen og har nytteverdi.³⁰ Den konkrete nytteverdien som prosjekter finansiert av denne type forskningsmidler er ment å ha, understrekes av kravene til hvordan prosjektene skal rigges. Innovasjonsprosjektene kan organiseres som enten et bedriftsprosjekt eller et offentlig prosjekt, dvs. med enten en bedrift eller en offentlig virksomhet som prosjekteier. I vårt prosjekt var det et interkommunalt utviklingselskap, Vekst i Grenland, som skulle være eier av prosjektet. Som et ledd i å øke innovasjonsprosjektets regionale relevans og nytteverdi, var det et overordnet mål for prosjektet at det skulle studere strategier for økt verdiskaping i den kreative næringen. Ph.d.-prosjektet hadde på sin side ikke dette overordnede målet, men fordi det var koblet til innovasjonsprosjektet og benyttet datamaterialet som ble innsamlet i innovasjonsprosjektet, ble denne underliggende politiske forventningen noe som til dels fikk relevans også for mitt ph.d.-prosjekt.

³⁰ Om RFF Oslofjordfondet, <https://www.regionaleforskningsfond.no/oslofjordfondet/om-rff-oslofjordfondet/om-rff-oslofjordfondet/> (lest 05.11.2021).

Fordi prosjektet var innrettet som et forskningsdrevet innovasjonsprosjekt, var det prosjekteier Vekst i Grenland sine lokalpolitisk forankrede virksomhetsmål og behov som stod i sentrum for søknaden. Og selv om det formelt sett var ansvarlig prosjekteier som stod som søker, var det jeg og mine forskerkolleger som hadde kompetansen til å ta ansvar for søknadsprosessen. I en kronikk på forskerforum.no problematiserer forskerne Vabø, Johnson og Waldahl praksisen med at forskere ofte tar rollen som skyggesøkere i et tett samarbeid med ulike utviklingsaktører (f.eks. kommuner), og hvilken betydning dette har for forskerrollen og for hvorvidt det er en fare for at forskerne senere velger å nedtone eventuelle kritiske analyser som går på tvers av prosjekteiers interesser. De skriver:

Når forskningsresultater skal sammenfattes og formidles, har vi erfart at det eksisterer spenninger mellom et kritisk analytisk forskningsvokabular og et kommunalt omstillingsspråk der gjennomgangsmelodien er «å tenke positivt», og «se muligheter». Dette er ikke overraskende. Forskere skal forklare og forstå, mens kommunen skal bevege og handle. Vi må ha respekt for hverandres ulike roller. Faren er at vi, ved å trø varsomt overfor eierkommunens interesser, risikerer å feie de kritiske analysene under tepet.³¹

Som oppdragsforskere var vi vant til å forholde oss til eksterne aktørers interesser, og grunnleggende sett har jeg alltid tenkt at det er oppdragsforskningens privilegium å produsere forskningsresultater som faktisk blir lest, og som omverden har nytte av. Det ville likevel være en løgn å si at jeg og mine kolleger var drevet av en primær motivasjon om at forskningen vår skulle bidra mer eller mindre direkte til økonomisk verdiskaping for aktører eller bransjer i en region. Sannheten var snarere at vi ønsket å skaffe oss anledning til å gjennom tre lange år fordype oss i faglige problemstillinger knyttet til noen av forskningsinteressene våre som var arbeidslivet til kunstnere og andre kreative arbeidere, og utforske sammenhenger mellom arbeidsliv og lokal politikk og forvaltning. For å nå opp i konkurransen og skaffe finansieringen som skulle til, var vi villige til å tilpasse søknaden og bruke det språket som var nødvendig. Satt på spissen, holdt vi oss for nesen og skrev i vei, selv om vi ikke kjente oss helt hjemme i vokabularet da vi i

³¹ Frykter at kritiske analyser skjules, <https://www.forskerforum.no/frykter-at-kritiske-analyser-skjules/>, Vabø, Johnson og Waldahl, publisert 22.05.2018.

prosjektsøknadens ingress solgte inn prosjektet gjennom å knytte an til nasjonalpolitiske planer og det vi betraktet som normativ forskning:

Kulturnæringene er nå den tredje største sektoren for sysselsetting i EU, med en omsetning på 535,9 milliarder euro. Sektoren er stor i europeisk økonomi, og står for 4,2 % av EUs BNP. Kulturnæringene har den yngste arbeidsstyrken av alle næringer, og sees som en viktig del av løsningen for Europas økonomiske fremtid (Daams 2015:3). Ifølge kultur- og næringspolitiske planer og mål ligger det et betydelig, men hittil uutnyttet, potensiale i denne sektoren også i Norge (jf. f.eks. Daams 2015, KD mfl. 2013). Nye tall viser at den kreative næringen i Norge har hatt en vekst i verdiskaping på 15 % i perioden 2008-2014, og en vekst i sysselsettingen på 9,4 % i samme periode (Gran et al. 2015). Dette prosjektet skal gjennom bedre og mer treffsikre offentlige strategier bidra til økt verdiskaping i regionale kulturnæringer.³²

Noen måneder senere stod jubelen i taket; vi hadde vunnet fram i konkurransen, og fikk finansiering. Prosjektet var designet som et multi-casestudie der vi skulle følgeforske noen utvalgte lokale stimulerings tiltak målrettet mot kreativ næring. I tillegg til ansvarlig prosjekteier, var det flere andre partnere med i prosjektet. De aktørene som administrerte de ulike tiltakene, som var et knippe offentlige og private aktører, var inkludert som samarbeidspartnere i prosjektet. Dette mangfoldet av samarbeidspartnere, alle med sine respektive interesser og ambisjoner, skulle vi samarbeide med de neste tre årene. Noe senere, gjennom koblingen til mitt ph.d.-prosjekt ble enda flere interessenter innlemmet i arbeidet; veiledere og øvrig akademisk fagmiljø knyttet til ph.d.-programmet jeg var tatt opp ved. Samarbeidet hadde med andre ord et komplekst utgangspunkt, men det viste seg å bli både lærerikt, spennende og meningsfylt. Samtidig opplevde vi at den politiske diskursen vi hadde forankret prosjektet i, hjemsøkte oss gang på gang gjennom prosjektperioden. Før jeg beskriver dette nærmere, vil jeg diskutere idealet om verdifrihet i forskning.

³² Hentet fra Vekst i Grenlands prosjektsøknad for innovasjonsprosjektet «Mentoring, nettverk og samlokalisering. Offentlige strategier for verdiskaping i kulturnæringene», 2016. Søknadsteksten var skrevet av forskerteamet.

5.2 Verdifrihetsidealet

Verdifrihetsidealet (VFI), eller verdifrihetstesens, spores gjerne tilbake til Max Weber som i en programerklæring fra 1904 framholder at vitenskapsfolk ikke skal fremstå som talspersoner for verdidommer i sin forskning (Weber, 2000). Man skal altså være nøye med å skille tydelig og eksplisitt mellom sak og vurdering (Sivertsen, 1996). En annen måte å si det på er at vitenskapen skal forholde seg kun til kognitive verdier, altså det som er sant og usant, ikke til non-kognitive verdier, som refererer til det som er rett og galt eller godt og ondt.

Verdifrihetsidealet kan, slik det beskrives av sosiologen Torbjørn Gundersen (2018), begrunnes på to hovedmåter; epistemisk og etisk/demokratisk. Den epistemiske begrunnelsen går på at pålitelig og sannhetssøkende kunnskap forutsetter at etiske og politiske verdier settes til side. Å produsere kunnskap som er tilpasset bestemte politiske syn, eller å velge ut data på en måte som er til fordel for bestemte kommersielle interesser, bryter med god vitenskapelig praksis. Den etiske eller demokratiske begrunnelsen retter seg motsatt vei gjennom å fremholde at det er moral og politikk som trenger beskyttelse fra vitenskapen, ikke omvendt. Denne tanken finner vi igjen hos Weber som påpekte at vitenskapen aldri bør tilskrives status som politisk autoritet eller moralsk kompass (Gundersen, 2018, s. 424f).

Man kan velge å tolke verdifrihetsidealet som at vitenskapsfolk skal være helt nøytrale i sin gjerning. Men anerkjenner man at vitenskapsfolk er mennesker som er påvirket av etiske, politiske og sosiale verdier som alle andre, er det åpenbart at fullstendig nøytralitet er en umulighet – og heller ikke ønskelig (jf. f.eks. Douglas, 2009, referert i Gundersen, 2018). En mer realistisk og anvendbar forståelse av idealet er å sette krav om «at vitenskapelige eksperter bør tilstrebe å *begrense og minimere* innflytelsen fra ikke-epistemiske verdier» (Gundersen, 2018, s. 424).

Gundersen argumenterer for at verdifrihetsidealet må sees i sammenheng med de ulike faser eller stadier som vitenskapelig aktivitet kan deles inn i, og at idealet kun gjelder i den fasen der forskerne aksepterer eller avviser hypoteser:

VFI tillater at ikke-epistemiske verdier spiller en legitim rolle i andre faser av vitenskapelig aktivitet. Politiske og etiske verdier kan spille en legitim rolle i spørsmål knyttet til for eksempel forskningsfinansiering, forskernes egne motiver for å forske på bestemte temaer eller som suksesskriterier for anvendt forskning. Det er med andre ord i selve kjernen av vitenskapelig aktivitet når vitenskapsfolk aksepterer eller avviser hypoteser at ikke-epistemiske verdier er problematiske (Gundersen, 2018, s. 423).

Det samme er nedfelt i forskningsetiske retningslinjer vedrørende forskningsoppdrag:

Oppdragsgiver har rett til å styre eller påvirke tema og problemstillinger, men ikke metodevalg, resultater og konklusjoner som forskeren trekker på grunnlag av resultatene.³³

Verdifrihetsidealet innebærer at forskere som tar rollen som eksperter bør tilstrebe å ikke la etiske og politiske verdier påvirke innholdet i den kunnskapen de framskaffer og kommuniserer til beslutningstakere. De skal heller ikke gi ubetingede anbefalinger basert på sine egne etiske og politiske verdier. Men verdifrihetsidealet tillater betingede anbefalinger basert på forhåndsdefinerte og eksplisitte premisser. På denne måten delegerer ekspertene verdivurderingene til politikerne.

I prinsippet er det altså ganske enkelt. Faglig begrunnede analyser og konklusjoner skal ikke påvirkes av politiske verdier. Ved å anlegge en kritisk og refleksiv tilnærming til ens egne forskningsmål og problemstillinger, og, slik verdifrihetsidealet foreskriver, minimere innvirkningen fra ikke-epistemiske verdier, kan en til en viss grad redusere det problematiske ved ideologiske føringer. Som oppdragsforsker er man godt trent i å skjerme sine forskningsresultater fra denne type påvirkning. De aller fleste oppdragsgivere og ansvarlige prosjekteiere har på sin side også god forståelse av sin egen rolle, og vil ikke blande seg inn i analyser og konklusjoner selv om de ikke blir som ønsket eller forventet. Som oppdragsforsker har jeg ved noen få anledninger avstått fra å ta oppdrag der oppdragsgivers åpenbart ikke hadde god nok rolleforståelse eller hadde forventninger som brøt med min forskerintegritet. I innovasjonsprosjektet det handler om her, var ikke situasjonen slik; her ville det ikke være noe problem å levere kritiske analyser hvis de var faglig forankret. Likevel fikk den politiske prosjektkonteksten og det

³³ Om styring av forskningsoppdrag, punkt 35 i Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teknologi, <https://www.etikkom.no/forskningsetiske-retningslinjer/Samfunnsvitenskap-jus-og-humaniora/e.-oppdragsforskning-34---40/> (lest 13.11.2018).

vokabularet vi hadde benyttet oss av på søknadstidspunktet betydning for den videre forskningsaktiviteten.

5.3 Den ubekvemme forskeren

Det var særlig i intervjusituasjoner denne prosjektkonteksten fikk betydning, da jeg og mine kolleger i innovasjonsprosjektet skulle innhente informert samtykke fra informantene. Da måtte vi naturlig nok starte seansen med å legge frem skrevet³⁴ med informasjon om prosjektet og hva det ville innebære å være informant, et skriv som mange også hadde fått tilsendt på forhånd. En slik briefing før man begynner intervjuet, der forskeren definerer formålet med intervjuet for informanten, forklarer hvordan lydopptaket vil bli brukt og åpner for at informanten kan få svar på eventuelle spørsmål, er nødvendig og viktig, men bør ideelt sett gjøres kort og avgrenset (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 160). Det er lettere sagt enn gjort, for det er mye informasjon som informantene har krav på å få, ikke minst knyttet til hvordan personopplysninger vil bli behandlet. I vårt tilfelle var det også viktig å informere om hvem som var eier av prosjektet og hvem som finansierte arbeidet. I tillegg til alt dette, kjente vi et behov for å si noe om prosjektets tittel. Helt først i informasjonsskrivet sto nemlig den smått ideologiske tittelen på prosjektet og «skrek» i fet skrift: *Mentoring, nettverk og samlokalisering. Offentlige strategier for verdiskaping i kreativ næring*. Begrepene «verdiskaping» og «kreativ næring» gir assosiasjoner til økonomisk verdiskaping, kommersialisering og entreprenørskap, og representerer verdsettingslogikker som kan parallellføres med markedets og den industrielle verdiverden (Boltanski & Thévenot, 1999, 2006), og som kan sees som en trussel mot kunsten og som inkompatibelt med den artistiske verdiverden (ibid.). I disse situasjonene kunne jeg kjenne et ubehag som grunnet seg i en uro for å bli oppfattet som en som fremmet spesifikke ideologier og hadde spesifikke agendaer som det enten ikke var rom for å avklare på en måte som kjentes grundig nok,

³⁴ Informasjonsskrivet er lagt ved bakerst i avhandlingen, jf. vedlegg 1.

eller som kunne, dersom man tok seg tid til å avklare, virke førende på samtalen på en negativ måte. Ubehaget som kunne oppstå i disse situasjonene relaterte seg til en uro for å bli koblet for sterkt med bestemte verdsettingslogikker som informantene kanskje ville avvise. Fordi prosjektet var skrevet inn i en positiv politisk diskurs om mulighetene slik verdiskaping kan gi kunsten og annen kreativ næring, kunne jeg kjenne på et behov for å formidle til informanter og omverden at jeg ikke var i lomma på de som en informant omtalte som «blåruss», men tvert imot hadde en kritisk distanse til denne diskursen. Ubehaget var altså på den ene siden knyttet til frykten for å miste tilliten blant informanter som kanskje ville stille seg avvisende til entreprenørskapsideologi og kommersialisering. På den annen side ville jeg jo heller ikke framstå som en som ukritisk kjøper den artistiske verdiverdenen, og slik miste all kredibilitet – og i verste fall ødelegge intervjuet – i situasjoner hvor informanter opererer med mer økonomiske verdsettingslogikker. At dette hadde vært en krevende balansekunst, kom tydelig fram da vi senere skulle analysere intervjuene. Dette er beskrevet nærmere i kapittel 4.4 om meta-intervju.

Sarah J. Tracey (2010) definerer åtte kjennetegn på at et kvalitativt forskningsprosjekt holder høy kvalitet. Disse åtte kriteriene gjelder generelt og uavhengig av metodevalg, og handler om at emnet for forskning er verdt å forske på, at materialet er fyldig nok, at alle faser av prosjektet utføres på en etisk forsvarlig måte m.m. Ett av kriteriene hun definerer, og som har særlig relevans i denne sammenhengen, er oppriktighet (2010, s. 841). Oppriktighet i forskning forutsetter at forskeren er ærlig og åpen om sine fordommer, mål og svakheter, og om hvordan disse spiller inn i arbeidet. Dette krever for det første selv-refleksivitet, altså at forskeren er ærlig, selvransakende og sårbar med seg selv, forskningen sin og sitt publikum, og for det andre tilstreber transparens gjennom å invitere publikum og lesere inn i forskningsprosessen (2010, s. 842). Slik oppriktighet er viktig for all kvalitativ forskning, men blir ekstra avgjørende i prosjekter som dette, der forskerne samarbeider med aktører som har mer eller mindre eksplisitte ideologiske interesser i forskningen, og der også finansieringen av prosjektet har en ideologisk og politisk side.

5.4 It's complicated: møte mellom kunnskapsforventninger

Som ph.d.-kandidat og sentral medarbeider i innovasjonsprosjektet møtte jeg ulike forventninger til hva slags kunnskap jeg med utgangspunkt i ett og samme empiriske materiale og innenfor en avgrenset tidsramme skulle produsere. De ulike forventningene opplevdes ikke alltid som helt kompatible. De ikke-akademiske samarbeidspartnerne, det vil si prosjekteier og offentlige og private samarbeidspartnere, hadde naturlig nok forventninger til at prosjektet skulle framskaffe praksisnær, konkret og anvendbar kunnskap som kunne bidra til å forbedre deres arbeid med å tilrettelegge for kreativ næring, for eksempel gjennom å komme med konkrete innspill til omlegging og justering av de følgeforskede tiltakenes organisering og innhold – gjerne underveis i prosjektperioden. At representanter for disse partnerne også var inkludert i informantutvalget, førte til at feltarbeidssituasjonen ikke bare bestod av datainnhenting og begynnende analyse, men også ble preget av en forventning om formidling av foreløpige forskningsresultater, jf. kapittel 4.1.4. Dette utfordret den idealtypiske rekkefølgen i forskningsarbeidets faser, der empirien innhentes tidlig i prosjektperioden, før den fordøyes og analyseres, og deretter formidles, mot slutten eller etter at prosjektet er ferdig, gjerne skriftlig først, før det gjøres muntlig. For samarbeidspartnerne var det interessant og ønskelig å få ferske funn og vurderinger, kanskje også anbefalinger, fra forskeren. Fra min side opplevde jeg det som at jeg ble utfordret til å forsere fasene med fortolkning, modning og analyse, og å være mer eksplisitt på funn og resultater enn jeg egentlig var klar for.

Når det er sagt, er det jo heller ikke slik at forskningsprosessen er så lineær og systematisk strukturert som den gjerne framstilles som. Når jeg ser tilbake på min egen prosess, inkludert feltnotater, aktivitetslogger og øvrige notater, kan jeg ikke klart identifisere et bestemt tidspunkt der arbeidet gikk fra å bestå av datainnsamling til å bestå av analyse. Fog (2001, s. 13) beskriver treffende hvordan forskningsprosessen i praksis ofte går for seg på en ikke-lineær og «rotete» måte: For det første revideres gjerne planene for arbeidet flere ganger underveis i prosjektperioden. Nye ideer tilkommer og tas i bruk. I vårt tilfelle ble for eksempel intervjuguidene omarbeidet flere ganger, dels fordi vi fikk

nye ideer til temaer å intervju om, dels for å tilpasse dem til andre informanter, og dels for å få dem til å fungere bedre. Fordi én prosjektpartner falt ut av prosjektet underveis, og en ny kom til, avstedkom også dette nye planer og nye tilpasninger av intervjuguider. For det andre påpeker Fog (ibid.) at skillet mellom intervjufase og analysefase langt på vei er fiktiv. Analyse og fortolkning foregår hele tiden, også underveis i det enkelte intervju. I noen tilfeller vil forskeren også underveis i intervjuet konfrontere informanten med sine foreløpige tolkninger, og søke informantens bekræftelse eller avkreftelse på disse. For det tredje er ikke nødvendigvis rekrutteringen av informanter ferdigstilt før første intervju gjennomføres. Dette er en karakteristikk som passer godt til vårt eget prosjekt, der det foregikk en løpende rekruttering av informanter gjennom perioden. Selv om casene var lagt på forhånd (bortsett fra det ene som kom til underveis), kunne vi, basert på foreløpige analyser komplettere informantutvalget med informanter vi mente kunne berike datamaterialet mer enn andre, for eksempel fordi de drev virksomhet som skilte seg fra dem vi allerede hadde intervjuet. For det fjerde, påpeker Fog (ibid.) at forskerens kunnskap og forståelse øker underveis i prosessen, slik at intervjuene mot slutten gjerne er bedre enn de første som ble gjennomført, fordi de er utført med større fleksibilitet og mer kreativitet. Og, endelig, argumenterer hun for at det i skrive- og analysefasen ofte skjer en gjenopplevelse av den levende intervjusituasjonen:

Forskeren *gen*-oplever interviewet, ser for sit indre øje og hører for sit indre øre, dvs. genoplever og uddrager de informationer, som lå i alle de verbale og non-verbale cues, som ikke direkte kan læses ud af udskriften (Fog, 2001, s. 13).

I denne gjenopplevelsen av intervjuene kan det skje at man fester seg mer ved noe enn ved noe annet, eller at man, når man leser transkriptet eller lytter til lydfila, fester seg ved noe man hadde glemt, og danner seg nye tolkninger. Jeg har hatt flere slike erfaringer med gjenopplevelse og nytolkning av intervjuer i løpet av analyseperioden. En slik gjenopplevelse gjorde vi også kollektivt og helt eksplisitt og verbalt i form av meta-intervjuet, jf. kap. 4.4. Dessuten, parallelt med at jeg gjorde datainnhenting, koding og tolkning, leste jeg meg opp på teoretisk litteratur. Dette ga meg nye innsikter, som nok har hatt betydning for de intervjuene som kom senere i perioden, og for analysen av hele materialet. Slik sett har dette arbeidet vært preget av både induktive og abduktive tilnærminger, og har hatt en ikke-lineær karakter. Dette er ikke uvanlig i kvalitative

studier, men det kan komplisere formidlingen av foreløpige funn, når disse har en tendens til å måtte revideres underveis i forskningsprosessen.

I forskningsdrevet innovasjon rigget med ikke-akademiske samarbeidspartnere og finansiert gjennom regionale forskningsfond, forplikter disse partnerne seg til å yte en viss egeninnsats i prosjektet. I denne sammenhengen betydde det at de ikke bare skulle være eventuelle informanter. De også skulle være aktive og medvirkende deltakere, men uten selv å gå inn i noen forskerrolle. Gjennom sin erfaring besitter de imidlertid former for praksisbasert ekspertise som var nyttig og viktig å trekke veksler på nettopp for at kunnskapen som skulle utvikles skulle bli så relevant som mulig – for dem selv og i et større bilde. I noen tilfeller er det også slik at disse representantene fra praksisfeltet har høy utdanning innenfor mer eller mindre samme fagkrets som forskerne. Også her utfordres tradisjonelle distinksjoner, i dette tilfellet distinksjonen mellom ekspert og lekperson. Relasjonen mellom ekspert og lekperson kjennetegnes i prinsippet av *epistemisk asymmetri* (Goldman, 2001, referert i Andersen og Tellmann, 2018). Men i vårt prosjekt var det ikke alltid like tydelig hvem som hadde *epistemisk autoritet* (jf. Andersen & Tellmann, 2018), noe som kunne skape en form for «mess» eller rot.

De akademiske samarbeidspartnere i innovasjonsprosjektet hadde andre forventninger til kunnskapsproduksjonen. Forventningene fra dette holdet lå nærmere et av de andre delmålene for innovasjonsprosjektet, som handlet om at prosjektet skulle analysere sammenhenger mellom nasjonale politiske diskurser og regionale strategier og arbeidsmåter, og, videre, utvikle ny akademisk kunnskap om strukturelle, politiske og praktiske sider knyttet til kreativ nærings særtrekk og utfordringer. Dette er ikke nødvendigvis mindre nyttig kunnskap enn den verktøykasse-kunnskapen som de ikke-akademiske partnerne etterspurte, men den er mindre umiddelbar og praktisk rettet, og mer teoretisk. De akademiske samarbeidspartnere hadde ulike faglige bakgrunner. Noen av dem stod meg nært faglig sett. Andre representerte helt andre disipliner. Det siste gjaldt eksempelvis Guðrún Helgadóttir som hadde bakgrunn fra turismestudier. Hun inntok en helt annen innfallsvinkel til materialet enn jeg, noe som i begynnelsen kjentes

litt utfordrende, men som i ettertid er lett å se at fikk positiv betydning for min egen selvrefleksivitet og kvaliteten på analysen.

De akademiske interessentene i ph.d.-prosjektet, slik som veileder og andre fagfeller, har naturlig nok ytterligere akademiske forventninger til kunnskapsutviklingen. Et ph.d.-arbeid skal forholde seg til den internasjonale forskningsfronten på fagfeltet, og helst skyve litt på den. En sentral oppgave for en veileder er å utfordre kandidaten til å se mulighetene for selvstendig teoriutvikling og oppmuntre til publisering i internasjonale tidsskrifter. Det er ikke nødvendigvis noen motsetning mellom akademisk, teoretisk kunnskap og praktisk verktøykasse-kunnskap. Det første bør gjerne bygge på det siste, og vice versa. Men spennet mellom disse kunnskapsformene er stort og krevende å håndtere. Og de lar seg ikke nødvendigvis lett innfri parallelt. Ikke minst er tidsaspektet vesentlig i så måte; mens verktøykasse-kunnskapen formidles underveis og direkte, skal akademisk kunnskap gjennom omfattende prosedyrer med fagfellevurderinger før den formidles til et publikum. Å vente på sistnevnte krever i noen tilfeller mer tålmodighet enn hva man kan forvente av samarbeidspartnere med et umiddelbart behov for nye verktøy i sitt lokale stimuleringsarbeid, og den langsiktige akademiske kunnskapen vil heller ikke alltid være særlig tilpasset et slikt formål.

5.5 Ubehag som indikator

Jeg har over beskrevet hvordan to ulike prosjektinnretninger med sine respektive premisser kan skape ulike typer forventninger til hva slags kunnskap som skal produseres og hva forskeren skal representere og bidra med. En av utfordringene som kan oppstå i skjæringspunktet mellom disse to forventningene handler om de ulike verdisyn og verdsettingslogikker en som forsker kan tillegges på bakgrunn av de politiske diskurser man forholder seg til i forskningen. En annen utfordring handler om hva slags kunnskap som skal produseres, og når den er klar for å bli formidlet. Litt forenklet og skissemessig kan kunnskapsforventningene beskrives som to ytterpunkter; praktisk og umiddelbar verktøykasse-kunnskap eller mer langsiktig akademisk kunnskap. En tredje utfordring,

som har å gjøre med hvordan innovasjonsprosjekter rigges, handler om spørsmålet om hvem som til enhver tid har epistemisk autoritet; forskerne eller de medvirkende samarbeidspartnerne som sitter med rik praksiserfaring og i noen tilfeller også høyst relevant utdanningsbakgrunn.

For å overkomme den første utfordringen, er det avgjørende å være seg bevisst hvilke faser av forskningen vi snakker om. Å skrive seg inn i bestemte ideologiske diskurser for å legitimere et forskningstema eller forskningsprosjekt er noe forskere gjør rett som det er, ikke bare i søknader eller tilbudsdokumenter om forskningsprosjekter på vegne av kommersielle eller politiske aktører, men også i søknader om forskningsfinansiering. Det avgjørende er å holde politikk og ideologi utenfor i metodevalg og analyse. Dette kan være utfordrende i mange typer prosjekter, men kan kanskje være mer krevende i et innovasjonsprosjekt der man hele tiden skal samarbeide tett med samarbeidspartnere som ønsker raske, konkrete og anvendelige resultater. Når man som forsker går inn i en rolle som rådgivende ekspert, er det derfor avgjørende å ikke gi råd som gir seg ut for å være absolutte og universelle, men nyanserte og betingede anbefalinger som forholder seg til eksplisitte politiske målsettinger. Et eksempel på den første typen anbefaling, og som ikke ivaretar verdifrihetsidealet, er: 'Kommuner og regioner bør tilby kunstnere kompetansehevende tiltak slik at de kan øke sin entreprenørskapskompetanse'. Et eksempel på den andre typen anbefaling, som ivaretar verdifrihetsidealet, er: 'Gitt at det skal være en offentlig oppgave å stimulere kunstnere til å tjene mer penger på salg av kunst, kan det være klokt å tilby tiltak som hjelper små kulturbedrifter med å bygge entreprenøriell kompetanse og nettverk'.

Tydelighet, oppriktighet, selvrefleksivitet og transparens er viktig også for å hankses med de to siste utfordringene. Mye er gjort dersom man setter av tid til en god diskusjon i oppstartsfasen, der prosjektpartnerne anerkjenner hverandres kompetanser og man får avklart hva som ligger i de enkeltes roller. Slik kan alle i prosjektet få en mer samstemt forståelse av hva slags kunnskap som vil komme ut av prosjektet og i hvilke tidsperspektiver. Uansett vil forskeren være den som til syvende og sist må ta ansvar i situasjoner der dilemmaer oppstår, f.eks. i situasjoner der man møter forventninger om

«enkler» og mer absolutte svar enn man har grunnlag for utfra et mangfoldig og ikke ferdig analysert materiale. Da kan forskerens følelse av ubehag være en nyttig indikator og veileder i ens egen selvrefleksive indre dialog.

På den annen side argumenterer Tony Bennett (2006) for at vi bør være varsomme med å overdrive motsetningen mellom instrumentell og kritisk kulturforskning, som han mener er lite fruktbar. Denne antatte dikotomien overser at kritisk tenkning er involvert i politikktutforming. Bennett sporer denne polariseringen mellom det kritiske og det praktiske til Habermas' tenkning om system og livsverden. Mens systemet karakteriseres av instrumentell rasjonalitet og byråkratimaktens strukturer og mål, utgjør livsverden et vitalt rom for intellektuelt arbeid om menneskelig verdi og mening. Hos Habermas står livsverden alltid i fare for å bli kolonisert av byråkratiet. Rimi Khan (2019) mener at Bennetts artikkel hjelper oss videre og bort fra spørsmålet om kulturpolitikkforskning som bullshitforskning. Hun argumenterer for at byråkratiet også er livsverden, og byråkratene som befolker det også er mennesker. Bennett påpeker at kulturbyråkrater godt kan være etisk orientert, og at det ikke nødvendigvis er slik at den kritiske intellektuelle er den som er etisk overlegen. Dessuten opererer ikke de to skikkelsene i hver sin separate verden, de deltar i kunnskapsutveksling og -produksjon i sfærer der eksperter med ulike bakgrunner bidrar. Prosjektkontekster som innebærer samarbeid mellom akademikere, politikktutformere, byråkrater og kulturarbeidere kan føre til at alle må forklare sine tanker og ideer med et språk som de andre kan forstå, noe som kan være stimulerende (Khan, 2019). Denne polyfonien av ulike stemmer, selv om det kan oppleves «messy», utgjør på sitt beste et godt grunnlag for utøvelse av såkalt fronetisk kunnskapsproduksjon (jf. Flyvbjerg, 2001). At mange ulike stemmer og kompetanser er involvert, kan også sikre at forskningen får større validitet.

6 Presentasjon av artiklene

De fire artiklene tilnærmer seg fenomenet kreativ næring fra ulike synsvinkler og med sine respektive primære nedslag i ulike deler av det kvalitative intervjumaterialet: offentlige aktører på lokalt nivå, den kreative næringen selv, og aktører som jobber i mellomrommene i kreativ næring og inn mot det offentlige, privat sektor etc. Artikkel 1 handler om hvilken plass kreativ næring har i lokal politikk og forvaltning, og i hvilken grad og hvordan offentlige aktører på lokalt nivå, i lys av nasjonale politiske ambisjoner, forholder seg til og jobber med kreativ næring i sin kommune eller i sin region. Denne artikkelen baserer seg på intervjuer med ansatte i det næringsrettede virkemiddelapparatet og kulturbyråkratiet samt analyser av offentlige planer i begge sektorer. Artikkel 2 tar utgangspunkt i at kreativ næring befinner seg i et politisk tomrom (eller mellomrom) der det offentlige i liten grad har tatt ansvar, og der det har åpnet seg muligheter for en type aktører som utgjør lokale støtteapparat for dem som driver små kunstneriske eller kreative virksomheter. Her er materialet primært intervjuer med disse aktørene som opererer i mellomrommene. Artikkel 3 analyserer hvordan aktører utenfor og innenfor kreativ næring forstår og snakker om dem som arbeider i kreativ næring, og konsekvensene disse forståelsene har for kreativ næring. Artikkel 4 identifiserer et mulig gap mellom den politiske retorikken om sammenhengene mellom turisme og kreativ næring, og hvordan personer som selv har sitt levebrød i kreativ næring ser på turisme. Det er særlig metodiske og refleksive forhold som gjør at artikkel 4 er innlemmet i avhandlingen. De to sistnevnte artiklene baserer seg på intervjuer med ansatte i lokal kulturforvaltning og næringsapparat og i kreativ næring. I det følgende gir jeg en kort presentasjon av hver av de fire artiklene.

6.1 Artikkel 1

Artikkel 1 har tittelen *Begrunnelser for lokal kreativ næring: Instrumentell kulturpolitikk som tilslørende begrep*, og er publisert i *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift* (Haugsevje, Heian, Stavrum & Leikvoll, 2020).

Artikkelen undersøker hvordan kunst- og kulturbedrifter blir behandlet i politikk og forvaltning på lokalt nivå i Norge. Mer spesifikt har vi studert hvordan kunst- og kulturbedrifter blir omtalt i kommunale kultur- og næringsplaner, og hvordan henholdsvis ansatte i kommunale kulturadministrasjoner (som vi har valgt å kalle kulturbyråkrater) og ansatte i lokalt og regionalt næringsapparat (som vi har valgt å kalle næringsutviklere) snakker om kunst- og kulturbedrifter, og hvordan de begrunner sitt arbeid for å tilrettelegge for disse.

Basert på dokumentanalyser av kommuneplaner, kommunedelplaner på kulturområdet, kommunale og interkommunale næringsplaner samt intervjuer med kulturbyråkrater og næringsutviklere på lokalt og regionalt nivå, har vi belyst følgende problemstillinger:

- Hvordan omtales og begrunnes kreativ næring i kommunal kultursektor og i offentlig næringsarbeid?
- Kan innsikt i lokale begrunnelser for kreativ næring utfordre etablerte oppfatninger om instrumentell kulturpolitikk?

Analysen viser for det første at kunst- og kulturbedrifter har relativt liten plass i kommunalt planverk, både på kulturområdet og på næringsområdet. Kulturplaner handler gjerne mer om de frivillige og ikke-kommersielle kulturaktørene, eller – dersom det handler om profesjonelle aktører – primært de store offentlige institusjonene, som f.eks. kulturhus og museer. Dette må sees i sammenheng med at kunstnere og andre profesjonelle kulturprodusenter tradisjonelt har vært et nasjonalpolitisk anliggende. Heller ikke i lokalt og regionalt planverk på næringsområdet er kunst- og kulturbedrifter et eksplisitt tema. Noen planer nevner satsinger på reiseliv, besøksnæring eller opplevelsesnæring, som kan berøre kunst- og kulturbedrifter indirekte, men ellers er planene på næringsområdet ofte relativt generelle og overordnede, uten spesifikke tilpasninger verken til kulturnæringslivet eller andre spesifikke næringer. Med andre ord gir verken kulturplaner eller næringsplaner et godt grunnlag for offentlig tilrettelegging målrettet mot kunst- og kulturbedrifter.

Likevel, i de kulturplanene der tilrettelegging for kunst- og kulturbedrifter er nevnt, er det i hovedsak begrunnet på tre måter: 1) for å stimulere produksjon av kunst, som fremheves som en egenverdi, 2) for å bidra til bolyst og attraktivitet, og 3) for å støtte opp under kunst- og kulturaktører som næringsaktører. Når det kommer til praktisk kulturforvaltning, gir kulturplanene kulturbyråkratene få konkrete redskaper for å ivareta kunst- og kulturbedrifter. Det er også vanskelig å finne legitimitet for å bruke kulturmidler for å tilrettelegge for kommersielle aktører. I intervjuene finner vi at kulturbyråkratene ønsker å tilrettelegge for kunst- og kulturaktører, men må gjøre dette på indirekte måter, f.eks. ved å gi dem oppdrag i arrangementer, for da er begrunnelsen at det bidrar til å skaffe befolkningen tilgang til kunst og kultur. Vel vitende om at de selv ikke har redskaper til å direkte støtte opp under de profesjonelle enkeltaktørene, er de opptatt av at den sektoren som *kan* gjøre det – det næringsorienterte virkemiddelapparatet – i større grad enn hva de opplever at de gjør i dag, bør anerkjenne kunst- og kulturbedrifter som næringsaktører.

Forvalterne av det næringsorienterte virkemiddelapparatet har i utgangspunktet de redskapene som kulturbyråkratene mangler; de kan og skal bruke ressurser på å støtte opp under profesjonelle, kommersielle næringsaktører. Likevel viser intervjuene med næringsutviklerne at de strever med å komme flertallet av kunst- og kulturbedriftene i møte. Næringspolitikken preges av et industrirasjonale, et konkurranserasjonale og i økende grad også et innovasjonsrasjonale. Næringsrettede virkemidler har nasjonal økonomisk verdiskaping som mål, og for å utløse slike virkemidler gjøres det en vurdering av bedriftens innovasjonshøyde, skalerbarhet og internasjonale markedspotensialer, samt konkurransevidning. Næringsutviklerne gir uttrykk for at det er få av kunst- og kulturbedriftene som når kravene til å løse ut virkemidlene næringsutviklerne har i verktøykassa si. De synes også det er vanskelig å gjøre vurderinger av kunst- og kulturbedrifter med hensyn til innovasjonsgrad og konkurransevidning. Kunst- og kulturbedriftene ser altså ikke ut til å passe inn i vurderingssystemene, og næringsutviklerne kommer ofte til kort i møte med disse bedriftene.

Offentlig tilrettelegging for kreativ næring på lokalt nivå skjer altså i hovedsak på to måter: Enten som del av en kulturpolitikk som primært er orientert om det frivillige kulturlivet, kulturinstitusjoner og kulturarv, der man nettopp ikke kan legitimere støtte til profesjonelle kommersielle aktører, og i stedet er avhengig av å finne indirekte måter å støtte opp under disse bedriftene på. Eller som næringspolitikk som er orientert om vekstbedrifter som når kravene til innovasjonshøyde, skalerbarhet og internasjonalt markedspotensial, i tråd med det overordnede fornuftsgrunnlaget i næringspolitikken, der bransjemekanismer i de kulturelle og kreative bransjene ikke er hensyntatt.

Mot slutten av artikkelen diskuterer vi hvilke konsekvenser det har for kunst- og kulturbedrifter at de befinner seg i et tomrom mellom disse to sektorene på lokalt og regionalt nivå, der ingen instanser tar et spesifikt ansvar for å bistå aktører i kulturlivet *som profesjonelle næringsaktører*. Vi argumenterer for at et mer samordnet arbeid på lokalt nivå, der kulturbyråkratenes kompetanse om kunst- og kulturbedrifters egenart og utfordringer samspiller med virkemidler i næringsapparatet, kan styrke det praktiske arbeidet for lokale kunst- og kulturbedrifter.

Artikkelen er publisert i et temanummer av tidsskriftet som har tittelen *Culture as an Instrument*. For å skrive artikkelen inn i denne tematiske sammenhengen, er et overordnet mål for artikkelen å analysere lokalt arbeid målrettet mot kreativ næring i lys av perspektiver på instrumentell kulturpolitikk, og gjennom det utfordre og nyansere etablerte forståelser av instrumentell kulturpolitikk. Vi tar utgangspunkt i at politikk for kreativ næring ofte assosieres med instrumentell kulturpolitikk. Vår analyse viser imidlertid at det er mulig å identifisere næringsperspektiver både i kulturplaner, næringsplaner og hos kulturbyråkrater og næringsutviklere, som er begrunnet ulikt og forankret i ulike motiver. Begrunnelsene er ofte sammenblandede, men når vi dekonstruerer dem, finner vi at et næringsperspektiv på kunst og kultur enten kan være eksplisitt instrumentell og ha som mål å sette en by på kartet, eller gi økonomisk verdiskaping i et lokalsamfunn. Eller den kan ha som mål å styrke kunstnernes virksomheter og gjøre dem mer robuste, med sikte på å sikre kunstnerisk mangfold og kvalitet. I den siste tilnærmingen brukes økonomisk verdiskaping som middel for å nå mål

om å styrke kunsten. I den første tilnærmingen, der begrunnelsen er eksplisitt instrumentell, er det omvendt. Tilnærmingen der målet er å styrke kunstneres virksomheter, har større legitimitet i kulturfeltet enn den mer eksplisitte og hyperinstrumentelle tilnærmingen. For selv om en styrking av kunstneres virksomhet også vektlegger økonomisk verdiskaping, er det en verdiskaping som primært kommer aktørene i kreativ næring og deres kunstneriske prosjekter – og sekundært samfunnsøkonomien – til gode. Disse nyansene i hvordan næringsperspektiver på kreativ næring er motivert og fundamentert blir ofte tilslørt i diskursen om politikk for kreativ næring. Vår analyse viser at ikke all politikk for kreativ næring nødvendigvis kan forstås som hyperinstrumentell.

6.2 Artikkel 2

Artikkel 2 har tittelen *Bridging, nudging and translating: facilitators of local creative industries in Norway*, og er publisert i *the International Journal of Cultural Policy* (Haugsevje, Stavrum, Heian & Leikvoll 2021).

Bakteppet for artikkelen er at på tross av en veletablert nasjonal kunstnerpolitikk og de siste to tiårenes utvikling av en egen nasjonal politikk for kreativ næring, er det mange kunstnere og bedrifter i kreativ næring som ikke kvalifiserer til å få støtte og bistand verken fra Kulturrådet eller fra Innovasjon Norge, som er hovedaktørene for satsingen på kreativ næring på nasjonalt nivå. Som beskrevet i artikkel 1 (Haugsevje et al., 2020) står heller ikke kommunale kulturadministrasjoner eller forvaltere av næringsrettede virkemidler på regionalt og lokalt nivå klare med en verktøykasse som er spesielt godt tilpasset for å støtte opp under kreativ næring. At virkemidlene har dårlig presisjon, og at det er uklart hvilke deler av offentlig sektor som egentlig har eller burde ha hovedansvaret for å bistå kreativ næring, gjør at det har åpnet seg muligheter for en type tredjepart som nettopp tar et slikt ansvar. I denne artikkelen belyser vi en type aktør som vi mener har fått lite oppmerksomhet i forskningslitteraturen om kreativ næring, nemlig

enkeltpersoner som jobber på lokalt nivå, i eller utenfor offentlig sektor, for å støtte og stimulere kunstnere og bedrifter innen kreative bransjer.

I artikkelen omtaler vi disse enkeltpersonene som «facilitators». På norsk kan vi betegne dem som *fasilitatorer*, eller, på litt bedre norsk, *tilretteleggere*, eventuelt *mellomromsaktører*. Den siste benevnelsen identifiserer hvor arbeidet til disse aktørene gjerne utspiller seg, nemlig i mellomrommene mellom kunstfeltet, næringslivet og det offentlige. De lokale tilretteleggerne finner vi som ledere og drivere av en rekke stimulerings tiltak for kreativ næring eller deler av denne, som er etablert i mange byer og kommuner over hele landet de siste årene. Ofte har de lokale tilretteleggerne også hatt en sentral rolle i å utvikle og etablere disse stimulerings tiltakene. Basert på casestudier av sju slike enkeltstående stimulerings tiltak, som har inkludert intervjuer med tilretteleggere og deltakere samt deltakende observasjon på arenaer der disse tiltakene utspiller seg, har vi forsøkt å bidra til en forståelse av hvordan de lokale tilretteleggerne arbeider, og hva de bidrar med for lokal kreativ næring. Vi stiller følgende spørsmål:

- What characterises the practices of local facilitators within creative industries?
- And how do they act in order to ensure legitimacy within different contexts?

De sju casene vi har studert består av tre mentoringstiltak og fire samlokaliseringstiltak. De lokale tilretteleggerne leder og administrerer disse ordningene, og har i flere tilfeller også vært sentrale i å utvikle dem og få dem finansiert og etablert. Tilretteleggerne har titler som for eksempel daglig leder, prosjektleder eller coworking manager, og de er enten offentlig eller privat ansatte eller selvstendig næringsdrivende.

Artikkelen analyserer tilretteleggerne som henholdsvis nettverksentreprenører, meglere eller bindeledd (intermediaries) og portvoktere. Tilretteleggerne er løsningsorienterte og fleksible, og er opptatt av å være et pragmatisk motstykke til byråkrati og virkemiddelapparat som ikke alltid klarer å møte små aktører i kreativ næring på deres egne premisser. De har god kjennskap til hva som kreves for å jobbe i kreativ næring, som ofte er prosjekt- og nettverksorganisert, og de tilbyr både tilgang til nettverk og kompetanse på nettverksbygging. De tilbyr ikke aktørene penger, men fellesskap,

kompetanse og nettverk, og ut av dette har de skapt sine egne levebrød og karrierer. De fungerer som bindeledd mellom de kreative som deltar i ordningene de drifter, men også mellom de kreative og eksterne aktører, f.eks. finansielle aktører, lokalpolitikere, lokale byråkrater eller byutviklere. Deres hybride og flerkontekstuelle kompetanser gjør at de er insidere både i kunst- og kulturlivet, i byråkratiet og i næringslivet. Tilretteleggerne er også sentrale i seleksjonsprosesser, primært det som handler om å bestemme hvem som skal få tilgang til de fellesskapene og nettverkene som har sitt utspring i de ordningene de administrerer. Her har de en portvokter-rolle. Med Foster og Ocejó (2015) kan vi identifisere tre motivasjoner i tilretteleggerens meglerrolle: de er tredjeparten som binder sammen (*tertius iungens*), som oversetter (*tertius transferens*) og som selv drar nytte av det (*tertius gaudens*). De opererer i krysningpunktene mellom ulike verdiverdener. Gjennom bruken av Boltanski, Thévenot og Alexanders analytiske perspektiver, fremhever analysen tilretteleggerens plastisitet og deres pragmatiske og performative praksiser.

6.3 Artikkel 3

Artikkel 3 har tittelen *Justifying creative work: Norwegian business support and the conflicting narratives of creative industries* (Haugsevje, upublisert artikkelmanuskript innsendt til tidsskriftet *Cultural Trends*).

Artikkelen tar utgangspunkt i at det i en del sammenhenger (både i evalueringer av virkemidler for kreativ næring og i våre intervjuer med ansatte i offentlig virkemiddelapparat) blir hevdet at den kreative næringen har behov for både profesjonalisering og en holdningsendring. Basert på intervjuer med byråkrater på lokalt nivå og personer som driver kreativ næring, identifiserer jeg et gap mellom ulike måter å forstå og verdsette arbeid i kreativ næring. Artikkelen undersøker følgende forskningsspørsmål:

- How is creative work justified in creative industries' policy and rhetoric?

- And how do these justifications correspond with how creative work is justified and exercised by artists and creatives themselves?

Analysen viser at byråkratene har begrenset kunnskap om kreativ næring, hva den består av og hva som kreves for å lykkes med å skape seg et levebrød i denne næringen. I sine vurderinger av kreative bedrifter, ser de ut til å basere seg på bedriftsforståelser hentet fra andre deler av næringslivet som de er mer vant til å arbeide med, f.eks. industrien. Dette fører ofte til at de ikke får øye på profesjonaliteten og potensialet i en del kreative virksomheter. Analysen tyder også på at de til en viss grad tar for gitt at personer som jobber som kunstnere eller som driver små kreative virksomheter verken har kompetanse på eller interesse for forretningsdrift og entreprenørskap, ei heller ønske om å tilegne seg slik kunnskap. De som jobber i kreativ næring som kunstnere eller som drivere av små kreative bedrifter snakker på varierte måter om arbeidet sitt og virksomhetene sine, og gir uttrykk for mangfoldige og komplekse holdninger til forretningsdrift og entreprenørskap. Denne kompleksiteten ser det ikke ut til at byråkratene kjenner til eller fanger opp. Videre argumenterer jeg for at det er viktig å bygge bro over disse ulike forståelsene av kreativ næring og hva det vil si å drive slik virksomhet. Jeg hevder også at, hvis kreativ næring fortsatt skal være et politisk satsingsområde i Norge, er det viktig at det støtteapparatet som byråkratene representerer skaffer seg mer kompetanse på denne delen av næringslivet, og finner gode måter å støtte opp under dette på. Da vil det også skapes et bedre grunnlag for tillit fra kreativ næring, slik at de også i større grad opplever og har tillit til at offentlig sektor har noe å tilby dem.

6.4 Artikkel 4

Artikkelen har tittelen *A blind spot? Cultural field perspectives on tourism*, og er publisert i *Journal of Arts Management, Law, and Society* (Helgadóttir, Haugsevje & Stavrum, 2021).

Artiklene 1 og 2, som er omtalt over, er resultat av et samarbeid mellom forskere med bakgrunner fra kulturstudier, kulturpolitikkstudier, kultursosiologi samt entreprenørskap

og innovasjon. På tross av denne tverrfagligheten, holder de seg i hovedsak innenfor fagtradisjonen kulturstudier/kulturpolitikkstudier. Også artikkel 3, der jeg er eneste forfatter, er skrevet innenfor denne fagtradisjonen. Artikkel 4, derimot, er resultat av et samarbeid mellom fagpersoner med bakgrunn fra henholdsvis turismestudier (Helgadóttir) og kulturstudier/kulturpolitikkstudier (Stavrum og Haugsevje), og der tverrfagligheten har satt tydeligere spor både i metode og analyse, enn hva som er tilfelle i de andre artiklene.

Artikkelen tar utgangspunkt i at turisme har utviklet seg til å bli en svært stor industri både i Norge og på verdensbasis. En veletablert og viktig nisje av turismen er kulturturismen; det vil si turisme basert på kulturelle events og produkter, tidligere mye orientert mot konvensjonell kulturarv-turisme, senere utvidet til å omfatte nye og integrerte forbindelser mellom turisme og den kreative økonomien i stort (Richards, 2020). Artikkelen er basert på intervjuene med byråkrater, næringsutviklere og administratorer for de ulike stimulerings tiltakene som er våre case (disse informantene omtaler vi samlet som *developers*, her oversetter jeg det til *utviklere*), og kunstnere og kreative som deltar i tiltakene (disse omtaler vi som *creatives*, her oversetter jeg det til *kreative*). Artikkelen identifiserer og belyser et mulig gap mellom den politiske retorikken om sammenhengene mellom turisme og kreativ næring på den ene siden, og synet på turisme og turister hos personer som selv jobber i kreativ næring. Spørsmålene vi stiller i artikkelen er:

- How do creatives and developers in the creative industries in Norway relate to the concept of tourism?
- Do they see tourists or the tourism industry as a target market for their products and productions?

Turist kan defineres på ulike måter, men kjennetegn som er vanlige å knytte til turister er *tid* (at det å være turist er en temporær tilstand), *rom* eller *avstand* (at turisten oppholder seg på et annet sted enn hjemme), *grensekryssing* (at turisten har krysset landegrensener eller i det minste grensen rundt sitt eget hjemlige miljø) og et formål om å *reise* (at turisten har en intensjon om å returnere) (Cooper & Hall, 2016; Robinson, 2012). I tillegg

knyttet begrepet turist mer til fritidsreising enn til reiser i jobbøyemed. Denne måten å definere turister på er operasjonell og praktisk, uten normativt eller ladet innhold. På et retorisk nivå er begrepene turist og turisme imidlertid ofte fylt med oppvurderende eller nedvurderende innhold. Det siste er for eksempel tilfelle i begrepet McTourist, introdusert av Ritzer og Liska (1997), som er et begrep som betegner masseturisten som søker forutsigbarhet, standardiserte opplevelser og effektive og overfladiske former for underholdning, fremfor det ukjente, varierte og autentiske.

I artikkelen identifiserer vi en forskjell i hvordan utviklere og kreative forholder seg til og snakker om turisme som et potensielt marked for kreativ næring. Flere av stimuleringsiltakene vi har studert, er forankret, om enn i varierende grad, i politiske mål om å øke byens eller kommunens attraktivitet som reisemål. For utviklerne er det nærliggende, relevant og nærmest selvfølgelig å henvise til offentlige turismestrategier når de snakker om hvordan man kan jobbe lokalt for å stimulere kreativ næring. Deres oppfatning av turisme og turister kan beskrives som operasjonell og praktisk; tett opp mot den nøytrale definisjonen nevnt over. De kreative, derimot, har en tendens til å avvise tanken om at turister kan utgjøre et potensielt marked i deres egne virksomheter, og deres forståelser av turister og turisme minner mer om den overfladiske McTourist. Samtidig er de selv opptatt av å reise og å være internasjonalt orientert, og de tar mer enn gjerne imot kunder fra inn- og utland på atelierbesøk. De forholder seg altså til både reisende kunder og egen reisevirksomhet, men det er ikke relevant for dem å se dette i sammenheng med turisme. Vi konkluderer med at turisme og turister ser ut til å være en blindsoner hos de kreative.

Det var kulturpolitikkforskerne som gjennomførte intervjuene. Turisme og turister hadde vært et forholdsvis lite vektlagt tema i intervjuene. I den innledende analysefasen, da turismeforskeren skulle gjøre seg kjent med materialet, ble det tydelig at det ikke bare var informantene som hadde ulike holdninger til turister som marked for kreativ næring; også forskerne forholdt seg ulikt til dette. Måten kulturpolitikkforskerne snakket om dette på skilte seg fra hvordan turismeforskeren snakket om det på. Det var også tydelig at det lå noen uidentifiserte forskjeller her som det kunne være nyttig å studere

nærmere. Som omtalt i kap. 4.4, gjennomførte vi derfor et meta-intervju der turismeforskeren intervjuet de to kulturpolitikkforskerne om intervjumaterialet. Temaer for meta-intervjuet var måten spørsmålene som handlet om turister og turisme hadde blitt stilt på, hvordan informantene svarte, og hvordan man skulle tolke hvorfor det åpenbart kjentes så ubekvent for oss å stille disse spørsmålene om turisme og turister, og hvorfor både forskerne og informantene fra kreativ næring fniste underveis i de passasjene av intervjuene som handler om dette temaet. Gjennom meta-intervjuet ble det altså avdekket at turisme og turister kan beskrives som en blindsoner ikke bare hos de kreative, men også hos kulturpolitikkforskerne.

I analysen har vi benyttet perspektiver fra turismestudier, kombinert med Bourdieus feltteori og nyere analyser av kreativ næring og entreprenørskap. I motsetning til i de andre artiklene er snakkemåter, i dette tilfellet om turister og turisme, knyttet til informantenes tilhørighet til spesifikke grupper, ikke kontekster. Det gjør at analysen betoner forskjellene mellom det å være kreativ arbeider og det å være en del av støtteapparatet rundt. En parallell til analysen i artikkel 2 er likevel at det er tydelig at noen ord og termer representerer forurensing i noen kontekster – de er ikke relevante, de er støy eller «ugyldige». Turisme og turist kan være slike ord, i en samtale med for eksempel en kunstner om vedkommendes virksomhet og entreprenørskap.

7 Sammenfatning og diskusjon

Mens kunstnerpolitikken har lange tradisjoner i Norge, har politikken målrettet mot såkalt kreativ næring bare eksistert i omtrent tjue år, og det er først den siste femårsperioden at den er etablert som et eget politikkområde. De to mest sentrale aktørene på nasjonalt nivå i forvaltningen av politikken rettet mot denne næringen er Kulturrådet og Innovasjon Norge. Kulturrådet forvalter de kunstnerpolitiske ordningene og noen enkeltstående støtteordninger for næringsutvikling og bransjeutvikling (overflyttet til fylkeskommunalt nivå fra 2021). Innovasjon Norge forvalter næringsrettede virkemidler som virksomheter innen kreativ næring kan konkurrere om på lik linje med bedrifter i andre næringer. Forskere har pekt på at virksomheter i kreativ næring ofte faller mellom to stoler, fordi de mangler «tilstrekkelig kunstnerisk innhold» (Hauge et al., 2020, s. 30) for å utløse kulturpolitiske virkemidler og har «for lavt kommersialiseringspotensial» (ibid.) for å utløse næringsrettede virkemidler, eller slik det er formulert i Kulturutredningen 2014: «De er for kommersielle for Norsk kulturråd, og for kunstneriske for Innovasjon Norge» (NOU 2013: 4, s. 313).

Den todelte politikken består i hovedsak av kunstnerpolitiske virkemidler målrettet mot aktører med virksomhetsmodeller som i liten grad klarer å tjene penger i et marked, eller som næringsrettede virkemidler målrettet mot aktører som har forretningsmodeller som likner på dem vi kjenner fra industrielle bransjer eller det klassiske næringslivet.

Virkeligheten er imidlertid ikke så skjematisk at vi enkelt kan plassere aktører i kreativ næring inn i en av disse to båsene. Blant de kreative informantene i mitt materiale er det de færreste som driver virksomheter som er perfekt tilpasset den ene delen av politikken. De fleste benytter ulike strategier for å få virksomheten sin til å gå rundt økonomisk; de søker om offentlige midler, for eksempel kunstnerstipend, i de tilfellene det er relevant, og de etablerer nettbutikk i de tilfellene der det er relevant. At den nasjonale todelte politikken er innrettet på en måte som ikke i tilstrekkelig grad er egnet til å håndtere hybriditeten (se også McQuilten et al., 2020) i virksomheter i kreativ næring, særlig de små virksomhetene, bekreftes med andre ord også i mitt materiale.

Et funn som behandles i artikkel 1 er at det også på *lokalt og regionalt* nivå finnes et tomrom mellom kulturpolitikk og næringspolitikk. Det finnes i liten grad politiske planer på lokalt og regionalt nivå som favner om det som kreativ næring for en stor del består av, nemlig små, private, profesjonelle virksomheter. Ansatte i offentlige kulturadministrasjoner ser ut til å ha forholdsvis god innsikt i hva det innebærer å drive en liten kunstnerisk eller kulturell virksomhet, men de mangler direkte virkemidler for å tilrettelegge for dem. Det er vanskelig å legitimere å bruke offentlige kulturmidler på profesjonelle bedrifter, og kulturbyråkratene har bare indirekte strategier å gripe til dersom de ønsker å støtte opp under lokal kreativ næring. Forvalterne av det næringsorienterte virkemiddelapparatet har på sin side direkte virkemidler tilgjengelig, men disse skal forvaltes utfra vurderingssystemer som ofte i liten grad passer kreativ næring. Små virksomheter i kreativ næring har i praksis ikke noe offentlig støtteapparat å henvende seg til lokalt.

Dessuten, selv om næringssektoren har fått et ansvar for å målrette en innsats mot kreativ næring, tyder mitt materiale på at kunnskapen om denne næringen er lav i denne sektoren. De som er forvaltere av de næringsrettede virkemidlene ser ut til å besitte begrenset innsikt i den kreative næringen, slik jeg har diskutert i artikkel 3. Intervjuene med næringsutviklerne gir uttrykk for usikkerhet omkring hvilke bransjer og virksomheter som omfattes av kreativ næring, og en begrenset og stereotypisk forståelse av hva som preger disse virksomhetene og de markedene de opererer i. I analysen har jeg vist hvordan deres forankring i næringspolitikkenes fornuftsgrunnlag, som kan parallellføres med den industrielle verdiverden og markedets verdiverden, gjør at de ikke så lett får øye på kompleksiteten og de hybride kompetansene i kreativ næring. I kontrast indikerer intervjuene med kunstnerne og andre personer som driver små kreative virksomheter stor variasjon i entreprenørielle holdninger, og hvordan de snakker om virksomhetene sine. De svitsjer mellom ulike måter å rettferdiggjøre sine strategier på. Slik svitsjing kan gjøres lett og umerkelig, i andre sammenhenger er det mer besværlig. Eksempelvis er det å omtale sine tilreisende kunder som turister noe som for mange ser ut til å kjennes lite relevant, slik det er diskutert i artikkel 4. Likevel, sett under ett, framstår informantene

fra kreativ næring som mer pragmatiske enn næringsutviklerne gir uttrykk for at de forstår dem som.

Som nevnt, påviser artikkel 1 et politisk tomrom på lokalt nivå som gjenspeiler et tilsvarende tomrom på nasjonalt nivå i politikken for kreativ næring. Et annet funn i denne avhandlingen er at det i dette lokale tomrommet har åpnet seg muligheter for tredjeparters entreprenørskap. Dette er tema for artikkel 2. Disse tredjepartene, de lokale tilretteleggerne, analyseres som bindeledd mellom aktører i kreativ næring, så vel som mellom den kreative næringen, kunsten, byråkratiet og næringslivet. De besitter varierte kompetanser som gjør dem i stand til å oversette mellom kontekster og aktører. Gjennom de nettverkene og kompetansehevende ordningene de administrerer, fyller de til dels det tomrommet der ordinær lokal kulturforvaltning og næringsrettet virkemiddelapparat ikke strekker til. Samtidig er det sårbart. Både fordi ressursene tilretteleggerne administrerer er begrensede goder som ikke alle i kreativ næring får tilgang til, og fordi ressursene og kompetansen er avhengig av tilretteleggerne som dedikerte og kompetente enkeltpersoner. Denne sårbarheten forsterkes av at ordningene de administrerer ofte er lokale og enkeltstående tilbud som ikke nødvendigvis er forankret i ordinær forvaltning og virkemiddelapparat.

Den kompetansen og drivkraften som finnes knyttet til enkeltstående stimulerings tiltak spredt over hele landet kan ha stor betydning for de aktørene i kreativ næring som nyter godt av den, slik mange av mine informanter bekrefter. Det er imidlertid et tankekors at kompetansen og drivkraften lokalt for kreativ næring fortrinnsvis finnes utenfor det etablerte byråkratiske systemet, og dermed utenfor viktige maktarenaer. En tettere kobling mellom byråkrater med makt og aktører med kompetanse på kreativ næring generelt og lokal kontekst spesielt vil kunne skape et styrket grunnlag for å utvikle gode modeller for hvordan man kan tilrettelegge for og støtte opp under kreativ næring. En tettere kobling her vil kunne bidra til økt bærekraft i denne næringen både i økonomisk, kunstnerisk og sosial forstand.

Politikk rettet mot kreativ næring betraktes gjerne som instrumentell, og som et motstykke til tradisjonell kulturpolitikk, som gjerne betraktes som ikke-instrumentell.

Dette skillet problematiseres i artikkel 1, hvor det påpekes at dette er et forenklet skille som virker tilslørende på hvordan vi forstår både kulturpolitikk for kreativ næring og kulturpolitikk som sådan. Et funn i artikkelen er at både kulturbyråkrater og næringsutviklere bruker næringsperspektiver på kunst- og kulturvirksomhet, men på ulike måter. Næringsutviklerne bruker i større grad harde instrumentelle og til dels hyperinstrumentelle næringsperspektiver der kreativ næring har som mål å skape flere arbeidsplasser, skatteinntekter, turisme og bolyst, og verdiskaping på et samfunnsnivå. Kulturbyråkratene snakker om næring i et mikroperspektiv; de gir uttrykk for ønsker om å støtte opp under individuell kunst- og kulturvirksomhet med mål om å styrke kunst- og kulturproduksjonen både for kunstens skyld og befolkningens skyld, men også for kunst- og kulturprodusentens egen skyld. Næringsutviklerne har en tendens til å bruke kunsten som middel for andre ikke-kulturelle mål, for eksempel økonomisk vekst. Kulturbyråkratene har en tendens til å se økonomisk vekst som et middel for kulturelle mål, som å styrke både kunstproduksjonen og den individuelle kunstneriske arbeidsplassen. Kulturbyråkratene ønsker å dyrke fram bærekraftige arbeidsplasser i kreativ næring der det er mulig å både tjene penger og utvikle seg som kunstner. Men de har ikke virkemidlene for å gjøre dette på direkte måter, kun indirekte, eksempelvis gjennom å gi dem oppdrag i arrangementer der kommunen er involvert. De hyperinstrumentelle næringsperspektivene på kunst- og kulturvirksomhet er orientert om at det skal være bærekraftig for samfunnet at kunst og kultur klarer seg mest mulig selv uten statlig støtte. I kulturbyråkratenes perspektiver ligger det innebygget en forståelse av at kreativ næring ikke er bærekraftig før det også er kunstnerisk bærekraftig.

Politikken som er etablert for å stimulere kreativ næring på nasjonalt nivå, der de to hovedaktørene Kulturrådet og Innovasjon Norge er gitt ansvaret for gjennomføringen, kan forstås som et hybrid forsøk på å kombinere den implisitte kulturpolitikken, i dette tilfellet næringspolitikk, med eksplisitt kulturpolitikk. På lokalt nivå er dette altså i liten grad integrerte politiske strategier.

7.1 Konklusjon og framtidige forskningsbehov

Kreativ næring omtales ofte som én helhetlig næring, ett helhetlig fenomen. Det er imidlertid en svært sammensatt næring, og som fenomen er det omstridt og uklart definert. Nasjonal politikk for kreativ næring er i hovedsak todelt. Avhandlingen viser at politikken rettet mot kreativ næring, ved å opprettholde denne todelingen mellom kunsten og vekstbedriftene, utgjør en infrastruktur som i liten grad evner å favne kreativ nærings hybriditet. Blant avhandlingens viktigste bidrag, er at den viser at kreativ næring også på lokalt og regionalt nivå befinner seg i et tomrom mellom kulturpolitikk og næringspolitikk. På lokalt og regionalt nivå er det ingen som har verktøy som passer for å bidra til å styrke særlig de små aktørene innen kreativ næring. Det stimuleringsarbeidet som skjer på lokalt nivå utføres for en stor del gjennom enkeltstående satsinger som ikke er en del av det store systemet. Det er sårbart og avhengig av enkeltpersoners dedikasjon og kompetanse, det utgjør begrensede goder, og det skjer med svak kobling til etablerte maktarenaer i samfunnet.

Avhandlingen dokumenterer også at det ikke bare er verktøyene som er mangelfulle, men at de som er ansatt for å forvalte næringsrettede virkemidler på lokalt og regionalt nivå til dels mangler kunnskap om kreativ næring og hva som står på spill i ulike typer virksomheter og bransjer. Med forbehold om at dette forholder seg annerledes i andre regioner enn de jeg har undersøkt, er det uheldig dersom de som står rundt kreativ næring, hjelperne, byråkratene eller det vi kan kalle det offentlige støtteapparatet, ikke har en kunnskapsbasert praksis, men snarere forstår kreativ næring ut fra en begrenset kjennskap og vurderer den i lys av standarder som er utviklet for andre næringer. Avhandlingen er slik også et bidrag til kunnskap om byråkrater og støtteapparat i kreativ næring; aktører som har vært lite forsket på, ikke minst i en norsk kontekst. I forlengelsen av dette er den også et bidrag til brobygging mellom kreativ næring og byråkrati, og mellom politiske siloer.

I tillegg til den kunnskapen avhandlingen har framskaffet om forståelser av kreativ næring og praksiser for tilrettelegging i lokale kontekster, representerer avhandlingen også et bidrag på et metodisk nivå. Metodisk sett er arbeidet et eksempel på hvordan samarbeid

med ikke-akademiske samarbeidspartnere med praksisorientert kompetanse kan være utfordrende, men også at det kan styrke og bidra til økt kvalitet og relevans i forskningen. Det å samarbeide i interne forskerteam og med eksterne forskere og ikke-akademiske samarbeidspartnere er vanlig og nødvendig både i forskningsdrevet innovasjon og i oppdragsforskning. Men i ph.d.-prosjekter innenfor kulturstudier er dette ikke en vanlig måte å organisere arbeidet på. Med denne avhandlingen møtes ph.d.-arbeid og forskningsarbeid slik det ofte foregår i instituttsektoren, i komplekse samarbeidskonstellasjoner og med behov for god rolleforståelse og evne til å sjonglere mange ulike aktørers interesser. Til sist, tverrfaglig forskersamarbeid kan gjøres på ulike måter. Meta-intervjuet som er benyttet her er et praktisk eksempel på en konkret metode man kan ta i bruk.

Avhandlingen gjør bruk av praksisorienterte forståelser av kreativ næring, først og fremst det fransk-pragmatiske perspektivet. På et teoretisk nivå supplerer dermed avhandlingen tidligere forskning på kreativ næring, og særlig kunstfeltet, som gjerne har tatt utgangspunkt i en mer eller mindre eksplisitt strukturorientert forståelse. De teoretiske veivalgene har gjort meg i stand til å få øye på og løfte fram kreativ næring som noe som kjennetegnes av variasjon og brudd, hybriditet og motsetninger, snarere enn likhet og typiske fellestrekk.

Et svar på et spørsmål fører ofte med seg nye spørsmål. Avhandlingen er orientert om aktører i og utenfor kreativ næring, og hvordan disse ulike aktørene forstår, snakker om og verdsetter arbeid i kreativ næring, og i noen grad deres praksiser. Selv om mentoringtiltak og samlokaliseringstiltak har vært utgangspunkt for casene, har avhandlingen i liten grad analysert ulike typer virkemidler, verken organisatoriske virkemidler som de jeg her nevner, eller finansielle virkemidler. Et mer spesifikt fokus på typer av virkemidler og offentlige arbeidsmåter er til dels studert som del av innovasjonsprosjektet (Roncossek et al., 2018; Telemarksforsking, 2019), men er definitivt ikke ferdig utforsket. Å gå dypere inn i hvilke behov som finnes i lokale kontekster for konkrete virkemidler for et mer bærekraftig arbeidsliv i kreativ næring, er et relevant forskningstema for framtida. Et annet aktuelt forskningstema er hvordan man

kan gå fram for å utvikle nye arbeidsmåter i det offentlige som overskrider de tradisjonelle silobaserte arbeidsmåtene, og som kan bidra til et mer relevant og treffsikkert offentlig arbeid for kreativ næring på lokalt eller regionalt nivå.

8 Referanser

- Abbing, H. (2002). *Why are artists poor? The exceptional economy of the arts*. Amsterdam University Press.
- Abbing, H. (2004). The Autonomous Artist still Rules the World of Culture. A Portrait of the Artist in 2005. Artists Careers and Higher Arts Education in Europe. I I. Janssen (Red.), *Boekmanstudies*: 55 - 66.
- Ahearne, J. (2009). Cultural policy explicit and implicit: a distinction and some uses. *International Journal of Cultural Policy*, 15(2), 141-153.
<https://doi.org/10.1080/10286630902746245>
- Alexander, J. C. (2011a). *Kulturell sosiologi : program, teori och praktik*. Daidalos.
- Alexander, J. C. (2011b). *Performance and power*. Polity.
- Allen, B. L., Lees, J., Cohen, A. K. & Jeanjean, M. (2019). Collaborative Workshops for Community Meaning-Making and Data Analyses: How Focus Groups Strengthen Data by Enhancing Understanding and Promoting Use. *Int J Environ Res Public Health*, 16(18), 3352. <https://doi.org/10.3390/ijerph16183352>
- Alper, N. O. & Wassall, G. H. (2006). Artists' Careers and Their Labour Markets. I D. Throsby & V. A. Ginsburgh (Red.), *Handbook of the economics of art and culture*. Elsevier.
- Alver, B. G. (1990). *Creating the source through folkloristic fieldwork : a personal narrative* (246). Suomalainen tiedeakatemia Distributors: Tiedekirja and Akateeminen kirjakauppa.
- Alver, B. G. & Øyen, Ø. (1997). *Forskningsetikk i forskerhverdag : vurderinger og praksis*. Tano Aschehoug.
- Andersen, G. (2017). *Parlamentets natur : utviklingen av norsk miljø- og petroleumspolitikk (1945-2013)*. Universitetsforl.
- Andersen, G. & Tellmann, S. M. (2018). Ekspertene i kunnskapssamfunnet. *Norsk sosiologisk tidsskrift, Årgang 2, nr. 5-2018*, 357-362.
- Andersen, T., Ibenholt, K. & Hauge, A. (2018). *Mellom tech og kultur. Kulturinkubatoren og dens plass i utviklingen av kreative og kulturelle næringer i Stavanger-regionen* (Rapport nr. 02-2018). Kunnskapsverket.
<https://kunnskapsverket.org/sites/default/files/TechogKultur.pdf>
- Bakhshi, H., Freeman, A. & Higgs, P. (2013). *A dynamic mapping of the UK's creative industries*. NESTA.
- Banks, M. (2017). *Creative justice : cultural industries, work and inequality*. Rowman & Littlefield International.
- Belfiore, E. (2009). On bullshit in cultural policy practice and research: notes from the British case. *International Journal of Cultural Policy*, 15(3), 343-359.
<https://doi.org/10.1080/10286630902806080>
- Belfiore, E. (2016). Cultural policy research in the real world: curating "impact", facilitating "enlightenment". *Cultural Trends*, 25(3), 205-216.
<https://doi.org/10.1080/09548963.2016.1204050>
- Bennett, T. (2006). Intellectuals, Culture, Policy: The Technical, the Practical, and the Critical. *Cultural analysis*, 5, 81.

- Bennett, T. (2020). Towards 'Embedded Non-creative Work'? Administration, digitisation and the recorded music industry. *International Journal of Cultural Policy*, 26(2), 223-238. <https://doi.org/10.1080/10286632.2018.1479399>
- Berge, O. K., Storm, H. N. & Hylland, O. M. (2021). *Covid-19-pandemiens effekter på kultursektoren i de nordiske landene*. Telemarksforskning.
- Bille, T., Fjællegaard, C. B., Frey, B. S. & Steiner, L. (2013). Happiness in the arts: International evidence on artists' job satisfaction. *Economics letters*, 121(1), 15-18. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2013.06.016>
- Bilton, C. (2017). *The disappearing product : marketing and markets in the creative industries*. Edward Elgar.
- Bilton, C. & Cummings, S. (2014). *Handbook of management and creativity*. Edward Elgar.
- Blok, A. (2013). Pragmatic sociology as political ecology. *European Journal of Social Theory*, 16(4), 492-510. <https://doi.org/10.1177/1368431013479688>
- Blomgren, R. & Johannisson, J. (2014). Varför regional kulturpolitik? ; legitimeringsberättelser i svenska regioner. *Sociologi i dag*, 44(1), 39-65.
- Boltanski, L. (2011). *Pragmatisk sociologi : en tekstsamling*. Hans Reitzel.
- Boltanski, L. (2012). *Love and justice as competences : three essays on the sociology of action*. Polity.
- Boltanski, L. & Chiapello, È. (2018). *The new spirit of capitalism*. Verso.
- Boltanski, L. & Esquerre, A. (2020). *Enrichment : a critique of commodities*. Polity Press.
- Boltanski, L. & Thévenot, L. (1999). The sociology of critical capacity. *European Journal of Social Theory*, 2(3), 359-377. <https://doi.org/10.1177/136843199902003010>
- Boltanski, L. & Thévenot, L. (2000). The reality of moral expectations: A sociology of situated judgement. *Philosophical Explorations*, 3(3), 208-231. <https://doi.org/10.1080/13869790008523332>
- Boltanski, L. & Thévenot, L. (2006). *On justification : economies of worth*. Princeton University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction : a social critique of the judgement of taste*. Routledge & Kegan Paul.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*. Polity Press.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (2015). 1. Interviewet: Samtalen som forskningsmetode. I S. Brinkmann & L. Tanggaard (Red.), *Kvalitative metoder : en grundbog* (2. udg. utg., s. 29-53). Hans Reitzel.
- Buvik, K., Skatvedt, A. & Baklien, B. (2020). Feltsamtaler som datakilde i kvalitativ samfunnsforskning. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 61(3), 222-240. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-291X-2020-03-02>
- Campbell, P., O'Brien, D. & Taylor, M. (2018). Cultural Engagement and the Economic Performance of the Cultural and Creative Industries: An Occupational Critique. *Sociology*. <https://doi.org/10.1177/0038038518772737>

- Caves, R. E. (2000). *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. Harvard University Press. <https://books.google.no/books?pid=imfTUHj8uVcC>
- Comunian, R. & England, L. (2020). Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends*, 29(2), 112-128. <https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1770577>
- Cooper, C. & Hall, C. M. (2016). *Contemporary tourism : an international approach* (Third edition. utg.). Goodfellow Publishers Ltd.
- Danko, D. (2008). Nathalie Heinich's Sociology of Art — and Sociology from Art. *Cultural Sociology*, 2(2), 242-256. <https://doi.org/10.1177/1749975508091035>
- DCMS. (1998). *Creative Industries Mapping Document 1998*. https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/refere nce_library/publications/4740.aspx
- Deloitte. (2019). *Områdegjennomgang av det næringsrettede virkemiddelapparatet. Helhetlig anbefaling om innretning og organisering av det næringsrettede virkemiddelapparatet* (4. november 2019). Deloitte AS. <https://www.regjeringen.no/contentassets/0f8355831ed346c38fba23362eaa59be/helhetlig-anbefaling-om-innretning-og-organisering-av-det-naringsrettede-virkemiddelapparatet.pdf>
- Douglas, H. E. (2009). *Science, policy, and the value-free ideal*. University of Pittsburgh Press.
- Dubois, V. (2015). Cultural Policy Regimes in Western Europe. I J. D. Wright (Red.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition. (Bd. Volume 5, s. 460-465). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.10419-2>
- Duxbury, N. (2020). Cultural and creative work in rural and remote areas: an emerging international conversation. *International Journal of Cultural Policy*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1837788>
- Eggebo, H. (2020). Kollektiv kvalitativ analyse. *Norsk sosiologisk tidsskrift*, 4(2), 106-122. <https://doi.org/10.18261/issn.2535-2512-2020-02-03>
- Ehn, B. & Löfgren, O. (1996). *Vardagslivets etnologi : reflektioner kring en kulturvetenskap*. Natur och kultur.
- Ellmeier, A. (2003). Cultural entrepreneurialism: on the changing relationship between the arts, culture and employment. *International Journal of Cultural Policy*, 9(1), 3-16. <https://doi.org/10.1080/1028663032000069158a>
- Engberg, J. (2004). Hvad er kulturpolitik? *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 1/2004.
- Espelien, A. & Gran, A.-B. (2011). *Kulturnæringens betydning for norsk økonomi. Status og utvikling 2000-2009*. (Menon-publikasjon nr. 9/2011). Menon Business Economics og Perduco Kultur.
- Fangen, K. (2010). *Deltagende observasjon* (2. utg. utg.). Fagbokforl.
- Flyvbjerg, B. (2001). *Making social science matter : why social inquiry fails and how it can succeed again*. Cambridge University Press.
- Flyvbjerg, B. (2006). Five Misunderstandings About Case-Study Research. *Qualitative Inquiry*, 12(2), 219-245. <https://doi.org/10.1177/1077800405284363>
- Fog, J. (2001). *Med samtalen som udgangspunkt. Det kvalitative forskningsinterview*. Akademisk Forlag.

- Foster, P. C. & Ocejo, R. E. (2015). Brokerage, mediation, and social networks in the creative industries. I C. Jones, M. Lorenzen & J. Sapsed (Red.), *The Oxford Handbook of Creative Industries* (s. 405-420). Oxford University Press.
- Gandini, A. (2015). The rise of coworking spaces: A literature review. *Ephemera*, 15(1), 193.
- Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 15-29. <https://doi.org/10.1080/10286630500067606>
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures : selected essays* (5043). Basic Books.
- Gibson, L. (2008). In defence of instrumentality. *Cultural Trends: THE CONSEQUENCES OF INSTRUMENTAL MUSEUM AND GALLERY POLICY*, 17(4), 247-257. <https://doi.org/10.1080/09548960802615380>
- Gielen, P., Volont, L. & Van Anandel, W. (2018). Creativity under pressure. *Arte y políticas de identidad*, 19, 15-33.
- Gilje, N. (2006). Fenomenologi, konstruktivisme og kulturforskning. En vitenskapsteoretisk diskusjon. *Tidsskrift for kulturforskning*, 5(1), 5-22.
- Gill, R. & Pratt, A. (2008). In the Social Factory?: Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work. *Theory, Culture & Society*, 25(7-8), 1-30. <https://doi.org/10.1177/0263276408097794>
- Goldman, A. I. (2001). Experts: Which Ones Should You Trust? *Philosophy and Phenomenological Research*, 63(1), 85-110. <https://doi.org/10.1111/j.1933-1592.2001.tb00093.x>
- Gran, A.-B., Torp, Ø. & Theie, M. G. (2015). *Kreativ næring i Norge 2008-2014*. BI Centre for Creative Industries.
- Gross, S. A. & Musgrave, G. (2020). *Can Music Make You Sick?* University of Westminster Press.
- Gundersen, T. (2018). Kan eksperter være verdifrie? *Norsk sosiologisk tidsskrift*, 2(05), 421-428. <https://doi.org/10.18261/issn.2535-2512-2018-05-05> ER
- Hadley, S. & Gray, C. (2017). Hyperinstrumentalism and cultural policy: means to an end or an end to meaning? *Cultural Trends*, 26(2), 95-106. <https://doi.org/10.1080/09548963.2017.1323836>
- Hagen, A. L. & Skorpen, G. S. (2016). *Hjelp, jeg skal på feltarbeid! : håndbok i etnografisk metode*. Cappelen Damm akademisk.
- Hagen, S. E. (2008). *Kvinner i kulturnæringene - en kartlegging basert på SSBs sysselsettingsstatistikk*. Østlandsforskning.
- Hammersley, M. & Atkinson, P. (1996). *Feltmetodikk* (2. utg. utg.). Ad Notam Gyldendal.
- Haraldsen, T., Flygind, S. K., Overvåg, K. & Power, D. (2004). *Kartlegging av kulturnæringene i Norge. Økonomisk betydning, vekst og utviklingspotensial* (2004:10). Østlandsforskning.
- Haraldsen, T., Hagen, S. E. & Alnes, P. K. (2008). *Kulturnæringene i Norge muligheter og utfordringer. En oppdatering av kartleggingen fra 2004* (nr. 12/2008). Østlandsforskning.
- Haraldsen, T., Overvåg, K. & Vaagland, J. (2005). *Kulturnæringene i storbyregionene Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger : kartlegging og analyse av økonomisk betydning, dynamikk, lokalisering og utviklingsstrategier* (Bd. 05/2005). Østlandsforskning.

- Hauge, A., Ibenholt, K., Ericsson, B. & Hallin, G. (2020). *Nullpunktsanalyse: Kulturell og kreativ næring* (Kulturrådets rapportserie, Issue. Kulturrådet. Fagbokforlaget.
- Hauge, A. & Overvåg, K. (2009). *Kartlegging av eksisterende informasjon om næringene musikk, film, design og arkitektur* (nr. 06/2009). Østlandsforskning.
- Haugseth, J. F. (2014). Forenklingens verdiverden. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 55(4), 439-469.
- Haugsevje, Å. D. (Upublisert). Justifying creative work: Norwegian business support and the conflicting narratives of creative industries. Artikkelmanuskript innsendt til tidsskriftet Cultural Trends.
- Haugsevje, Å. D., Heian, M. T. & Stavrum, H. (2015). *Kulturmentoring. Offentlige strategier for kompetanseheving og økt verdiskaping i kultur- og opplevelsesnæring*. Telemarksforskning.
- Haugsevje, Å. D., Heian, M. T., Stavrum, H. & Leikvoll, G. K. A. (2020). Begrunnelser for lokal kreativ næring: Instrumentell kulturpolitikk som tilslørende begrep. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 23(2), 86-103. <https://doi.org/10.18261/issn.2000-8325/2020-02-02>
- Haugsevje, Å. D., Kleppe, B. & Heian, M. T. (2014). *Atelierundersøkelsen. Ateliersituasjonen i Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger og Tromsø* (TF-rapport nr. 337). Telemarksforskning.
- Haugsevje, Å. D. & Stavrum, H. (2014). *Erfaring møter kreativitet. Porsgrunn kommunes arbeid med prosjektet Mentor for kulturbedrifter*. (nr. 343). Telemarksforskning.
- Haugsevje, Å. D., Stavrum, H., Heian, M. T. & Leikvoll, G. K. A. (2021). Bridging, nudging and translating: facilitators of local creative industries in Norway. *International Journal of Cultural Policy*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/10286632.2021.1895131>
- Haynes, J. & Marshall, L. (2018). *Reluctant entrepreneurs: musicians and entrepreneurship in the 'new' music industry* [459-482]. London :.
- Heebels, B., Atzema, O. & van Aalst, I. (2012). Publishers as cultural intermediaries; the cultural and economic importance of personalities. I G. Hagoort, A. Thomassen & R. Kooyman (Red.), *Pioneering minds. On the Entrepreneurial Principles of the Cultural and Creative Industries* (s. 70-75). Eburon Publishers.
- Heian, M. T. (2018). *Kunstnere i Norge : ulikhet i inntekt, arbeid og holdninger* [Avhandling for graden philosophiae doctor (ph.d.), Universitetet i Bergen]. Bergen.
- Heian, M. T. & Hjellbrekke, J. (2017a). Kunstner og entreprenør? Norske kunstners holdninger til egen økonomi, entreprenørskap og kommersiell suksess. *Norsk sosiologisk tidsskrift*, 06/2017.
- Heian, M. T. & Hjellbrekke, J. (2017b). Trøstesløs asket eller suksessrik kunstner? ; kunstners holdninger til arbeid, penger og anerkjennelse. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 20(1-2), 29-50.
- Heian, M. T., Løyland, K. & Kleppe, B. (2015). *Kunstnerundersøkelsen 2013. Kunstnerens inntekter*. (TF-rapport nr. 350). Telemarksforskning.
- Heian, M. T., Løyland, K. & Mangset, P. (2008). *Kunstnerens aktivitet, arbeids- og inntektsforhold, 2006*. Telemarksforskning-Bø.

- Heian, M. T., Løyland, K. & Mangset, P. (2012). Stability and change: Work and income conditions for Norwegian artists. 46.
- Heikkinen, M. (2003). *The Nordic model for supporting artists : public support for artists in Denmark, Finland, Norway and Sweden* (no. 26). Arts Council of Finland.
- Heinich, N. (1996). *The glory of van Gogh : an anthropology of admiration*. Princeton University Press.
- Heinich, N. (2012). Mapping intermediaries in contemporary art according to pragmatic sociology. *European Journal of Cultural Studies*, 15(6), 695-702.
<https://doi.org/10.1177/1367549412450634>
- Heinich, N. (2020a). A Pragmatic Redefinition of Value(s): Toward a General Model of Valuation. *Theory, Culture & Society*, 37(5), 75-94.
<https://doi.org/10.1177/0263276420915993>
- Heinich, N. (2020b). Ten Proposals on Values. *Cultural Sociology*, 14(3), 213-232.
<https://doi.org/10.1177/1749975520922173>
- Held, L. (2011). Introduktion til Luc Boltanskis sociologi. I L. Boltanski (Red.), *Pragmatisk sociologi. En tekstsamling*. (s. 7-40). Hans Reitzels Forlag.
- Helgadóttir, G., Haugsevje, Å. D. & Stavrum, H. (2021). A Blind Spot? Cultural Field Perspectives on Tourism. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/10632921.2021.1997847>
- Henry, C. & De Bruin, A. (2011). *Entrepreneurship and the creative economy : process, practice and policy*. Edward Elgar Pub.
- Hesmondhalgh, D. (2006). Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society*, 28(2), 211-231. <https://doi.org/10.1177/0163443706061682>
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The cultural industries* (3rd ed. utg.). Sage.
- Higgs, P., Cunningham, S. & Bakhshi, H. (2008). *Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom* (BCI/07). NESTA.
- Hope, S. & Richards, J. (2015). Loving work: Drawing attention to pleasure and pain in the body of the cultural worker. *European Journal of Cultural Studies*, 18(2), 117-141. <https://doi.org/10.1177/1367549414563299>
- Horton, J. (2008). A 'sense of failure'? Everydayness and research ethics. *Children's Geographies*, 6(4), 363-383. <https://doi.org/10.1080/14733280802338064>
- Hylland, O. M. & Haugsevje, Å. D. (2016). Forskning møter forvaltning. . I *Kultur for å delta. Kulturbruk og kulturarbeid blant barn og unge i Drammen* (Bd. TF-rapport nr. 383, s. 126-138). Telemarksforskning.
- Ilsøe, A. & Larsen, T. P. (2021). *Non-standard Work in the Nordics. Troubled Waters Under the Still Surface. Report from The Future of Work: Opportunities and Challenges for the Nordic Models* (A. Ilsøe & T. P. Larsen, Red.). Nordic Council of Ministers.
- Janet, M. (2015). Coworking in the city. *Ephemera*, 15(1), 121.
- Jøsendal, K., Berg, C., Westnes, P. & Claussen, T. (2004). *Kreative næringer i Rogaland*. Rogalandsforskning.
- Karlstad, S. (2005). *Kulturnæringene lengst nord - verdiskaping, lønnsomhet eller bare kultur*. Norut NIBR Finnmark.

- Kemeny, T., Nathan, M. & O'Brien, D. (2020). Creative differences? Measuring creative economy employment in the United States and the UK. *Regional Studies*, 54(3), 377-387. <https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1625484>
- Khaire, M. (2017). *Culture and commerce : the value of entrepreneurship in creative industries*. Stanford Business Books.
- Khan, R. (2019). Researchers, bureaucrats and the lifeworlds of cultural policy. *International Journal of Cultural Policy*, 25(4), 528-540. <https://doi.org/10.1080/10286632.2017.1341498>
- Kleppe, B. (2017a). Managing Autonomy: Analyzing Arts Management and Artistic Autonomy through the Theory of Justification. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/10632921.2017.1377661>
- Kleppe, B. (2017b). Theatres as risk societies: Performing artists balancing between artistic and economic risk. *Poetics*, 64, 53-62. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2017.08.002>
- Kleppe, B. & Askvik, T. (2021). *Kunstnerne og koronapandemien. Gjenoppbygging av kultursektoren. Delrapport*. Kulturrådet.
- KUD & NHD. (2001). *Tango for to. Samspill mellom kulturliv og næringsliv*. Kulturdepartementet og Nærings- og handelsdepartementet. https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/kilde/kd/bro/2001/0004/ddd/pdfv/137103-110647kultur_naering.pdf
- Kuesters, I. (2010). Arts Managers as Liaisons between Finance and Art: A Qualitative Study Inspired by the Theory of Functional Differentiation. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 40(1), 43-57. <https://doi.org/10.1080/10632921003603976>
- Kunnskapsverket. (2019). *Vareopptelling - Kunnskapsverket 2017-2019*. Kunnskapsverket C/O Høgskolen i Innlandet.
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3. utg. utg.). Gyldendal akademisk.
- Lamont, M. (1992). *Money, morals and manners : the culture of the French and American upper-middle class*. University of Chicago Press.
- Lamont, M. (2004). Talk of Love: How Culture Matters. By Ann Swidler. Chicago: University of Chicago Press, 2001. *The American journal of sociology*, 109(5), 1201-1203. <https://doi.org/10.1086/420661>
- Lamont, M. & Thévenot, L. (2000). *Rethinking comparative cultural sociology : repertoires of evaluation in France and the United States*. Cambridge University Press.
- Larsen, H. (2013). *Den nye kultursosiologien : kultur som perspektiv og forskningsobjekt*. Universitetsforl.
- Law, J. (2004). *After method : mess in social science research*. Routledge.
- Lekka-Kowalik, A. (2010). Why Science cannot be Value-Free. *Science and Engineering Ethics*, 16(1), 33-41. <https://doi.org/10.1007/s11948-009-9128-3>
- Lizé, W. (2016). Artistic work intermediaries as value producers. Agents, managers, tourneurs and the acquisition of symbolic capital in popular music. *Poetics*, 59, 35-49. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2016.07.002>

- Lorentzen, A. H. & Haugsevje, Å. W. (2004). Fortielse eller blottleggelse? Om forskeren som uforløst kunstner. I S. Røyseng & D. Solhjell (Red.), *Kultur, politikk og forskning. Festskrift til Per Mangset på 60-årsdagen* (s. 20-33). Telemarksforskning-Bø.
- Lysgård, H. K. (2016). The 'actually existing' cultural policy and culture-led strategies of rural places and small towns. *Journal of rural studies*, 44, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.12.014>
- Løkka, N., Engh, M. & Haugsevje, Å. D. (2019). *Duodji for framtida. Evaluering av Duodjeinstituhitta og veilederordningen under Duodjeinstituhitta* (TF-rapport nr. 476). Telemarksforskning.
- Maguire, J. & Matthews, J. (2012). Are we all cultural intermediaries now? An introduction to cultural intermediaries in context. *Eur. J. Cult. Stud.*, 15(5), 551-562. <https://doi.org/10.1177/1367549412445762>
- Malasevska, I. & Ericsson, B. (2019). *Der ingen skulle tru... Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo* (Rapport nr. 01-2019). Kunnskapsverket c/o Høgskolen i Innlandet.
- Mangset, P. (1984). *Kultursekretæren - mellom byråkrati og profesjon? En sosiologisk analyse av kultursekretæryrket*. Universitetsforlaget.
- Mangset, P. (1992). *Kulturliv og forvaltning. Innføring i kulturpolitikk*. Universitetsforlaget.
- Mangset, P. (1995). Risks and benefits of decentralisation: The development of local cultural administration in Norway. *The European Journal of Cultural Policy*, Vol. 2, No 1.
- Mangset, P. (2004). *"Mange er kalt, men få er utvalgt". Kunstnerroller i endring*. Telemarksforskning-Bø.
- Mangset, P. (2010). Etablering av nye kulturstudier innenfor akademien. "Cultural studies" og "cultural policy research" - dialog eller konflikt? *Tidsskrift for kulturforskning*, 9(4), 23-38.
- Mangset, P. (2012). *Demokratisering av kulturen? Om sosial ulikhet i kulturbruk og -deltakelse*. Telemarksforskning.
- Mangset, P. (2020). An account of the academic institutionalisation of cultural policy research. A Nordic perspective. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 23(1), 7-28. <https://doi.org/10.18261/issn.2000-8325/-2020-01-02>
- Mangset, P., Heian, M. T., Kleppe, B. & Løyland, K. (2018). Why are artists getting poorer? About the reproduction of low income among artists. *The International Journal of Cultural Policy*, 24(4), 539-558. <https://doi.org/10.1080/10286632.2016.1218860>
- Mangset, P. & Hylland, O. M. (2017). *Kulturpolitikk : organisering, legitimering og praksis*. Universitetsforlaget.
- Mangset, P., Kleppe, B. & Røyseng, S. (2012). Artists in an Iron Cage? Artists' Work in Performing Arts Institutions. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 42(4), 156-175. <https://doi.org/10.1080/10632921.2012.727773>
- Mangset, P. & Røyseng, S. (2009). *Kulturelt entreprenørskap*. Fagbokforlaget.

- Mathieu, C. (2006). Transforming the Danish Film Field Via 'Professionalization', Penetration and Integration. *Creativity and Innovation Management*, 15(3), 242-249. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2006.00393.x>
- Mauseth, I. K. & Alsos, G. A. (2017). Er coworking space et godt tilbud for gründere?
- McQuilten, G., Warr, D., Humphery, K. & Spiers, A. (2020). Ambivalent entrepreneurs: arts-based social enterprise in a neoliberal world. *Social Enterprise Journal*, 16(2), 121-140. <https://doi.org/10.1108/SEJ-03-2019-0015>
- McRobbie, A. (2002). From Holloway to Hollywood: Happiness at work in the new cultural economy? I P. du Gay & M. Pryke (Red.), *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life* (s. 97-114). Sage.
- McRobbie, A. (2016). *Be Creative: Making a Living in the New Culture Industries*. Wiley. <https://books.google.no/books?id=zZFsCwAAQBAJ>
- Menger, P.-M. (2001). Artists as workers: Theoretical and methodological challenges. *Poetics*, 28(4), 241-254. [https://doi.org/10.1016/S0304-422X\(01\)80002-4](https://doi.org/10.1016/S0304-422X(01)80002-4)
- Menger, P.-M. (2006). Artistic Labor Markets. Contingent Works, Excess Supply and Occupational Risk Management. I V. A. Ginsburgh & C. D. Throsby (Red.), *Handbook of the economics of art and culture* (Bd. Vol. 1, s. 765-811). Elsevier.
- Menger, P.-M. (2014). *The economics of creativity : art and achievement under uncertainty*. Harvard University Press.
- Naudin, A. (2017). *Cultural entrepreneurship : the cultural worker's experience of entrepreneurship* (Bd. 14). Routledge.
- Negus, K. (2002). The work of cultural intermediaries and the enduring distance between production and consumption. *Cultural Studies*, 16(4), 501-515.
- NHD, KRD & KKD. (2007). *Handlingsplan. Kultur og næring*. Nærings- og handelsdepartementet, Kommunal- og regionaldepartementet og Kultur- og kirke departementet.
- Nordgård, D. (2022). Nesten alene: Artisten, økonomien og bransjen. I S. Røyseng, H. Stavrum & J. Vinge (Red.), *Musikerne, bransjen og samfunnet* (s. 199-221). Cappelen Damm Akademisk. <https://doi.org/10.23865/noasp.160.ch8>
- NOU 2013: 4. *Kulturutredningen 2014*.
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E. & Moules, N. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International journal of qualitative methods*, 16(1), 1-13. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- O'Brien, D., Laurison, D., Miles, A. & Friedman, S. (2016). Are the creative industries meritocratic? An analysis of the 2014 British Labour Force Survey. *Cultural Trends*, 25(2), 116-131. <https://doi.org/10.1080/09548963.2016.1170943>
- O'Connor, J. (2010). *The cultural and creative industries: a literature review [2nd ed.]*. Creativity, Culture and education. https://eprints.qut.edu.au/43835/1/Literature_review_second_edition.pdf (Opprinnelig utgitt Arts Council England, November 2007)
- O'Connor, J. (2016). After the Creative Industries: Cultural Policy in Crisis. *Journal of Law, Social Justice & Global Development*, 2016(1), 1-18.
- O'Brien, D., Allen, K., Friedman, S. & Saha, A. (2017). Producing and Consuming Inequality: A Cultural Sociology of the Cultural Industries. *Cultural Sociology*, 11(3), 271-282. <https://doi.org/10.1177/1749975517712465>

- Oakley, K. (2014). Rethinking cultural entrepreneurship. I C. Bilton & S. Cummings (Red.), *Handbook of management and creativity* (s. 145-159). Edward Elgar.
- Oakley, K. & Ward, J. (2018). Creative Economy, Critical Perspectives. *Cultural Trends*, 27(5), 311-312. <https://doi.org/10.1080/09548963.2018.1534573>
- Pedersen, J. S., Darmer, P. & Mathieu, C. (2013). Bureaucracies and judgmental autonomy: - Film consultants in a public film institute. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 16(1), 68-89.
- Pyykkönen, M. & Stavrum, H. (2017). Enterprising Culture: Discourses on Entrepreneurship in Nordic Cultural Policy. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 1-14. <https://doi.org/10.1080/10632921.2017.1391726>
- Qizilbash, A. (2015). *Grow your sales, Do What You Love: Mindful Selling for Entrepreneurs and Freelancers*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Repstad, P. (1994). *Mellom nærhet og distanse : kvalitative metoder i samfunnsfag* ([2. utg., 2. opplag]. utg.). Universitetsforl.
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of tourism research*, 85, 102922. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Ritzer, G. & Liska, A. (1997). 'McDisneyization' and 'Post Tourism': Complementary Perspectives on Contemporary Tourism. I C. Rojek & J. Urry (Red.), *Touring cultures : transformations of travel and theory* (s. 96-112). Routledge.
- Robinson, P. (2012). *Tourism : the key concepts*. Routledge key guides. Routledge.
- Roncossek, S. D., Leikvoll, G. K. A. & Haugsevje, Å. D. (2018). *Kreativ næring i Grenland. Kartlegging og analyse* (TF-notat 31/2018). Telemarksforsking.
- Ross, A. (2008). The New Geography of Work: Power to the Precarious? *Theory, Culture & Society*, 25(7-8), 31-49. <https://doi.org/10.1177/0263276408097795>
- Røyseng, S. (2004). Kulturpolitikken doxa. I S. Røyseng & D. Solhjell (Red.), *Kultur, politikk og forskning : festskrift til Per Mangset på 60-årsdagen* (Bd. 217) (Rapport (Telemarksforsking-Bø : trykt utg.)). Telemarksforsking-Bø.
- Røyseng, S. (2007). *Den gode, hellige og disiplinerte kunsten. Forestillinger om kunstens autonomi i kulturpolitikk og kunstledelse* [Avhandling for dr.polit. graden, Telemarksforsking-Bø]. Bø.
- Røyseng, S. (2008). Arts management and the autonomy of art. *International Journal of Cultural Policy*, 14(1), 37-48. <https://doi.org/10.1080/10286630701856484>
- Røyseng, S. (2011). *Kunstnere i kulturnæringenes tidsalder. En kunnskapsgjennomgang*. Norsk kulturråd.
- Røyseng, S. (2014). Hva er kulturpolitikk og kulturpolitisk forskning? *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 17(1), 4-8.
- Røyseng, S. (2015). Sosiologiske studier av kunst. I (s. 97-107). Universitetsforl., cop. 2015.
- Røyseng, S. (2016a). Myk og hard instrumentalisme i kulturpolitikken - Innledning til 2/2016. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, (02), 159-162.
- Røyseng, S. (2016b). The social contract of artists in the era of cultural industries. *International Journal of Cultural Policy*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/10286632.2016.1229313>
- Røyseng, S., Mangset, P. & Borgen, J. S. (2007). Young artists and the charismatic myth. *The International Journal of Cultural Policy*, 13(1), 17.

- Saha, A. (2018). *Race and the cultural industries*. Polity Press.
- Sandoval, M. (2018). From passionate labour to compassionate work: Cultural co-ops, do what you love and social change. *European Journal of Cultural Studies*, 21(2), 113-129. <https://doi.org/10.1177/1367549417719011>
- Scott, M. (2012). Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship: Music producers mobilising and converting Bourdieu's alternative capitals. *Poetics*, 40(3), 237-255. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2012.03.002>
- Sivertsen, J. (1996). *Vitenskap og rasjonalitet*. Ad Notam Gyldendal.
- Skarpenes, O. & Hestholm, R. (2015). Fravær og permanens. Tolkningsrommet i kultursosiologiske klasseanalyser. I H. Larsen (Red.), *Kultursosiologisk forskning* (s. 21-36). Universitetsforlaget.
- Skarstein, V. M. (2015). *Kunstens autonomi og kunstens økonomi : rapport fra utredningen om kunstnerøkonomien*. Kulturdepartementet.
- Skot-Hansen, D. (1998). *Holstebro i verden - verden i Holstebro. Kulturpolitikk og -debat fra tresserne til i dag*. Klim.
- Skot-Hansen, D. (1999). Kultur til tiden - strategier i den lokale kulturpolitikk. *Nordisk kulturpolitisk tidskrift*, Vol. 2, nr. 1, 7-27.
- Slaatta, T. (Red.). (2018). *Iverksettelse : fire studier av kunst, autonomi og makt*. Universitetsforlaget.
- Solhjell, D. (2005). Når fikk Norge en kulturpolitikk? Et debattinnlegg mot den konvensjonelle visdom. *Nordisk kulturpolitisk tidskrift*, 2/2005.
- Spinuzzi, C. (2012). Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of business and technical communication*, 26(4), 399-441. <https://doi.org/10.1177/1050651912444070>
- Spradley, J. P. (1979). *The ethnographic interview*. Holt, Rinehart & Winston.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant observation*. Holt, Rinehart & Winston.
- St.meld. nr. 8 (2018-2019). *Kulturens kraft. Kulturpolitikk for framtida*. Kulturdepartementet.
- St.meld. nr. 22 (2004-2005). *Kultur og næring*. Kultur- og kirke departementet.
- Stavrum, H. (2014). *Danseglede og hverdagsliv: Etikk, estetikk og politikk i det norske dansebandfeltet*. [Avhandling for graden philosophiae doctor (ph.d.), Universitetet i Bergen].
- Stavrum, H. (2015). Fornying og tradisjon: Kirkemusikken i kulturpolitikken. I O. M. Hylland & H. Stavrum (Red.), *En ny kirkelyd? Grunntoner i den norske kirkemusikken på 2000-tallet* (s. 179-218). Fagbokforlaget.
- Stavrum, H. & Heian, M. T. (2018). *When the research object is defined by someone else: Methodological reflections on commissioned cultural policy research*. ICCPR, 10th International Conference on Cultural Policy Research, Tallinn University, Estonia.
- Storstad, O. (2010). *Kommunal kultursektor i endring*. Norsk kulturråd Bergen I kommisjon hos Fagbokforl.
- Strømsvåg, A. & Selberg, T. (1994). *Hverdag (Festskrift til Brynjulf Alver i anledning hans 70-årsdag)*. Vett & viten.
- Swidler, A. (1986). Culture in Action: Symbols and Strategies. *American Sociological Review*, 51(2), 273. <https://doi.org/10.2307/2095521>

- Swidler, A. (1995). Cultural Power and Social Movements. I L. Spillman (Red.), *Cultural Sociology*. (s. 25-). Blackwell.
- Tangen, R. (2013). Balancing Ethics and Quality in Educational Research—the Ethical Matrix Method. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 58(6), 1-17. <https://doi.org/10.1080/00313831.2013.821089>
- Telemarksforskning. (2019). *Kreativ næring, lokale strategier. Hvordan legge til rette for små kulturbedrifter? Ressurshefte*. Telemarksforskning og Vekst i Grenland. https://issuu.com/vekstigenland/docs/kreative_n_ringer_des13
- Thévenot, L. (2001). Pragmatic regimes governing the engagement with the world. I E. v. Savigny, T. R. Schatzki & K. Knorr-Cetina (Red.), *The Practice turn in contemporary theory* (s. 64-82). Routledge.
- Thévenot, L., Moody, M. & Lafaye, C. (2000). Forms of valuing nature: arguments and modes of justification in French and American environmental disputes. I M. Lamont & L. Thévenot (Red.), *Rethinking Comparative Cultural Sociology : Repertoires of Evaluation in France and the United States* (s. 229-272). Cambridge University Press.
- Throsby, D. (1994). A Work-Preference Model of Artist Behaviour. I A. T. Peacock & I. Rizzo (Red.), *Cultural economics and cultural policies*. Springer.
- Throsby, D. (2010). *The economics of cultural policy*. Cambridge University Press.
- Torp, Ø., Gran, A.-B., Tøien, I. E. & Theie, M. G. (2017). *Musikkbransjen i Norge 2011-2015 - Økonomisk analyse av fem delbransjer og elleve undergrupper*. BI Centre for Creative Industries.
- Tracy, S. J. (2010). Qualitative Quality: Eight “Big-Tent” Criteria for Excellent Qualitative Research. *Qualitative Inquiry*, 16(10), 837-851. <https://doi.org/10.1177/1077800410383121>
- Tschmuck, P. (2017). *The economics of music*. Agenda Publishing.
- Tucker, H. (2021). *Do What You Love, Love What You Do: The Empowering Secrets to Turn Your Passion into Profit*. Virgin Books.
- Valtysson, B. (2016). Not cool, but cosy ; five perspectives on Nordic city cultural policies. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift [elektronisk ressurs]*, 19(2), 183-200.
- van Anel, W. & Loots, E. (2021). Measures for the betterment of the labor market position of non-standard working regimes in the cultural and creative sector in the Netherlands. *International journal of cultural policy : CP*, (ahead-of-print), 1-15. <https://doi.org/10.1080/10286632.2021.1971208>
- Vareide, K., Svardal, S. & Miland, K. (2019). *De gode hjelperne. Kommunenes samarbeidspartnere i næringsutvikling* (TF-notat nr. 9/2019). Telemarksforskning.
- Vestheim, G. (2008). *All kulturpolitikk er instrumentell*. Linköping: Swedish Cultural Policy Research Observatory.
- Vlassis, A. & De Beukelaer, C. (2019). The creative economy as a versatile policy script: exploring the role of competing intergovernmental organizations. *Media, Culture & Society*, 41(4), 502-519. <https://doi.org/10.1177/0163443718810913>
- Weber, M. (1973). *Den protestantiske etikk og kapitalismens ånd. Det berømte verk om sammenhengen mellom puritanismen og kapitalismens fremvekst. Innledning ved Egil Fivelsdal*. (42). Gyldendal.

- Weber, M. (2000). Samfunnsvitenskapenes "objektivitet". I *Makt og byråkrati. Essays om politikk og klasse, samfunnsforskning og verdier* (s. 159-220). Gyldendal.
- Wennes, G. (2002). *Skjønnheten og udyret. Kunsten å lede kunstorganisasjonen* [Norges handelshøyskole]. Bergen.
- Wikström, P. (2020). *The music industry : music in the cloud* (Third edition. utg.). Polity.
- Wyatt, D. & Trevena, B. (2021). Governing creative industries in the post-normative cultural condition. *International journal of cultural policy : CP*, 27(6), 782-795. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1849167>
- Aagedal, O., Egeland, H. & Villa, M. (2009). *Lokalt kulturliv i endring*. Norsk kulturråd.
- Ågotnes, H.-J. (2008). Cultural Studies in a Changing World. "Kulturvitenskap" in Bergen in its Social and Intellectual Contexts. *Studia ethnologica Croatica*, 20(20), 223-243.
- Aase, T. H. & Fossåskaret, E. (2014). *Skapte virkeligheter : om produksjon og tolkning av kvalitative data* (2. utg. utg.). Universitetsforl.



Mentoring, nettverk og samlokalisering: Offentlige strategier for verdiskaping i kulturnæringene

Informasjon om deltakelse i forskningsprosjekt

I samarbeid med Vekst i Grenland gjennomfører Telemarksforsking det treårige forskningsprosjektet *Mentoring, nettverk og samlokalisering. Offentlige strategier for verdiskaping i kulturnæringene*. Formålet med forskningsprosjektet er å utvikle kunnskapsbaserte modeller og verktøy som vil sette det offentlige virkemiddelapparatet bedre i stand til å møte kulturbedrifters utviklingsbehov og bidra til verdiskaping i regionale kulturnæring, og på den måten styrke regioners evne til utvikling og omstilling.

I den forbindelse ønsker vi å gjennomføre kvalitative forskningsintervjuer med informanter som har ulike roller og erfaringer på dette området, f.eks. personer som driver kulturbedrift, personer som har erfaring som mentorer for kulturbedrifter, personer som representerer ulike nivåer av det offentlig virkemiddelapparatet, politikere m.fl.

Forskningsprosjektet er finansiert av det regionale forskningsfondet [Oslofjordfondet](#), og vil pågå fra februar 2017 til desember 2019.

Dine erfaringer er verdifulle for at vi skal kunne bidra til å gjøre det offentlige best mulig rustet for å utvikle virkemidler og tiltak som er skreddersydd for kulturnæringene, og vi setter stor pris på din deltakelse!

Vi understreker følgende forhold:

- Det er frivillig å delta.
- Alle personopplysninger vil behandles konfidensielt, og forskerne som deltar i arbeidet med evalueringen har taushetsplikt.
- De innsamlede opplysningene skal bare brukes i samsvar med formålet for prosjektet.
- Det skal utarbeides en skriftlig veileder som vil være offentlig tilgjengelig, og forskningsartikler som vil publiseres i vitenskapelige tidsskrifter.
- Prosjektet skal avsluttes i løpet av desember 2019. Etter dette vil personidentifiserbare data bli slettet.
- Prosjektet følger forskningsetiske retningslinjer, og er innmeldt til Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste (NSD).

På forhånd tusen takk for at du tar deg tid til å delta!

Vennlig hilsen

Heidi Stavrum
Prosjektleder/Forsker I, Telemarksforsking

Kontaktinformasjon

Prosjektledelsen ivaretas av Telemarksforsking:
v/ Heidi Stavrum, e-post: stavrum@tmforsk.no, tlf: 99250524, nettside: www.telemarksforsking.no

Vekst i Grenland IKS er prosjekteier:
v/ Hanne Gro Haugland, daglig leder, e-post gro@vig.no, tlf: 97977856, nettside: www.vig.no

Vedlegg 2: Intervjuguider

Intervjuguide kulturbedrift/kreativ:

Bakgrunn

- Kan du først fortelle litt om deg selv og din egen bakgrunn?
- Hva er det du jobber med nå?
- Alder? Utdanning (retning, nivå)? Yrkeskarriere? Familiesituasjon?
- Hva var motivasjonene dine for å velge denne utdannelsen og/eller begynne med denne virksomheten?
- Når startet du din profesjonelle kunst-/kultur-karriere?
- Har du flere jobber, jobber du med andre ting ved siden av kultur/kunstvirksomheten, eller driver du med det på fulltid?
- Hvordan er det å jobbe som kunstner/kulturbedrift her på dette stedet (i byen, regionen)? Bor du her?

Konkret om arbeidshverdagen

- Hva er det første du gjør når du kommer hit/på arbeidsplassen?
- Hvordan arbeider du? Står du, sitter du?
- Er du her hele dagen? Pauser? Hvor med hvem?
- Hvem har du kontakt med i løpet av dagen? Hva får du ut av det?

Tidsbruk og økonomi

- Kan du leve av denne virksomheten? Inntektsnivå?
- Hva kommer inntektene dine fra? (Markedet, stipend, andre off. tilskudd, lønn, honorar, oppdrag, andre jobber eller andre inntekter?)
- Ønsker du helst at inntektene kommer fra andre kilder enn i dag? Ev. hvorfor?
- Hvem er dine kunder? (Turister? Reiselivet?) (Kaller du dem kunder? Eller bruker du andre ord om dem?)
- Er det viktig for deg å gjøre økonomisk (kommersiell) suksess? (Hva legger du i ordet kommersiell?)
- Hvordan opplever du din økonomi? God/dårlig?
- Har det vært nødvendig for deg å forsake økonomiske levekår for å kunne fortsette med denne virksomheten?
 - Ev.: Er det noe du må forsaker pga. yrkesvalget? Hva?
 - Eksempel? Familiesituasjon/barn, ferieturer, klær, fritidsutstyr, eie vs. leie osv.
 - Opplevs det som en forsakelse?
- Hvordan ser du for deg at økonomien din vil være framover (f.eks. de neste 10 årene?)
- Hva kommer i så fall til å endre seg?
- Bekymrer du deg for økonomien?
- Kan du anslå hvor mye tid pr. uke du bruker på denne virksomheten?
- Har du andre jobber i tillegg, eller har du hatt det tidligere? Hva dreier i så fall dette seg om?
- Har du en pensjonsavtale? (Forsikringsavtale ved ulykke, uførhet eller død? Hvis ikke, hvorfor ikke?)

Samlokalisert arbeidsplass

- Hvordan kom du i kontakt med dette arbeidsfellesskapet?
- Hva var motivasjonene dine for å bli en del av det?
- Hvordan fungerer dette i det daglige?
- Hva er det beste ved å holde til her?

- Er det noen ulemper ved det?
- Er det noe som kunne vært forbedret?
- Ville du anbefale andre å bli en del av dette, evt. lignende fellesskap? Hvem passer dette for?
- Har det kommet konkrete oppdrag/prosjekter/jobber/samarbeid/spin offs ut av å holde til her?
- Hvordan vurderer du arbeidet til de som organiserer/leder/har initiert fellesskapet?

Nettverk

- Samarbeider du med noen om arbeidet ditt? Hvem? Noen i området? Hvordan foregår samarbeidet? Hvilken betydning har samarbeidet? Ev. manglende/savnet samarbeid?
- Bevisst nettverksbygging? Hvordan går fram? Hva er målet? Nyttet?

Mentorprogram/-ordning/-støtte

- Hvordan fikk du høre om mentorprogrammet/-ordningen/-støttemuligheten?
- Hva var det som gjorde at du besluttet deg for å delta/benyttede deg av tilbudet? Hva var motivasjonen din? Hva ønsket du å oppnå med det?
- Kan du fortelle om prosessen og hva som har skjedd i løpet av den perioden dette har pågått?
- Hvordan har det fungert med mentor? Og hvordan har det foregått rent praktisk?
- Har du deltatt på andre aktiviteter som del av dette? Hvordan har det foregått, hva har det bestått i? Hvordan har det vært? Utbytte av dette?
- Har du fått noe utbytte av dette? Hva består det i?
- Er dette noe du ville fått/kunne tilegnet deg på egenhånd – uten dette programmet/ordningen/tilbudet?
- Hva har vært det beste ved dette?
- Er det noe som ikke har vært så bra?
- Er det noe du, nå som du har vært med på dette, kunne tenkt at burde vært lagt opp annerledes?
- Ville du anbefalt andre å delta?
- Hvilke typer bedrifter/kunstnere passer dette best for?

Selvforståelse

- Hva legger du vekt på når du presenterer deg (for oppdragsgivere, i markedet etc.)?
- Har du en «forretningssidé»?
- Oppfatter du deg selv som kunstner eller utøver av et kunstnerisk yrke? Håndverker?
- Oppfatter du deg som entreprenør?
- Det brukes forskjellige ord og begreper om det å drive næring på kulturfeltet, og det er ulike måter å forstå dette på. Hvordan tenker du om kultur og næring?
- Driver du kulturnæring? Eller opplevelsesnæring? Eller kreativ næring?
- Oppfatter du deg som en del av reiselivet?
- Hva kjennetegner kulturnæringenes (eller de kreative næringenes) behov, slik du ser det? Generelt, og på dette stedet/i denne byen/regionen spesielt?
- Har kulturnæringene noen særtrekk som man må ta hensyn til, eller bør de behandles som annet næringsliv?
- Hvilke mål og ambisjoner mener du man bør ha for kulturnæringene?
- Hva må til for at kreative næringer skal utvikle seg bra?

Virkemiddelapparatet

- Har du vært i kontakt med andre deler av offentlig virkemiddelapparat tidligere eller nå (Innovasjon Norge, etablererkontor, kulturavdeling i kommunen, næringssselskap mm)?

- Hvilke erfaringer har du fra dette?
- Hvordan skiller mentorordningen/samlokaliseringstiltaket som du har deltatt i seg fra de andre etablerte virkemidlene?
- Er det noe du får tilgang til via det du har deltatt i/deltar i nå (mentor/arbeidsfellesskap) som du ikke får andre steder i virkemiddelapparatet? Hva er det?

Nettverk

- Kan du beskrive hvilke formelle og uformelle nettverk du og din bedrift er en del av?
- Hvordan har du skaffet deg disse nettverkene?
- Er det bestemte personer eller instanser som har vært døråpner for deg, som har gitt deg innpass, koblet deg med andre?
- I hvilken grad gir disse nettverkene uttelling for deg? Samarbeid? Videre kontakter?inntekt?
- Er det noen nettverksforbindelser du mangler, skulle ønske du hadde?
- Jobber du aktivt med å utvide og pleie nettverk?
- Samhandler du med lokalt næringsliv?
- Er andre næringer eller sektorer viktig for din virksomhet, og er din virksomhet viktig for noen andre næringer eller sektorer?
- Samhandler du med reiselivet? Påvirker reiselivsutviklingen din bedrift?

Fremtiden

- Hvilke mål og planer har du for virksomheten framover?
- Hva gjør du om ti år, tror du?
- Hvordan ser du for deg at økonomien din vil være framover (f.eks. de neste 10 årene?)
- Hva må til for å klare å komme dit?
- Hvis du skal trekke fram en ting/tiltak som politikere/det offentlige kunne gjøre for å bedre vilkårene for å drive med det du gjør – hva ville du sagt da?

Intervjuguide offentlig forvaltning, virkemiddelapparat og politikere:

Bakgrunn

- Kan du/dere først fortelle litt om deg selv og din egen bakgrunn?
- Utdanning? Yrkesbakgrunn?
- Hva slags jobb/rolle har du nå?
- Hvor lenge har du hatt den funksjonen du har nå?

Arbeid med kulturnæring i regionen

- Hvordan jobbes det i byen/regionen med kulturnæring, kultur og næring på bred basis? Hvem og hvilke nivåer er involvert?
- Jobbes det med kulturnæring på plannivå?
- Er det satt konkrete mål for kulturnæringene lokalt, regionalt?
- Har du kjennskap til konkrete tiltak og ordninger her i regionen som har som formål å styrke kulturnæring, opplevelsesnæring? Kan du evt. fortelle litt om de tiltakene du kjenner til?

Kulturnæringens kjennetegn, metoder og virkemidler

- Det brukes forskjellige ord og begreper om det å drive næring i kulturfeltet, og det er ulike måter å forstå dette på. Hvordan tenker du rundt begrepene kultur og næring – (f.eks slik dette benyttes i kulturpolitikken, i ulike tiltak?)
- Hva kjennetegner kulturnæringenes behov, slik du ser det?
- Har kulturnæringene noen særtrekk som man må ta hensyn til, eller bør de behandles som annet næringsliv?
- Hvilke mål og ambisjoner mener du man bør ha for kulturnæringene?
- Hvilke organisasjonsformer, samarbeidsformer og arbeidsmetoder er hensiktsmessige i dette arbeidet?
- Har kulturnæringene her i byen/regionen noen bestemte regionale særtrekk? Og har evt. regionale kjennetegn noe å si for hvordan det jobbes mot denne næringen akkurat her hos dere? Eller behandles de som annet næringsliv?
- Kjenner du til hvordan det jobbes i andre regioner/byer for å stimulere kulturnæring? Hvis du ser på hva som finnes av stimulerings tiltak for kulturnæringene; hvilke styrker og svakheter har de ulike?
- Hvilke typer virkemidler er du tilhenger av når det gjelder kulturnæring? Hvorfor?

Arbeid med kulturnæring på nasjonalt nivå – strategier og virkemidler

- Hvordan vurderer du innholdet i den nasjonale politikken på områder som kulturnæring, kunstpolitikk og næringspolitikk? (Kreativt Norge, ønsket om mer entreprenørskap, mer internasjonalisering etc.)
- Hvordan ser du på forholdet mellom den nasjonale og den regionale politikken?
- Hvordan ser du på forholdet mellom disse nasjonale, overordnede politiske strategiene og hvordan man jobber i praksis (lokalt/regional) på disse områdene?
- Hvordan ser den nasjonale politikken ut fra ditt ståsted i en type virkemiddelapparat/som representant for et politisk nivå?
- Hvilke roller skal og bør det offentlige (på ulike nivåer) ha i dette arbeidet? (Hva bør for eksempel være Kulturrådets/kulturdepartementets rolle vs. Innovasjon Norge og andre næringsaktørers rolle?)

- Hva kan ulike tiltak løse og hva kan de ikke løse? (Er det for eksempel noen utfordringer i kulturnæringsfeltet som det *ikke* er et offentlig ansvar å løse?)
- Det har tradisjonelt vært forholdsvis lite samarbeid og erfaringsutveksling mellom ulike politiske nivå, instanser og regioner om hvordan man best kan jobbe for å styrke kulturnæringene. Hva tenker du om dette?
- Hva er ditt syn på innholdet og de politiske målsettingene som ligger til grunn for etableringen av Kreativt Norge? Uavhengig av lokaliseringen - støtter du etableringen av dette kontoret? Hva bør kontoret vektlegge, hvordan bør arbeidet innrettes?
- Er det behov for dette tiltaket? Er det evt. noe annet man heller burde satset på?
- Hvordan tenker du at arbeidsfordelingen mellom Kreativt Norge, Innovasjon Norge, Kulturrådet, etablererkontorene, fylkeskommunene og kommunene (og kanskje også andre?) bør være i tida framover?

Hvis aktuelt: Vurdering av konkrete tiltak og ordninger på stedet

- Har du kjennskap til tiltak og ordninger her i regionen som har som formål å styrke kulturnæring, opplevelsesnæring? Kan du fortelle litt om hva som gjøres?
- Hvem er det som står bak dette arbeidet?
- Hvordan kom tiltaket/tiltakene i stand? Hvem tok initiativet?
- Hvordan blir det finansiert? Hvem har eierskapet?
- Hva er det offentliges rolle i tiltaket?
- Hvor og hvordan er tiltaket forankret? Overordnede strategier, politiske vedtak...?
- I hvilken grad er dette tiltaket/disse tiltakene en del av reiselivet?

Formål og målgrupper

- Hva er målene med tiltaket/tiltakene?
- Hvem er målgruppene? Hvem er typisk nok ikke i målgruppene?

Innhold og form

- Hva består tiltaket av?
- Hvordan gjennomføres det i praksis?
- Hvem er involvert?
- Hvordan er dette organisert og ledet?
- Er tiltaket endret siden oppstarten?
- Hvordan markedsføres tiltaket?
- Er det planer for tiltaket framover? Skal noe endres?
- Hva kan dette tiltaket løse og hva kan det ikke løse?
- Er det andre tiltak, ordninger eller stimuli som er ment å virke sammen med dette tiltaket?
- Hvordan skiller dette tiltaket seg fra andre måter å stimulere kulturnæring på?
- Har du/dere tenkt på andre måter å jobbe på?

Framtida

- Hvilke ambisjoner har du for kulturnæringene framover?
- Hvor ønsker du at dere skal være om 10 år?

Intervjuguide ledelse/administrasjon i stimulerings tiltakene:

Bakgrunn

- Kan du først fortelle litt om deg selv og din egen bakgrunn?
- Utdanning? Yrkesbakgrunn?
- Hva slags jobb/rolle har du nå?
- Hvor lenge har du hatt den funksjonen du har nå?

Arbeidshverdagen

- Hva består din arbeidshverdag i?
- Hvem har du kontakt med i løpet av en arbeidsdag? (Skal komme nærmere inn på dette!)
 - Her på huset og ellers? Lokalt, regionalt, nasjonalt nivå.

Bakgrunn for tiltaket

- Kan du fortelle litt om bakgrunnen for at dette tiltaket ble etablert?
- Hvordan kom tiltaket i stand? Hvem tok initiativet?
- Hvordan blir det finansiert? Hvem har eierskapet?
- Hva er det offentliges rolle i tiltaket?
- Hvor og hvordan er tiltaket forankret? Overordnede strategier, politiske vedtak...?

Formål og målgrupper

- Hva er målene med tiltaket?
- Hvem er målgruppene for tiltaket?
- Hvem vil typisk nok ikke være i målgruppa?

Innhold og form

- Hva består tiltaket av?
- Hvordan gjennomføres det i praksis?
- Hvem er involvert?
- Hvordan er dette organisert og ledet?
- Er tiltaket endret siden oppstarten?
- Hvordan markedsføres tiltaket?
- Er det planer for tiltaket framover? Skal noe endres?
- Hva kan dette tiltaket løse og hva kan det ikke løse?
- Dilemmaer? utfordringer? Hvor er det skoen trykker for kulturnæringene i regionen?
- Er det andre tiltak, ordninger eller stimuli som er ment å virke sammen med dette tiltaket?
- Hvordan skiller dette tiltaket seg fra andre måter å stimulere kulturnæring på?
- Har du/dere tenkt på andre måter å jobbe på?
- I hvilken grad forholder dette tiltaket seg til reiselivet?

Om metoder og virkemidler for å styrke kulturnæring

- Hvem samarbeider du/dere med?
 - Hvilke typer aktører?
 - Formell/uformell kontakt?
 - Hvilken nytte har det?
- Hvordan jobber dere for å styrke [stimuleringstiltaket] overfor de ulike aktørene?
- Hvordan presenterer du [stimuleringstiltaket] til ulike aktører? Hva vektlegger du ev. ulikt?
- Jobber du opp mot politikere (lokalt og nasjonalt, på ulike politikkområder?
- Finansiering?
- Virkemiddelapparatet? Hvem? Hvordan?

Jobbes det i regionen med utvikling av kreative næringer på bred basis?

- Hvordan?
- (Hvordan) samspiller ulike aktører/nivåer for å styrke kulturnæringene?
- Har du noen formening om hvordan ulike politikkområder samspiller? (Næring, kultur, frivillig/helse osv.)
- Hva er etter din oppfatning mandatet til Innovasjon Norge når det gjelder kulturnæringer? Hva med Kreativt Norge? Hvilken rolle og betydning spiller slike institusjoner og satsinger?
- Kjenner du til arbeidet på dette området i andre regioner?
 - Hva skiller det fra arbeidet i denne regionen?

Framtida

- Hvilke ambisjoner har du for dette tiltaket framover?
- Hvor ønsker du at dere skal være om 10 år?

Heidi Stavrum
Telemarksforskning-Bø
Postboks 4
3833 BØ I TELEMARK

Vår dato: 07.03.2017

Vår ref: 53179 / 3 / AH

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 21.02.2017. Meldingen gjelder prosjektet:

53179	<i>Mentoring, nettverk og samlokalisering. Offentlige strategier for verdiskaping i kulturnæringene.</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Telemarksforskning-Bø, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Heidi Stavrum</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 31.12.2019, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Kjersti Haugstvedt

Åsne Halskau

Kontaktperson: Åsne Halskau tlf: 55 58 21 88

Vedlegg: Prosjektvurdering

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.



Prosjektets formål er å utvikle kunnskapsbaserte modeller og verktøy som vil sette det offentlige virkemiddelapparatet bedre i stand til å møte kulturbedrifters utviklingsbehov og bidra til verdiskaping i regionale kulturnæringer, og på den måten styrke regioners evne til utvikling og omstilling.

Utvalget består av ansatte/brukere/ledere/andre med tilknytning til de offentlige tiltakene som er gjenstand for casestudier i prosjektet.

Det oppgis i meldeskjemaet at data skal innhentes ved personlig intervju, gruppeintervju observasjon og deltakende observasjon. Det går ikke frem av meldeskjemaet eller vedlagt informasjonsskriv hvilke opplysninger som innhentes gjennom andre metoder enn intervju. Vi legger derfor til grunn at det kun er i intervjuene det registreres personopplysninger, og at innhenting av data i de øvrige metodene gjøres anonymt. Hvis det blir aktuelt å samle inn personopplysninger via andre metoder, må utfyllende informasjon sendes til personvernombudet@nsd.no.

Utvalget informeres skriftlig om prosjektet og samtykker til deltakelse. Informasjonsskrivet er godt utformet.

I meldeskjemaet er det krysset av for at det skal publiseres personopplysninger i artikler/publikasjoner. Det framgår ikke av informasjonsskrivet at personopplysninger skal publiseres. Personvernombudet forstår det slik at det ikke er helt avklart hvorvidt det vil være aktuelt å publisere indirekte/direkte personidentifiserende opplysninger om noen av informantene. Prosjektleder bes vurdere dette fortløpende i prosjektet og vi gjør rutinemessig oppmerksom på at dersom personopplysninger skal publiseres må det innhentes et eksplisitt samtykke til dette.

Personvernombudet legger til grunn at forsker etterfølger Telemarksforskning-Bø sine interne rutiner for datasikkerhet.

Forventet prosjektslutt er 31.12.2019, jf. informasjonsskriv. Ifølge prosjektmeldingen skal innsamlede opplysninger da anonymiseres.

Anonymisering innebærer å bearbeide datamaterialet slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes. Det gjøres ved å:

- slette direkte personopplysninger (som navn/koblingsnøkkel)
- slette/omskrive indirekte personopplysninger (identifiserende sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. bosted/arbeidssted, alder og kjønn)
- slette digitale lyd-/bilde- og videoopptak

Vedlegg 4: Endrings skjema NSD, ph.d.-prosjekt

Endrings skjema

for endringer i forsknings- og studentprosjekt som medfører meldeplikt eller konsesjonsplikt

(jf. personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter)

Endrings skjema sendes per e-post til: personvernombudet@nsd.no

1. PROSJEKT	
Navn på daglig ansvarlig: Heidi Stavrum	Prosjektnummer: 53179
Evt. navn på student:	

2. BESKRIV ENDRING(ENE)	
Endring av daglig ansvarlig/veileder:	<i>Ved bytte av daglig ansvarlig må bekreftelse fra tidligere og ny daglig ansvarlig vedlegges. Dersom vedkommende har sluttet ved institusjonen, må bekreftelse fra representant på minimum instituttnivå vedlegges.</i>
Endring av dato for anonymisering av datamaterialet: 01.07.2021, se for øvrig under «Annet».	<i>Ved forlengelse på mer enn ett år utover det deltakerne er informert om, skal det fortrinnsvis gis ny informasjon til deltakerne.</i>
Gis det ny informasjon til utvalget? Ja: ____ Nei: _x_ Hvis nei, begrunn: Endringen innebærer ikke endringer i informantutvalg, metoder eller formidlingsmåter. Se for øvrig under «Annet».	
Endring av metode(r):	<i>Angi hvilke nye metoder som skal benyttes, f.eks. intervju, spørreskjema, observasjon, registerdata, osv.</i>
Endring av utvalg:	<i>Dersom det er snakk om små endringer i antall deltakere er endringsmelding som regel ikke nødvendig. Ta kontakt på telefon før du sender inn skjema dersom du er i tvil.</i>

<p>Annet:</p> <p>Endringen består i at forsker Åsne Dahl Haugsevje, som har vært involvert i prosjektet fra begynnelsen av, vil gjennomføre et phd-prosjekt som del av dette prosjektet. Det vil ikke gjøres endringer med hensyn til informantutvalg eller metoder, men tre av de vitenskapelige artiklene som var planlagt gjennomført i dette prosjektet, vil inngå i Haugsevjes artikkelbaserte doktorgrad. I informasjonsskrivet som vi formidler til alle informanter, fremgår det at prosjektet skal munne ut i forskningsartikler i vitenskapelige tidsskrifter. Vi tolker det derfor slik at vi ikke behøver å utforme nytt informasjonsskriv eller informere informantene på nytt.</p> <p>Mål og problemstillinger i Haugsevjes phd-prosjekt ligger tett opp til det innmeldte prosjektets mål og problemstillinger, men er noe annerledes og mer akademisk formulert:</p> <p>Overordnet mål er, med ulike analytiske perspektiver, å nyansere og komplettere eksisterende kunnskap om kulturnæringer i Norge i dag.</p> <p>Problemstillinger:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hvordan artikuleres fenomenet kulturnæring i norsk politikk og forvaltning, og hva sier denne retorikken om hvordan synet på kulturnæringslivet har utviklet seg i Norge? 2. Hvordan kan ulike analytiske perspektiver nyansere kunnskapen om kulturbedrifters selvforståelser, motivasjoner, ambisjoner og legitimeringer, og hvilke rom som eventuelt skapes for disse i diskursen om kulturnæring? 3. Hvilke former for lederskap er det behov for i det nye kulturnæringslivet, og hvordan skiller disse seg eventuelt fra mer tradisjonelle former for kulturelt lederskap? 4. Hvilken plass har kulturpolitikkforskning hatt i kulturvitenskapen, og hvordan kan kulturvitenskapelige perspektiver bidra til å utvikle forskningen om kulturnæringspolitikk? 	
---	--

3. TILLEGGSOPPLYSNINGER

--

4. ANTALL VEDLEGG

	<p><i>Legg ved eventuelle nye vedlegg (informasjonsskriv, intervjuguide, spørreskjema, tillatelser, og liknende.)</i></p>
--	---

Endrings skjema

for endringer i forsknings- og studentprosjekt som medfører meldeplikt eller konsesjonsplikt

(jf. personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter)

Endrings skjema sendes per e-post til: personvernombudet@nsd.no

1. PROSJEKT	
Navn på daglig ansvarlig: Heidi Stavrum	Prosjektnummer: 53179
Evt. navn på student:	

2. BESKRIV ENDRING(ENE)	
Endring av daglig ansvarlig/veileder: Heidi Stavrum slutter i stillingen som seniorforsker ved Telemarksforskning 31.07.18. Fra 01.08.18 tar seniorforsker Mari Torvik Heian over som ny daglig ansvarlig for prosjektet. Behandlingsansvarlig for prosjektet er den samme som før, Telemarksforskning-Bø.	<i>Ved bytte av daglig ansvarlig må bekreftelse fra tidligere og ny daglig ansvarlig vedlegges. Dersom vedkommende har sluttet ved institusjonen, må bekreftelse fra representant på minimum instituttnivå vedlegges.</i>
Endring av dato for anonymisering av datamaterialet:	<i>Ved forlengelse på mer enn ett år utover det deltakerne er informert om, skal det fortrinnsvis gis ny informasjon til deltakerne.</i>
Gis det ny informasjon til utvalget? Ja: ____ Nei: _x_ Hvis nei, begrunn: Endringen av daglig ansvarlig innebærer ikke endringer i behandling av personopplysninger, informantutvalg, metoder eller formidlingsmåter i prosjektet.	
Endring av metode(r):	<i>Angi hvilke nye metoder som skal benyttes, f.eks. intervju, spørreskjema, observasjon, registerdata, osv.</i>
Endring av utvalg:	<i>Dersom det er snakk om små endringer i antall deltakere er endringsmelding som regel ikke nødvendig. Ta kontakt på telefon før du sender inn skjema dersom du er i tvil.</i>
Annet:	

3. TILLEGGSOPPLYSNINGER
Kontaktinformasjon til ny daglig ansvarlig er: Mari Torvik Heian, epost: heian@tmforsk.no , telefon: 41546241. Heian er PhD i sosiologi og seniorforsker ved Telemarksforskning.

4. ANTALL VEDLEGG
<i>Legg ved eventuelle nye vedlegg (informasjonsskriv, intervjuguide, spørreskjema, tillatelser, og liknende.)</i>

Vedlegg 6: Godkjenning NSD, forlengelse**NSD** NORSK SENTER FOR FORSKNINGSDATA

Vurdering

Referansenummer

136697

Prosjektittel

Kreativ næring i regionale kontekster i Norge

Behandlingsansvarlig institusjon

Telemarksforskning

Prosjektansvarlig (vitenskapelig ansatt/veileder eller stipendiat)

Åsne Dahl Haugsevje, haugsevje@tmforsk.no, tlf: 98021120

Type prosjekt

Forskerprosjekt

Prosjektperiode

01.03.2017 - 01.10.2022

Vurdering (1)**20.10.2021 - Vurdert****BAKGRUNN**

Behandlingen av personopplysninger ble opprinnelig meldt inn til NSD 21.02.2017 (NSD sin ref: 53179) og vurdert under personopplysningsloven som var gjeldende på det tidspunktet. Det opprinnelige prosjektet er avsluttet, men videreføres i et phd-arbeid.

13.10.2021 meldte prosjektleder inn en endring av prosjektet. Endringen gjelder det resterende phd-prosjektet, som skal utvide prosjektperioden.

Det er vår vurdering at behandlingen/hele prosjektet vil være i samsvar med den gjeldende personvernlovgivningen, så fremt den gjennomføres i tråd med det som er dokumentert i meldeskjemaet 20.10.2021 med vedlegg, samt i meldingsdialogen mellom innmelder og NSD. Behandlingen kan fortsette.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til 01.08.2022. Data med personopplysninger oppbevares til 01.10.2022. Opprinnelig prosjektslutt var 01.07.2021.

LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet har innhentet samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger.

Vår vurdering er at prosjektet la opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det var en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake. Samtykket vurderes som gyldig også etter gjeldende personvernregelverk.

Lovlig grunnlag for behandlingen er den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

PERSONVERNPRINSIPPER

NSD vurderer at behandlingen av personopplysninger følger prinsippene i personvernforordningen om:

- lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte har fått tilfredsstillende informasjon og har samtykket til behandlingen
- formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger er samlet inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke viderebehandles til nye uforenlige formål
- dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet
- lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lengre enn nødvendig for å oppfylle formålet

DE REGISTRERTES RETTIGHETER

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18) og dataportabilitet (art. 20).

NSD vurderer at informasjonen som de registrerte mottok var tilstrekkelig/godt utformet under personopplysningsloven som var gjeldende på det tidspunktet.

Det vurderes at informasjonen også er tilstrekkelig for å innhente et informert samtykke og oppfylle informasjonsplikten etter nytt personvernregelverk. Informasjonen oppfyller krav til form, jf. personvernforordningen art. 12.1, og mangler kun informasjon om nye rettigheter og kontaktopplysninger til institusjonens personvernombud for å oppfylle alle krav til innhold, jf. art. 13.

Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1. f) og sikkerhet (art. 32).

NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene til behandling av personopplysninger utenfor EU (personvernforordningen kapittel 5).

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og eventuelt rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til NSD ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde: <https://www.nsd.no/personverntjenester/fylle-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/melde-endringer-i-meldeskjema>. Du må vente på svar fra NSD før endringen gjennomføres.

OPPFØLGING AV PROSJEKTET

NSD vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet/pågår i tråd med den behandlingen som er dokumentert.

Kontaktperson hos NSD: Silje Fjelberg Opsvik
Lykke til videre med prosjektet!

Artikkel 1

Haugsevje, Å. D., Heian, M. T., Stavrum, H. & Leikvoll, G. K. A. (2020). Begrunnelser for lokal kreativ næring: Instrumentell kulturpolitikk som tilslørende begrep. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 23(2), 86-103.

<https://doi.org/10.18261/issn.2000-8325/2020-02-02>



Begrunnelser for lokal kreativ næring: Instrumentell kulturpolitikk som tilslørende begrep

Rationales of local creative industries: Instrumental cultural policy as a blurring concept

Åsne Dahl Haugsevje

Åsne Dahl Haugsevje er utdannet kulturviter fra Universitetet i Bergen. Hun arbeider som kulturforsker ved Telemarksforskning i Bø, tilknyttet forskergruppen for kulturpolitikk, og er også tilknyttet Universitetet i Sørøst-Norge (USN), der hun arbeider med et ph.d-prosjekt om kreativ næring i Norge. Hun har også forsket på ulike kunst- og kulturbransjer, museumssektoren og kunst og kultur for barn og unge.

haugsevje@tmforsk.no

Mari Torvik Heian

Mari Torvik Heian er sosiolog med ph.d. fra Universitetet i Bergen (2018) med avhandlingen «Kunstnere i Norge. Ulikhet i inntekt, arbeid og holdninger». Hun har vært ansatt som forsker ved Telemarksforskning i Bø siden 2005 og arbeider med kulturpolitiske og kultursosiologiske problemstillinger blant annet knyttet til kunstneres inntekter og arbeidsliv, kjønnsulikhet og kunst og kultur for barn og unge.

heian@tmforsk.no

Heidi Stavrum

Heidi Stavrum er kulturforsker og førsteamanuensis ved Universitetet i Sørøst-Norge (USN) i Bø. Stavrum har ph.d. i kulturvitenskap fra Universitetet i Bergen (2014). Hun har tidligere jobbet som seniorforsker ved Telemarksforskning i Bø, hvor arbeidet men denne artikkelen ble påbegynt. Stavrum har også bred erfaring med forskning på ulike deler av norsk og nordisk kulturliv og kulturpolitikk.

Heidi.Stavrum@usn.no

Gunn Kristin Aasen Leikvoll

Gunn Kristin Aasen Leikvoll har M.Sc. i entreprenørskap og innovasjon fra Norges miljø- og biovitenskapelige universitet NMBU (2013), og har siden 2014 vært ansatt som forsker ved Telemarksforskning i Bø. Der arbeider hun i skjæringsfeltet mellom fagfeltene kulturpolitikk og regional utvikling. Forskningsinteressene hennes er kreativ næring og kulturpolitikk, regionale innovasjonssystemer og samskapning.

leikvoll@tmforsk.no

Sammendrag

Politiske satsinger rettet mot kunst- og kulturbedrifter, såkalt *kreativ næring*, som i løpet av de siste tiårene er initiert i norsk og nordisk kultur- og næringspolitikk, forstås gjerne som et tydelig uttrykk for en økonomisk orientert instrumentalisme. Men kan alle politiske strategier og retorikk som behandler kunst og kultur som næring forstås som et utslag av økonomisk instrumentalisme? Målet med artikkelen er å problematisere etablerte forståelser av instrumentell kulturpolitikk, gjennom å utforske hvordan kreativ næring omtales og begrunnes i kommunal kultursektor og offentlig næringsarbeid. Vi undersøker hvordan fenomenet kreativ næring tematiseres og diskuteres i offentlig kulturarbeid og næringsutviklingsarbeid på lokalt nivå, der en stor del av det politiske og praktiske arbeidet

knyttet til utvikling av kultur- og næringsliv utføres i Norge. Gjennom dokumentstudier av kommunale planer samt kvalitative intervjuer med kulturbyråkrater og næringsutviklere, undersøker vi om det ligger ulike begrunnelser til grunn for å innta et næringsperspektiv i kunst- og kulturpolitikken. I diskusjonen av det empiriske materialet tar vi i bruk ulike analytiske perspektiver på kulturpolitiske begrunnelser og instrumentalisme. Vi argumenterer for at tendensen til å samle alle politiske strategier og all politisk retorikk om kreativ næring i én generell kategori – instrumentell kulturpolitikk – bidrar til en tilsøring av vesentlige nyanser.

Nøkkelord

Instrumentell kulturpolitikk, lokal kulturpolitikk, næringsrettede virkemidler, kreativ næring, kulturpolitiske rasjonaler

Abstract

Policies targeted at developing *creative industries* are often regarded as outcomes of economic instrumentalism. Public measures aimed at creative industries are now an increasing part of the cultural policy in Norway and other Nordic countries. However, are all kinds of political strategies and rhetoric on creative industries per definition always motivated by economic instrumentalism? The goal of the article is to question established understandings of instrumentalism in cultural policy, by examining rationales for supporting creative industries within cultural and business policy on a local level. We explore how the creative industries phenomenon is discussed on a local level, in public policy documents and practice within public art and culture administrations, as well as within public administrations on developing local businesses. By analysing public planning documents on culture policy and business policy, and qualitative interviews with local art and culture bureaucrats and public business developers, we explore whether business perspectives on art and culture are based on different rational motives. When discussing the empirical material we make use of different analytical perspectives on cultural policy rationales and instrumentalism. We argue that the tendency to collect all kinds of political strategies and rhetoric on creative industries in one overall category – instrumental cultural policy – may lead to a blurring of important differences.

Keywords

Instrumental cultural policy, local cultural policy, creative industries, policy instruments, cultural policy rationales

Introduksjon

Ideen om at kunst og kultur kan benyttes som instrument for å oppnå mål på en rekke andre samfunnsområder er ikke ny. Instrumentell kulturpolitikk har således en lang historie (jf. Belfiore 2012: 104; Dahl og Helseth 2006: 40). Parallelt med en økende tendens til å forstå kunst og kultur som middel for økt økonomisk vekst, er det i Norge, som i andre nordiske og europeiske land, utviklet politikk for såkalt *kreativ næring*.¹ Men kan all politikk som behandler kunst og kultur som næring forstås som et utslag av økonomisk instrumentalisme? Målet med denne artikkelen er å utforske hvordan kreativ næring omtales og begrunnes i kommunal kultursektor og offentlig næringsarbeid, og gjennom det utfordre etablerte forståelser av instrumentell kulturpolitikk.

Kulturfeltet består av et mangfold av aktører, både private og offentlige, profesjonelle og amatører, kommersielle og ideelle, store institusjoner og små enkeltpersonforetak. Artikkelen retter fokus mot de private og profesjonelle aktørene, nærmere bestemt de selvsysselede enkeltpersonene eller små private foretakene som utgjør en stor del av de bransjene som i dag ofte omtales som kreativ næring. Mange av disse aktørene er selvsysselede kunstnere, andre driver eller er ansatt i små virksomheter i kultur- eller mediefeltet. Artikkelen undersøker hvordan disse blir oppfattet og behandlet i lokal kultur- og næringspolitikk i Norge.

Politiske satsinger rettet mot kreativ næring, som i løpet av de siste tiårene er initiert i norsk og nordisk kultur- og næringspolitikk, forstås gjerne som et tydelig uttrykk for en

1. I norske politiske dokumenter og forskningsrapporter var tidligere «kulturnæring» og «kulturelle næringer» hyppig brukte betegnelser om det som nå ofte omtales som «kreativ næring». Kreativ næring er en sekkebetegnelse for virksomheter innenfor de følgende kultur- og mediebransjene: bok/litteratur, musikk, film, kunst, museum, dataspill, TV og radio, aviser og magasiner, samt de kreative bransjene design, arkitektur, reklame og event. «Kreativ næring» tilsvarer i stor grad det internasjonalt brukte begrepet «creative industries» (Gran et al. 2015).

økonomisk orientert instrumentalisme. I stortingsmeldingen *Kulturens kraft*, som skisserer overordnede målsettinger for norsk kulturpolitikk, omtales det slik:

Den aukande etterspørselen etter kulturelt innhald og opplevingar representerer eit stort verdiskapingspotensial, både nasjonalt og internasjonalt. Den kulturelle og kreative næringa kan medverke til vekst, sysselsetjing og verdiskaping, og til nyskaping og innovasjon i andre næringar (Meld. St. 8 (2018–2019), s. 62).

I en analyse av politiske dokumenter, planer og forskning om kreativ næring i Norge og dens samfunnsmessige betydning, identifiserer Røyseng (2011: 21) hvordan satsing på slike næringer begrunnes med utgangspunkt i tre forhold: «kulturnæringenes verdiskapingspotensial, kulturnæringenes bidrag til å skape attraktive byer og regioner og kulturnæringenes rolle som modell for andre næringer» (se også Gran 2017). Disse begrunnelsene gir alle uttrykk for en eksplisitt instrumentalisme som står i kontrast til en del andre sentrale kulturpolitiske målformuleringer i norsk og nordisk kulturpolitikk, for eksempel knyttet til det å hegne om kunsten og kulturens egenverdi og autonomi, og å sikre kulturpolitisk inkludering av alle samfunnsgrupper og kulturelle uttrykk (jf. Dubois 2015; Henningsen 2015; Skot-Hansen 1999).

Samfunnsdebatten om forholdet mellom kunst og næringsvirksomhet synes ofte å være polarisert mellom dem som appellerer til økt fokus på kunstneres entreprenørskap og kreativ næring (se Pyykkönen og Stavrum 2018; Røyseng 2016b), og dem som står «på kunstens side» og vil beskytte den fra markedskreftene og kapitalismen. Debatten har en tendens til å kjøre seg fast i dikotomien mellom kunstens egenverdi og kunstens instrumentelle «impact» på andre samfunnsområder (Belfiore 2012: 107).

Samtidig blir det gjort forsøk på å bygge bro mellom ulike ståsteder i den polariserte debatten. I en rapport ble det påpekt at de offentlige virkemidlene i Norge ikke er særlig godt tilpasset kreativ næring:

Med Innovasjon Norges² forståelse av innovasjon som markedsdrevet og lønnsomhetsdrevet og Norges Kulturråds³ forståelse av nyskaping som kunstnerdrevet og ikke lønnsomhetsdrevet, sier det seg selv at virkemidlene er tilpasset to ytterligheter og at kulturnæringene, som bør ha fokus både på kunstnerisk nyskapende og økonomisk lønnsomhet, faller mellom to stoler (Hansen et al. 2010: 85).

I 2017 lanserte regjeringen Solberg en tiltakspakke for kulturell og kreativ næring som skulle «bidra til økt privat engasjement og investering i kultursektoren og legge til rette for bærekraftige kulturbransjer i hele landet».⁴ Satsingen rettet seg mot kunstnere i det frie feltet utenfor det etablerte institusjonsfeltet, og målet var å skape vekst, verdiskaping og arbeidsplasser og styrke kunstneres egeninntekter. Det ble vektlagt at dette skulle være en *samordnet* satsing der både kulturpolitiske og næringspolitiske aktører skulle bidra inn i et helhetlig arbeid. Motsetningene mellom kunstlivet og næringslivet skulle nå begraves: «Sammen med Kulturrådet og Norwegian Arts Abroad skal vi samarbeide om felles mål»,⁵

2. Innovasjon Norge er statens og fylkeskommunenes virkemiddel for å realisere verdiskapende næringsutvikling. Innovasjon Norge tilbyr finansieringstjenester og rådgivnings- og kompetanstjenester til næringsvirksomhet i alle bransjer, og har regionale kontorer over hele landet, <https://www.innovasjonnorge.no/no/om/oppdrag-og-resultater/om-oppdragene/>.
3. Norsk kulturråd er det statlige armlengdesorganet i kultursektoren. Det gir tilskudd til kunst og kultur, skal være pådriver for kunst- og kulturprosjekter, drive utviklingsarbeid og være rådgiver for staten i kulturspørsmål, <https://www.kulturradet.no/om-kulturradet>.
4. «Statsbudsjettet 2017: 70 millioner kroner til kulturell og kreativ næring», <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/70-millioner-kroner-til-kulturell-og-kreativ-naring/id2514480/> (lest 17.04.2019).
5. «Kreativt Norge til Trondheim», <https://www.innovasjonnorge.no/no/om/nyheter/2017/kreativt-norge-etableres-i-teknologihovedstaten-trondheim/> (lest 07.01.2020).

uttalte Innovasjon Norge på sine nettsider. Også Kulturrådet forsøkte i en avis-kronikk å tone ned motsetningene, og appellerte til å anerkjenne kunst og kultur som næring:

Kommersiell ambisjon oppfattes av enkelte som en motsetning til kunstnerisk frihet. Det har Kulturrådet forståelse for. Men vi opplever også en holdningsendring. Vi vet at mange kunstnere ønsker å drive næring, og ikke ser på kunstnerisk integritet og markedsrettet virksomhet som uforenelige størrelser. Det er denne gruppen vår satsing på kulturell og kreativ næring er til for. [...] Dialogen innebærer også å ønske kritiske røster velkommen. Men én diskusjon anser vi altså for tilbakelagt. Kunst og kultur er også næring!⁶

Utsagnene gir tilsynelatende inntrykk av å være omforente, men det er ikke nødvendigvis de samme målene man jobber mot. Det kan ligge ulike instrumentelle tankeganger eller ulike motiver til grunn for å betrakte kultur som næring. Røyseng (2016a) tar til orde for at det også innenfor kulturpolitikkforskningen er behov for en mer nyansert analytisk diskusjon om de instrumentelle aspektene som kulturpolitikkenes mål og tiltak bygger på.

I artikkelen undersøker vi hvordan fenomenet kreativ næring tematiseres og diskuteres i offentlig kulturarbeid og næringsutviklingsarbeid på lokalt nivå, der en stor del av det politiske og praktiske arbeidet knyttet til utvikling av kultur- og næringsliv utføres i Norge. Vi argumenterer for at tendensen til å samle alle politiske strategier og all politisk retorikk om kreativ næring i én generell kategori – instrumentell kulturpolitikk – bidrar til en tilsøring av viktige nyanser. Gjennom å vise at næringsperspektiver på kunst- og kulturbedrifter kan begrunnes ulikt, ønsker vi i tråd med Røyseng å diskutere og nyansere etablerte forståelser av sammenhenger mellom kreativ næring og instrumentell kulturpolitikk, slik disse artikuleres både i kulturpolitikken og i forskningen om kulturpolitikk.

I artikkelen stiller vi følgende spørsmål:

1. Hvordan omtales og begrunnes kreativ næring i kommunal kultursektor og i offentlig næringsarbeid?
2. Kan innsikt i lokale begrunnelser for kreativ næring utfordre etablerte oppfatninger om instrumentell kulturpolitikk?

Spørsmålene besvares gjennom en analyse av et kvalitativt datamateriale om kreativ næring og lokal tilrettelegging for denne i Telemark fylke i Sør-Norge.⁷ Datamaterialet består av kommunale plandokumenter og kvalitative intervjuer med 20 informanter som har ansvar for arbeid med kultur eller næring i et utvalg kommuner i samme fylke, her omtalt som hhv. kulturbyråkrater og næringsutviklere. I analysen av det empiriske materialet tar vi i bruk ulike perspektiver på instrumentell kulturpolitikk (Dubois 2015; Hadley og Gray 2017; Røyseng 2016a; Skot-Hansen 1999; Vestheim 2008). Analysen behandler først hvilke begrunnelser hhv. kommunale kulturadministrasjoner og forvalterne av det næringsrettede virkemiddelapparatet har for å tilrettelegge for kunst- og kulturbedrifter. Deretter diskuterer vi om denne innsikten gir grunnlag for å utfordre etablerte oppfatninger av instrumentell kulturpolitikk for denne næringen. Avslutningsvis tar vi også opp hvilke implikasjoner det har for den kreative næringen at den befinner seg i et vakuum mellom kulturpolitiske og næringspolitiske begrunnelser.

6. «Kultur er også næring», <https://www.adressa.no/meninger/2017/08/18/Kultur-er-ogs%C3%A5-n%C3%A6ring-15163371.ece> (lest 7.1.2020).

7. Etter at datainnsamlingen var avsluttet, ble Telemark, som følge av den norske regionreformen, del av det nye fylket Vestfold og Telemark.

Bakgrunn og kunnskapsstatus

I det følgende gis en gjennomgang av 1) analytiske perspektiver på instrumentalisme og kulturpolitiske begrunnelser, 2) kreativ næring som fenomen og forskningsobjekt og 3) den politiske og forvaltningsmessige organiseringens betydning for kreativ næring som politikkområde.

Kulturpolitiske begrunnelser og perspektiver på instrumentalisme

I forskningslitteraturen om kulturpolitikk kan vi spore to grunnleggende forståelser av instrumentalisme. Den ene betrakter kulturpolitikk som noe som over tid har blitt gradvis mer instrumentell. Den andre betrakter instrumentalisme som et trekk ved all kulturpolitikk, men i ulike varianter.

Den første forståelsesmåten finner vi hos Vincent Dubois (2015). I følge Dubois har europeiske land utviklet kulturpolitiske regimer som gjenspeiler de ulike nasjonenes politiske historie og kulturfelt. Endringer skjer som følge av interaksjon mellom disse to nivåene, det politiske og det kulturelle. På tross av nasjoners ulike politiske og kulturelle bakgrunner, hevder Dubois at vest-europeiske kulturpolitiske regimer grunnleggende sett har vært basert på tre politiske rasjonaler: 1) bevaring av kulturarv, 2) støtte til kulturproduksjon og 3) demokratisering. Disse tre rasjonalene, som Dubois beskriver som «den originale trilogien», har blitt balansert og kombinert på ulike måter. Dessuten har de alltid blitt utfordret av og kombinert med ikke-kulturelle politiske mål, f.eks. økonomiske. Balansen mellom kulturelle og ikke-kulturelle mål har, ifølge Dubois, over tid beveget seg i retning av sistnevnte. Dubois forstår den politiske diskursen om kreativ næring som knyttet til et slikt økonomisk rasjonale. Han hevder videre at dette bidrar til at kulturpolitikk som spesifikt domene erstattes av en politikk som promoterer en kreativ økonomi, der kultur fortsatt inngår, men i en utvannet variant (2015: 462). Også på lokalt nivå, i Norden, er kulturpolitikk analysert i lys av rasjonaler. Dorte Skot-Hansen (1999) har analysert utviklingen av lokal kulturpolitikk som en dreining fra et humanistisk rasjonale, via et sosiologisk og til et instrumentelt rasjonale.

Dubois' og Skot-Hansens systematiseringer av kulturpolitiske rasjonaler på henholdsvis nasjonalt og lokalt nivå er bare delvis overlappende, men har til felles at de argumenterer for at det har skjedd en gradvis dreining mot en økt grad av instrumentalisering i kulturpolitikken. For Dubois handler dette om at de originale kulturpolitiske rasjonalene i økende grad blir utfordret og utvannet av ikke-kulturelle mål, og i særdeleshet økonomiske. Skot-Hansen inkluderer det instrumentelle i modellen som et eget rasjonale i seg selv. Begge presenterer imidlertid det instrumentelle som en bittersøt trussel mot en bærekraftig kulturpolitikk.

Andre forskere bringer inn korrigerende perspektiver på forståelsen av instrumentalisme som noe som har kommet til de siste tiårene. Lianne Gibson (2008: 249) påpeker at «Cultural policy is constitutively instrumental». Geir Vestheim (2008) hevder tilsvarende at all kulturpolitikk er instrumentell, den har bare ulike motiver. Vestheim analyserer ulike typer argumenter for støtte til kunst og kultur, og knytter disse til ulike typer instrumentalisme: 1) støtte den «gode» kunsten i lys av kunstens «indre verdi», som uttrykk for en estetisk og dannende instrumentalisme, 2) støtte kunst og kultur for å skape økonomisk utvikling, som uttrykk for en økonomisk instrumentalisme, 3) støtte kunst og kultur for å skape sosial utvikling og integrasjon, som uttrykk for en sosial instrumentalisme, og 4) støtte kunst og kultur for å bidra til opplysning og samfunnsengasjement, som uttrykk for en politisk mobiliserende instrumentalisme (2008: 57). Parallellene til Dubois' og Skot-Hansens modeller er tydelige, men i Vestheims analyse er altså alle typer kulturpolitiske argumenter betraktet som ulike utgaver av instrumentell kulturpolitikk.

Sigrid Røyseng (2016a) påpeker at ulike instrumentelle motiver eller formål kan analyseres som henholdsvis «myke» og «harde». Humanistiske og estetiske motiver forstås her som myk instrumentalisme, mens motiver om næringsutvikling og økonomisk verdiskaping forstås som hard instrumentalisme. Steven Hadley og Clive Gray (2017) på sin side introduserer et skille mellom instrumentalisme og hyperinstrumentalisme, der det siste etableres gjennom begrunnelser som ikke har noe å gjøre med det kulturelle innholdet. All politikk er instrumentell på den måten at den benytter ulike midler for å oppnå bestemte resultater, ofte ikke-kulturelle resultater, men likevel er det politikkenes kulturelle innhold som fyller politikken med mening. Hyperinstrumentalisme, derimot, er, ifølge Hadley og Gray, utelukkende orientert om resultatene, og kulturpolitikkenes mening ligger kun i disse. I analysen drar vi veksler på de ulike forståelsene av instrumentalisme, fordi de utfyller hverandre og hjelper oss til å se kompleksiteten i instrumentelle motiver.

Kreativ næring som fenomen og forskningsobjekt

Alle kulturpolitiske studier av kreativ næring innebærer et utfordrende analytisk utgangspunkt, i og med at selve fenomenet og begrepet kreativ næring ikke er gjenstand for et omforent innhold eller en endelig definisjon. Begrepet er relativt nytt i kulturfeltet og i kulturpolitikken, og det er til dels også et omstridt begrep, jf. den innledende beskrivelsen av den polariserte debatten om forholdet mellom kunst og næring. Selv om det ligger noen avgrensninger til grunn for politiske ordninger rettet mot kreativ næring i Norge, eksisterer det fortsatt ulike meninger om hvilke bransjer og type virksomheter som bør inngå i den kreative næringen. Det diskuteres også om det å etablere kreativ næring som et eget felt eller politikkområde er av det gode eller ikke for de bransjene og virksomhetene som blir berørt.

Også i forskningen om kreativ næring gjør ulike perspektiver seg gjeldende. En sentral del av kunnskapsutviklingen om kreativ næring har nettopp handlet om å definere, ramme inn og kartlegge hva kreativ næring er og hva den kvantitativt sett består av. Det er produsert en rekke rapporter og analyser av hvilke bransjer som inngår i (ev. burde inngå i) den kreative næringen i ulike land. Flere av disse inneholder kvantitative kartlegginger av hvor mange virksomheter som finnes innenfor kreativ næring, hvor mange som er sysselsatte i næringen og hvilken økonomisk verdi næringen har eller potensielt kan ha (se f.eks. DCMS 1998; DCMS 2018; Gran et al. 2015; Haraldsen et al. 2004; Haraldsen et al. 2008; Malasevska og Ericsson 2019). Denne forskningen inngår til dels i en diskursiv sammenheng der det gjelder å utforske, avdekke og løfte fram næringens potensialer for sysselsetting og økonomisk verdiskaping.

Et mer kritisk kunnskapsperspektiv finner vi i den forskningen som undersøker de meningsbærende sidene ved det å ha sitt levebrød innenfor kreativ næring (Abbing 2002; Campbell 2014; Campbell et al. 2018; Caves 2000; Ellmeier 2003; Mangset og Røyseng 2009; Naudin 2017; Oakley 2014; Røyseng 2011; Scott 2012). Flere har belyst hvordan arbeid i kreative bransjer på den ene siden tilbyr stor frihet og selvstendighet, men på den andre siden også representerer utsatte jobbvirkeligheter med stor økonomisk usikkerhet og svake sosiale rettigheter (Hesmondhalgh og Baker 2010; 2011; Hesmondhalgh 2013; Hesmondhalgh et al. 2015; McRobbie 2016). En del av den eksisterende litteraturen, ikke minst den som er skrevet i en britisk kontekst, stiller seg kritisk til politikk som fremelsker «creative industries», og påpeker at disse arbeidsmarkedene utgjør irregulære og utrygge arbeidsplasser (Hesmondhalgh og Baker 2010; Hesmondhalgh 2013) som preges av eksklusjon og ulikhet (Banks 2017; Friedman et al. 2017; McRobbie 2016; Saha 2018).

I kulturpolitikforskningen kan vi altså se en parallell til den til dels normative polariseringen som i samfunnsdebatten for øvrig, der man forenklet sagt enten er opptatt av kunstens samfunnsøkonomiske impact eller ønsker å beskytte kunsten mot nyliberalistisk utnyttning.

Betydningen av den politiske og forvaltningsmessige organiseringen

Henningsen og Blomgren (2017) har påpekt at norsk og nordisk kulturpolitikk er preget av svake koblinger mellom de ulike forvaltningsnivåene. De beskriver kultursektoren i de nordiske landene som inndelt i to sfærer:

På den ene siden har man den statlige kulturforvaltningen, som i hovedsak retter seg inn mot den profesjonelle kunsten og kulturen og som er orientert mot mål om kvalitet, profesjonalitet og fremme av den kunstneriske friheten. [...] På den andre siden har man den kommunale kulturforvaltningen, som er orientert mot allmenne velferds- og inklusjonsmål og som retter seg mer mot amatørkulturen og folkelige kulturuttrykk (Henningsen og Blomgren 2017: 55-56).

Både den tradisjonelle kunstnerpolitikken og den nyetablerte politikken for kreativ næring, er i hovedsak et statlig anliggende. Den, iallfall tilsynelatende, samordnede nasjonalpolitiske innsatsen rettet mot kreativ næring, har ikke en tydelig parallell på regionalt og lokalt nivå. Noen regioner og kommuner har utformet politikk spesifikt mot kreativ næring, andre slett ikke (Power 2009: 451).

I norsk næringspolitikk forholder det seg annerledes. Her er koblingen mellom de politiske og administrative forvaltningsnivåene sterkere. Det er politisk enighet om at kommunene skal være en drivende kraft for lokal næringsutvikling (Moen 2011). På lokalt og regionalt nivå finnes det også en rekke aktører som arbeider med å utvikle og tilrettelegge for næringslivet i samarbeid med kommunene, for eksempel Innovasjon Norges regionkontorer, inkubatorer med statlig finansiering, destinasjonsselskaper m.fl. Det varierer fra region til region hvilke aktører som er del av dette arbeidet, og hvordan det er organisert (Angell et al. 2015; Vareide et al. 2019).

Ahearne (2009) skiller mellom det han kaller eksplisitt og implisitt kulturpolitikk. Den eksplisitte kulturpolitikken er nominell; det er den vi tenker på som kulturpolitikk og som navngis som det. Den implisitte kulturpolitikken er den som utøves på andre politikkområder, men som får konsekvenser for kulturfeltet. I noen sammenhenger kan implisitt kulturpolitikk være vel så effektiv som kulturpolitikk som den eksplisitte, nominelle kulturpolitikken. Når det gjelder politikk for kreativ næring på lokalt nivå i Norge, er det relevant å betrakte næringspolitikken som en implisitt kulturpolitikk, som kan ha vel så stor betydning som den eksplisitte kulturpolitikken for rammevilkårene til lokal kreativ næring. En analyse av lokale kulturpolitiske begrunnelser for satsing på kreativ næring bør derfor inkludere en analyse av næringspolitikken som implisitt kulturpolitikk.

Metode og empiri

Utgangspunktet for artikkelen er en studie av kreativ næring og lokal tilrettelegging for denne i Telemark fylke, som da empirien ble innhentet bestod av 18 kommuner. Telemark har omtrent 170.000 innbyggere fordelt på to mellomstore byer, Skien og Porsgrunn, i tillegg til flere småbyer, mindre tettsteder og bygder. Regionen er preget av en variert bransjestruktur, men en stor del av sysselsettingen i flere av byene har tradisjonelt vært knyttet til større industribedrifter som de siste årene har vært utsatt for internasjonale konjunktursvingninger. Den kreative næringen i caseregionen består i stor grad av små selskap og enkeltpersonforetak, hvor en stor andel er lokalisert i Porsgrunn og Skien (Roncossek et al. 2018).

Artikkelen baserer seg på dokumentstudier av offentlige planer i Telemark, samt kvalitative intervjuer med 20 informanter med ansvarsområde innenfor kultur eller næring i

samme fylke. Dokumentstudiet favner hovedsakelig om 32 planer: sju kommunedelplaner for kultur, ni næringsplaner (to av disse dekker flere samarbeidende kommuner) samt kommuneplanens samfunnsdel⁸ fra 16 kommuner.⁹ I tillegg har vi gjennomgått noen få noe mer perifere planer, f.eks. en reiselivsplan og en plan som omhandler kulturbygg. De fleste planene var offentlig tilgjengelig på nett. Noen ble innhentet ved at vi tok direkte kontakt med kommunene.

Empirien analyseres på to nivå. Plandokumentene er analysert på et overordnet nivå, med sikte på å avdekke begrunnelser for lokal kultur- eller næringspolitikk generelt, og for politikk målrettet mot kunst- og kulturbedrifter spesielt. Intervjuene med kulturbyråkrater og næringsutviklere analyseres på et mer praksisnært nivå, for å identifisere hvordan arbeidet med å tilrettelegge for kreativ næring foregår.

Alle informantene har posisjoner i offentlig sektor lokalt eller regionalt. Halvparten av informantene omtaler vi som kulturbyråkrater. Disse er ansatt i seks forskjellige kommunale kulturadministrasjoner, med unntak av én person ansatt i fylkeskommunal kulturadministrasjon. Den andre halvparten av informantene omtaler vi som næringsutviklere. Disse er ansatt ved regionalt kontor i Innovasjon Norge, kommunal etat med næring som ansvarsområde, interkommunal etablerertjeneste eller interkommunalt næringsutviklings-selskap.¹⁰ Vi gjorde lydopptak av intervjuene. De ble senere transkribert og analysert i Nvivo.

Intervjuene tok for det første sikte på å avdekke informantenes kjennskap til kreativ nærings generelle kjennetegn og mer spesifikt dens utbredelse og omfang lokalt. Videre har intervjuene hatt til hensikt å undersøke i hvilken grad og hvordan man arbeider systematisk med å tilrettelegge for kreativ næring på lokalt og regionalt nivå, og hva dette arbeidet eventuelt består i. Det kan være problematisk å intervjuer om kreativ næring, fordi det ikke finnes en omforent forståelse av dette begrepet, som er et politisk så vel som et empirisk begrep. Vi har hatt en utforskende tilnærming til innholdet i begrepet, og har hatt som ambisjon å undersøke hva informantene selv legger i det. Vi er samtidig oppmerksomme på at det å introdusere begrepet kreativ næring, til en viss grad kan være førende for samtalen. Informantene ble ikke intervjuet direkte om instrumentell kulturpolitikk. Dette var et analytisk perspektiv som induktivt trådte fram underveis i analysearbeidet, da vi oppdaget at informantene mobiliserte ulike motiver og begrunnelser for arbeid rettet mot kreativ næring.

Analyse

I tråd med problemstilling 1, begynner vi med å analysere lokale kulturplaner og undersøker i hvilken grad de tematiserer kunst- og kulturbedrifter. Vi analyserer videre hvilke begrunnelser som benyttes i planene for eventuell satsing på kunst- og kulturbedrifter eller mer spesifikt kreativ næring, og vi ser dette i lys av hvordan kulturbyråkratene snakker om dette. Deretter følger en analyse av hvordan kunst- og kulturbedrifter, ev. kreativ næring, omtales i lokale næringsplaner og av næringsutviklerne. Til sist diskuterer vi, i tråd med

-
8. Kommuneplanens samfunnsdel er del av kommunens overordnede plan, og skal sette premissene for planer for de ulike sektorene, inkludert kultur og næringsliv.
 9. Analysen av planene skjedde høsten 2019 og våren 2020, i en overgangsperiode hvor to av 18 kommuner i fylket ble slått sammen. En av de 16 analyserte kommuneplanene dekker de to kommunene etter sammenslåing i 2020. Kommuneplan fra en av de andre kommunene mangler i materialet.
 10. Etablerertjenesten tilbyr veiledning og kurs til nye bedrifter. Næringsutviklingselskaper arbeider for å utvikle arbeidsplasser, f.eks. gjennom strategisk prosjektutvikling eller arbeid for å gjøre det attraktivt for store bedrifter å etablere virksomhet i regionen. Enkelte selskaper utfører næringsarbeid for kommuner.

problemstilling 2, hvorvidt innsikt i lokale begrunnelser for kulturarbeid og næringsarbeid generelt, og for arbeid med kreativ næring spesielt, kan utfordre etablerte oppfatninger av instrumentell kulturpolitikk for denne næringen.

Kreativ næring er som nevnt et omstridt begrep, og det varierer i hvilken grad dette blir benyttet i planverk og av informantene. I noen tilfeller brukes begrepet *kulturnæring*. I andre tilfeller, der næringsperspektivet er fraværende eller nedtonet, brukes gjerne *det profesjonelle kunstlivet* eller lignende begreper. Vi har vært interessert i å finne ut i hvilken grad og hvordan de næringsmessige aspektene ved kunst og kulturbedrifter blir omtalt i materialet i vid forstand, og videre hvordan de inkluderes eller ikke inkluderes i det lokale arbeidet.

Kreativ næring i kommunal kulturpolitikk

Vår gjennomgang av planverk i kommunene i caseregionen viser at godt under halvparten av kommunene (sju av 18) har en dedikert kulturplan, og enda færre (fire av 18) har en kulturplan som er oppdatert og gjeldende. Flere kommuner i fylket har tematiske planer for f.eks. frivillighet, barn og unge eller reiseliv, men ingen har en egen plan for kunst- og kulturbedrifter, kultur og næring eller kreativ næring. I de kommunene der det ikke finnes dedikerte planer for kultur generelt eller kreativ næring spesielt, har vi kun samfunnsdelen av den overordnede kommuneplanen å forholde oss til. Enkelte av disse nevner profesjonell kunst eller kulturnæring, men oftest i overordnede og generelle vendinger.

Går vi inn i de foreliggende kulturplanene, finner vi at kunst- og kulturbedrifter får liten oppmerksomhet. Målene for lokal kulturpolitikk handler primært om å bygge opp under et allsidig kulturliv av god kvalitet for alle befolkningsgrupper, og barn og unge er gjerne en prioritert målgruppe i de fleste kulturplaner. En annen målsetting som også er vektlagt i noen planer, er at kommunen skal tilrettelegge for det frivillige kulturlivet. Utover dette vektlegger kulturplanene at kommunen skal bidra til bevaring og formidling av kulturarv, og videreutvikle viktige kulturinstitusjoner, f.eks. kulturhus. Målene som kommer fram i disse planene er klassiske kulturpolitiske mål. Selv om slike målsettinger ikke omtales som instrumentelle i Dubois' og Skot-Hansens modeller, vil vi argumentere for at de er det, men i implisitte og «myke» varianter (jf. Røyseng 2016a).

Som vi har sett at både Dubois og Skot-Hansen poengterer, kan ofte ulike politiske mål kombineres på forskjellige måter og kanskje stå i motsetningsforhold til hverandre. Dette er noe vi finner i flertallet av kulturplanene, der det balanseres mellom kulturpolitikk som noe som er nødvendig *både* fordi kunst og kultur har en egenverdi, og fordi kunst og kultur har positive effekter på andre områder, nærmere bestemt folkehelse, opplevelse av identitet, tilhørighet og fellesskap, integrering, bolyst, stedsutvikling, reiseliv eller arbeidsplasser. Kulturplanene kan altså nær sagt romme alle de former for instrumentelle motiver som Vestheim (2008) også finner i sin analyse. Vektleggingen av disse perspektivene varierer mellom kommunene.

At kunst- og kulturbedrifter eller kreativ næring i liten grad er omtalt i kommunalt planverk, bekreftes også i intervjumaterialet. Kulturbyråkratene vi har intervjuet gir uttrykk for at det jobbes lite strategisk på lokalt nivå med kunst- og kulturbedrifter. En av dem sier:

Vi har ikke hatt klar strategien for det profesjonelle, verken kunstnerisk eller når det gjelder kulturnæring. [...] I [vår kommune] kan man si generelt om de bedriftene at de eksisterer da på tross av, og ikke på grunn av, offentlig support eller offentlig tilrettelegging (Informant 1).

En annen sier: «Hos oss er det mer ad hoc, det er ikke noen strategi, hverken næringsmessig eller i kulturplan. Vi har en kulturplan som ikke er oppdatert. Er den gjeldende, eller er den

ikke gjeldende?» (Informant 2). Og en tredje mener at det ikke er på grunn av kommunal tilrettelegging at det finnes en lokal kulturnæring: «De som har drevet kulturnæring har vel stort sett klart seg selv» (Informant 3).

Våre funn fra Telemark harmonerer med funnene i en landsomfattende survey til alle norske kommuner, der Miland og Kleppe (2019) finner at kulturenhetenes ansvarsområde primært er knyttet til kulturpolitiske kjerneoppgaver som for eksempel frivillighet, idrett, bibliotek, kulturskole m.m., mens kreativ næring i liten grad synes å være et ansvarsområde. 36 % av kommunene oppgir å ha en dedikert kulturplan, mens ingen oppgir å ha noen plan spesifikt for kultur og næring eller kreativ næring. Å ikke ha politikk rettet mot bestemte deler av et felt, for eksempel kulturfeltet eller kreativ næring, er ikke nødvendigvis uten betydning, men kan tvert imot tolkes som kulturpolitisk betydningsfullt (Agøy 2006; Stavrum 2014: 38). Fraværet av politikk for det profesjonelle kunstlivet eller kreativ næring må også sees i sammenheng med at kunstnerpolitikken stort sett har vært et nasjonalt anliggende i Norge (jf. Heian 2018). Samtidig, som vi skal se senere i denne artikkelen, får næringspolitikken, nettopp som en implisitt kulturpolitikk på lokalt nivå, konsekvenser for kreativ næring.

Kulturplanenes tre hovedperspektiver på kunst- og kulturbedrifter

I de tilfellene der kunst- og kulturbedrifter omtales i kulturplanene, er det hovedsakelig på tre måter. For det første betones kunst- og kulturbedrifter som profesjonelle *kulturprodusenter*. Skien kommune, som er den kommunen i caseregionen som i størst grad har utviklet eksplisitte strategier for dette, skriver i sin kulturplan:

Skien kommune har siden 2006 arbeidet målrettet for å bedre arbeidsvilkårene for profesjonelle kunstnere [...] Å sikre et rikt profesjonelt kunst- og kulturliv i Skien medfører å gi kunstnere muligheter til å produsere og formidle sitt virke innenfor gode og forutsigbare rammer. Profesjonell kunst har egenverdi. Tilrettelegging for kunstproduksjon bør for Skien kommune være en målsetning i seg selv.¹¹

Her fremheves det at det å satse på de profesjonelle kunstnerne gjennom å gi dem gode rammer rundt sin virksomhet, har positive konsekvenser for den lokale kunstproduksjonen. Arbeidet begrunnes med at kunsten selv har egenverdi, altså en estetisk og dannende instrumentalisme (jf. Vestheim 2008). At det i kulturplanen benyttes uttrykk som «egenverdi» og «en målsetning i seg selv» kan også forstås som en retorisk manøver (Røyseng 2016a) som søker å sikre legitimitet i kunstfeltet, gjennom å understreke at det er kunsten selv som er målet her, og ikke andre utenforliggende, ikke-kulturelle mål. Dette behovet forsterkes, fordi samme kulturplan nettopp knytter kunst- og kulturbedrifter til måloppnåelse også på andre områder, som vi straks skal se.

Et annet perspektiv på kunst- og kulturbedrifter vektlegger hvilke effekter dette kan ha for omgivelsene gjennom å bidra til å gjøre byen eller stedet til et godt sted å bo, og synlig og attraktiv for omverden som bosted og reisemål, i tråd med en instrumentalisme som er både sosialt og økonomisk fundert (jf. Vestheim 2008). Kulturplanen for Skien slår for eksempel fast at

«Vår region er inne i en omstillingsprosess, hvor det ligger et potensial innen kunnskapsbasert næringsvirksomhet, kulturisme, kreativ byutvikling og samfunnsmessige gevinster basert på kunst og kultur»¹²

11. Kommunedelplan for kultur i Skien 2010–2021, s. 24.

12. Se forrige fotnote, samme sted.

Kommunen ønsker å berede grunnen for at ungdom ønsker å tilbringe voksenlivet sitt i hjembyen gjennom å gi dem kjennskap til de profesjonelle kunstnerne i byen, og profesjonelle musikere nevnes som spesielt viktige for å profilere Skien som musikkby. Nome kommune påpeker i sin kulturplan at «Kultur og kreativ næring er viktige prioriteringsområder for lokal stedsutvikling og attraktivitet».¹³ Og Vinje kommune løfter fram at flere av deres profesjonelle kunst- og kulturutøvere «gjer seg gjeldande både på regionalt og nasjonalt nivå».¹⁴ Dette perspektivet kan altså med Skot-Hansens begreper sies å være dominert av et instrumentelt rasjonale, med vektlegging på synliggjøring av kulturen med mål om å gjøre en by eller et sted attraktivt for turister og potensielt nye innbyggere. I vårt materiale ser vi at der satsing på kunst- og kulturbedrifter begrunnes i mål som ligger utenfor kulturlivet selv, handler det dels om ikke-økonomiske begrunnelser (lokal stolthet, omdømme og stedsidentitet) og dels om økonomiske begrunnelser (kulturturisme og attraktivitet). Vår gjennomgang viser også at de kommunene i caseregionen som ikke har en dedikert kulturplan, men der kunst- og kulturbedrifter omtales som en del av kommuneplanens samfunnsplan, med få unntak behandler dem i tråd med dette perspektivet, altså som grunnlag for attraksjon og steds- og reiselivsutvikling.

Så langt har vi sett at kulturplanene begrunner satsing på kunst- og kulturbedrifter med at det er viktig for å nå mål om mer og bedre kulturproduksjon, og fordi det kan bidra til utvikling av attraktive lokalsamfunn både kulturelt, sosialt og økonomisk. Et tredje perspektiv i kulturplanene betoner kunst- og kulturbedrifter som næringsaktører. Eksempelvis kan vi i den samme kulturplanen fra Skien lese at «Kunstproduksjon og kunstformidling kan også ses som næringsvirksomhet. Det er viktig for Skien å bygge opp kunst- og kulturprosjekter som har et næringspotensial i seg; [...]» og å «gjøre byen til et attraktivt sted for kreative miljøer å etablere seg».¹⁵ Seljord kommune skal på sin side «satse på arbeidsplassar innanfor kulturbaserte næringar» og «stimulere til aktivitet og utvikling» for det profesjonelle kulturlivet. Og kulturplanen understreker at det «skal leggjast til rette for at kunstnarar kan ha sitt virke i kommunen».¹⁶ Siljan kommune ønsker å «Se på hvordan kommunen kan bidra til å imøtekomme kommersielle kulturnæringer»,¹⁷ og Bø kommune ønsker å forbedre rammevilkårene for «kulturentreprenørskap».¹⁸ I dette perspektivet er det altså tydelig at de kulturpolitiske rasjonalene kombineres med, eller utfordres av, ikke-kulturpolitiske mål, nemlig et mål om økonomisk vekst. I Skot-Hansens inndeling ligger dette perspektivet nærmest det hun betegner som instrumentell, markedsbasert, kulturpolitikk. Men i Skot-Hansens modell handler det instrumentelle perspektivet om økonomisk vekst på et samfunnsnivå, og i mindre grad på et individnivå for den enkelte kunstner og kulturarbeider. Perspektivet som vi her identifiserer i kulturplanene vektlegger nettopp økonomisk vekst som kommer aktørene i kreativ næring selv til gode, på individnivå eller på bransjenivå. Her er det ikke potensialene for økte skatteinntekter for kommunen som fremheves som det primære målet, men de enkelte arbeidsplassene og inntektsmulighetene innenfor de kreative bransjene. Dette kan vi forstå som en myk variant av den økonomiske instrumentalismen, eventuelt et perspektiv der et humanistisk rasjonale eller et rasjonale med vekt på støtte til kulturproduksjon kombineres med et økonomisk instrumentelt rasjonale. Kulturplanene foretar med andre ord en mykgjøring av instrumentalismen.

13. Kommunedelplan for kultur, fritid og frivillighet 2019–2027, Nome kommune, s. 20.

14. Kommunedelplan for kultur i Vinje kommune 2012–2021. Del I, Visjon, Verksamhetsområde, Særlege satsingar.

15. Samme sted.

16. Strategisk kulturplan for Seljord kommune, 2010–2013, s. 4–5.

17. Kultur 2014, Siljan kommune, s. 19.

18. Kommunedelplan for kunst og kultur 2015–2027, Bø kommune. Bø kommune er fra 2020 del av nye Midt-Telemark kommune som foreløpig ikke har utarbeidet egen kulturplan.

Vår dekonstruksjon av kulturplanenes begrunnelser for satsing på kunst- og kulturbedrifter tydeliggjør at de kan brukes som både middel og mål, og være forankret i ulike kulturpolitiske og mer økonomiske rasjoner. Samtidig er begrunnelsene ofte blandet sammen, gjerne flere i en og samme setning. Kvaliteten på planene er også forholdsvis variert, og flere definerer få konkrete tiltak. Når det kommer til praktisk kulturforvaltning gir kulturplanene kulturbyråkratene få konkrete redskaper for å ivareta kunst- og kulturbedrifter. I det følgende skal vi se at når det kommer til praktisk kommunalt kulturarbeid er det enkelte mål og begrunnelser som framstår som mer legitime enn andre.

Kulturbyråkratenes perspektiver på kunst- og kulturbedrifter

Fordi det kommunale kulturarbeidet i stor grad handler om å tilrettelegge for et godt kulturtilbud til barn og unge og befolkningen for øvrig, bevare kulturarv, og bygge opp under frivilligheten, rettes oppmerksomheten i liten grad mot det profesjonelle kulturfeltet, slik en kulturbyråkrat påpeker:

Det er sterkt fokus på frivillighet, viktig politikkområde i [kommunen]. Det er en veldig god korps- og korkommune. Vi har vært dårligst på profesjonell kultur, om det er kunst, musikere, skuespillere. Det skjer ofte i kommuner som har fokus på frivillige (Informant 1).

Men det at det profesjonelle kulturlivet har liten plass i det kommunale kulturarbeidet, har ikke bare å gjøre med at det er andre oppgaver som er mer presserende. Det handler også om legitimitet. Skot-Hansens humanistiske rasjonale og Dubois' rasjonale om støtte til kulturproduksjon er tydelig til stede når en kulturbyråkrat sier rett ut at: «Vi jobber ikke med det med utgangspunkt i at det er næring, men vi jobber med det fordi det er kunst og kultur» (Informant 4). «De tjener penger på det, ikke sant», påpeker samme informant, og forklarer med det hvorfor de kommersielle kulturaktørene diskvalifiserer seg for støtte fra kulturenheten.

I den grad kulturarbeidet handler om å støtte direkte opp under profesjonelle og kommersielle aktørers kulturproduksjon, er det gjennom kunstnerstipender, subsidierte arbeidslokaler eller samlokaliseringer. Slike strategier utgjør imidlertid unntakene. Hovedtendensen er at de kommunale kulturenhetene forsøker å støtte opp under kunst- og kulturbedrifter på *indirekte* måter gjennom å skape eller støtte prosjekter der disse gis oppdrag eller involveres på andre måter. En kulturbyråkrat forteller:

[Vi har] gjennom alle år og alle våre planer vært veldig bevisst på å bruke våre lokale kunstnere, profesjonelle kunstnere inn i prosjekter i Den kulturelle skolesekken, som et lite bidrag, for å lage en plattform eller en mulighet. Det er jo et bittelite bidrag, men innenfor de rammene vi har, så har det vært en mulighet. [...] Jeg tenker på alt vi gjør i kommunen, selv om det ikke er en satsning som blir løftet, men i det hverdagslige, så gjør vi faktisk ganske mye for å skape små brøker av arbeidsplasser for kunstnere, musikere, altså gjennom kulturskolen, gjennom kunstutstykkingsprosjekt i kommunale bygg. Sett over litt tid, summen av det er ikke så liten, men det er ikke så synlig (Informant 5).

En annen kulturbyråkrat peker på tilsvarende bevissthet i sin kommune: «[Vi] bruker alle de lokale kulturaktørene inn i det som skal skje, om det er inn i skolesekken¹⁹, bæremeisen²⁰, inn i kulturhuset, inn i arrangementer, som er med på å gi de oppdrag» (Informant 2).

19. Den kulturelle skolesekken (DKS) er en landsomfattende ordning som gir alle skoleelever i Norge profesjonelle kunst- og kulturopplevelser i skoletiden. Kommunene kan utvikle lokale programmer.

20. «Skolesekken» henviser her til DKS, jf. forrige fotnote. «Bæremeisen» henviser til Den kulturelle bæremeisen, som er lokale kultursatsinger på profesjonelle kunst- og kulturopplevelser for barnehagebarn.

Og en tredje sier at selv om de ikke har noen klar strategi på dette, har de «dem klart i minnet og ønsker å trekke dem inn» (Informant 6).

Slike initiativ er ikke forankret i en grunntanke om å styrke kunstnere og kulturbedrifter som næring. Det handler i hovedsak om å levere gode kunst- og kulturopplevelser til befolkningen gjennom å bidra til å skape gode prosjekter og arrangementer. Men gjennom disse initiativene bidrar kommunen samtidig til å bygge opp under kunst- og kulturbedrifter: En kulturbyråkrat beskriver det slik: «Det eneste vi gjør, det er på en måte som en indirekte effekt av andre ting vi gjør» (Informant 1).

Kulturbyråkratene rår altså i liten grad over relevante virkemidler som kan benyttes for å på en direkte måte støtte opp under kunst- og kulturbedrifter. Jo mer eksplisitt den kommersielle næringsdimensjonen er, jo mindre legitimt er det å benytte offentlige kulturmidler og kulturenhetens innsats til dette formålet. I enkelte kommuner er det etablert stipendordninger, tilbud om subsidierte arbeidsarealer m.m., men de fleste steder der det gjøres tilrettelegging for kunst- og kulturbedrifter tar dette form av indirekte kulturpolitikk, f.eks. gjennom å være bevisst på å gjøre bruk av lokale kunstnere i DKS, arrangementer eller prosjekter.

Selv om kulturbyråkratene ikke selv rår over relevante direkte virkemidler, er flere av kulturbyråkratene opptatt av å løfte fram at det er viktig at den delen av det offentlige som i større grad rår over direkte virkemidler gir kunst- og kulturbedrifter *aksept* som næringsaktører. Kulturbyråkratene hevder at disse ikke alltid møtes med aksept fra forvalterne av det næringsrettede virkemiddelapparatet. En kulturbyråkrat påpeker:

[...] fordi det krever jo at det ligger en grunnleggende forståelse og aksept for at kulturbedrifter og kunstbedrifter er like mye verdt, og den forståelsen må ligge i bunn. Og hvis det ikke er sånn så må man inn og passe på det litt, fordi det er veldig sårbart (Informant 5).

Mangelen på aksept og anerkjennelse kan blant annet komme til uttrykk gjennom at kunstnere og kulturbedrifter ikke tas imot som søkere til kommunale næringsfond, slik samme informant hevder:

De søknadene som kom til kommunale næringsfond, der har jo jeg kjempet for at kulturbedrifter også skulle kunne søke der. [...] Altså, aksepten for at en som driver enkeltmannsforetak med musikk i en eller annen form er en like viktig bedrift som en som starter et enkeltmannsforetak med å reparere data og mobiltelefonskjermer, liksom. Det har vært min kjeppest, da (Informant 5).

Vi skal i fortsettelsen undersøke hvordan kunst- og kulturbedrifter forstås i det lokale næringsarbeidet, og hvorfor det eventuelt er slik at dette ikke regnes med som en legitim del av det lokale næringslivet.

Kunst- og kulturbedrifters plass i det offentlige næringsarbeidet

Kunst- og kulturbedrifter eller kreativ næring er i liten grad et eksplisitt tema i kommunale og interkommunale næringsplaner i caseregionen. I noen næringsplaner er f.eks. *reiseliv*, *besøksnæring* eller *opplevelsesnæring* ført opp som et satsingsområde, med mål om vekst i turisme og arbeidsplasser. Utover det er næringsplanene generelt sett lite egnet som grunnlag for konkret politikktutforming spesifikt målrettet mot kreativ næring.

Historisk sett har ulike rasjonaler også preget den norske næringspolitikken. I perioden etter andre verdenskrig var norsk næringspolitikk preget av behovet for industrireiseing, oppfostring, beskyttelse og subsidiering. Siden slutten av 1980-tallet har dette politikkområdet blitt mer markedsorientert med økende vekt på å kompetanseutvikle og styrke

næringslivet i den internasjonale konkurransen, og etter hvert har næringspolitikk og innovasjonspolitik i stor grad blitt sett som ett og det samme (Jakobsen og Reve 2007: 197f). Til grunn for næringspolitikken har det altså ligget et industrirasjonale, et konkurranse-rasjonale og i økende grad også et innovasjonsrasjonale.

Næringsutviklerne i vårt intervjumateriale jobber enten i kommunene eller for andre aktører som forvalter offentlige, næringsrettede virkemidler. Disse virkemidlene skal på ulike måter stimulere til økt innovasjon og økonomisk verdiskaping i næringslivet, og målet er å sikre størst mulig nasjonal verdiskaping innenfor rammer som er bærekraftig (Deloitte 2019). Virkemidlene består av finansielle virkemidler, nettverk- og kompetanseprogram og rådgivning til bedrifter i alle bransjer, i prinsippet også til kreativ næring. Intervjuene med næringsutviklerne tyder imidlertid på at det på lokalt og regionalt nivå i liten grad er utviklet næringspolitiske virkemidler som er spesielt tilpasset kreativ næring.

Fordi hensikten med de næringsrettede virkemidlene er økt nasjonal økonomisk verdiskaping, er et grunnleggende krav for å motta slike virkemidler at bedriften har vekstambisjoner. For å avgjøre om økonomiske virkemidler kan utløses, gjør derfor næringsutviklerne en vurdering av bedriftens innovasjonshøyde, skalerbarhet og internasjonale markedspotensialer. I tillegg vektlegges det at støtten ikke skal gi bedriften urettmessige fortrinn i forhold til andre bedrifter. En næringsutvikler i vårt materiale beskriver de viktigste kriteriene for at en bedrift kan utløse næringsrettede virkemidler:

Vi har to kriterier i vår vurdering: [...] Skape arbeidsplasser. Ikke én, det er for lite, det må være to-tre. Det er det ene, og det andre er den uheldige konkurransevidningen som følger av anvendelsen av disse midlene. De to kriteriene må være tilfredsstilte (Informant 7).

Fordi veksten er selve målet, vil man på hyperinstrumentelt vis målrette innsatsen mot de delene av næringslivet der potensialene for vekst er størst. I følge en annen næringsutvikler, er det kunstnerne som er de som er vanskeligst å hjelpe innenfor dette systemet:

Det er jo også sånt som man ofte får høre, at det er ikke vits i å satse på kunstnere, for det blir jo ikke noe vekst, vi trenger store AS og mange arbeidsplasser. Og det er jo selvfølgelig litt vanskelig for en kunstner, hvordan skal en kunstner kunne ansette noen for å jobbe med kunsten sin, for å si det slik? Det går jo ikke (Informant 8).

Informanten har her både litt rett og litt feil i sin påstand om at kunstnere ikke kan ha ansatte. Det finnes mange kunstnere som har både flere ansatte og potensialer og ambisjoner om videre vekst. Samtidig har en stor andel av virksomhetene innen kreativ næring ingen eller bare noen få ansatte, og utenfor de største byområdene i Norge er det særlig disse små aktørene som dominerer næringen (Gran et al. 2015; Malasevska og Ericsson 2019). Sett under ett, utgjør de mange små aktørene mange arbeidsplasser, men fordi de ikke er samlet i store bedrifter, blir de mindre relevante sett fra næringsutviklernes ståsted. Informanten målbærer dessuten det som ser ut til å være en erfaring mange av næringsutviklerne har; at kreativ næring ikke passer inn i systemene de har for vurdering. Dette kommer også fram når det handler om kriteriet om skalerbarhet:

Det som er viktig i mange henseende når man snakker om næringsutvikling i en region, det er å understøtte de ideene som er skalerbare og som kan skape en egengenerert vekst, ved at en kan effektivisere produksjonen, finne flere markeder og gjennom det få økt inntekt, og flere ansatte. Skalerbarheten innenfor en kunstners aktiviteter er jo ikke det samme. Er det litografier, ok, så kan du produsere ganske mange, men fortsatt sier man ikke skalering i vanlig forstand (Informant 7).

Næringsutviklerne opplever også at det er vanskelig å vurdere innovasjonsgrad når det gjelder kreativ næring enn når det gjelder produksjonsbedrifter innen andre næringer. Selv om nyskaping og originalitet paradoksalt nok er en kjerne i kunstnerisk virksomhet, er det vanskelig å vurdere innovasjonsgrad i kunstbedrifter:

Ta en billedkunstner da, det er kjempevanskelig for oss på andre siden av bordet og si at «dette er innovativt, dette er ikke innovativt, dette er noe annerledes enn dette». Det er ekstremt vanskelig. Duppediter og andre ting er litt lettere å skille (Informant 9).

Med sitt fokus på store vekstbedrifter, mange arbeidsplasser, innovasjonshøyde og internasjonale markeder framstår det næringsrettede arbeidet lite innrettet for å tilrettelegge for kunst- og kulturbedrifter. Når det grunnleggende motivet for næringsarbeidet er å skape så stor økonomisk vekst som mulig, er det ikke så rart at næringsutviklernes oppmerksomhet og strategier i all hovedsak retter seg mot andre bransjer, virksomhetstyper og virksomhetsstørrelser enn dem som kreativ næring domineres av lokalt. Kulturbyråkratenes argumenter om at bedrifter innen kreativ næring har egenverdi, og at en arbeidsplass innenfor kreativ næring er like mye verdt som en arbeidsplass innen industrien, har liten verdi i næringsutviklernes verden, så lenge det er *antall* arbeidsplasser som teller.

Konklusjon

I denne artikkelen har målet vært å bidra til en mer nyansert analytisk diskusjon av instrumentell kulturpolitikk, gjennom å undersøke hvilke begrunnelser som kommer til uttrykk når lokale kultur- og næringsbyråkrater diskuterer sammenhenger mellom kunst, kultur og næringsvirksomhet. Samfunnsdebatten, og til dels også kulturpolitikkforskningen, om kreativ næring er polarisert, der det i et forenklet debattklima blir en kamp mellom kunsten og pengene. På den ene siden står forsvarere av kunstens egenverdi og autonomi, men med mykt instrumentelle begrunnelser. På den andre siden står de som er mer eksplisitte og økonomiske i sin instrumentalisme. Også Dubois og Skot-Hansen knytter kreativ næring som politikkområde til sekkebetegnelsen «instrumentell kulturpolitikk», noe vi har argumentert for at kan bidra til å tilsløre viktige forskjeller.

Vår analyse viser at næringsperspektiver på lokalt kulturliv kan identifiseres hos både kulturbyråkrater og næringsutviklere, men at de begrunnes ulikt og er forankret i ulike motiver. Når vi dekonstruerer de ofte sammenblandede begrunnelsene, finner vi at kunst- og kulturbedrifter løftes fram både som middel for andre mål og som mål i seg selv; som middel for kunst- og kulturproduksjon, som middel i en samfunnsutvikling på generelt nivå, og som mål i seg selv. Det siste innebærer at å legge til rette for at det finnes kunst- og kulturbedrifter også kan ses på som en egenverdi, altså et næringsorientert perspektiv på kreativ næring som «mykt» instrumentelt (jf. Røyseng 2016a). Flere av kulturbyråkratene ser altså et behov for å legge til rette for disse aktørene ikke bare som kulturaktører, men også som *økonomiske næringsaktører*. Men det er vanskelig å legitimere at kommunale kulturmidler og kulturbyråkratenes kapasitet skal brukes til det. Derfor er det hovedsakelig på indirekte måter at det offentlige kulturarbeidet kan tilrettelegge for aktører som driver kreativ næring. Uten tilgang på direkte virkemidler, forsøker kulturbyråkratene å jenke det til slik at det kommunale kulturarbeidet likevel, på indirekte måter, kan støtte opp under kunst- og kulturbedrifter.

For næringsutviklere, forvalterne av det næringsrettede virkemiddelapparatet, er det derimot helt legitimt å være opptatt av økonomiske næringsaktører – det er det denne sek-

toren har i oppgave å gjøre. Her finner vi likevel at hyperinstrumentelle (jf. Hadley og Grey 2017) begrunnelser som vekst, innovasjon og skalerbarhet, kompliserer mulighetene for å komme kreativ næring i møte.

Aktører i begge sektorer argumenterer altså for at det må tilrettelegges for at kunst- og kulturbedrifter skal styrke seg som næringsaktører. Men denne appellen er ulikt fundamentert. Den kan enten være eksplisitt instrumentell og ha som mål å sette en by på kartet eller gi økonomisk verdiskaping i et lokalsamfunn. Eller den kan ha som mål å styrke kunstneres virksomheter og gjøre dem mer robuste, med sikte på å sikre kunstnerisk mangfold og kvalitet. I den siste tilnærmingen brukes økonomisk verdiskaping som middel for å nå mål om å styrke kunsten. I den første tilnærmingen, der begrunnelsen er eksplisitt instrumentell, er det omvendt. Tilnærmingen der målet er å styrke kunstneres virksomheter, har større legitimitet i kulturfeltet enn den mer eksplisitte og hyperinstrumentelle tilnærmingen. For selv om en styrking av kunstneres virksomhet også vektlegger økonomisk verdiskaping, er det en verdiskaping som primært kommer aktørene i kreativ næring og deres kunstneriske prosjekter – og sekundært samfunnsøkonomien – til gode. Disse nyansene i hvordan næringsperspektiver på kreativ næring er motivert og fundamentert blir ofte tilslørt i diskursen om politikk for kreativ næring. Vår analyse viser at ikke all politikk for kreativ næring nødvendigvis kan forstås som hyperinstrumentell.

Hvilke konsekvenser har det så for kreativ næring at politikkområdet møtes med så ulike motiver og begrunnelser? Lokalt kulturarbeid og næringsarbeid er ikke likt organisert overalt. I vår caseregion foregår dette forholdsvis adskilt uten særlig grad av tverrsektorielt samspill. Den lokale offentlige innsatsen målrettet mot kreativ næring, er lite utviklet, og foregår i hovedsak enten som eksplisitt kulturpolitikk der man er avhengig av kompetente og dedikerte politikere og byråkrater som finner indirekte måter å tilrettelegge på, eller som implisitt kulturpolitikk (jf. Ahearne 2009), nærmere bestemt hyperinstrumentell næringspolitikk uten kulturpolitisk forankring. Ingen av delene er særlig godt tilpasset kunst- og kulturbedrifter. Et mer samordnet arbeid på lokalt nivå, der kompetanse fra kultursektoren samspiller med virkemidler i næringssektoren kan kanskje gjøre det praktiske arbeidet for lokale kunst- og kulturbedrifter mer målrettet og bedre tilpasset deres særtrekk og utfordringer. En større forståelse for nyansene i næringsperspektivenes begrunnelser og mål, kan også bidra til å redusere polariseringen i samfunnsdebatt og forskning om kreativ næring.

Referanser

- Abbing, H. (2002). *Why are artists poor? The exceptional economy of the arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Agøy, N. I. (2006). «Kulturpolitikken hva, hvordan og hvorfor. Kommentar til Hans Fredrik Dahl: 'Studiet av kulturpolitikk som del av allmenn politikk'». *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, vol 9, nr. 1, s. 105–115.
- Ahearne, J. (2009). «Cultural policy explicit and implicit: a distinction and some uses». *International Journal of Cultural Policy*, vol. 15, nr. 2, s. 141–153. <https://doi.org/10.1080/10286630902746245>
- Angell, E., Ringholm, T. og Bro, J. (2015). *Brikker som mangler. Kunnskap om næringsrettet samfunnsutvikling og kommunestørrelse*. Norut Alta Rapport, 2015:4.
- Banks, M. (2017). *Creative justice : cultural industries, work and inequality*. Lanham: Rowman & Littlefield International.
- Belfiore, E. (2012). «'Defensive instrumentalism' and the legacy of New Labour's cultural policies». *Cultural Trends*, vol. 21, nr. 2, s. 103–111. <https://doi.org/10.1080/09548963.2012.674750>
- Campbell, M. (2014). *Out of the Basement : Youth Cultural Production in Practice and in Policy*. Montreal: MQUP.

- Campbell, P., O'Brien, D. og Taylor, M. (2018). «Cultural Engagement and the Economic Performance of the Cultural and Creative Industries: An Occupational Critique». *Sociology*, vol. 53, nr. 2, s. 347–367. <https://doi.org/10.1177/0038038518772737>
- Caves, R. E. (2000). *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. Cambridge, MA/London: Harvard University Press.
- Dahl, H. F. og Helseth, T. (2006). *To knurrende løver. Kulturpolitikens historie 1814–2014*. Oslo: Universitetsforlaget.
- DCMS. *Creative Industries Mapping Document 1998*.
- DCMS. *DCMS Sectors Economic Estimates 2016: Gross Value Added*. London: DCMS.
- Deloitte (2019). *Områdegjennomgang av det næringsrettede virkemiddelapparatet. Helhetlig anbefaling om innretning og organisering av det næringsrettede virkemiddelapparatet*, 4. november 2019: Deloitte AS.
- Dubois, V. (2015). «Cultural Policy Regimes in Western Europe». Wright, J. D. (red.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition. (Vol. 5). s. 460–465. Amsterdam: Elsevier.
- Ellmeier, A. (2003). «Cultural entrepreneurialism: on the changing relationship between the arts, culture and employment». *International Journal of Cultural Policy*, vol. 9, nr. 1., s. 3–16. <https://doi.org/10.1080/1028663032000069158a>
- Friedman, S., O'Brien, D. og Laurison, D. (2017). «'Like Skydiving without a Parachute': How Class Origin Shapes Occupational Trajectories in British Acting». *Sociology*, vol. 51, nr. 5, s. 992–1010. <https://doi.org/10.1177/0038038516629917>
- Gibson, L. (2008). «In defence of instrumentality». *Cultural Trends: The Consequences of Instrumental Museum and Gallery Policy*, vol. 17, no. 4, s. 247–257. <https://doi.org/10.1080/09548960802615380>
- Gran, A.-B., Torp, Ø. og Theie, M. G. (2015). *Kreativ næring i Norge 2008–2014*. Oslo: BI Centre for Creative Industries.
- Gran, A.-B. (2017). «Kultursektoren og kreativ næring i norsk økonomi: Et dedifferensieringsperspektiv på utviklingen». *Praktisk økonomi og finans*, vol. 33, no. 2, s. 156–171. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-2871-2017-02-02>
- Hadley, S. og Gray, C. (2017). «Hyperinstrumentalism and cultural policy: means to an end or an end to meaning?». *Cultural Trends*, vol. 26, no. 2, s. 95–106. <https://doi.org/10.1080/09548963.2017.1323836>
- Hansen, T. B., Furre, H., Brastad, B. og De Paoli, D. (2010). *To mål – to midler: økt kunnskap om virkemidlene for kulturnæringene*. Kristiansand: Handelshøyskolen BI/Oxford Research.
- Haraldsen, T., Flygind, S. K., Overvåg, K. og Power, D. (2004). «Kartlegging av kulturnæringene i Norge. Økonomisk betydning, vekst og utviklingspotensial». ØF-rapport nr. 10, 2004:10. Hamar: Østlandsforskning.
- Haraldsen, T., Hagen, S. E. og Alnes, P. K. (2008). «Kulturnæringene i Norge muligheter og utfordringer. En oppdatering av kartleggingen fra 2004». ØF-rapport nr. 12, nr. 12/2008. Hamar: Østlandsforskning.
- Heian, M. T. (2018). «Kunstnere i Norge : ulikhet i inntekt, arbeid og holdninger». Avhandling for graden philosophiae doctor (ph.d.). Bergen: Universitetet i Bergen.
- Henningsen, E. (2015). «Kulturpolitikens sedimentering – Kulturløftet som kulturpolitisk vekstperiode». *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, vol. 18, no. 1, s. 28–40.
- Henningsen, E. og Blomgren, R. (2017). «Organisere for organiseringens skyld – Kultursamverkansmodellen og organisasjonsreformenes rolle i nordisk kulturpolitikk». *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, vol. 20, nr. 1–2, s. 51–70.
- Hesmondhalgh, D. og Baker, S. (2010). «'A very complicated version of freedom': Conditions and experiences of creative labour in three cultural industries». *Poetics*, vol. 38, nr. 1, s. 4–20. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2009.10.001>
- Hesmondhalgh, D. og Baker, S. (2011). *Creative labour : media work in three cultural industries*. Book series: Culture, economy and the social. London: Routledge.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The cultural industries*. 3rd utg. Los Angeles: Sage.
- Hesmondhalgh, D., Oakley, K., Lee, D. og Nisbett, M. (2015). *Culture, Economy and Politics : The Case of New Labour*. Book series: New Directions in Cultural Policy Research. Palgrave Macmillan UK : Imprint: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137426383>

- Malasevska, I. og Ericsson, B. (2019). «Der ingen skulle tru... Regionaløkonomisk geografi av kreative og kulturelle næringer lokalisert utenfor Oslo», Rapport nr. 01-2019. Elverum: Kunnskapsverket c/o Høgskolen i Innlandet.
- Mangset, P. og Røyseng, S. (2009). Kulturelt entreprenørskap. Bergen: Fagbokforlaget.
- McRobbie, A. (2016). *Be Creative: Making a Living in the New Culture Industries*. Wiley.
- Miland, K. P. og Kleppe, B. (2019). «Organisering og kompetanse i kommunal kultursektor», TF-rapport nr. 532. Bø: Telemarksforskning.
- Moen, S. E. (2011). «Kommunen som samfunnsutvikler : drivere og hindringer for næringsutviklings- og sysselsettingsarbeid», 2011:30. Oslo: Fafo.
- Naudin, A. (2017). «Cultural entrepreneurship : the cultural worker's experience of entrepreneurship». New York, London: Routledge.
- Oakley, K. (2014). «Rethinking cultural entrepreneurship». Bilton, C. og Cummings, S. (red.). *Rethinking cultural entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar. S. 145–159
- Pyykkönen, M. og Stavrum, H. (2018). «Enterprising Culture: Discourses on Entrepreneurship in Nordic Cultural Policy». *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, vol. 48, nr. 2, s. 108–121. <https://doi.org/10.1080/10632921.2017.1391726>
- Roncossek, S. D., Leikvoll, G. K. A. og Haugsevje, Å. D. (2018). «Kreativ næring i Grenland. Kartlegging og analyse», TF-notat 31/2018. Bø: Telemarksforskning.
- Røyseng, S. (2011). *Kunstnere i kulturnæringenes tidsalder. En kunnskapsgjennomgang*. Oslo: Norsk kulturråd.
- Røyseng, S. (2016a). «Myk og hard instrumentalisme i kulturpolitikken – Innledning til 2/2016». *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, vol 19, no. 2, s. 159–162.
- Røyseng, S. (2016b). «The social contract of artists in the era of cultural industries». *International Journal of Cultural Policy*, vol. 25, nr. 2, s. 154–170. <https://doi.org/10.1080/10286632.2016.1229313>
- Saha, A. (2018). *Race and the cultural industries*. Cambridge, England ; Medford, Massachusetts: Polity Press.
- Scott, M. (2012). «Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship: Music producers mobilising and converting Bourdieu's alternative capitals». *Poetics*, vol. 40, no. 3, s. 237–255. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2012.03.002>
- Skot-Hansen, D. (1999). «Kultur til tiden – strategier i den lokale kulturpolitikk». *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, vol. 2, nr. 1.
- Stavrum, H. (2014). *Dansegledede og hverdagsliv: Etikk, estetikk og politikk i det norske dansebandfeltet*, The University of Bergen.
- Vareide, K., Svardal, S. og Miland, K. (2019). «De gode hjelperne. Kommunenes samarbeidspartnere i næringsutvikling», TF-notat nr. 9/2019. Bø: Telemarksforskning.
- Vestheim, G. (2008). *All kulturpolitikk er instrumentell*. Linköping: Linköping: Swedish Cultural Policy Research Observatory.

Artikkel 2

Haugsevje, Å. D., Stavrum, H., Heian, M. T. & Leikvoll, G. K. A. (2021). Bridging, nudging and translating: facilitators of local creative industries in Norway. Publisert online i International Journal of Cultural Policy.

<https://doi.org/10.1080/10286632.2021.1895131>

Not available online due to copyright restrictions

Artikkel 3

Haugsevje, Å. D.: Justifying Creative Work: Norwegian Business Support and the Conflicting Narratives of Creative Industries. Upublisert artikkelmanuskript. Manuskriptet er sendt inn til Cultural Trends.

Justifying Creative Work: Norwegian Business Support and the Conflicting Narratives of Creative Industries

Åsne Dahl Haugsevje,
Telemark Research Institute and the University of South-Eastern Norway

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8727-6573>

Abstract

The article explores and unfolds the conflicting narratives of the work and competences of creatives in the era of creative industries. Based on a French pragmatic approach, the analysis sheds light on a mismatch between how bureaucrats in the Norwegian business support system value creative work, and how creatives value their own work. I find that the bureaucrats mobilize a narrow and stereotyped grammar when talking of creative work, while the creatives themselves seem to express far more complex and pragmatic understandings. I argue that the Norwegian creative industries policy seems to have limited capacity to embrace the hybridity and complexity of creative work, which also reduces its relevance and accuracy. The analysis is based on qualitative interviews with 86 creatives and bureaucrats on a local level and contributes to the knowledge on the individual bureaucrats as non-creative outsiders, but still, actors highly significant to creative industries.

Key words: creative industries, creative work, bureaucracy, entrepreneurship, justification, cultural policy.

Word count: 7,999

Introduction

“Think Like an Artist – and Lead a More Creative, Productive Life” (Gompertz, 2015, p. 8). This is the title of a book telling us that artists are *entrepreneurs*, sharing some “basic practices and processes that allow their talents to flourish” (2015, p. 12), and which we should all learn from to become creative and productive. This is not the first description in history of artists as innovative entrepreneurs. Rembrandt, Mozart and Picasso have all been objects for such a narrative (Menger, 2001). However, this narrative is not hegemonic. In other contexts, creative work is devalued as unproductive. This article explores the conflicting narratives of creative work, and the implications for creative industries in a Norwegian context.

In the new world of work, the contrast between *the artist* and *the entrepreneur* seems to have been blurred (Boltanski & Chiapello, 2018; Menger, 2002). Even though what has been described as the charismatic artist role might still serve as a relevant point of reference for artists, it comes with a certain ambivalence (Røyseng et al., 2007). The Romantic distinction between the idealism and inspired creativity of artists and intellectuals on the one side, and the realism and puritan work ethic of business people and economic elites on the other, have been demolished (Boltanski & Chiapello, 2018, p. 311). Instead, the business manager of today resembles the artist, “a creative figure, a person

of intuition, invention, contacts, chance encounters, someone who is on the move, passing from one project to the next, one world to another” (ibid., p. 312). According to Menger (2002, p. 8), the work of the artist is no longer seen as opposed to ordinary work, but as an advanced expression of the new forms of production and professional relations within late capitalism (Mangset & Røyseng, 2009).

But how is the work of artists and creatives valued by individuals working in the business support system established to support entrepreneurs? According to Wyatt and Trevena (2021) cultural policy research has been more focused on examining *what* is funded, than “the *how* of cultural funding and administration” (2021, p. 788). Even though the literature on creative industries is huge, there is still a need for more research on policymaking praxis and implementation in the emerging complexities of creative industries (ibid.). This article contributes to this knowledge by exploring the individuals who work within bureaucracy administering the business support systems.

From the late 1990s, the focus on culture as a driver of economic growth became the dominant one for many national governments, manifested in the idea of *creative industries* (Bell & Oakley, 2014). In the context of cultural policy, the relations between art and entrepreneurship have been debated for decades. However, while the business world celebrates the artist as the great ideal, cultural policies in many countries expect the artists to change their attitudes and strategies, and behave more like the classical business entrepreneur (Luckman, 2018; Naudin, 2017; Pyykkönen & Stavrum, 2017). Norwegian cultural policy, which is based on what has been known as the Nordic model (Duelund, 2003), is no exception to this. The production of art and culture in Norway has been, and still is, largely funded by public money, while private money has been of less significance. Nonetheless, in recent years public cultural support has come under pressure, with artists and other creatives in the Norwegian field of art and culture experiencing new expectations from society to make more money, preferably through entrepreneurship (Pyykkönen & Stavrum, 2017; Røyseng, 2016). These expectations challenge the idea of the autonomy of the art; the conception of art as something that is undermined by commodification (Bourdieu, 1993; Røyseng, 2015). Still, strengthening the creative industries has been an increasingly prioritized task for the national government over the last decade. The objectives of the priority programmes are to contribute to growth, value creation and employment within the creative industries.¹ During the years with governmental campaigns for growth in creative industries, there has been outlined an image of creative industries as possessing, on the one hand, a great potential for value creation, while on the other hand, a need for *professionalization*, as well as a change of *attitude* (Hansen et al., 2010; Oslo Economics, 2015).

In other words, the work and careers of artists and creatives are part of conflicting narratives. In some contexts, they are acclaimed as innovative entrepreneurs who we all should take after. In other contexts, they are pointed out as the ones who should take after the entrepreneurs in other industries

¹ White Paper, Prop. 1 S (2018-2019) from the Ministry of Culture.

who are allegedly more professional. Why is this topic such a controversial one? In this article I explore and unfold the conflicting ways of valuating artists' and creatives' skills, competences, attitudes and work practices – in short, the conflicting discourses on artists and creatives' work. Inspired by Heinich (1996), my aim is to be a bridge-builder (see also Danko, 2008; Røyseng, 2015) between artists and creatives on the one side, and policy and bureaucracy on the other. I ask the following questions: How is creative work justified in creative industries' policy and rhetoric? And how do these justifications correspond with how creative work is justified and exercised by artists and creatives themselves?

I answer these questions through analysing qualitative interviews with: 1) bureaucrats within public administration, primarily within the public support system targeted at businesses and start-ups, and 2) persons making a living within the creative industries, referred to here as *creatives*. I make use of French pragmatic sociology, more specifically the perspective on people's critical capacities and the "common worlds" (Boltanski & Thévenot, 1999, 2006), and perspectives on entrepreneurship and creative work within the cultural field (Naudin, 2017; Peters & Roose, 2020; Røyseng, 2016).

In my analysis, I find that bureaucrats administering the support schemes often articulate superficial and stereotyped conceptions of the work done by people running small artistic and creative businesses, and their competences. Moreover, I find a gap between these conceptions and the self-image articulated by the artists and creatives, which are far more complex. I argue that rather than regarding creatives as possessing certain identities, or as being locked into certain mind-sets, it is important to understand them as actors adopting different strategies depending on the situation. The basic premise is that creative industries must be analysed based on context (Naudin, 2017).

After a short description of how artists and creatives are represented in Norwegian policy discourses over the past two decades, I describe my theoretical framework, data and methods. The subsequent analysis is organized in three sections. First, I identify and analyse how the bureaucrats talk about the work and competences of creatives. Second, I turn to the creatives, identifying and analysing the diversities in how they talk about their own work and competences. Third, I analyse the complex relations between language and rhetoric on the one hand, and practice on the other. The conclusions are made in the final section, followed by a comment on the cultural policy implications of the conflicting justifications of creative work, and what needs to be done to secure the relevance and accuracy of creative industries' policy instruments.

The Creative Industries in Norwegian Policy

During the last two decades, Norwegian policy documents have treated art, culture and the creative industries ambiguously – partly as a solution and partly as a problem. In 2001, the two Ministries of

Culture and of Business and Trade launched a booklet² to encourage a closer interaction between art and business, which to this point in history had operated rather separately in Norwegian policy. The booklet pointed out that in order to be competitive, businesses need to make products with an added cultural value, and that the needed inspiration and competence are to be found in art and culture. In a recent White Paper from the Ministry of Culture, artists' creativity is also pointed out as a "driver of innovation" (St. Meld. 8 (2018-2019), 3.4), and that the creative industries can contribute not only to growth, employment and value creation within creative businesses, but also to innovation in other industries (ibid., 8.4). In other words, the creative artist as the great ideal of entrepreneurship and innovation are still present in Norwegian cultural policy.

However, in other contexts, creative industries are described the other way round, as having one major problem: they are not entrepreneurial enough. The idea that creatives attempting to make a living in the field of culture, not only lack entrepreneurial competences, but are distinguished by a certain mind-set that set them apart from people within other industries, can be identified in evaluation reports of the national priority programme. Hansen et al. (2010) refer to two challenges that allegedly characterize Norwegian creative industries: 1) *The challenge of competence* refers to creative's lack of business competence and administrative skills, and 2) *The challenge of attitude* claims that "very few cultural workers identify as entrepreneurs, companies or business actors, they are primarily artists and professionals within their fields"³ (Oslo Economics, 2015, p. 42). One of the objectives of the evaluation was to find out whether the programme has led to "a change in attitudes by cultural workers"⁴ (ibid., p. 7). And, more important, these attitudes are regarded as a problem that should be fixed, which is also confirmed by Pyykkönen and Stavrum (2017) in their study of discourses in the creative economy in Norway and Finland.

The Common Worlds

In this article, pragmatic sociology (Boltanski, 2012; Boltanski & Thévenot, 1999, 2006) is used to analyse how the interviewees justify creative work. Central to this perspective is the notion that we all possess critical capacities that make us able to relate to the social world in a critical and reflexive manner. These are resources we call upon in different situations, irrespective of our social group, educational background, institution, etc. (Boltanski 2012). When we attempt to justify our actions or formulate critiques of the actions of others, we base our arguments on principles that claim validity and relevance within that specific context. Based on empirical studies, Boltanski and Thévenot (1999, 2006) developed a model which defines a set of rules for a moral grammar of the common good, manifested in a limited number of "common worlds", with each of them distinguished by a specific

² Ministry of Culture & Ministry of Business and Trade, 2001: Tango for to – Samspill mellom kulturliv og næringsliv.

³ my translation from Norwegian.

⁴ my translation from Norwegian.

higher common principle, as well as certain subjects, objects, tests, arguments and qualifications. They identified six different worlds, of which several are relevant for this analysis. *The industrial world* is the world of scientific methods, technology, experts and qualified professionals, objective criteria and statistics, and efficiency and productivity, all of which are higher common principles on which justifications are based. *The market world* is centred around competition as the higher common principle. Businesspeople, customers and wealthy people are valued subjects within this world of competitiveness, marketability, business relations and money. The outpouring of inspiration is the higher common principle of *the inspired world*. Relevant subjects are artists, children, crazy people, spirits and other subjects representing what is unique, original, spontaneous, creative, or magic. Within *the world of fame*, the higher common principle is to receive recognition and attention from others. This is the world of celebrities, fans and public persons, as well as fame, brands, magazines and rumours.

The different worlds are conflictually interrelated, which means that what is highly valued within one world might be of no value or totally irrelevant in another. For instance, what is valued in the industrial world, efficiency, is devalued in the inspired world, because efficiency might disturb the outpouring of inspiration. And, passion and inspiration, which are highly valued in the inspired world, is devalued in the industrial world, because it is not regarded as something immediately useful or productive. However, although the worlds are incompatible, people have access to them all, and are able to move in and out of them from one moment to another depending on what is relevant in different contexts (Boltanski, 2012).

Methods and Data

The analysis is based on 53 qualitative interviews with a total number of 86 informants. 64 of them are persons making a living as freelancers or by running their own microbusinesses within different parts of the creative industries in Norway. These interviewees were recruited by virtue of their participation in measures or arenas established to stimulate creative industries. The remaining 22 informants are persons employed in public administration on a local or regional level, or in the regional public support system for businesses and start-ups. These interviewees were recruited from the regions that the above-mentioned measures and arenas are located. In the analysis, the two groups of informants have been given the labels *creatives* and *bureaucrats*. The study was approved by the Norwegian Centre for Research Data.

Most of the interviews were conducted with one, two or three interviewees, one with a group of seven. With the exception of five interviews done by phone, most of them were conducted face-to-face in the interviewees' workspaces or in the above-mentioned arenas. The interviews were recorded, transcribed, and imported into Nvivo. Through an inductive thematic analysis, I identified patterns in how the creatives talked about their work and their experiences with the public support system, and patterns in how the bureaucrats talked about creative work and their experiences with attempting to

serve creative businesses. Subsequently, through a second round of analysis, which had a more deductive character, I located references in the interviews to the different grammars of the ‘common worlds’. In the analysis, I use these grammars to analyse how bureaucrats and creatives value and justify creative work.

Analysis

1. Creative work seen from the outside

As part of the national priority programme on creative industries, in 2017 this policy area was taken in as a target for the policy instruments for innovation and the development of enterprises and industry. For the first time, Innovation Norway received a letter of allocation from the Ministry of Culture (cf. Hauge et al., 2020). The professionals working within this system now had a new task – to assist creative businesses – not all types of such businesses, but the ones with a potential for economic growth, value creation and innovation, in accordance with rationales that constitute this part of the public support system (Haugsevje et al., 2020). These rationales correspond to the grammar of the market world, where the worthy objects are “*salable goods that have a strong position in a market*” (Boltanski & Thévenot, 2006, p. 196), with the worthy personalities being the ones who are able to “*think big, oversee world markets, and do international deals throughout the world*” (ibid, p. 197). Even though some creative businesses receive financial support from this support system, the majority of businesses do not qualify because of a low degree of novelty, insufficient market potential, and non-scalable business models.⁵ These features are signs of unworthiness according to the market world grammar (Boltanski & Thévenot, 2006).

The bureaucrats administer a support system which does not fit very well with most creative businesses (Haugsevje et al., 2020; Haugsevje et al., 2021). One of the bureaucrats expressed that, “This is a sector we are struggling with” (Informant 84). However, the system rationale is not the only challenge. It also seems to be a problem that the bureaucrats administering the system have a limited amount of knowledge on creative industries. The interviews with these professionals reveal that they are very well acquainted with businesses within a wide range of industries, e.g., technology, trade and tourism. However, they are not that familiar with the creative industries. Some of them say they do not really know exactly what kind of businesses and activities people refer to when speaking of creative industries, and they lack the knowledge on what terms these businesses operate, and what it takes to run a creative business within different branches. Due to these circumstances, the bureaucrats find it difficult to serve these businesses.

The bureaucrats express that they perceive creatives as people often lacking business competence, even though they might possess high artistic or creative skills. One of them says: “There are many

⁵ <https://www.innovasjon Norge.no/no/verktoy/mulighetsomrader/kreativnaring/kvalifikasjoner/> (read 29.04.2021).

who possess what you call artist souls, to make it simple. They live and breathe for their art, but they are not very good at doing business” (Informant 72), and she/he continues: “And they may not have any desire to learn to keep accounts” (Informant 72). Another interviewee describes creatives as people without the capacity for self-management or long-term planning:

[B]eing able to manage your own business, manage your own everyday life, get paid for what you do and being able to understand that “Oh! I get that assignment then, which means that the money comes in June, which means I have nothing in November. To be able to see the whole picture. Actually, managing your own business and being a business owner. (Informant 86)

Indeed, to make the creatives realize what it takes to run a business is accordingly a challenge for the employees in the public support system: “[...] to make them understand that they are going to make a living out of it. They need to do a job in order to understand that they actually have to set up a budget” (Informant 87), because “they cannot live on that bottle of wine a week” (Informant 83). According to these bureaucrats, many creatives not only lack important business skills, but also the *interest* of gaining these skills, and even worse, do not have the *ability* to learn. In their statements, the bureaucrats mobilize the industrial world, which is the world of experts and qualified professionals, and in which instruments, lists, budgets, planning calendars and indicators are among what are regarded as worthy objects (Boltanski & Thévenot, 2006, pp. 203-211).

The bureaucrats’ perceptions of creatives seem to be addressing something more than a lack of competence, but also a certain trait of character or attitude. One interviewee says: “Because it is often a brain that is not very business-oriented. At least when it comes to the sole proprietors” (Informant 86). And another says: “[...] they have their very creative heads” (Informant 87). In an interview with two municipal employees, creatives were described as “unprofessional” and possessing a certain mind-set unsuitable for business management:

1: They are quite simply very unprofessional, to tell the truth. That is a major challenge. (Informant 8)

2: Yes, the knowledge level on how to run a business is very low. But the enthusiasm and the drive are there, ownership and passion. [...] But they struggle when it comes to thinking business. They are not willing to walk the full distance and become fully commercial. [...] (Informant 9)

1: Music and design are perhaps among the more professional. [...] [But] there are few with the mind-set that makes them ready for making money. (Informant 8)

These interviewees think that just a few people within creative industries, mostly within music and design, possess what they regard as the proper mind-set. Their concept of “professionalism” seems to be a financial one, adopted from the economic field. Thus, unprofessional means something like a *non-moneymaking orientation*, while professional means *wants and are able to make money*. Also, the interviewees employed in the public support system speak of professionalism as being identical with the willingness and ability to earn money:

[...] get help to professionalize, to think that you are going to make money, that's what they need, not more money. (Informant 85)

This is where the shoe hits. To become a professional. And to understand that they have to make money all year round, which they are going to have to live by. [*The interviewee knocks on the table*]. Not just the grants they receive, three-year or two-year or whatever. (Informant 87)

The interviewees point out that there are exceptions: creatives who have realized what must be realized, they have seen the light. One of the interviewees mentions a couple of such exceptions, the first one a visual artist with commercial success: “Some understand it well. That artist in [city name]. [Artist name], *he* has gotten it, *he* is commercial. [...] He visited me for counselling very early. But *he*, *he* has gotten it. While very many others are more vocationally oriented” (Informant 84). The second one, a musician who offers online piano lessons to a global audience through robot technology:

He is selling subscriptions, online, and now he has got hundreds of [subscribers], and they are increasing all the way, on learning to play jazz piano. [...] It's a cultural business that meets our criteria if you understand me. It's a musician who pulls it that way, it's a very exciting project. [...] Thinking very commercially. (Informant 84)

Some of the interviewees' statements accentuate in a paternalistic way that there are things the creatives are not able to understand, they are almost like helpless, happy-go-lucky children. In the bureaucrats' terminology, creatives are infantilized as “enthusiastic” and “passionate” “artistic souls”, who “live and breathe”. These descriptions are connecting artists and creatives to the inspirational world, which according to Boltanski and Thévenot (2006) have no relevance within the industrial and market worlds. According to the market world, emotional distance and self-control are necessary conditions for doing business success, “without letting oneself be blinded by one's impulses and acting on the spur of the moment, an expression that stigmatizes the behaviour of a businessman who gives himself over to a sudden inspiration” (ibid., p. 261-262). According to the industrial world, discipline and hard work are highly valued, while “[t]he uncertain quality of beings from the inspired world are criticized for the wastefulness of improvisation” (ibid., p. 269).

The interviewees above seem to distinguish between a business mind-set and an artistic or creative mind-set. Their observations do not correspond with a quantitative study of Norwegian artists and their attitudes towards entrepreneurship (Heian & Hjellbrekke, 2017). The study certainly finds that only 7 % of Norwegian artists see themselves as entrepreneurs, and think that commercial success is important. Still, only 19 % have a negative attitude towards entrepreneurship, commercial success, and market income. The most striking finding appears to be that the rest of the artists have a more indifferent or neutral attitude to these issues. The study also finds that the different attitudes towards entrepreneurship are not more representative for artists in some artistic fields than in others (Heian & Hjellbrekke, 2017, p. 430). Hence, there are reasons to go into these attitudes qualitatively, to acquire a deeper understanding of artists' and creatives' approaches to work and entrepreneurship.

2. Creative work seen from the inside

The creatives were asked questions such as: Which words do you use when you talk about your work/your occupation? Do you describe yourself as an artist, an entrepreneur, a gründer? Do you see

yourself as part of the creative industries?⁶ Do you relate to these labels? When analysing the answers to these questions, I found a great variety – a variety that did not correspond to the one-dimensional rhetoric appearing in the bureaucrat interviews.

Some of the creatives tend to talk about entrepreneurship in a clearly negative way – such as the bureaucrats say they do. One of them, a male visual artist born in the ‘60s and among our oldest creative interviewees, was clearly the most negative one when it comes to the concept of entrepreneurship:

Well, we have not become artists to make money. Money is not what has attracted us into this field or occupation, right? [...] Sure, we all must get a hold of money. We must calculate fees, and then we are close to something that is related to entrepreneurship, and we do what other businesses do, estimating working hours and so on. However, that is just a necessity, it is not the heart of the matter, [...] I don't like the concept of professionalism. I think it is awful. [...] Because love should not be professionalized, right? Neither should art. They are related. (Informant 18)

This artist's approach to entrepreneurship is clearly negative, to the extent that it occurs along with distaste and bodily discomfort. Even though he carries out the business-oriented tasks necessary to make a living, these are things he does not like to do or care about. Later in the interview, he conveys that he has a very low income, below the official poverty level. Moreover, he shows an activist attitude against the neoliberal trends of “professionalizing” by his pointed formulation about professionalized art and love. He thinks that the term “creative industry” is “unpleasant”, “uncomfortable” and “provoking”, and he starts fuming when that term and other terms such as “entrepreneurship” and “professionalism” are mentioned. This artist may perhaps live up to the narrative of an artist with an artistic mind-set. There are also other interviewees who might be put into this category, albeit not with the same level of activism and consciousness as this artist.

Among the creatives, I also found more positive attitudes toward the label of “entrepreneur”. This was the case with two male musicians who were members of a band. They had music education on the university level, and the band had recently been described as promising in Norwegian music medias. The interviewees described themselves as artists and focused on building a strong artistic recognition. Still, they did not hesitate in speaking of themselves as entrepreneurs. It takes more than good songs, musical talent and a lot of practicing to create success with a band. These musicians did not speak of playing in a band, but instead of “running a band”. The expression reflects the fact that there are a lot of operational tasks related to being the member of a band. In the beginning, all five band members did a bit of every task. Gradually, they developed a more structured organizational model, in which each band member had their individual responsibility, like in any small company. The musicians describe it like this:

⁶ In the Norwegian language the term “industry”, as in “cultural and creative industries”, is not exclusively referring to an economic sector, but is often associated with factory production, or even mass production. Thus, when connected to artistic work, the term “industry” may be seen as a devaluation.

Musician 1: In our band we don't have one front figure and a backing band. On stage we are like that, but organizationally we are much more like one unit. [...] To us, this is a well-functioning organizational model which makes it easier to run it like a company. [...] Each of us has their responsibilities. [The guitar player] and [the lead singer] have more tasks and a more general responsibility. The bass player and the one playing keys and I have specific fields of responsibilities where we do the job. My responsibility is to write applications, maintain control of funding and create the reports. [...] And then another takes care of transport, and another of the general financial responsibilities. [...]

Musician 2: [The lead singer] takes care of PR and social media, that is important. And she is dealing with our promotion company. We try to keep clean contact lines. As a band heading upwards, you meet new people all the time, and it is important to maintain a clear communication according to who you are talking to. It is important that emails from different contacts are answered by the same person each time. That is why [the lead singer] does the PR. I do the booking, and the bass player does the financial and the technical things in relation to our distributor. (Informants 15 and 16)

Making a good song and running a band are two different endeavours requiring different competences. Both are necessary to create success, according to these musicians. As an example, these musicians may demonstrate how creatives with strong artistic agendas may use organizational models, terms and concepts that we traditionally associate with hard-core business life, without that being a threat to their artistic reputation. Furthermore, they do not regard entrepreneurial strategies as a necessary evil, but rather as a part of an overall artistic strategy. These musicians embrace artistic and entrepreneurial strategies and ways of speech, and make it a unifying force.

Most of our interviewees, though, are not either very negative nor very positive, but instead express more complex attitudes to entrepreneurship and business management. Evidently, what type of attitude they express depends on the actual situation, as they emphasize different approaches. A young female freelance performing artist is one example:

Interviewer: Do you see yourself as an entrepreneur or a businessperson?

Performing artist: Yes. Well, it can't be compared to other types of businesses, but I see myself as having strong control of my own life and my own firm. [...] And I do make plans for the days ahead. I talked to another artist today who did not know the plans for the next week. I can't handle such things. I need control. If I don't have a job, then I have to make one. I plan a concert, find musicians and make an event. [...]

Interviewer: Are you able to make a living out of this?

Performing artist: Yes. In combination with some teaching, I do. But I believe I am going to make a living out of this without the teaching, but I need some more years to brand my name (Informant 45).

This artist does not at all fit into the description of an artist lacking administrative and entrepreneurial competence. She not only possess the skills to carry out administrative routine tasks related to her business, she loves to do them:

Performing artist: I do like to keep my accounts and all the practical tasks related to be a freelancer. I enjoy that kind of work. [She laughs]. That is perhaps a little uncommon, maybe I am the only one saying that?

Interviewer: What do you like about that?

Performing artist: Well, it is about having control of my own life. Every document, I put it straight into the loose-leaf binder with the label, "Accounts 2017". It is so fun. I really like being my own boss. (Informant 45)

However, even though she likes the administrative tasks and to be her own boss, those things are not what she points out as her motivation for being an artist: “To me, it is important to do things that bring people happiness in their lives. That is the reason I sing, because I make people happy, because I can tell a story”, she says. At the same time, she argues that entrepreneurial knowledge should be a subject more emphasized in art education than what is the case in Norway today. Besides, when she meets people who have no idea of what it means to have her job, she accentuates her income:

Sometimes I meet people who thinks my job is kind of extreme. And then I feel I have to defend myself. In those cases, it is convenient to point out that I make as much money as they do. Because that is a measure understood by everyone. (Informant 45)

This interviewee alternates between different grammars (Boltanski & Thévenot, 1999, 2006) in a pragmatic and effortless manner. She enjoys the paperwork and being her own boss, in line with the industrial world. She says entrepreneurship should be a more important part of the education, and accentuates her income to legitimize herself within the grammar of the market world. But asked about her motivation, she mobilizes the inspired world: It is all about being able to move people emotionally.

3. Talk versus action

Some of the creatives interviewed expressed negative attitudes about business language and the political rhetoric on creative industries outlined earlier, including terms such as “entrepreneur”, “business” and “creative industries”. However, when interviewed about their professional practices, many of them reveal business-oriented strategies. Among these interviewees is an illustrator running her own one-person business:

I can feel like itching when people talk about “the creative” as a “business”. Because then it is like putting it into another box, I think. I don’t want to be that kind of person... with a white-collar and an executive briefcase. My goal is not to make a lot of money. Perhaps it should. But my goal is to bring in something else, to get enough jobs and to carry them out in an inspired way. To be part of such a... budget... No, I feel that I don’t like that. (Informant 33)

She obviously connects the terms “business” and “budget” with a sphere she does not want to be a part of, and we can recognize this as a critique of the market world and the industrial world addressed from the inspired world (Boltanski & Thévenot, 2006, pp. 237-241). In any case, later in the interview when she is asked about her future plans, she says that she is planning to establish a web shop in order to sell illustrated prints, which in fact is a highly entrepreneurial future plan. So, she acts in entrepreneurial ways, but she feels a need to distance herself from the business language. Things are getting even more complex when she talks about the co-working space she is a member of: “I work next to another illustrator, who I definitely would describe as an entrepreneur. I try to learn from her” (Informant 33).

A film producer running a small company is another case. When he is asked whether he sees himself as part of “creative industries”, he shrugs it off: “No. That’s a silly word” (Informant 31). However, he continues: “But we do want to grow. We don’t want to be the two of us for the rest of our lives. We want growth and stability” (Informant 31). On the one hand, he does not want to relate to ‘creative

industries', but on the other hand, his actions are precisely what is encouraged by national creative industries policies, and in line with industrial and market grammars.

A third case is a visual artist interviewee. When asked whether he regards himself an entrepreneur, at first he hesitates, but then he displays explicit business-oriented entrepreneurial goals:

No. Entrepreneur? Well, I want to make money from it. But then it must be because I do something that people want, in the sense that I actually have something to say, in different ways. But entrepreneur... I just don't think like that. I want to make money from it, and then I must find a way to do it. [...] And see what others are doing, what others are failing at and what others are succeeding at. And it has a lot to do with selling yourself. Because I believe 100 % in my own product, otherwise I would not be sitting here. Then I would have just wasted my time, then I might have gone back to drinking wine, haha. Or invented something completely different.

Yes? Some would say you talk a bit like a cultural entrepreneur?

Yes, but I have not adopted that expression. I'm probably that pr. definition, but... I have nothing against it. I haven't actually thought about it until you ask now. (Informant 20)

The attitude of this interviewee is more like indifference, even though he does not experience that the term "entrepreneur" adequately covers his approach. His articulated reluctance to the language indicates that he feels a need to demonstrate that he does not fully embrace the market grammar (Boltanski & Thévenot, 2006). These examples show that the resistance against entrepreneurial rhetoric is often caused by which worlds the language mobilizes. Yet, to insist that this resistance only exists at a surface level because it relates to language, which is an explanation advocated by Penaluna and Penaluna (2011, p. 59) among others, is not a precise analysis. A more fruitful understanding is that the act of switching between grammars is not always done without effort, particularly in situations where the different grammars touch upon conflicting values. And if it comes along with an experience of not being accepted from the other, it might be even more disturbing.

The data include interviewees who have reflected quite a bit upon the language used within the various parts of the support system. One example is an actor and theatre producer who has made an effort to adapt to the business language – when this is needed:

[We] must be better at adapting to their language. It is a competence of its own to understand that these are not colleagues, they are white-collar, who speak a language we do not relate to. I've had a steep learning curve in learning the language, the terminology and being able to communicate in the same language. (Informant 118)

This interviewee has experienced herself that different parts of the public support system use different languages. The business support system uses another kind of language than the Art Council does, and she acts in accordance with the two rhetorics when she writes applications:

There is a big difference between writing to Innovation Norway and the Art Council. You can't write to Innovation Norway that you want to create art in order to enrich people's lives. [...] We basically talk about different values. We do not talk fundamentally about money, but the policy instruments do. The starting points are quite different. (Informant 118)

Even if this interviewee thinks it is important that creatives adapt to business language, she also thinks that employees in the business support system should attempt to educate themselves on the language of creatives.

Another interviewee, who runs a dancing school, realized that the way she talks about her work makes a huge difference regarding whether people consider her work as proper and professional:

People often say: “So, you run a dance school? That must be fun!” Like very trivial. But they do not realize that it is actually a business, that it implies financial responsibilities. [...] “How lucky you are to be able to do that, dance around and...” okay. But you have 10 employees, you have everything with finances and to make it go around. [...] It’s like running a regular business. And there are so many people who do not understand that. And it was also a bit important for me, to realize that myself, that, yes, I run a business. So, when I have been to courses and meetings, [...] I have learned how to present myself. (Informant 56)

The need for accentuating the business aspects of their work has recently seemed to have become even more important to many creatives. The interviews this article is based on were conducted in 2017 and 2018, i.e., long before anyone could guess that a pandemic crisis soon would hit the world. When the Norwegian society was locked down because of COVID-19, it led to a collapse of the cultural markets dependent on physical contact between people and the use of public spaces. The cultural sector seems to be among the sectors most negatively affected by this crisis in the Nordic countries thus far (Berge et al., 2021). The government has launched economic measures to compensate for the difficulties in several industries, the creative industries included. However, many creatives have raised their voices in national and social media, alerting to their situation. In these contexts, they accentuate that they are in fact people running important businesses, to remind readers, politicians, a.o., that they are *professionals* – this is not something they do for fun, but that this is their work. They also accentuate the fact that the creative industries do contribute to the creation of Norwegian economic value. The pandemic crisis has made it more necessary for creatives to use this business language in public communication. Even though many creatives often keep their distance to business language, for instance, when talking to each other and also often when talking to me, they seem to adopt the language in other contexts – when the point is to seek legitimation from, e.g., the business support system or from ordinary people lacking insight into the art world. They pick their words according to the context, and who they are trying to convince (Alexander, 2011; Boltanski & Thévenot, 1999, 2006; Swidler, 1986).

Conclusion

While parts of society celebrate the artist as an inspiring entrepreneurial ideal, the creative industries policy rhetoric requires the artists to change their attitude and strategies, to think and act more entrepreneurial and “professional”, which means more market-oriented. According to the interviews, the bureaucrats share this rhetoric. Their fixed perceptions of creatives as unprofessional and not proper workers should be understood as a result of the bureaucrats’ working contexts, where there are

those with a still limited experience with serving creative industries, and where considering work and business according to the market and industrial worlds comes naturally (Boltanski & Thévenot, 1999, 2006).

The interviews with the creatives reveal far more complex attitudes to entrepreneurship, and far more different vocational practices, than the bureaucrats seem to catch sight of. Some artist interviewees dismiss the entrepreneur label when talking about themselves, whereas others are embracing it, and yet others express neutral or indifferent attitudes to this or have not really thought about it. Moreover, they cannot be described as locked into a single rigid artistic or creative mind-set or worldview. Rather, they alternate between different ways to justify their work, depending on context, and who they are attempting to convince (Alexander, 2011; Boltanski & Thévenot, 1999, 2006). More specifically, they adapt to the business language when required, for instance, in applications for business support, and keep a more inspirational language in grant applications to the Art Council. These switches between different worlds are made easily and without effort, or with more difficulties. Although my data is qualitative and therefore cannot be used for a measuring of attitudes, they indicate that this might have a relation to age and generation in such a way that the older creatives feel less comfortable with entrepreneurship language than the younger ones. This indication finds support in a recent analysis of the increasing use since the '90s of this language in artists' applications for governmental money (Peters & Roose, 2020). Whether these changes should be regarded as a sign of ongoing changes in the artist role (Abbing, 2002; Mangset, 2004; Menger, 2014), or just a result of researchers asking new questions, is not given.

My analysis indicates a mismatch between bureaucrats and creatives in how they depict creative work. Through the bureaucrats' spectacles, the creatives do not fit into their conceptions of what it means to be a professional. From the creatives' point of view, the bureaucrats, and to a certain extent also the world as such, do not understand and recognize the complexity of their work and the markets within they operate. Hence, it seems that Norwegian policy on creative industries, at least parts of it, have a limited capacity to embrace the hybridity (cf. McQuilten et al., 2020) and complexities of creative work. The mismatch is not merely a matter of speech. This is a matter of knowledge, as well as mutual understanding and trust.

If the business support system is to be regarded as a relevant and accurate part of the creatives' support network in the future (which is not self-evident, but instead a political choice), there is, at least according to these findings, a need for some improvements. First, the people employed in the support system need to increase their knowledge on the complex professional practices of creatives and what is at stake within creative industries. Increased knowledge will make the bureaucrats more able to meet the creatives with understanding and respect (Haugsevje et al., 2021). Subsequently, this will make it less relevant for the creatives to write off the bureaucrats and the business support system.

Undoubtedly, the bureaucrats do possess a certain business competence which may be useful to creatives – some of the creatives interviewed do indeed point out that themselves. Nevertheless, to gain trust and attention from the creatives, the support system and its employees need to convince the creatives that they understand creatives' diverse work practices on their own terms.

Declaration of interest statement

No potential conflict of interest was reported by the author.

Funding

Regionale forskningsfond Oslofjordfondet; Telemark Research Institute.

References

- Abbing, H. (2002). *Why are artists poor? The exceptional economy of the arts*. Amsterdam University Press.
- Alexander, J. C. (2011). *Performance and power*. Polity.
- Bell, D., & Oakley, K. (2014). *Cultural policy*. Routledge.
- Berge, O. K., Storm, H. N., & Hylland, O. M. (2021). *Covid-19-pandemiens effekter på kultursektoren i de nordiske landene*. Telemarkforskning.
- Boltanski, L. (2012). *Love and justice as competences : three essays on the sociology of action*. Polity.
- Boltanski, L., & Chiapello, È. (2018). *The new spirit of capitalism*. Verso.
- Boltanski, L., & Thévenot, L. (1999). The sociology of critical capacity. *European Journal of Social Theory*, 2(3), 359-377. <https://doi.org/10.1177/136843199002003010>
- Boltanski, L., & Thévenot, L. (2006). *On justification : economies of worth*. Princeton University Press.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*. Polity Press.
- Danko, D. (2008). Nathalie Heinich's Sociology of Art — and Sociology from Art. *Cultural Sociology*, 2(2), 242-256. <https://doi.org/10.1177/1749975508091035>
- Duelund, P. (2003). *The Nordic cultural model*. Nordic Cultural Institute.
- Gompertz, W. (2015). *Think like an artist : and lead a more creative, productive life*. Abrams Image.
- Hansen, T. B., Furre, H., Brastad, B., & De Paoli, D. (2010). *To mål - to midler : økt kunnskap om virkemidlene for kulturnæringene*. Handelshøyskolen BI/Oxford Research.
- Hauge, A., Ibenholt, K., Ericsson, B., & Hallin, G. (2020). *Nullpunktsanalyse: Kulturell og kreativ næring*. Kulturrådet/Fagbokforlaget.
- Haugsevje, Å. D., Heian, M. T., Stavrum, H., & Leikvoll, G. K. A. (2020). Begrunnelser for lokal kreativ næring: Instrumentell kulturpolitikk som tilslørende begrep. *Nordisk kulturpolitisk tidskrift*, 23(2), 86-103. <https://doi.org/10.18261/issn.2000-8325/2020-02-02>
- Haugsevje, Å. D., Stavrum, H., Heian, M. T., & Leikvoll, G. K. A. (2021). Bridging, nudging and translating: facilitators of local creative industries in Norway. *International Journal of Cultural Policy*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/10286632.2021.1895131>
- Heian, M. T., & Hjellbrekke, J. (2017). Kunstner og entreprenør? Norske kunstneres holdninger til egen økonomi, entreprenørskap og kommersiell suksess. *Norsk sosiologisk tidskrift*, 06/2017.
- Heinich, N. (1996). *The glory of van Gogh : an anthropology of admiration*. Princeton University Press.
- Luckman, S. (2018). Craft entrepreneurialism and sustainable scale: resistance to and disavowal of the creative industries as champions of capitalist growth. *Cultural Trends*, 27(5), 313-326. <https://doi.org/10.1080/09548963.2018.1534574>
- Mangset, P. (2004). *"Mange er kalt, men få er utvalgt"*. *Kunstnerroller i endring*. Telemarkforskning-Bø.

- Mangset, P., & Røyseng, S. (2009). *Kulturelt entreprenørskap*. Fagbokforlaget.
- McQuilten, G., Warr, D., Humphery, K., & Spiers, A. (2020). Ambivalent entrepreneurs: arts-based social enterprise in a neoliberal world. *Social Enterprise Journal*, 16(2), 121-140. <https://doi.org/10.1108/SEJ-03-2019-0015>
- Menger, P.-M. (2001). Artists as workers: Theoretical and methodological challenges. *Poetics*, 28(4), 241-254. [https://doi.org/10.1016/S0304-422X\(01\)80002-4](https://doi.org/10.1016/S0304-422X(01)80002-4)
- Menger, P.-M. (2002). *Portrait de l'artiste en travailleur. Méthamorphoses du capitalisme*. Seuil.
- Menger, P.-M. (2014). *The economics of creativity : art and achievement under uncertainty*. Harvard University Press.
- Naudin, A. (2017). *Cultural entrepreneurship : the cultural worker's experience of entrepreneurship* (Vol. 14). Routledge.
- Oslo Economics. (2015). *Evaluering av kulturnæringssettingen*. Oslo Economics.
- Penaluna, A., & Penaluna, K. (2011). The evidence so far: calling for creative industries engagement with entrepreneurship education policy and development. In C. Henry & A. De Bruin (Eds.), *Entrepreneurship and the creative economy : process, practice and policy* (pp. 50-78). Edward Elgar.
- Peters, J., & Roose, H. (2020). From starving artist to entrepreneur. Justificatory pluralism in visual artists' grant proposals. *Br J Sociol*, 71(5), 952-969. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12787>
- Pyykkönen, M., & Stavrum, H. (2017). Enterprising Culture: Discourses on Entrepreneurship in Nordic Cultural Policy. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 1-14. <https://doi.org/10.1080/10632921.2017.1391726>
- Røyseng, S. (2015). Sosiologiske studier av kunst. In (pp. 97-107). Universitetsforl., cop. 2015.
- Røyseng, S. (2016). The social contract of artists in the era of cultural industries. *International Journal of Cultural Policy*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/10286632.2016.1229313>
- Røyseng, S., Mangset, P., & Borgen, J. S. (2007). Young artists and the charismatic myth. *The International Journal of Cultural Policy*, 13(1), 17.
- St. Meld. 8 (2018-2019). *Kulturens kraft. Kulturpolitikk for framtida*. Oslo
- Swidler, A. (1986). Culture in Action: Symbols and Strategies. *American Sociological Review*, 51(2), 273. <https://doi.org/10.2307/2095521>
- Wyatt, D., & Trevena, B. (2021). Governing creative industries in the post-normative cultural condition. *International journal of cultural policy : CP*, 27(6), 782-795. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1849167>

Artikkel 4

Helgadóttir, G., Haugsevje, Å.D. & Stavrum, H. (2021). A Blind Spot? Cultural field Perspectives on Tourism. Publisert online i The Journal of Arts Management, Law, and Society.

<https://doi.org/10.1080/10632921.2021.1997847>

Not available online due to copyright restrictions

Doktoravhandling nr. 133

2022

Blindsoner og brobyggere
Verdsettelse av arbeid i kreativ næring

Doktorgradsavhandling

Åsne Dahl Haugevje

ISBN: 978-82-7206-683-2 (trykt)

ISBN: 978-82-7206-684-9 (online)

usn.no

