



# ***Kultur og næring i Grenland***

Av

**Knut Løyland, Joar Sannes og  
Knut Vareide**



**Telemarkforskning-Bø**

**Arbeidsrapport 11/2007**

© Telemarksforsking-Bø 2007  
Arbeidsrapport nr. 11  
ISSN 0802-3662  
Pris: NOK 290,-

Telemarksforsking-Bø  
Postboks 4  
3833 Bø i Telemark  
Tlf: 35 06 15 00  
Fax: 35 06 15 01  
[www.telemarksforsking.no](http://www.telemarksforsking.no)

## Forord

Oppdragsgiver for dette prosjektet er Vekst i Grenland. Opprinnelig hovedmålsetting var å få mest mulig komplett oversikt over kulturnæringene og andre kulturvirksomheters økonomiske betydning for Grenland. Det skulle omfatte offentlige og private aksjeselskap, offentlige kulturinstitusjoner som ikke er organisert som selvstendige aksjeselskap, for eksempel biblioteker og museum, og det skulle også omfatte enkeltpersonforetak. Kommunenes kulturadministrasjon er ikke tatt med, siden det i denne sammenheng betraktes som en del av den kommunale administrasjonen.

Datakildene som er blitt benyttet er Brønnøysundregisterne og Bedrifts- og foretaksregisteret (BoF). For enkeltpersonforetakene innen NACE-gruppe 92 310, Selvstendig kunstnerisk virksomhet, var det i tillegg planlagt å gjennomføre en spørreundersøkelse koblet mot de offentlig inntekts- og lønnsregisterne via forløpsdatabasen FD-trygd. Det siste krever en dispensasjon fra taushetsplikten fra registreier. Prosjektet ble ikke innvilget en slik dispensasjon fordi registreier mente prosjektet hadde begrenset nasjonal interesse siden det var geografisk avgrenset til Grenlandsregionen.

Etter den planlagte empiriske kartleggingen var det også et mål med prosjektet å skissere et opplegg for hvordan det innsamlede informasjonsgrunnlaget kunne benyttes som grunnlag for en økonomisk ringvirkningsanalyse av kulturnæringene i Grenland.

Dels som følge av manglende muligheter for tilgang til data og dels som følge av at den empiriske kartleggingen pekte i retning av små, om noen, økonomiske ringvirkninger i tradisjonell forstand, er arbeidet med prosjektet blitt justert i samråd med oppdragsgiver. Vi kan grovt si at det nye opplegget er knyttet opp mot tre sentrale felt i dagens tenkning og analyser av kultur og næring. Disse er (i) Kultur som næring i seg selv, (ii) Positive overføringseffekter mellom kunstnere og næring (kreativitet og evne til nytenkning) og (iii) Kulturen som attraksjonskraft for økt regional bosetting. Denne rapporten er tredelt, og vi kan grovt sett si at tredelingen er tilpasset inndelingen (i)-(iii) ovenfor. Første del (kapittel 2) omfatter en kartlegging av kulturnæringenes betydning i Grenland, og er basert på data fra Brønnøysundregisterne og BoF. Grenland sammenliknes med andre norske regioner og det er først og fremst antall bedrifter og sysselsetting som kartlegges. Andre del (kapittel 3 og 4) går ikke i dybden på mulige overføringseffekter, men beskriver resultater fra en spørreundersøkelse blant kunstnere bosatt i Grenland. Hovedtema er deres rammebetingelser for å bo og virke som kunstnere i regionen. Således peker det delvis mot forutsetningene for overføringseffekter, siden tilstedeværelse av kunstnere jo må være en sentral forutsetning for at vi skal kunne snakke om positive overføringseffekter mellom kunstnere

og næringsliv innen en region. Siste del (kapittel 5) behandler skissemessig hva økonomiske ringvirkningsanalyser egentlig handler om, og ikke minst hvilke forutsetninger som må være til stede for at vi skal kunne snakke om positive netto ringvirkninger. Disse er strenge og vanskelig å innfri i en situasjon med et stramt arbeidsmarked, og vi forlater derfor denne innfallsvinkelen og peker heller i retning av betraktninger rundt kultur som et gode i seg selv. Spesielt retter vi søkelyset mot at kultur kan ha betydning som en attraksjonskraft når folk velger sted å bo. Dette vil kunne ha næringsmessig betydning på lengre sikt fordi regioner får tilført menneskelige ressurser som vil bidra til å utvikle regionen. Dette kan være av spesielt stor betydning for Grenland, som det siste tiåret har hatt lavere befolkningsvekst enn landsgjennomsnittet. En slik befolkningsutvikling er atypisk for utviklingen ellers i de siste 10-20 årene, som har vist en relativt sterk befolkningsøkning i urbane områder i Norge for øvrig.

Knut Vareide, Joar Sannes og Knut Løyland har skrevet rapporten. Vi har fått mange gode forslag og innspill fra Linda Cecilie Rønningen, Siri Krohn Fagervoll og Ann-Iren Haugen, og takker alle tre for godt samarbeid. Resultater fra rapporten har vært presentert to ganger, og vi vil rette en takk til deltakere på disse samlingene for konstruktive kommentarer og innspill. En takk også til kollega Sigrid Røyseng som har lest og gitt konstruktive kommentarer til siste utkast til endelig rapport.

Bø i mai 2007

Knut Løyland  
Prosjektleder

## Innhold

1.	Innledning - hvorfor er kulturnæringene interessante? .....	7
2.	Bedriftsundersøkelsen .....	8
	Hva er kulturnæringer? .....	8
	En modell .....	10
	Om data .....	12
	Kulturnæringene i Grenland .....	13
	Antall kulturbedrifter i Grenland .....	13
	Andel kulturbedrifter i Grenland .....	14
	Andel kulturbedrifter i Norge .....	15
	Kulturregioner i Norge .....	16
	Kunstnertetthet .....	17
	Kulturnæringer i kommunene .....	18
	Sysselsetting .....	21
	Sysselsetting kulturproduksjon i Grenland .....	23
3.	Undersøkelse blant kunstnere i Grenland .....	26
	Utvalg og metode .....	26
	Resultater .....	29
	Oppsummering av spørreundersøkelsen .....	68
4.	Vurdering av tiltak på bakgrunn av resultater fra spørreundersøkelsen ..	72
	Innledning .....	72
	Forslag til tiltak som kan sikre kunstneren en mer stabil og forutsigbar økonomi .....	72
	Forslag om ulike samarbeidsfora m.h.t. markedsføring, distribusjon og salg .	75
	Forslag om flere felles lokaler (atelier, øvingsrom etc.) .....	77
5.	Kultur i (inter)kommunal næringspolitikk .....	80
	Innledning .....	80
	Kultursatsinger for å generere økonomiske ringvirkninger – produksjonsperspektivet .....	81
	Kultursatsinger for å utvikle attraktive bosteder – konsumperspektivet .....	86
	Konsumperspektivet i Norge (og Grenland) .....	87
	Nærmere om attraksjonsfaktorer og regional politikk .....	94
	Implikasjoner for kulturgoder som attraksjonsfaktor .....	100
	Oppsummering .....	103
	Utfordringer i framtida .....	104
	Litteratur .....	107



## 1. Innledning - hvorfor er kulturnæringene interessante?

I en rapport som ble laget for Fredrikstadregionen<sup>1</sup> i 2005 ble det trukket fram følgende egenskaper ved kulturnæringene som gjorde disse interessante i et regionalt utviklingsperspektiv:

1. De har et antatt stort verdiskapingspotensiale både knyttet til egen produksjon og som innsatsfaktorer i andre næringer.
2. De er innovative og lærende næringer – som er dynamiske egenskaper som etterstrebes i andre næringer.
3. Utviklingen av dynamiske kulturnæringer gir regional attraktivitet, som har betydning for nærings- og bostedsmiljøer, og bidrar til å trekke ressurser utenfra i form av folk, arbeidskraft, kompetanse, kapital etc.

Dette er momenter som gjør at kulturnæringene i en del sammenhenger anses for å være mer "verdifulle" enn andre næringer. Hvis dette er riktig kan man således hevde at den regionale nytten av kulturvirksomheten er større enn de rent økonomiske størrelsen tilsier, ettersom virksomheten fører til positive ringvirkninger. Dette kan naturligvis problematiseres og diskuteres, men det er betraktninger av denne typen som er bakgrunnen for at mange er interessert i koblingen mellom kultur- og næringsutvikling, og at kultur ofte trekkes fram som en viktig faktor i ulike strategiske planer for næringsutvikling på lokalt og regionalt nivå.

Med dette som utgangspunkt har vi grovt sett disponert rapporten etter tredelingen ovenfor. Den første avgrenser og skaffer til veie et informasjonsgrunnlag for kulturnæringene i Grenland. Den andre retter seg ikke direkte mot problemstilling 2 ovenfor, men er en kunstnerundersøkelse rettet mot kunstnere i Grenland. Grovt sett omhandler den kunstneres rammebetingelser og synspunkter på lokalisering i Grenlandsregionen. Den tredje delen beskriver først økonomiske ringvirkningsanalyser og kriterier for korrekt gjennomføring av slike, for deretter å rette søkelyset mot kultur som et gode i seg selv – ikke minst som attraksjonsfaktor ved valg av bosted. Dette diskuteres i lys av Grenlands svake befolkningsutvikling de siste to tiårene.

---

<sup>1</sup> Jf. Onsager m.fl. (2005).

## 2. Bedriftsundersøkelsen

### *Hva er kulturnæringer?*

I dette kapitlet dokumenterer vi innsamling av relevant informasjon og gir en beskrivende fremstilling av forhold som vi mener er av betydning for å beskrive kulturnæringenes posisjon i det lokale næringslivet. Det gjelder:

- Hvor mange bedrifter er det og hvor stor er verdiskaping og sysselsetting i kulturnæringene i Grenland?
- Har Grenland mye kulturnæring i forhold til resten av landet og sammenliknbare regioner?
- Er det enkelte kategorier av kulturnæringer som er spesielt mye eller lite av i Grenland?
- Hvordan har utviklingen vært i kulturnæringene i Grenland og resten av landet?
- Hva kjennetegner kulturnæringenes økonomi i forhold til andre næringer?

I fortsettelsen vil vi belyse disse spørsmålene ved å hente informasjon fra ulike bedriftsregistre.

Et sentralt spørsmål er hva vi legger i begrepet kulturnæringer. Det finnes ingen fasitsvar på dette, men det finnes en del både nasjonale og internasjonale forskningsrapporter hvor det foreslås ulike definisjoner på og avgrensninger av kulturnæringene. Felles for alle er at de er basert på den internasjonale standarden for næringsgruppering, eller NACE. Haraldsen m.fl. (2004) gir en oppsummering av ulike avgrensninger som er benyttet i nasjonale og internasjonale studier, i tillegg til å foreslå en for Norge. Vi tar utgangspunkt i en liknende avgrensning som den Haraldsen m.fl. benytter, men som vi skal se, vil vår avgrensning være noe avvikende.

I tabellen under har vi vist hvilke bransjer vi vil definere som kulturnæringer, og hvordan vi har gruppert kulturnæringene:



**Tabell 2.1. Sammensetning av kulturnæringer.**

	Kulturproduksjon	Tilknyttet virksomhet	Salg
Bibliotek, museum etc	Vern av historiske steder og bygninger Drift av museer og vern av historiske steder og bygninger Drift av biblioteker og arkiver Drift av museer		
Bøker, aviser, blader etc	Nyhetsbyråer Forlegging av aviser Forlegging av blader og tidsskrifter Forlagsvirksomhet ellers Forlegging av bøker	Trykking av aviser Annen grafisk produksjon Ferdiggjøring før trykking Bokbinding og ferdiggjøring av trykksaker Trykking ellers Oversettingsvirksomhet Engroshandel med bøker, aviser og blader	Postordrehandel med bøker, papir, aviser og blader Butikkhandel med aviser og blader Postordrehandel med bøker, papir, aviser og blader Butikkhandel med bøker og papir
Design, reklame, arkitektur	Interiørarkitekt- og interiørkonsulentvirksomhet Designvirksomhet Arkitektvirksomhet Annonse- og reklamevirksomhet		
Film, video, foto	Fotografvirksomhet Film og videoproduksjon	Produksjon av fotokjemiske produkter Reproduksjon av videoopptak Distribusjon av film og video Filmframvisning	
Kunsthåndverk	Produksjon av smykker og varer av edle metaller Produksjon av bijouterivarer		Butikkhandel med gull- og sølvvarer
Musikk	Kommunal kulturskolevirksomhet Produksjon av musikkinstrumenter	Engroshandel med plater, musikk- og videokassetter og CD- og DVD-plater Impressariovirksomhet Reproduksjon av lydopptak	Butikkhandel med musikkinstrumenter og noter Butikkhandel med plater, musikk- og videokassetter, CD- og DVD-plater Postordrehandel med elektriske husholdningsapparater, radio, fjernsyn, plater, kassetter og musikkinstrumenter
TV, radio	Radio og fjernsyn	Produksjon av radio og fjernsynsmotakere og apparat for opptak Engroshandel med radio og fjernsyn	Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, radio og fjernsyn
Kunstnerisk virksomhet	Selvstendig kunstnerisk virksomhet		
Underholdning	Drift av etablissement knyttet til kunstnerisk virksomhet Drift av underholdningsetablissement Underholdningsvirksomhet ellers		

Som tabellen viser, er kulturnæringene delt opp i ni ulike kategorier for øverste nivå i det vi kan kalle kulturnæringenes verdikjede. Det øverste nivået har vi kalt kulturproduksjon. I tillegg har vi innført to lavere nivå i denne verdikjeden. Det er hhv det vi har kalt tilknyttet virksomhet og salg. De to lavere nivåene vil ikke nødvendigvis være aktuelle for alle ni kulturproduksjonskategoriene.

**Tabell 2.2. Kategorier innen kulturnæringene.**

Kategori
Bibliotek, museum etc
Bøker, aviser, blader etc
Design, reklame, arkitektur
Film, video, foto
Kunsthåndverk
Musikk
TV, radio
Underholdning
Kunstnerisk virksomhet

I andre undersøkelser har en også regnet reiselivsnæringene, med bransjene hotell, restauranter, barer etc med som kulturnæring. Videre har også industribransjene tekstil og møbel blitt inkludert i noen andre rapporter. Samtidig har enkelte andre behandlet kultur og "kreative næring" samlet, og også inkludert IKT-bransjer. Idrett er også en bransje som kunne tas med. Det er dermed langt fra gitt hvilke bransjer som man kan definere som kultur.

Innenfor hver kategori har vi som nevnt også skilt mellom "kulturproduksjon", som er definert som selve skapingen av de kulturelle verdiene, og "tilknyttet virksomhet" og "salg". Hvor de enkelte bransjer plasseres her, er i stor grad basert på skjønn. Andre har valgt å plassere bransjene annerledes enn dette. Dette skillet har med verdikjeden å gjøre. Noen "produserer" kulturgoder, mens andre er tilknyttet indirekte, eller driver med salg av kulturproduktene.

I enkelte sammenhenger vil det være mest hensiktsmessig å fokusere på de bransjene som blir definert som "kulturproduksjon", ettersom de bransjene som er tilknyttet virksomhet eller salg ikke umiddelbart vil bli assosiert som kulturnæring.

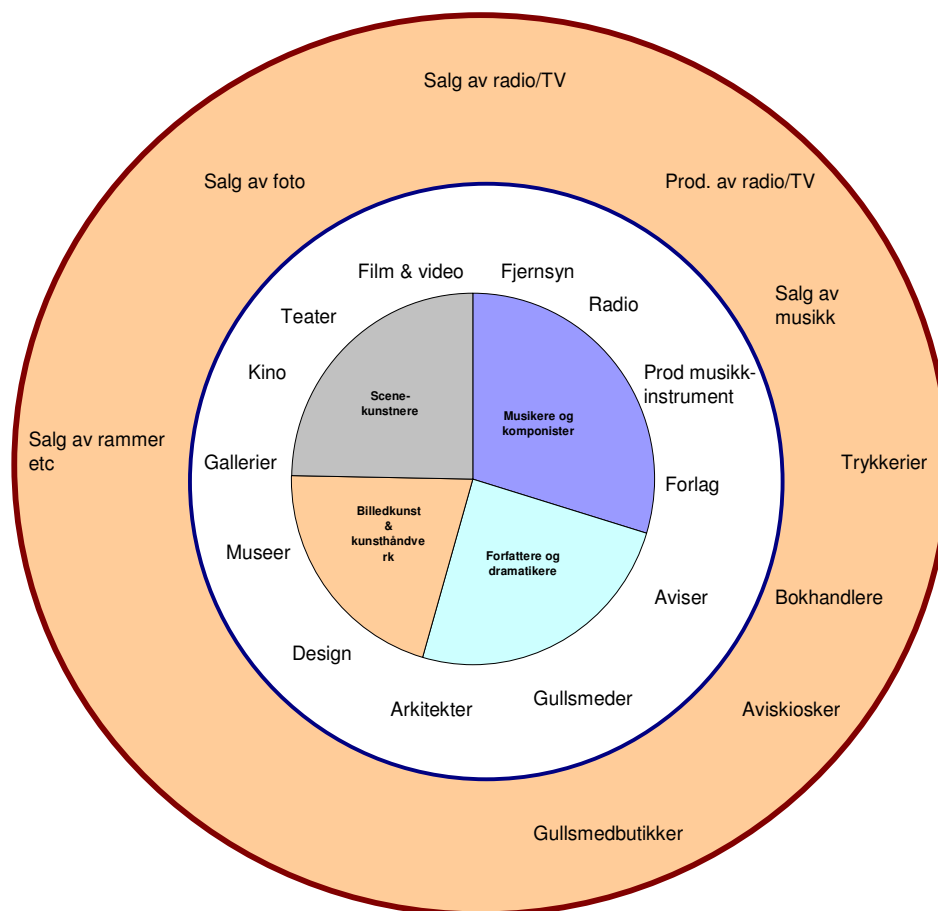
Omfanget av kulturnæring påstås bl.a. å kunne øke attraktiviteten til en geografisk region. I den sammenheng er det først og fremst de som finnes øverst i denne verdikjeden som er interessante i en slik argumentasjon.

### ***En modell***

I tabell 1 fordelte vi de ulike bransjene i forhold til verdikjeden: Kulturproduksjon, tilknyttet virksomhet og salg. Bransjen selvstendig

kunstnerisk virksomhet skiller seg ut. Kunstnerisk virksomhet kan defineres som den "kreative kjernen" i kulturnæringene.<sup>2</sup> Tradisjonelt sett vil mange hevde at det er her nye kunstneriske og kulturelle uttrykk blir skapt. Utenfor denne kjernen kan vi definere bransjer som ligger tett opp til denne kjernen.

En slik modell er vist under:



I denne modellen danner altså selvstendig kunstnerisk virksomhet "kjernen" i kulturnæringene, mens det er definert to nivåer utenfor denne kjernen. Mellomnivået er de resterende bransjene som vi definerte som kulturproduksjon i tabell 1, mens det ytterste nivået er tilknyttet virksomhet og salg. Videre i denne rapporten vil vi fokusere spesielt på selvstendig kunstnerisk virksomhet, og dernest det mellomnivået, det vi kan kalle kulturproduksjon (bortsett fra den kunstneriske virksomheten).

<sup>2</sup> Haraldsen m.fl. (2004) betegner dette som kulturnæringenes "dynamiske kjerne".

## **Om data**

Vi benytter SSBs bedrifts- og foretaksregister (BoF) i analysene som gjennomføres. I BoF finnes alle juridiske enheter i foretaksregisteret, mens alle bedriftsenheter finnes i bedriftsregisteret. Forskjellen på en juridisk enhet og bedriftsenhet, er at en juridisk enhet, f.eks. et aksjeselskap, kan ha virksomhet på flere steder og innenfor flere bransjer. I bedriftsregisteret har man splittet opp slike enheter i flere bedrifter. Et selskap som Norsk Hydro har eksempelvis hovedkontor i Oslo, og er registrert der kun en gang i foretaksregisteret, men har mange bedrifter, hvorav flere i Grenland, i ulike bransjer. Ved å bruke bedriftsregisteret får vi derfor en ganske nøyaktig telling på antall bedrifter og antall ansatte fordelt på kommuner og bransjer.

Svakheten med dette registeret er at det finnes lite opplysninger på de minste bedriftene, spesielt enkeltpersonforetak. SSB tar også bort enkeltpersonforetak fra registrene dersom omsetningen er under 50.000 kr. Innenfor kunstnerisk virksomhet er det mange slike bedrifter, og også mange som har relativt lav omsetning. Det er også et tidsmessig etterslep på når SSB tar ut bedrifter. Dette innebærer at en del bedrifter som har hatt lav omsetning, og derfor tatt ut av registrene, men som har hatt høyere omsetning i 2004 og 2005, ikke er innregistrert på nytt. Samtidig vil det kunne være en del slike småbedrifter i registrene som har lavere omsetning, men som fremdeles står i registrene.

Det er også viktig å være klar over at det vi fanger opp i dette registeret er *næringsvirksomhet* knyttet til kunst og kultur. Av flere grunner er det ikke nødvendigvis det samme som kunstnerisk eller kulturell aktivitet:

1. Enkelte kan ha kunstnerisk produksjon uten at det genererer nok inntekter til å bli registrert
2. Kunstnere kan leve av kunstnerstipend eller annen lønnsinntekt. Dersom f.eks. en forfatter i Grenland mottar lønn fra et forlag i Oslo, vil denne bli å betrakte som en som pendler til Oslo, og det vil ikke bli registrert noen økonomisk aktivitet i Grenland
3. Kunstnere kan drive "svart", dvs. ikke oppgi alle inntektene sine.

I tillegg har vi et annet metodeproblem knyttet til at det kan være kunstnerisk virksomhet innenfor andre bransjer enn vi har definert som kulturbransjer. En bedrift som Porsgrunn Porselen vil eksempelvis ha ansatt designere og kunstnere som designer og utformer nye produkter. Dette vil kunne betraktes som kunstnerisk virksomhet, men de blir definert som industriarbeider i bransjen produksjon av mineralske produkter.

Det er dermed en del feilkilder, som vi bør være klar over, når vi bruker registerdata til å måle omfanget av kulturnæringer. Med innsikt i lokale

forhold kan man være fristet til å korrigere registrene som benyttes i analysene i henhold til hva vi vet, men som ikke er fanget opp i datakildene. Dette skaper imidlertid store problemer ved sammenlikninger med andre regioner som vi ikke har tilsvarende innsikt i. For sammenlikningens skyld vil det derfor være en fordel om en bruker registrene som de er. Det vil likevel kunne komme fram mye interessant informasjon og kunnskap om kulturnæringene Grenland, både i seg selv og ikke minst når vi sammenlikner med andre regioner.

## ***Kulturnæringene i Grenland***

### **Antall kulturbedrifter i Grenland**

Vi vil først se på antallet foretak som er registrert i Grenland innenfor de ulike kategoriene. Her har vi talt med alle bedrifter som har vært aktive minst ett år i perioden 2000-2005. Dette betyr at bedriften må ha hatt omsetning over 50.000 kr i minst ett av årene.

**Tabell 2.3. Antall bedrifter i kulturnæringene i Grenland. Data: BoF.**

<b>Kategori</b>	<b>Produksjon</b>	<b>Tilknyttet virksomhet</b>	<b>Salg</b>	<b>SUM</b>
Bibliotek, museum etc	16			16
Bøker, aviser, blader etc	65	73	24	162
Design, reklame, arkitektur	193			193
Film, video, foto	64	6		70
Kunsthåndverk	11		17	28
Musikk	6	21	30	57
TV, radio	5	6	41	52
Underholdning	44			44
Kunstnerisk virksomhet	281			281
<b>SUM</b>	<b>685</b>	<b>106</b>	<b>112</b>	<b>903</b>

Det er til sammen identifisert 903 ulike bedrifter i Grenland innenfor de bransjene som vi har definert som kultur.

Kunstnerisk virksomhet er den største bransjen, målt i antall bedrifter. Det er 281 bedrifter i denne gruppen som har vært aktive i de fem siste årene. Bransjen design, reklame og arkitektur er den nest største, med 193 bedrifter. I disse bransjene er bedriftene i gjennomsnitt svært små.

De aller fleste er enkeltpersonforetak uten ansatte, hvor eieren bare er delvis sysselsatt. Som vi skal se senere, er det bransjen bøker, aviser, blader etc som er klart størst. Her har vi også de største bedriftene, både i omsetning og i antall ansatte, f eks Varden og Telemarksavisa.

### Andel kulturbedrifter i Grenland

Det er registrert 12506 bedrifter i Grenland i BoF, som har vært aktive i årene etter 2000. Vi kan se på hvor stor andel kulturbedriftene utgjør av totalt antall bedrifter i Grenland.

**Tabell 2.4. Kulturnæringene andel av samlet antall bedrifter i Grenland. Data: BoF.**

Kategori	Produksjon	Tilknyttet virksomhet	Salg	SUM
Bibliotek, museum etc	0,1			0,1
Bøker, aviser, blader etc	0,5	0,6	0,2	1,3
Design, reklame, arkitektur	1,5			1,5
Film, video, foto	0,5	0,0		0,6
Kunsthåndverk	0,1		0,1	0,2
Musikk	0,0	0,2	0,2	0,5
TV, radio	0,0	0,0	0,3	0,4
Underholdning	0,4			0,4
Kunstnerisk virksomhet	2,2			2,2
<b>SUM</b>	<b>5,5</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>7,2</b>

7,2 prosent av alle bedrifter i Grenland er knyttet til kultur, slik som vi har definert det. 5,5 prosent av bedriftene er "kulturprodusenter", mens 1,7 prosent er tilknyttet virksomhet eller salg av kultur.

## Andel kulturbedrifter i Norge

For å finne ut om dette er lite eller mye, kan vi sammenlikne med tall for hele landet:

**Tabell 2.5. Kulturnæringene andel av samlet antall bedrifter i Norge. Data: BoF.**

Kategori	Produksjon	Tilknyttet virksomhet	Salg	SUM
Bibliotek, museum etc	0,2			0,2
Bøker, aviser, blader etc	0,7	0,7	0,1	1,6
Design, reklame, arkitektur	1,9			1,9
Film, video, foto	0,8	0,1		0,8
Kunsthåndverk	0,1		0,1	0,2
Musikk	0,1	0,2	0,1	0,4
TV, radio	0,1	0,0	0,2	0,3
Underholdning	0,4			0,4
Kunstnerisk virksomhet	2,7			2,7
<b>SUM</b>	<b>6,8</b>	<b>1,0</b>	<b>0,6</b>	<b>8,4</b>

Vi ser at kulturbedriftenes andel av totalt antall bedrifter i landet er 8,4 prosent, dvs noe høyere enn for Grenland. Grenland har lavere andel bedrifter innenfor kulturproduksjon, men noe høyere andel innenfor salg. Målt på denne måten kan det se ut til at Grenland har mindre enn gjennomsnittlig andel bedrifter innen kulturproduksjon. Før vi trekker noen endelig konklusjoner, kan vi se på hvilke regioner i landet som har høyest andel bedrifter innen kulturproduksjon.

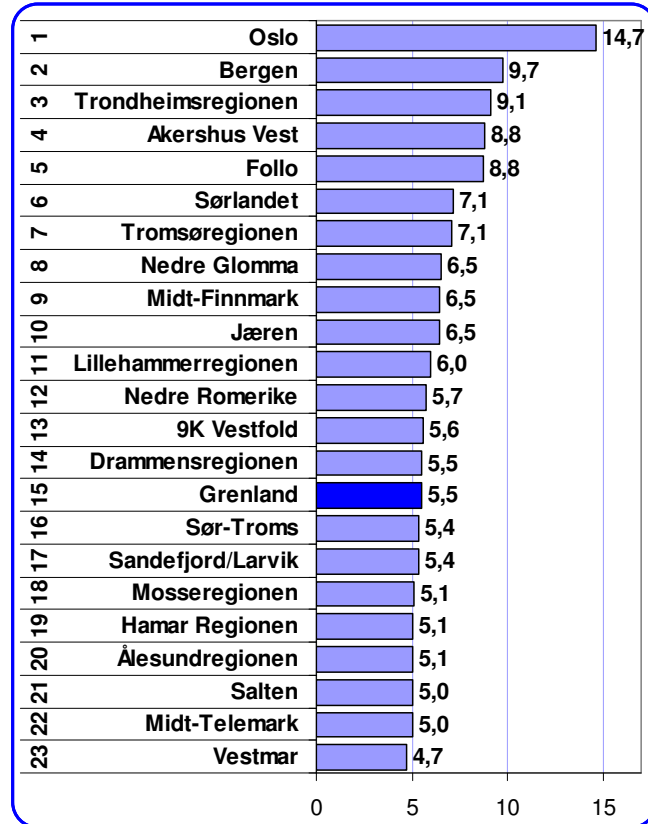
## Kulturregioner i Norge

Vi kan måle andelen bedrifter innen kulturproduksjon i alle regionene i Norge. Vi har delt opp landet i 81 regioner etter hvordan kommunene selv har dannet politisk samarbeid i regionråd eller liknende.

Oslo er den regionen som har klart størst andel av bedriftene innen kulturproduksjon. Hele 14,7 prosent av bedriftene i Oslo er i denne kategorien. Dernest følger Bergensregionen, Trondheimsregionen, Akershus Vest (Asker og Bærum) og Follo.

Grenland er på 15. plass av 81 regioner når det gjelder andel kulturbedrifter. Dette gir et helt annet bilde enn når vi sammenliknet med landsgjennomsnittet. Landsgjennomsnittet er sterkt påvirket av Oslo, som trekker gjennomsnittet sterkt oppover.

Regioner som har høy andel kulturprodusenter er stort sett folkerike og urbane regioner. Unntakene er Sør-Troms, Midt-Telemark og Vestmar. Det er interessant å merke seg at regionene i Telemark kommer høyt opp på denne rankingen.



**Figur 2.1. Andel bedrifter i kulturproduksjon**



## Kunstnertetthet

Kunstnertetthet måler vi som antall registrerte næringsdrivende innen kunst pr 1000 innbyggere.

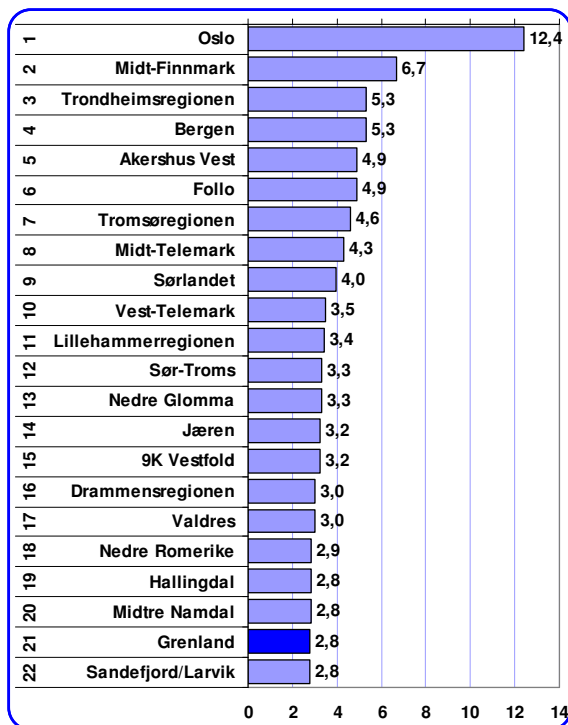
Igjen ser vi at sentrale og folkerike regioner har størst konsentrasjon av kunstnere. Oslo, Bergen og Trondheimsregionen er på topp. Follo og Akershus Vest følger deretter, men disse regionene kan ses som en del av Stor-Oslo. Unntakene er Midt-Finnmark og Midt- og Vest-Telemark, som har høy kunstnertetthet selv om det er gravgrendte bygderegioner.

Er kunstnere urbane mennesker som trives best i storbyene? Skyldes det i så fall egenskaper med byen som gjør den kunstneriske produksjonen lettere ved bl.a. større kunstneriske produksjonsmiljøer og nærhet til ulike markeder av betydning for deres virksomhet (gallerier, spillesteder mv.)? Mangset (1998) typologiserer kunstnere og drøfter bl.a. slike spørsmål med utgangspunkt i funn som tyder på at om lag halvparten norske kunstnere er bosatt i Oslo.

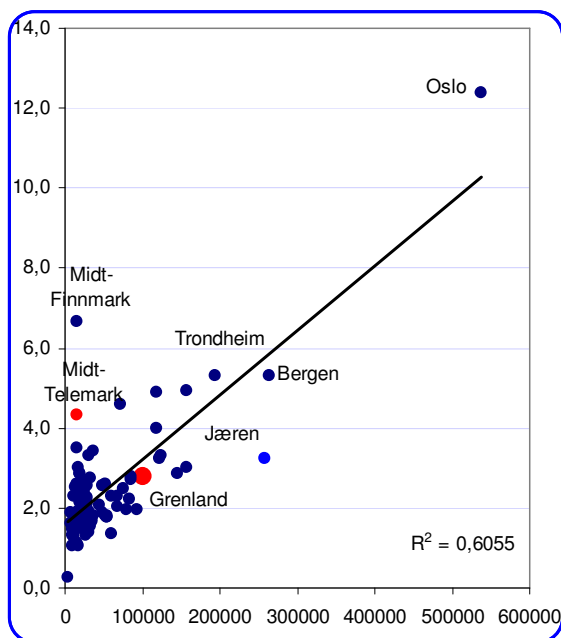
I figur tre har vi plassert regionene med hensyn til folketall og kunstnertetthet. Vi ser at sammenhengen mellom kunstnertetthet og folketall er påfallende regelmessig.

Grenland har noe lavere kunstnertetthet enn folketallet isolert sett tilsier.

I figuren ser vi klart hvor sterkt Midt-Finnmark og Midt-Telemark skiller seg fra mønsteret, med sin lave befolkning og høye



**Figur 2.2. Kunstnertetthet: Antall registrerte bedrifter innen kunst pr 1000 innbyggere.**



**Figur 2.3. Sammenheng mellom folketall og kunstnertetthet i regioner i Norge.**

kunstnertetthet.

### Kulturnæringer i kommunene

Vi kan også se på variasjonen i kulturnæringsstettheten på kommunenivå, for å få et mer detaljert bilde. Først ser vi på andel foretak innenfor kulturproduksjon i forhold til samlet antall foretak.

I figur 2.4 vises de 20 kommunene som har høyest andel kulturforetak. Nesodden har høyest andel kulturforetak. Ellers domineres listen av de store byene, med omkringliggende kommuner.

Kommuner som avviker fra dette mønsteret er Kautokeino, Tjøme, Karasjok og Hvaler.

En kan også merke seg at kun 22 kommuner i landet har en høyere andel kulturforetak enn det veide gjennomsnittet på 6,8 prosent. Hele 409 kommuner ligger lavere. Det

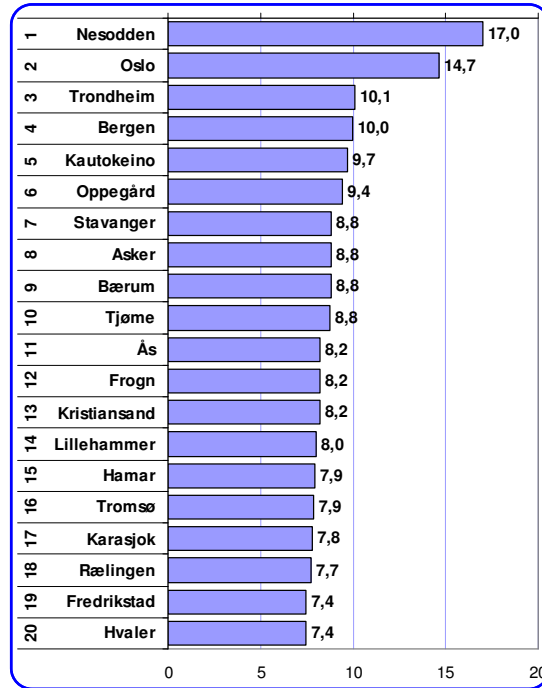
kommer av at de største kommune, og særlig Oslo drar opp gjennomsnittet sterkt.

I figur 2.5 vises kommunene i Telemark. Kommunens rangering mht kulturtetthet er vist med tallet helt til venstre. Rangeringen er gjort for alle 431 kommunene i landet.

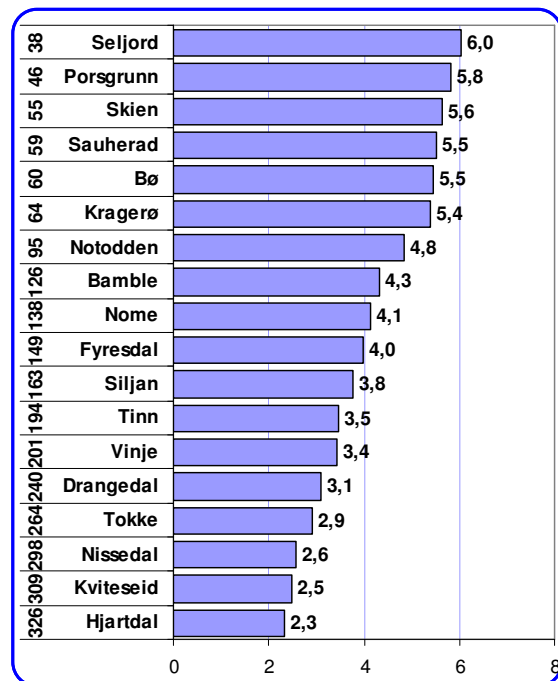
Vi kan se at det er mange kommuner i Telemark som har høy kulturtetthet. Seljord er den kommunen i fylket med relativt flest kulturbedrifter, og er nr 38 av kommunene i landet.

Porsgrunn og Skien er rangert som henholdsvis nr 46 og 55 når det gjelder kulturtetthet blant kommunene i landet.

Også Siljan og Bamble ligger langt over gjennomsnittet for landet.



Figur 2.4. Andel bedrifter i kulturproduksjon.



Figur 2.5. Andel bedrifter i kulturproduksjon.

## Kunstner-tetthet

Vi kan også fokusere på den kunstneriske virksomheten, som vi har definert som "kjernen" i kulturnæringene.

I figur 2.6 har vi vist de kommunene i landet med høyest antall registrerte kunstnere pr 1000 innbyggere.

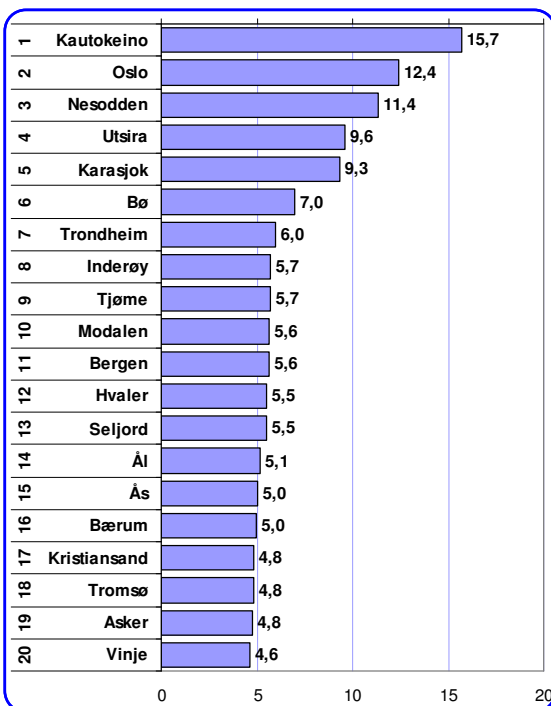
Kautokeino er på topp, mens Oslo og Nesodden kommer på de neste plassene. At Utsira er på fjerdeplass er mer en kuriositet, ettersom kommunen bare har to kunstnere. Folketallet i Utsira er landets laveste på 209, slik at kommunen av den grunn kommer høyt.

Flere kommuner fra Telemark er med på denne lista. Bø er nr 6 i landet når det gjelder kunstner-tetthet, Seljord er nr 13 og Vinje nr 20.

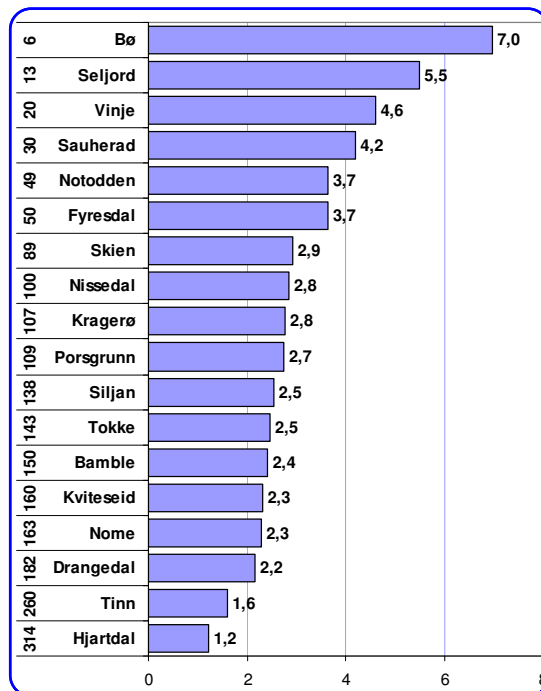
I figur 2.7 har vi vist alle kommunene i Telemark.

Vi ser at kommunene i Grenland er litt lavere rangert når vi ser på tettheten av kunstnere i forhold til befolkning, enn når vi så på andelen kulturforetak.

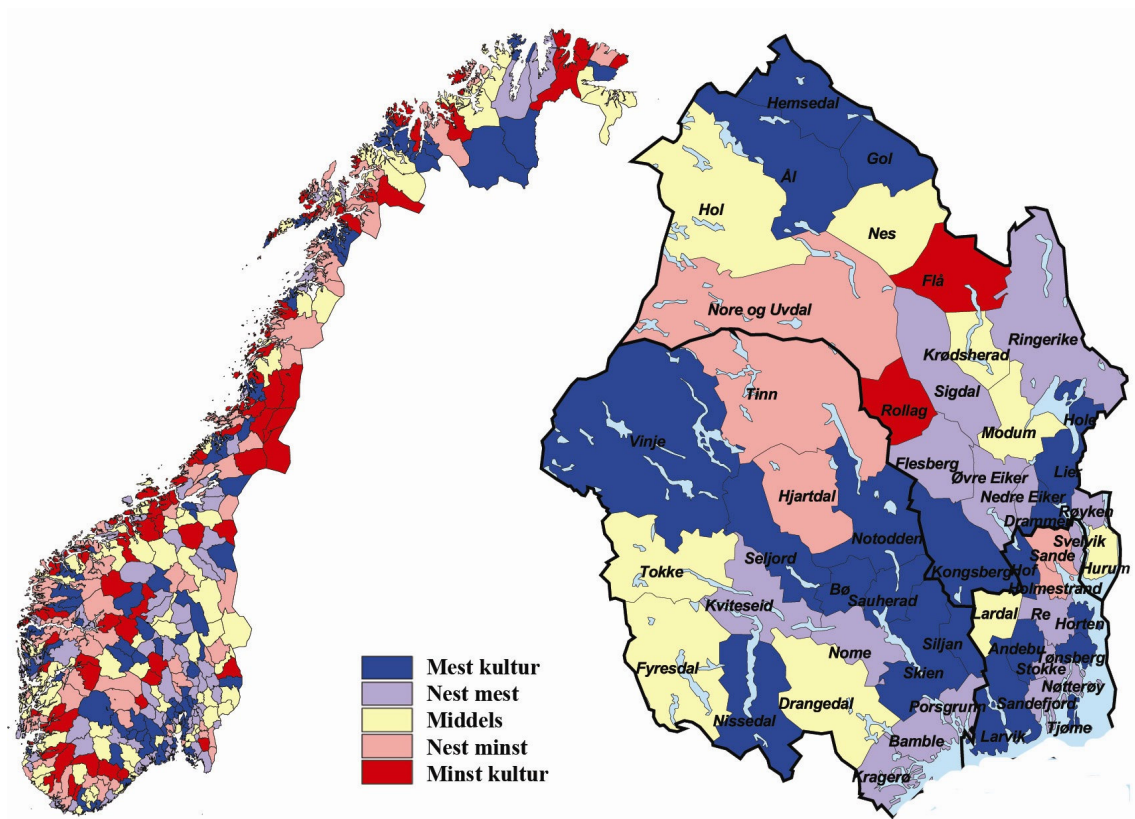
Likevel ligger alle kommunene i Grenland langt over landsgjennomsnittet. Siljan er nr 138, Skien 89, Bamble nr 150 og Porsgrunn nr 109.



**Figur 2.6. Antall registrerte kunstnere pr 1000 innbyggere.**



**Figur 2.7. Antall registrerte kunstnere pr 1000 innbyggere.**



**Figur 2.8. Rangering av kommunene med hensyn til antall registrerte kunstnere i forhold til folketall. Kommunene er delt opp i fem grupper, hvor de 20 prosent av kommunene med høyest kunstnertetthet kommer i gruppen "mest kultur", etc.**

I kartene over har vi illustrert kunstnertettheten, dvs antall registrerte kunstnerforetak pr 1000 innbyggere, i Norge og Buskerud, Telemark og Vestfold (BTV).

Vi ser av Norgeskartet at det finnes kommuner med både høy og lav kunstnertetthet i alle landsdeler. Telemark peker seg ut med å ha mange kommuner med høy kunstnertetthet. Det samme gjelder Vestfold.

## Syssetting

En oversikt over antall ansatte i ulike kategorier kulturproduksjon viser følgende tall:

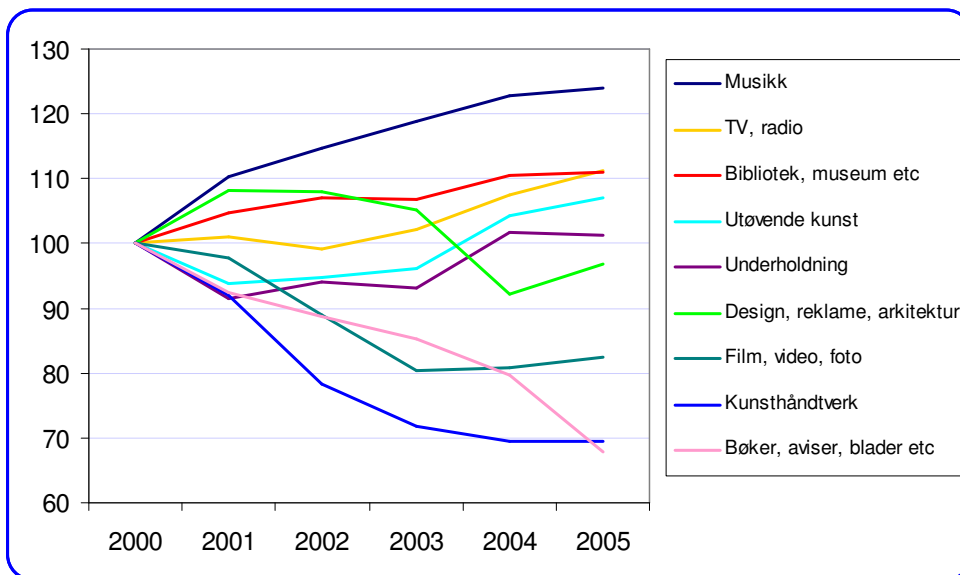
**Tabell 2.6. Antall ansatte i Norge.**

Kategori	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Bibliotek, museum etc	6402	6701	6859	6845	7081	7101
Bøker, aviser, blader etc	25392	23474	22538	21636	20239	17218
Design, reklame, arkitektur	11066	11976	11957	11651	10203	10724
Film, video, foto	2286	2235	2034	1840	1849	1885
Kunsthåndverk	863	794	675	620	599	600
Musikk	3691	4067	4232	4389	4531	4576
TV, radio	5332	5381	5288	5447	5731	5936
Underholdning	4088	3739	3850	3812	4154	4143
Kunstnerisk virksomhet	792	744	751	762	826	848
<b>SUM</b>	<b>59912</b>	<b>59111</b>	<b>58184</b>	<b>57002</b>	<b>55213</b>	<b>53031</b>

Antallet ansatte i kulturnæringer viser samlet sett en nedgang hvert år siden 2000. Årsaken til dette er først og fremst at antall ansatte innen aviser og forlag har blitt kraftig redusert hvert eneste år. Dette skyldes sannsynligvis effektivisering som følge av ny produksjonsteknologi og dels økt konkurranse fra andre medier, bl.a. internett. På landbasis forsvant det over 8000 ansatte i forlag og aviser mellom 2000 og 2005.

De andre kulturbransjene har samlet sett en liten oppgang i antall ansatte. Størst oppgang er det innen musikk. Her er også kommunale musikkskoler med i statistikken, og det er disse som har hatt den største veksten.

Også bibliotek, museum etc er for en stor del offentlig eller halvoffentlig, og har hatt vekst i de siste årene. Det er spesielt museer som har hatt størst vekst.



**Figur 2.9. Antall ansatte, indeksert, i ulike kategorier kulturproduksjon.**

I figuren over er utviklingen i antall ansatte indeksert, slik at utviklingen trer klarere frem. Musikk er den kulturkategorien som øker mest. Dette skyldes for en stor del kommunal kulturskolevirksomhet, som har hatt en økning i perioden. Deretter har TV og radio, Bibliotek og museum, utøvende kunst og underholdning hatt en vekst i de siste årene.

Kulturkategorier som design og reklame, film og video, kunsthåndverk og aviser og forlag har hatt nedgang.

Alt i alt gir dette et sammensatt bilde av kulturnæringene, men der det har vært en nedgang totalt sett slik vi har avgrenset dem. Den kreative kjernen viser imidlertid en vekst de siste årene. Våre funn er således i tråd med Haraldsen m.fl. (2004), til tross for at de benytter en noe avvikende avgrensning av kulturnæringene.

## Syssetting kulturproduksjon i Grenland

Vi kan også ta ut tilsvarende tall for antall ansatte i kulturnæringene i Grenland:

**Tabell 2.7. Antall ansatte i kulturnæringene i Grenland. Data BoF.**

Kategori	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Bibliotek, museum etc	96	87	88	91	81	87
Bøker, aviser, blader etc	331	289	292	257	265	265
Design, reklame, arkitektur	165	155	154	144	141	141
Film, video, foto	14	19	18	20	15	16
Kunsthåndverk	11	7	10	11	11	12
Musikk	111	91	84	84	88	94
TV, radio	79	77	72	69	64	67
Underholdning	46	40	45	39	40	37
Kunstnerisk virksomhet	3	2	2	4	4	4
<b>SUM</b>	<b>856</b>	<b>767</b>	<b>765</b>	<b>719</b>	<b>709</b>	<b>723</b>

Når vi tar ut antall ansatte i Grenland, er det åpenbart at det er mangelfulle data, spesielt innen kategorien utøvende kunst. Dette kommer av at mange kunstnere er organisert som enkeltmannsforetak. Selvstendig næringsdrivende er ikke ansatte, og derfor blir disse ikke telt opp i BoF.

Vi ser også at det er en klart synkende tendens i Grenland når det gjelder samlet antall ansatte i kulturproduksjon, men det er en liten oppgang fra 2004 til 2005. Den største nedgangen i femårsperioden er innen aviser.

For å få et bilde av hvor gode eller dårlige sysselsettingsdataene er, kan vi se på hvor stor andel av foretakene som er enkeltpersonsforetak:

**Tabell 2.8. Andel foretak som er enkeltpersonsforetak i Grenland.**

Kategori	Produksjon	Salg	Tilknyttet virksomhet	Alle
Bibliotek, museum etc	0			0
Bøker, aviser, blader etc	57	33	53	52
Design, reklame, arkitektur	67			67
Film, video, foto	83		0	79
Kunsthåndverk	91	24		50
Musikk	33	50	57	51
TV, radio	20	27	83	33
Underholdning	57			57
Kunstnerisk virksomhet	96			96
<b>Alle</b>	<b>77</b>	<b>34</b>	<b>55</b>	<b>69</b>

Innenfor kunstnerisk virksomhet, der det er registrert 281 foretak i Grenland, er 96 prosent enkeltmannsforetak. Også innenfor design og film og video er det mange enkeltmannsforetak. Dette betyr at statistikk fra åpne bedriftsregistre ikke vil gi et riktig bilde av disse næringene, verken mht sysselsetting, omsetning eller verdiskaping.



Vi kan imidlertid forsøke å beregne sysselsettingen i de enkeltpersonsforetakene hvor vi mangler tall for sysselsetting.

I tabellen under har vi tatt med antall ansatte i henhold til BoF i de ulike kulturkategoriene. I tillegg har vi beregnet sysselsettingen til de selvstendig næringsdrivende, der vi har antatt at disse er 50 % sysselsatt i egen bedrift i gjennomsnitt.

**Tabell 2.9. Beregnet sysselsetting i kulturproduksjon i Grenland.**

Kategori	Ansatte	Næringsdrivende	Sum
Bibliotek, museum etc	87	0,0	87
Bøker, aviser, blader etc	265	42,0	307
Design, reklame, arkitektur	141	65,0	206
Film, video, foto	16	27,5	43,5
Kunsthåndverk	12	7,0	19
Musikk	94	14,5	108,5
TV, radio	67	8,5	75,5
Underholdning	37	12,5	49,5
Kunstnerisk virksomhet	4	135,0	139
SUM	723	312,0	1035

Vi ser da at kategorien bøker, aviser, blader etc fremdeles er den største kategorien når det gjelder sysselsetting. Her fanger statistikk over antall ansatte opp det meste av sysselsettingen.

Selvstendige kunstnere er i hovedsak sysselsatt som næringsdrivende i små selskap. Dersom disse i gjennomsnitt har et halvt årsverk i sysselsetting i eget firma, vil det være 139 årsverk i kunstnerisk virksomhet i Grenland. Kunstnerisk virksomhet vil dermed bli en av de største kulturbransjene i Grenland.

De økonomiske ringvirkningene fra kulturnæringene til underleverandører vil antakelig være lavere enn fra mange andre næringer. Det skyldes at kulturnæringene er lite kapitalintensive, og at det er lite innkjøp av varer og tjenester fra andre bransjer. Lønnsomheten og lønnsnivået er også relativt lavt. Kulturnæringene har imidlertid andre egenskaper som gjør at de får en spesiell posisjon. Vi kommer nærmere tilbake til disse problemstillingene i kapittel 5. Først skal vi imidlertid i de neste to kapitlene beskrive hovedresultater fra en spørreundersøkelse rettet mot kunstnere bosatt i Grenland, der bakgrunn og oppfatninger om rammebetingelser ved lokalisering står sentralt.

### **3. Undersøkelse blant kunstnere i Grenland**

#### ***Utvalg og metode***

I det følgende kapittel vil vi konsentrere oss om den delen av kultursektoren som vi tidligere har omtalt som "den kreative kjernen" i kulturnæringene. Det er i denne gruppen man tradisjonelt mener at nye kunstneriske og kulturelle uttrykk blir skapt, og det er i denne gruppen vi finner de vi med et samlebegrep kan kalle kunstnerne. Vi vil i dette kapitlet se nærmere på hvem disse er og hvordan de opplever det å ha Grenland som base for sin kunstneriske virksomhet.

Nå er det ikke umiddelbart gitt hvem som tilhører denne "kreative kjernen" og hvem som ikke gjør det. Kunstnerbegrepet er vanskelig definerbart og det finnes ikke noen allment akseptert definisjon av begrepet. De fleste er likevel enige om at det må være noe som knytter kunstnere sammen, en eller annen form for felles indre karakteristikk, som til tross for stor grad av ulikhet, eller heterogenitet, likevel gjør det fruktbart å betrakte kunstnere som en gruppe. Hva dette "noe" består i, er derimot vanskelig å definere. Vi vil ikke her forsøke å nærme oss noen slik definisjon. Det ligger utenfor rammene for denne undersøkelsen.

Noen praktiske avgrensinger har vi likevel måttet gjøre. I tabell 2.1 inngår "selvstendig kunstnerisk virksomhet" som bare en av flere bransjer som bedriver kulturproduksjon. Blant andre bransjer som driver kulturproduksjon finner vi bl.a. museumsvirksomhet, forlagsvirksomhet, arkitektur, reklamevirksomhet, radio og fjernsyn. Selv om det kan argumenteres for at også disse bransjer kan ha et kunstnerisk tilsnitt ved sin virksomhet, har vi valgt å utelukke disse virksomhetene i vår undersøkelse.

Vi har definert gruppen som driver selvstendig kunstnerisk virksomhet til å inkludere billedkunstnere, scenekunstnere, forfattere og musikere. I tillegg har vi valgt å inkludere kunsthåndverkere og komponister. Siden det kunstneriske miljøet i Grenland er relativt lite, med få kunstnere innenfor de ulike kunstneriske uttrykksformene, er kunsthåndverkerne gruppert sammen med billedkunstnerne, mens komponistene er plassert sammen med musikerne. Dermed sitter vi igjen med fire kategorier; billedkunstnere/kunsthåndverkere, scenekunstnere, forfattere og musikere/komponister. Dette er de samme fire hovedkategoriene som er benyttet i Elstad og Pedersen (1996).

Innenfor de fire hovedkategoriene finner vi imidlertid en rekke underkategorier. Billedkunstnere omfatter både tradisjonelle billedkunstnere, kunsthåndverkere, fotografer, illustratører, grafiske designere og interiørarkitekter. Blant forfatterne inkluderes også dramatikere og oversettere. Blant scenekunstnere finner vi skuespillere, sceneinstruktører, scenografer, filmarbeider, ballettdansere og koreografer. Musikkategorien inkluderer sangere, komponister, populærkomponister/autorer og revyforfattere. Mange av disse

undergruppene vil, av årsaker som er nevnt ovenfor, i liten grad være representert i vårt datamateriale.

Det er ellers vanlig å differensiere mellom skapende og utøvende kunstnere. Blant skapende kunstnere regnes blant annet billedkunstnere, kunsthåndverkere, forfattere og komponister. Blant de utøvende kunstnerne er det vanlig å regne skuespillere, ballettdansere og musikere. Skillet mellom skapende og utøvende kunstnere er et viktig skille fordi det i dette skillet ligger ulike premisser for hvordan kunstnertilværelsen vil se ut.

Forskjellen mellom det å være skapende eller utøvende kunstner handler blant annet om ulike måter å arbeide på, om kunstnernes forhold til sitt publikum eller sine kunder og om ulike ansettelsesformer. For eksempel er det ikke uvanlig at den utøvende kunstner har et nærmere og mer direkte forhold til sitt publikum, mens den skapende kunstner i større grad arbeider alene og "isolert". Den skapende kunstner vil ikke på samme måte som den utøvende kunstner vite om arbeidet de gjør til syvende og sist vil gi seg utslag i salg og dermed en økonomisk avkastning. Videre har skapende kunstnere tradisjonelt oftere vært selvstendige yrkesutøvere, mens de utøvende kunstnerne i langt større grad har hatt ansettelse ved teatrene, operaen og orkestrene. Elstad og Pedersen (1996) har vist at det er klare og tydelige skiller mellom skapende og utøvende kunstnere langs en rekke dimensjoner, og at disse ulikhetene i stor grad også omfatter kunstnernes økonomi.

Men selv om skillet mellom skapende og utøvende kunstnere kan oppfattes som viktig, har det likevel ikke i vår undersøkelse vært mulig å differensiere eksplisitt mellom disse to kunstnerrollene. Hovedårsaken til dette er at vi på forhånd ikke i tilstrekkelig grad var kjent med universet av kunstnere i Grenland. Dernest har det vist seg at det er for få kunstnere i de ulike kategoriene til at det vil gi noen mening med et slikt skille. Vi har derfor valgt å ikke fokusere på dette skillet i våre analyser.

Selv om kunstnerne innenfor våre fire kategorier kan sies å dele en rekke felles kjennetegn, vil det også være slik at de arbeider innenfor ulike felt, og under til dels svært ulike premisser. Det vil derfor være interessant å studere forskjeller i svargivningen mellom de fire ulike hovedkategoriene av kunstnere. Siden det kunstneriske miljøet i Grenland er såpass lite kan dette imidlertid også her by på et problem. Det er eksempelvis for få forfattere og scenekunstnere til at vi kan trekke absolutte konklusjoner om disse gruppene. Man bør derfor være spesielt oppmerksom på det lave antallet respondenter når man i undersøkelsen ser på svargivningen i disse kategoriene.

Til undersøkelsen ble det utarbeidet et eget spørreskjema. Spørsmålene som er benyttet er for en stor del standardiserte og strukturerte. Imidlertid har vi i noen grad også benyttet åpne spørsmål. Disse har vi analysert og vurdert i sammenheng med svarene fra de strukturelle spørsmålene.

I utgangspunktet hadde vi et ønske om å nå fram til samtlige kunstnere i den definerte målgruppen. Vi vet at kommunene i Grenland ligger over landsgjennomsnittet når det gjelder antall utøvende kunstnere pr. 1000 innbyggere. Imidlertid foreligger det ikke noen samlet oversikt over hvem disse kunstnerne er, eller hvor de bor. Siden vi mangler tilstrekkelig kjennskap til populasjonen har vi ikke kunnet foreta et sannsynlighetsutvalg. Vi har i stedet valgt å henvende oss til samtlige identifiserte kunstnere og andre som driver kulturelt virksomhet med adresse i Grenland. Navn og adresser har vi hovedsakelig hentet fra SSBs Bedrifts- og foretaksregister. I tillegg har vi funnet navn og adresser i kunstnerregisteret på Kulturnett.no. Til sist har vi registrert kunstnere gjennom omtaler i lokalpressen. Adressene til disse fant vi i gule sider.

Til sammen sendte vi ut 233 skjemaer til kunstnere og personer som driver kulturelt virksomhet i Siljan, Skien, Porsgrunn og Bamble. Siden vi ikke kjenner den totale populasjonen vet vi ikke hvor stor andel av populasjonen dette utgjør. Følgelig vil det også være vanskelig å si noe sikkert om hvor representativt vårt utvalg er for den totale populasjonen.

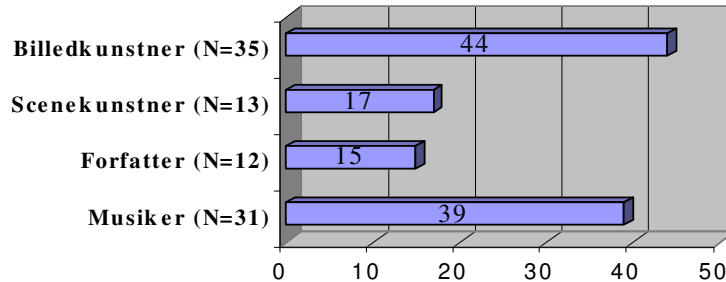
På grunn av lav svarprosent etter første utsending ble det sendt ut en purring. Etter purrerunden hadde vi mottatt 80 svar. Dette gir en svarprosent på 34,3%. Vi fikk imidlertid 31 skjemaer i retur med ukjent adresse. Dette utgjør 13,3% av alle utsendte skjemaer. Dersom vi trekker ut disse finner vi at 202 skjemaer nådde frem til respondentene. Dermed sitter vi igjen med en svarprosent på vel 40%. Svarprosenten er fortsatt noe lav, men vurderes likevel som tilstrekkelige til vårt formål. Datainnsamlingen ble foretatt i oktober og november 2006.

Vi har dessverre ikke kunnet kontrollere for eventuelle systematiske skjevheter i svargivningen, det vil si skjevheter som skyldes at det ikke er tilfeldig hvem som svarer på skjemaet og hvem som ikke svarer. Dette fordi vi på forhånd ikke i tilstrekkelig grad var kjent med verken alder, kjønn, utdanning eller kunstnerisk uttrykksform.

Vår undersøkelse er kvantitativ og diskusjonen i det følgende er beskrivende. I analysen av datamaterialet har vi derfor i hovedsak gjort bruk av enkle prosentfordelinger. I tillegg har vi brukt krystabeller for å se om det er forskjeller i svargivningen etter hva slags kunstnerisk uttrykk respondentene arbeider innenfor. Til sist har vi benyttet oss av gjennomsnitt som et uttrykk for andel av salg til ulike kundegrupper.

## Resultater

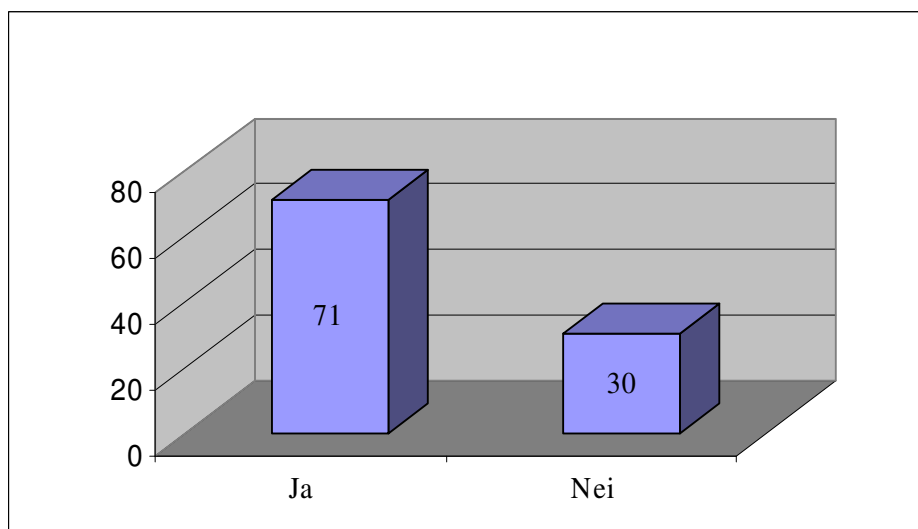
Figur 3.1 viser hvordan våre respondenter fordeler seg mellom de fire ulike hovedkategoriene.



**Figur 3.1. Type kulturuttrykk (N=78).**

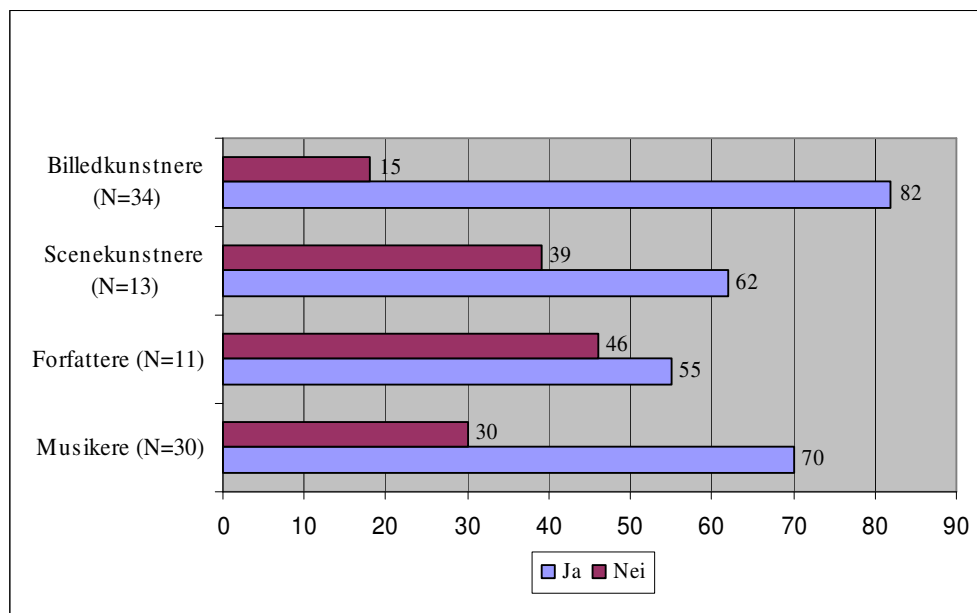
Vi ser at 44% av de som har svart på vår henvendelse er billedkunstnere. I denne gruppen finner vi alt fra kunstmalere til sølvsmeder, glassblåsere og keramikere. Den nest største gruppen er de vi for enkelhets skyld har valgt å kalle musikere. Også denne gruppen er til dels svært heterogen. Gruppen favner over hele spekteret fra unge rockemusikere, via etablerte jazz- og bluesmusikere til utøvere innenfor klassisk musikk, kirkemusikk, korps og kor. Denne kategorien omfatter ikke bare utøvende musikere, men også dirigenter og instruktører. Ellers ser vi at 17% blant de som har svart på vårt spørreskjema betrakter seg som scenekunstnere. Dette er for en stor del kunstnere innenfor ulike typer teateraktiviteter. Til sist svarer 15% av de spurte at de er forfattere. Når disse summeres ser vi at summen overstiger 100%. Dette skyldes at mange av de spurte oppgir at de arbeider innenfor flere ulike kunstuttrykk samtidig.

Vi var interessert i å vite noe om i hvilken grad respondentene har utdanning innenfor den kunst- eller det kulturfelt de arbeider. Figur 3.2 gir oss svaret.



**Figur 3.2. Har du utdanning innenfor den kunstneriske eller kulturelle virksomheten du driver? (N=78).**

Majoriteten av respondentene oppgir at de har en eller annen form for utdanning innenfor sitt felt. Hele 71% av de spurte svarer at de har utdanning, mens 30% svarer at de mangler utdanning innenfor det felt de arbeider.

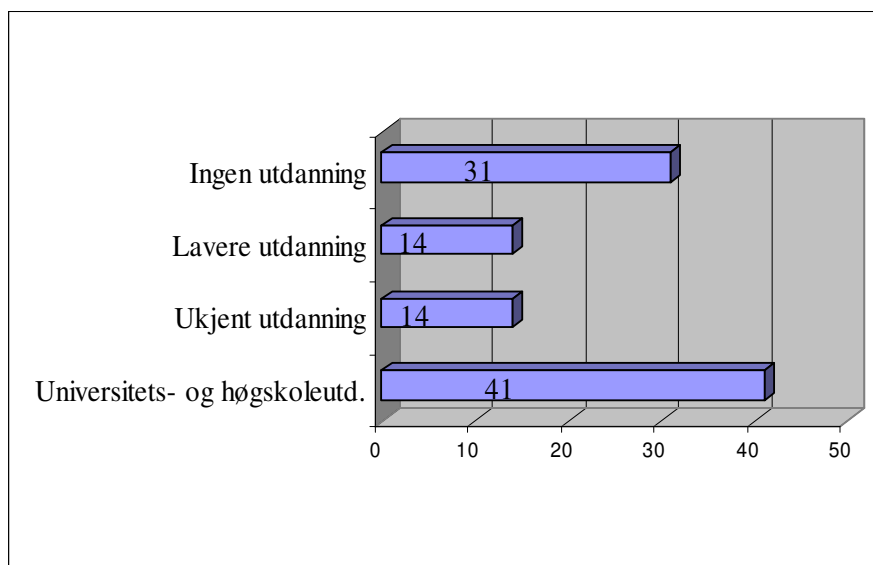


**Figur 3.3. Har du kunstnerisk/kulturell utdanning innenfor den virksomheten du driver, etter kulturell uttrykksform.**

Særlig billedkunstnerne synes å bidra til den generelt høye andelen med kunstrelatert utdanning blant kunstnere i Grenland. Hele 82% av

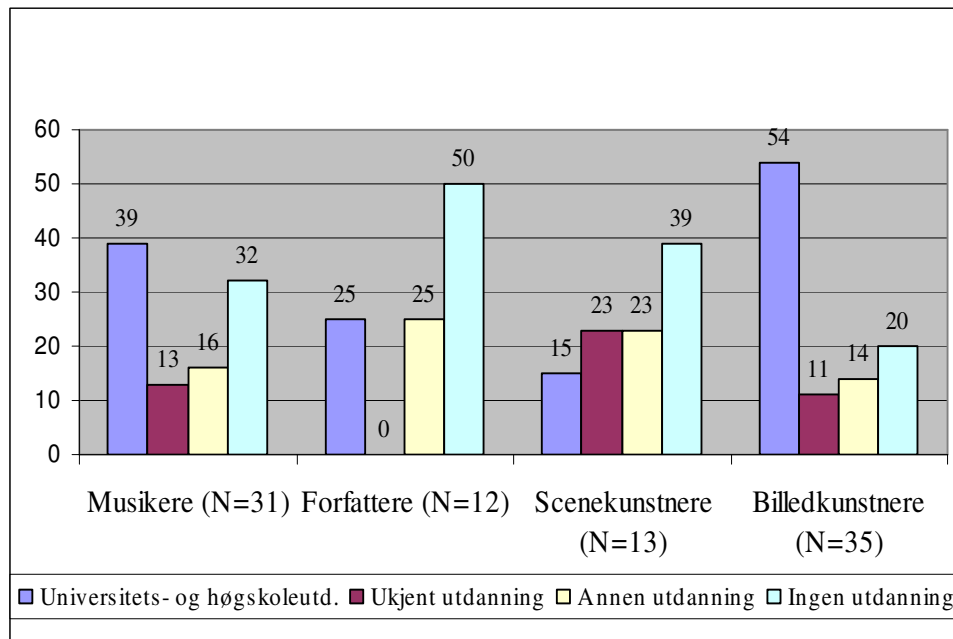
billedkunstnerne svarer at de har slik utdanning. Dernest følger musikerne (70%) og scenekunstnerne (62%). Forfatterne er den gruppen som i minst grad synes å ha noen direkte relevant utdanning. Bare noe over halvparten (55%) av forfatterne har slik utdanning.

Respondentene ble ellers bedt om å oppgi hva slags utdanning de har. Her viste svarene seg å være noe mangelfulle. Mange av respondentene valgte kun å oppgi sin utdanning i generelle termer. I figur 3.4 har vi likevel forsøkt å lage en oversikt over utdanningsnivå.



**Figur 3.4. Utdanningsnivå (N=80).**

Vel en av tre har som tidligere vist ingen kunst- eller kulturell utdanning. Blant de som har slik utdanning ser vi imidlertid at hele 41% av de spurte oppgir utdanning på universitets- eller høgskolenivå, mens 14% oppgir at de har lavere utdanning. En gruppe på 14% lot seg ikke identifisere innenfor den ene eller den andre utdanningskategorien. Denne gruppen har utdanning innenfor den kunstform de arbeider, men vi vet ikke om det dreier seg om en høyere eller en lavere utdanning. Figur 3.5 viser hvordan utdanningsnivået varierer mellom de fire kunstneriske uttrykksformer vi opererer med.

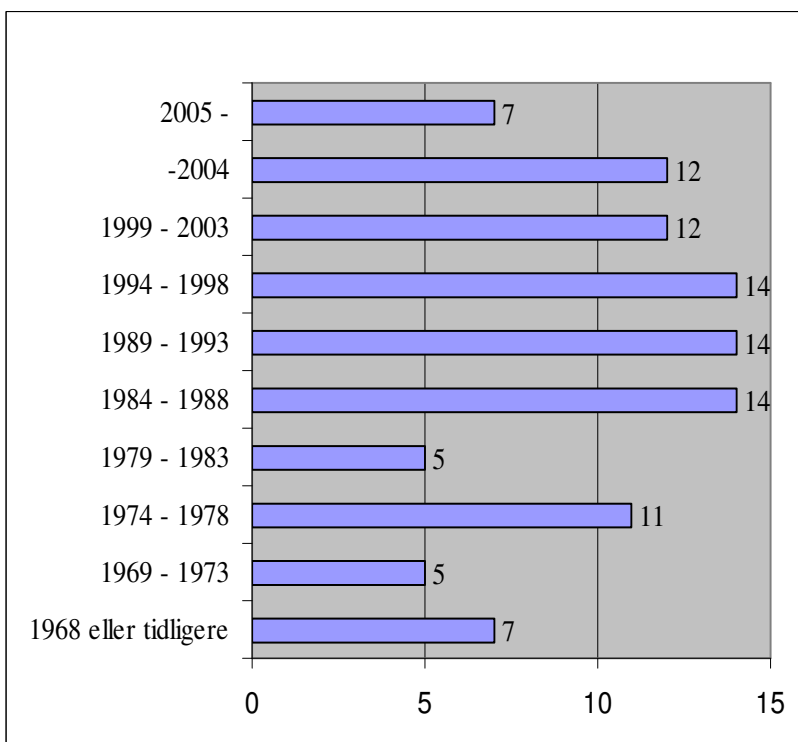


**Figur 3.5. Utdannelsesnivå, eller kulturell uttryksform.**

Igjen er det billedkunstnerne som skårer høyest. Mer enn halvparten av de spurte billedkunstnerne oppgir at de har utdanning på universitets- eller høyskolenivå. Dernest følger musikerne. Også blant musikerne ser vi at en høy andel av de spurte har utdanning på høyeste nivå. Andelen med relevant utdanning er samlet betraktet høyere blant scenekunstnerne enn blant forfatterne. Imidlertid kan det synes som om andelen med relevant utdanning på universitets- eller høyskolenivå likevel er noe høyere blant forfatterne enn blant scenekunstnerne.

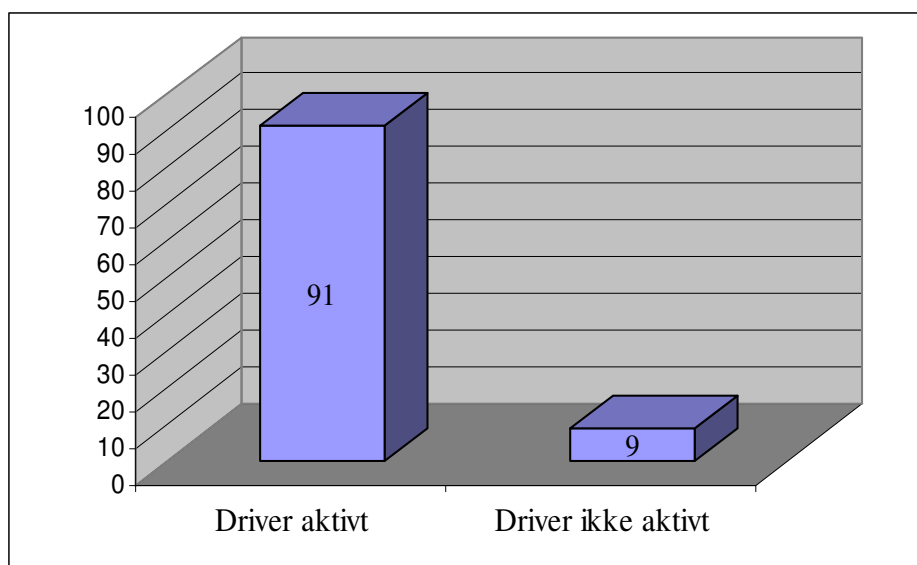
Som vi har vært inne på tidligere, er det all grunn til å anta at kunstnere i Grenland utgjør en svært heterogen gruppe. Ikke bare arbeider de innenfor et bredt og variert spekter av kunstneriske uttryksformer. De vil også være etablert kunstfaglig og i det kunstneriske miljøet i ulik grad. Vi ba respondentene oppgi når de først etablerte seg i Grenland.





**Figur 3.6. Når startet du opp virksomheten? (N=74).**

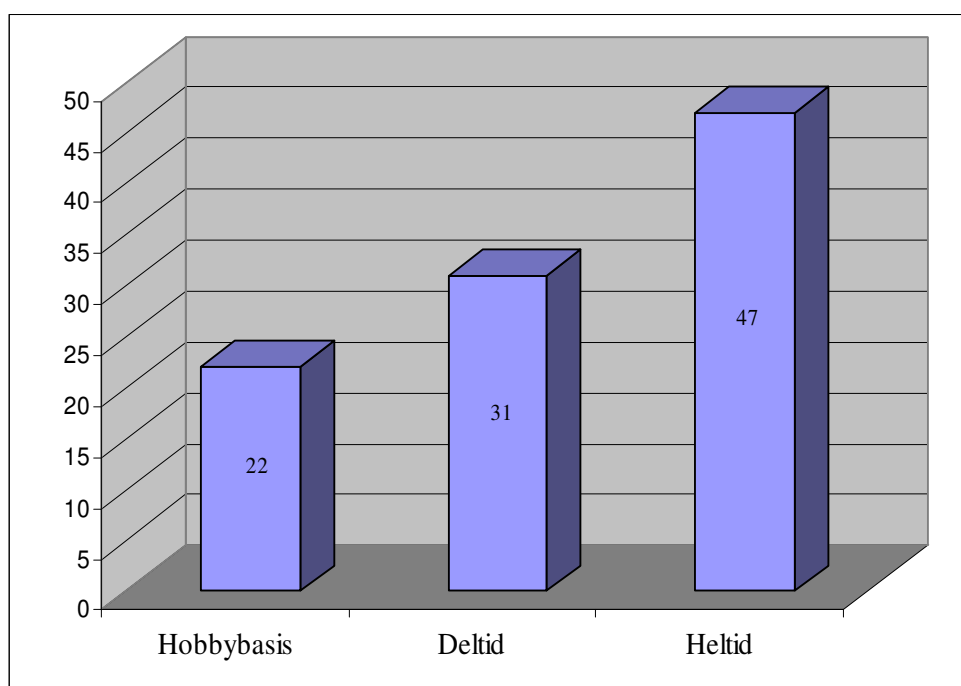
Mange av respondentene synes å ha lang fartstid som kunstner i Grenland. Nesten hver fjerde respondent (23%) har rundt 30 års erfaring eller mer. Nesten halvparten (42%) av de spurte etablerte seg i Grenland en gang mellom 1984 og 1998. Dette betyr at til sammen 65% av de spurte har 10 års erfaring eller mer.



**Figur 3.7. Hva er status for din kunstneriske virksomhet i dag? (N=77).**

De aller fleste som har svart på vårt spørreskjema, hele 91%, oppgir at de på intervjutidspunktet fremdeles driver aktivt med kunst eller kulturellt arbeid. En mindre gruppe på 9% av de spurte svarer at de ikke lenger er aktive innenfor sin kunst. Samtlige scenekunstnere er fortsatt aktive, mens fordelingen mellom aktive og ikke-aktive blant billedkunstnere og musikere stort sett følger mønsteret fra figur 3.7. Det er blant forfatterne vi finner den største gruppen ikke-aktive. Her svarer 18% av de spurte at de ikke lenger arbeider aktivt med kunst eller kulturellt arbeid.

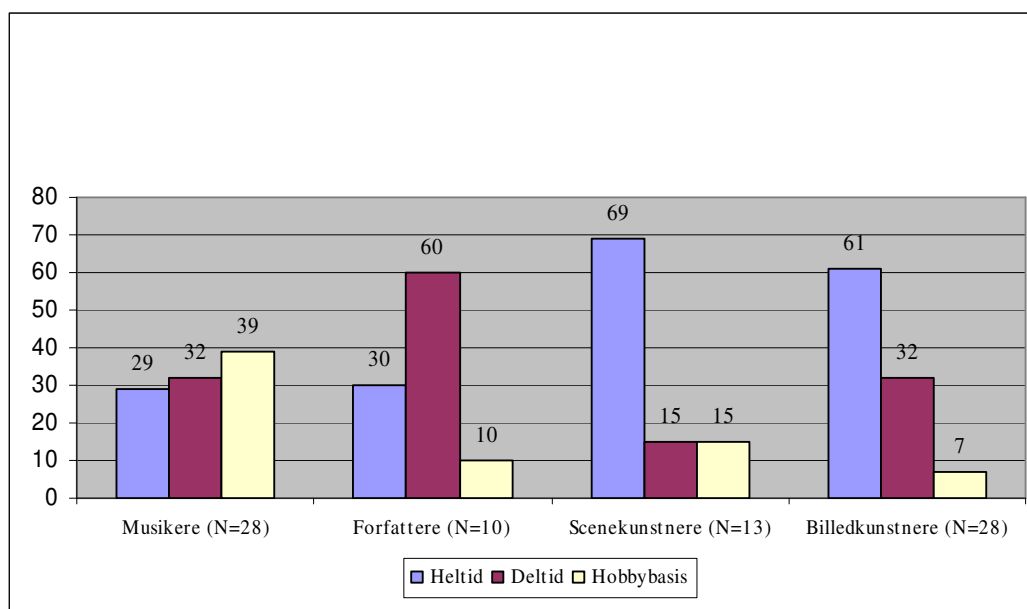
De fleste respondentene i vårt utvalg er altså fremdeles aktive. Vi var imidlertid også interessert i å finne ut hvor aktive de ulike kunstnerne er. Vi ba respondentene svare på hvorvidt de arbeidet med sin kunstneriske virksomhet på heltid, deltid eller bare på hobbybasis. Figur 3.8 gir oss tallene.



**Figur 3.8. Driver du den selvstendige kunstneriske/kulturellt relaterte virksomheten på heltid, deltid eller på hobbybasis (N=68).**

Nesten halvparten av de spurte (47%) svarer at de driver sin selvstendige kunstneriske virksomhet på heltid. Det innebærer at de som profesjonelle kunstnere i all hovedsak vil være avhengige av å tjene sin lønn, enten som ansatt kunstner, gjennom salg av egne produkter og/eller ved at de mottar kunstnerstipend. Et unntak kan gjelde kunstnere som har inntekt fra renter, trygd eller liknende. Dette vil vi komme nærmere tilbake til

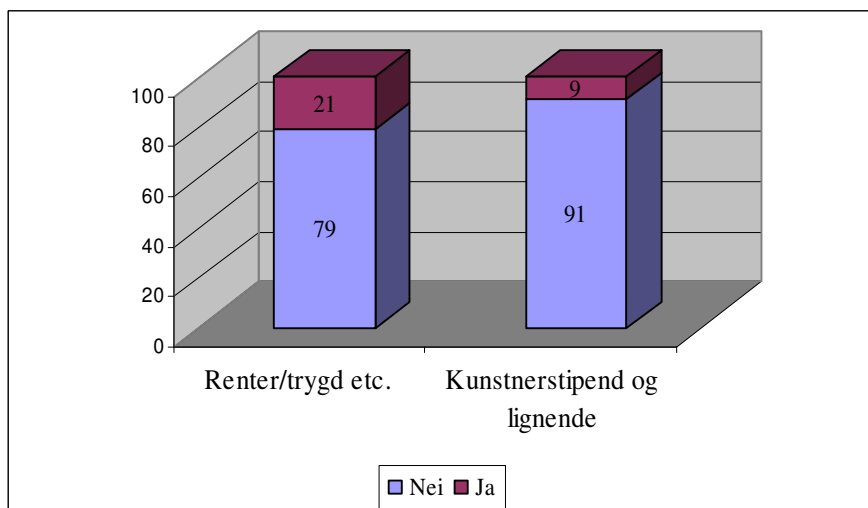
nedenfor. Videre ser vi at 31% av de spurte mener de driver sin kunstneriske virksomhet på deltid. Denne gruppen med deltidskunstnere vil i større eller mindre grad ha sin hovedinntekt fra annet arbeid, eller fra andre kilder. Til sist finner vi at 22% av respondentene mener deres kunstneriske virksomhet kun drives på hobbybasis.



**Figur 3.9. Driver du den selvstendige kunstneriske/kulturrelaterte virksomheten på heltid, deltid eller på hobbybasis, etter kulturell uttrykksform.**

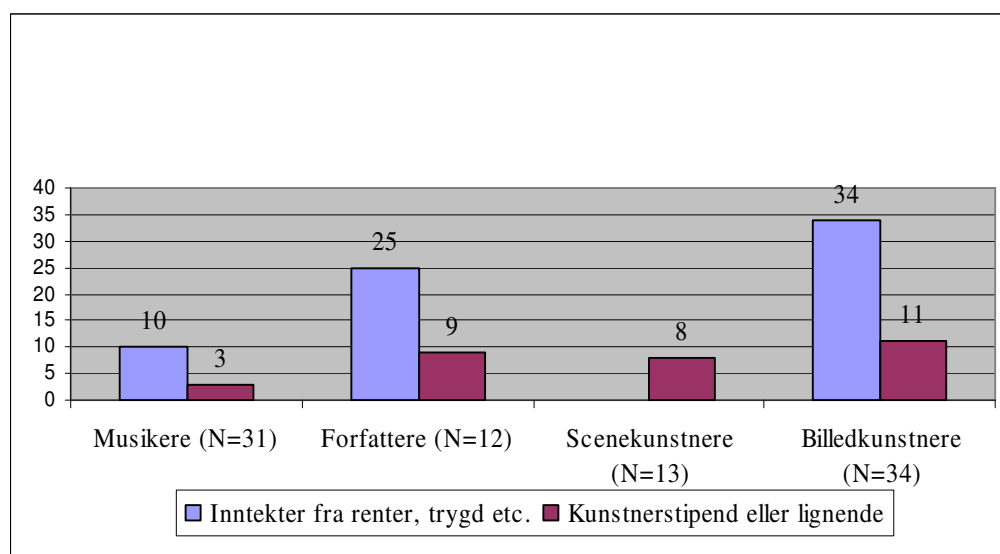
Særlig scenekunstnerne synes å arbeide på heltid med sin kunst eller sitt kulturrelaterte arbeid. Hele 69% av de spurte scenekunstnerne svarer at de driver sin virksomhet på heltid. Nesten like mange, 61% av billedkunstnerne arbeider også med sin kunst på heltid. Majoriteten blant forfatterne, 60% oppfatter sitt forfatterskap som et deltidsarbeid, mens tre av forfatterne (30%) arbeider som forfatter på heltid. Musikerne skiller seg ut ved at en større andel i denne gruppen, sammenlignet med de andre gruppene, bare oppfatter musikken som noe de bedriver på hobbybasis. Hele 39% i denne gruppen svarer at deres musikalske virksomhet stort sett er en hobby. Det er i denne gruppen vi samlet sett finner den laveste andelen utøvere som helt eller delvis lever av sin kunst.

Ellers er det også slik at kunstnere med kunstnerisk utdanning oftere driver sin virksomhet på heltid enn kunstnere uten utdanning. Blant kunstnere med utdanning svarer 54% at de driver sin kunstneriske virksomhet på heltid, mens bare 13% svarer at virksomheten er noe de driver på hobbybasis. Tilsvarende finner vi at 32% blant kunstnere uten utdanning driver på heltid, mens 42% kun har kunsten som hobby.



**Figur 3.10. Mottar du inntekter fra renter trygd etc (N=80), mottar du kunstnerstipend e.l. (N=79).**

En alternativ kilde til inntekt kan være ulike former for trygdeytelser fra staten, inntekter fra renter eller ulike stipendordninger for kunstnere. Figur 3.10 viser at vel en av fem kunstnere, eller 21% av de spurte har inntekter fra renter eller trygd. Det er grunn til å tro at dette for det meste dreier seg om ulike former for trygd. Til høyre i figuren ser vi at vel en av 10 mottar kunstnerstipend eller liknende.

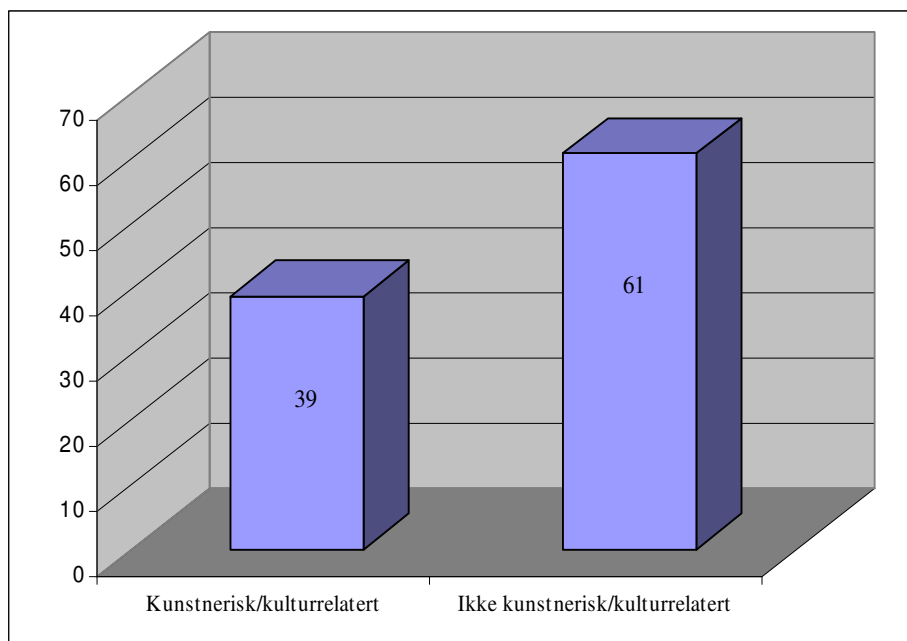


**Figur 3.11. Har du inntekter fra renter, trygd etc., mottar du kunstnerstipend e.l., etter kulturell uttrykksform. Andel som svarer ja.**

Særlig billedkunstnere svarer ofte at de har inntekter fra trygd eller renter. Også blant forfatterne ser vi at andelen som har slik inntekt er stor, i alle fall sammenlignet med musikere og scenekunstnere. Ingen i den siste gruppen har slike inntekter. Fordelingen av kunstnerstipendene ser ut til å være noe mer jevnt fordelt blant de fire uttrykksformene. Musikerne skiller seg imidlertid ut ved at disse noe sjeldnere enn de andre mottar stipend.

Kunstnere med utdanning har oftere enn kunstnere uten utdanning inntekt fra renter, trygd eller lignende. I underkant av hver fjerde kunstner med utdanning (22%) har slike inntekter, mot bare 14% blant kunstnere uten utdanning. Tilsvarende finner vi at kunstnere med utdanning oftere enn kunstnere uten utdanning mottar kunstnerstipend eller liknende. Henholdsvis 11% og 5% mottar slike inntekter i de to gruppene.

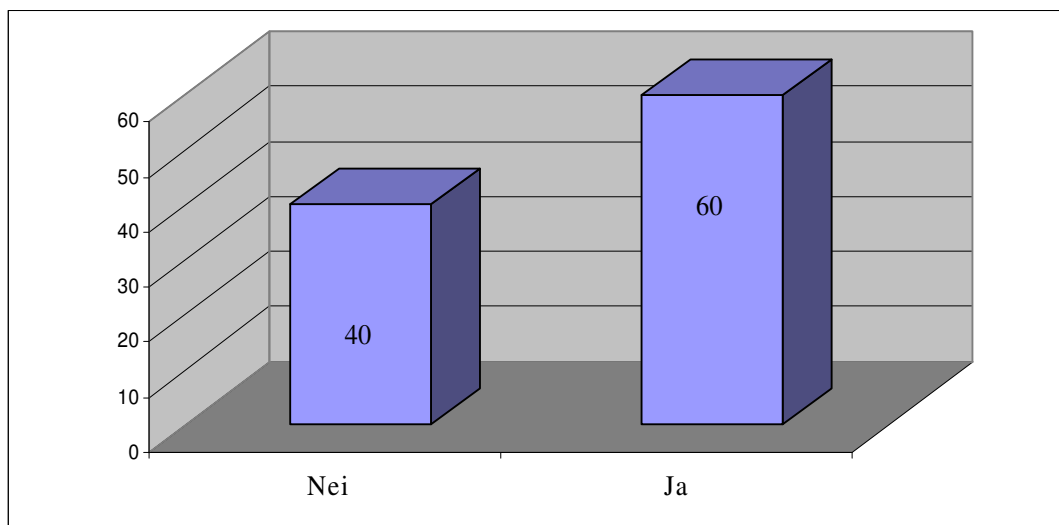
Kunstnere som oppgir at de driver sin kunstneriske virksomhet på hobbybasis eller på deltid, ble bedt om å angi hvorvidt de har andre jobber ved siden av sin kunstneriske virksomhet. Dersom de har andre jobber ble de bedt om å markere hvorvidt denne eller disse var av kunstnerisk/kulturrelatert art eller ikke. Figur 3.12 gir oss svarene.



**Figur 3.12. Hvis du har andre jobber ved siden av din selvstendige kunstneriske/kulturrelaterte virksomhet, er disse kunstneriske/kulturrelaterte eller ikke kunstneriske/kulturrelaterte (N=31).**

Godt over halvparten (61%) av de som har svart på dette spørsmålet svarer at de har en ikke- kunstnerisk/kulturrelatert jobb ved siden av sin selvstendige kunstneriske virksomhet. Andelen som også arbeider med

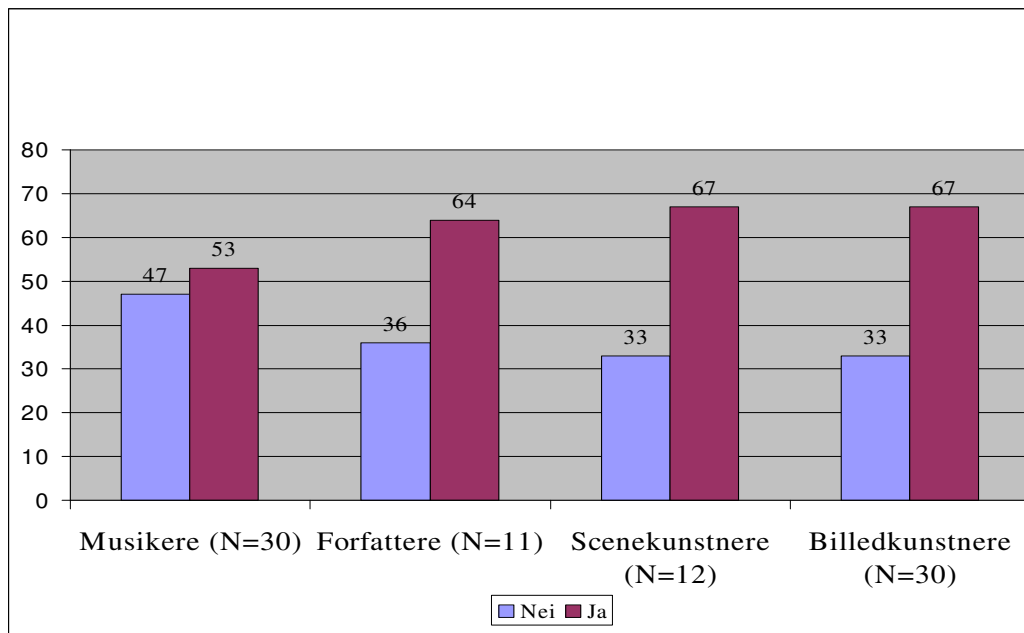
kunst/kulturrelaterte virksomhet i tillegg til sin selvstendige kunstneriske virksomhet er imidlertid ikke ubetydelig. Så mange som 39% av de spurte svarer at de også arbeider med kunstneriske/kulturrelaterte oppgaver når de ikke driver med sin selvstendige kunstneriske virksomhet.



**Figur 3.13. Ønsker du å utvide den kunstneriske/kulturrelaterte virksomheten? (N=73).**

Nesten halvparten av de spurte driver sin selvstendige kunstneriske virksomhet på heltid. Resten bruker bare deler av sin tid til sin selvstendige kunstneriske virksomhet. Et interessant spørsmål i den sammenheng er hvorvidt dette er selvvalgt eller om dette er noe omstendighetene tvinger dem til. Vi ba respondentene svare på om de ønsket å utvide sin kunstneriske virksomhet. Fordelingen i figur 3.13 indikerer at det er et utbredt ønske blant mange om å kunne utvide sin virksomhet. Godt over halvparten av de spurte (60%) svarer at de ønsker å utvide. Dette er i tråd med tidligere funn av Elstad og Pedersen (1996).

Her er det viktig å huske at mange av de spurte allerede arbeider heltid med sin selvstendige kunstneriske virksomhet, og at det for mange av disse vil være lite rom for utvidelser. Når såpass mange som 60% av de spurte svarer at de ønsker å utvide er dette derfor verd å legge merke til.

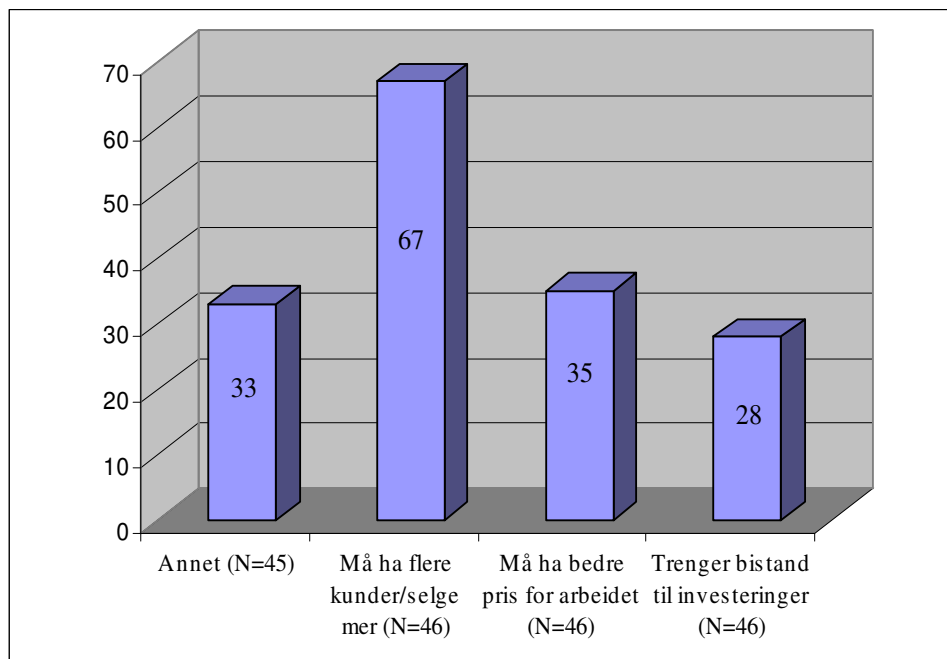


**Figur 3.14. Ønsker du å utvide den kunstneriske/kulturrelaterte virksomheten, etter kulturell uttrykksform.**

Vi finner kun mindre forskjeller mellom de fire ulike uttrykksformene når det gjelder spørsmålet om en eventuell utvidelse. Musikerne skiller seg imidlertid ut ved at disse noe oftere enn andre svarer at de ikke ønsker å utvide virksomheten.

Vi finner en svak tendens til at kunstnere med kunstnerisk utdanning, oftere enn kunstnere uten slik utdanning ønsker å utvide sin virksomhet. Hele 66% blant kunstnere med utdanning ønsker å utvide, mot 55% blant kunstnere uten utdanning. Ellers er det særlig kunstnere som i dag driver sin virksomhet på deltid som ønsker å utvide virksomheten. Blant kunstnere som driver sin virksomhet på deltid, svarer hele 76% av de spurte at de ønsker å utvide virksomheten. Samtidig svarer også mange kunstnere som allerede driver sin virksomhet på heltid at de ønsker å utvide. Blant disse svarer hele 59% av de spurte at de ønsker å utvide. Minst interesse for en eventuell utvidelse av virksomheten finner vi blant de som kun driver sin virksomhet på hobbybasis. Disse deler seg i to like store grupper, 50% ønsker å utvide og 50% ønsker ingen utvidelse.

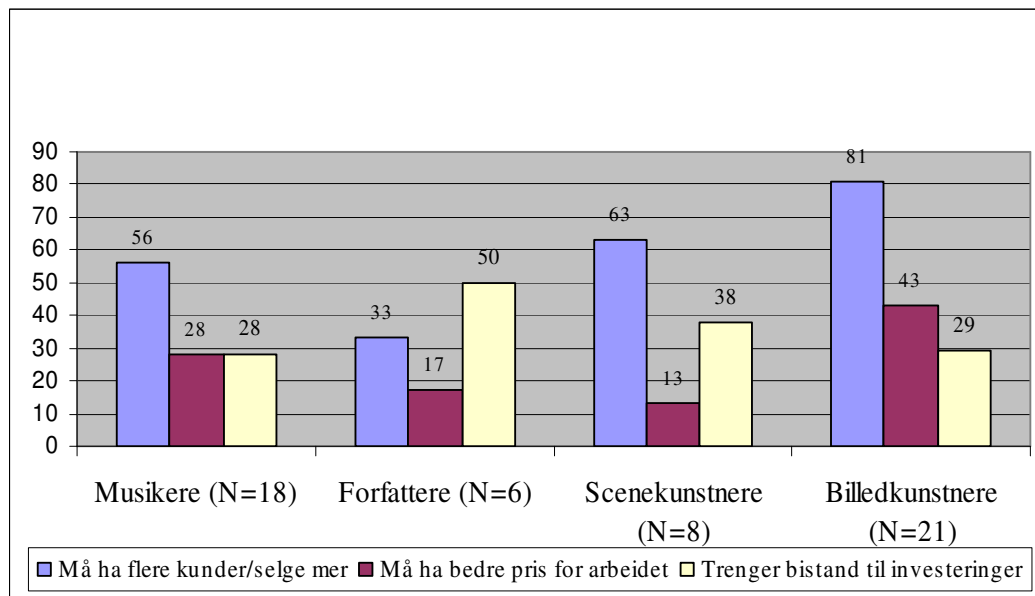
Mange arbeider deltid og på hobbybasis med sin kunstneriske virksomhet. Mange av disse er imidlertid interessert i å utvide. Hva er det i så fall som skal til for at dette skal kunne la seg gjøre? Vi ba respondentene redegjøre for dette. Figur 3.15 gir oss svarene.



**Figur 3.15. Dersom du ønsker å utvide den kunstneriske/kulturrelaterte virksomheten, hva skal til for å få til dette? Andel som svarer ja.**

For en stor del handler det om å selge mer. Hele 67% av de spurte svarer at de må selge mer. De trenger med andre ord flere kunder, eller kundene de har må kjøpe mer. Slik det er i dag selger de for lite til at det kan la seg gjøre å leve av kunsten. Mange mener dessuten at prisene burde settes opp, de vil ha bedre pris for sitt arbeid. Så pass mange som 35% av de spurte mener dette må være mulig før de kan tenke på å utvide sin virksomhet. Til høyre i figuren ser vi at nesten hver tredje kunstner (28%) mener de trenger bistand til nødvendige investeringer i forbindelse med en eventuell utvidelse av virksomheten. Til sist ser vi at 33% av de spurte krysser av for andre faktorer. Hvilke faktorer dette er, kjenner vi ikke til.



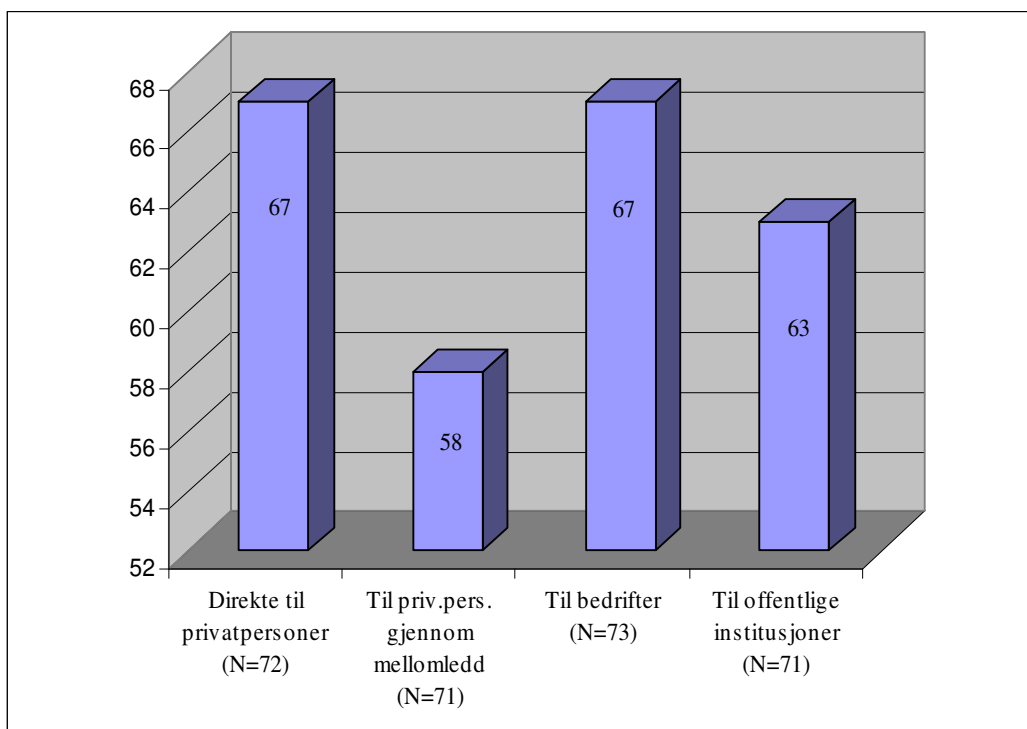


**Figur 3.16. Dersom du ønsker å utvide, hva må til for å få til dette, etter kulturell uttrykksform. Andel som svarer ja.**

Særlig mange billedkunstnere synes å være avhengige av å selge mer for å kunne utvide sin virksomhet. Hele 81% av billedkunstnerne oppgir denne faktoren. Også scenekunstnerne (63%) og musikerne (56%) oppfatter dette som det viktigste elementet. Forfatterne skiller seg i så måte ut ved at færre krysser av for dette forholdet.

Det er særlig kunstnere som driver sin virksomhet på deltid, som svarer at de trenger flere kunder. Hele 88% av kunstnerne som driver på deltid svarer at de må selge mer, eller at de trenger flere kunder. Tilsvarende tall blant kunstnere som driver på heltid og blant kunstnere som driver på hobbybasis er 56% og 56%. Kunstnere som driver på heltid svarer oftere enn andre at de trenger bistand til investeringer. Blant kunstnere som driver sin virksomhet på heltid svarer halvparten (50%) at de trenger slik bistand. Tilsvarende tall blant kunstnere som driver på deltid er 19% og blant kunstnere som driver på hobbybasis 11%. Kunstnere som driver på hobbybasis svarer relativt sett hyppigere enn andre at de må ha bedre pris for arbeidet. Blant kunstnere som driver på hobbybasis svarer 44% at de må ha bedre pris for arbeidet sitt dersom de skal kunne utvide virksomheten. Tilsvarende tall blant de som driver på deltid eller heltid er henholdsvis 31% og 25%.

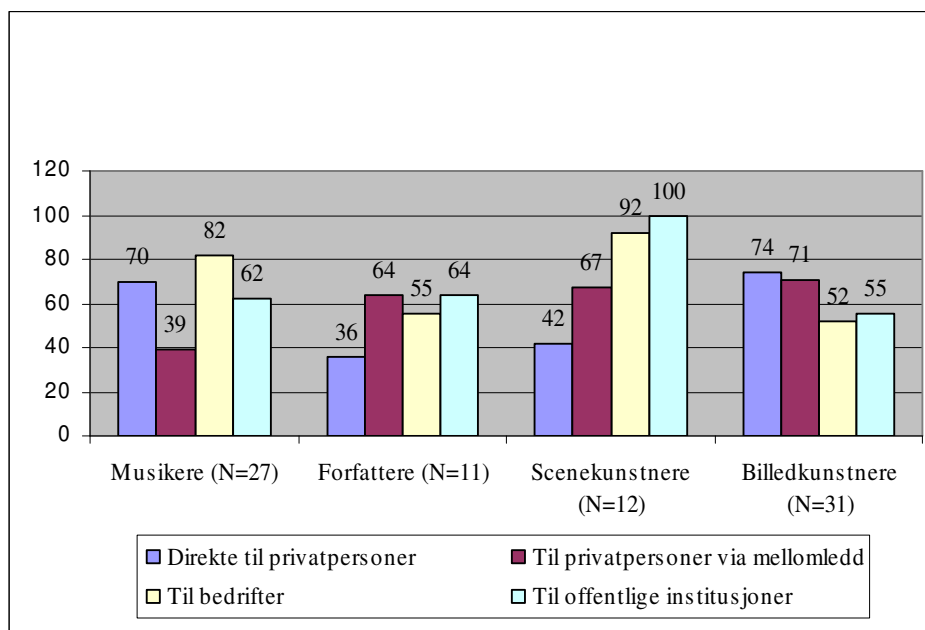
Hvem er det så kunstnere i Grenland selger til? Hvem er deres kunder? Figur 3.17 gir oss en indikasjon.



**Figur 3.17. Hvem selger du til, hvem er dine kunder. Andel som svarer ja.**

Til venstre i figuren ser vi at 67% av de spurte selger direkte til privatpersoner, mens 58% selger til privatpersoner gjennom et mellomledd. Et mellomledd vil for eksempel kunne være et galleri eller et forlag. Videre ser vi at 67% av kunstnerne i Grenland selger av sin produksjon til næringslivet, mens noen færre, 63% selger til offentlige institusjoner. Alle de identifiserte kundegruppene synes med andre ord viktige for kunstnere i Grenland.

Ser vi nærmere på de ulike kunstneriske uttrykksformene hver for seg finner vi imidlertid at de ulike kundegruppene synes å ha noe ulik betydning for de ulike typene kunstnere. Særlig musikerne og billedkunstnerne selger ofte direkte til privatpersoner, mens forfattere og scenekunstnere oftere selger til privatpersoner gjennom mellomledd. Dette er ikke uventet. En forfatter vil gjerne være avhengig av et forlag, mens en scenekunstner i all hovedsak vil være arbeide gjennom sin ansettelse i en teatergruppe eller liknende. Ellers ser vi at musikere og scenekunstnere oftere enn andre selger til næringslivet. Scenekunstnere har også oftere enn andre offentlige institusjoner som kunder. Billedkunstnerne skiller seg ut ved at disse i mindre grad enn de andre selger til næringslivet og til offentlige institusjoner.

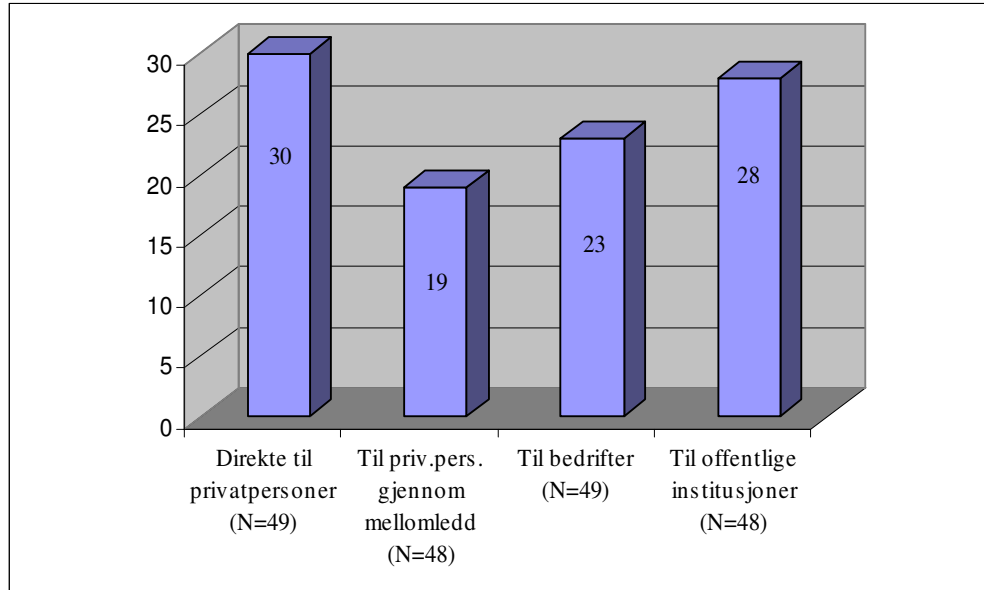


**Figur 3.18. Hvem er dine kunder/hvem selger du til, etter kulturell uttrykksform. Andel som sier ja.**

Kunstnere med utdanning svarer jevnt over oftere enn kunstnere uten utdanning at de selger til bedrifter og til offentlige institusjoner. De svarer også langt oftere at de selger til privatpersoner gjennom mellomledd. Kunstnere uten utdanning synes derimot noe oftere enn kunstnere med utdanning å selge direkte til privatpersoner. Tre av fire kunstnere uten utdanning (75%) svarer at de selger direkte til privatpersoner. Tilsvarende andel blant kunstnere med utdanning er 63%.

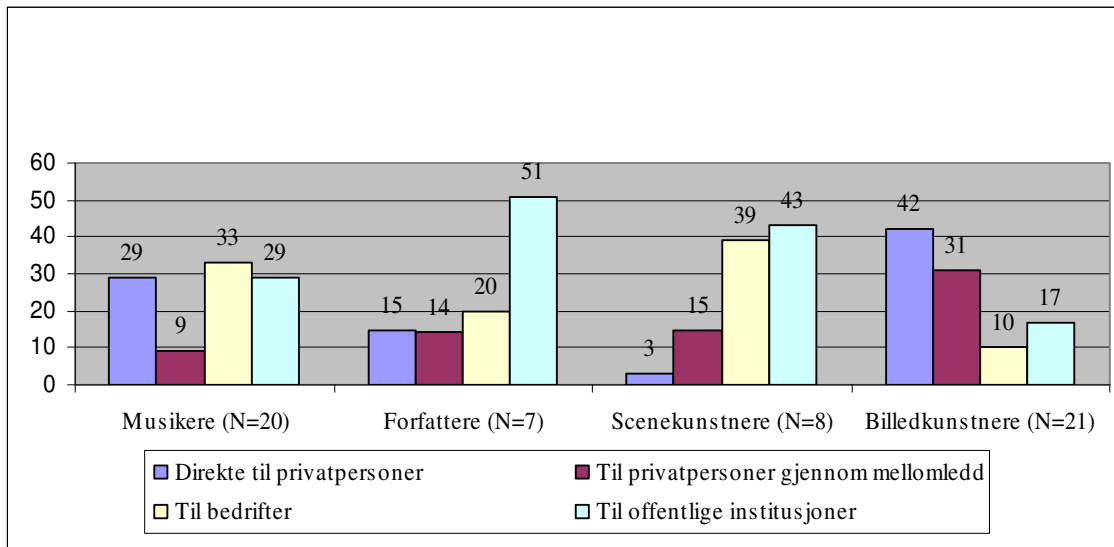
Ser vi nærmere på hvem kunstnerne selger til etter hvorvidt de driver på heltid, deltid eller på hobbybasis, finner vi at kunstnere som driver på heltid oftere enn andre selger til offentlige institusjoner og til bedrifter. Når det gjelder salg til privatpersoner via mellomledd selger kunstnere som driver på hobbybasis langt mindre enn kunstnere som driver på deltid eller heltid. Salget til denne kundegruppen ligger på henholdsvis 36%, 60% og 57%. Derimot svarer kunstnere som driver på hobbybasis oftere enn andre at de selger direkte til privatpersoner. Tre av fire kunstnere som driver på hobbybasis (75%) svarer at de selger direkte til privatpersoner. Tilsvarende tall blant de andre ligger på 60% for kunstnere som driver på deltid og 64% for kunstnere som driver på heltid.

Figur 3.17 og 3.18 gir oss et bilde av hvem som utgjør kundene til kunstnere i Grenland. Et annet mål for noe av det samme vil kunne være prosentvis andel salg til de ulike kundegruppene. Dette vil gi oss et inntrykk av hvor betydningsfulle de ulike kundegruppene er. Figur 3.19 og 3.20 gir oss tallene.



**Figur 19. Gjennomsnittlig prosentvis salg til ulike kunder.**

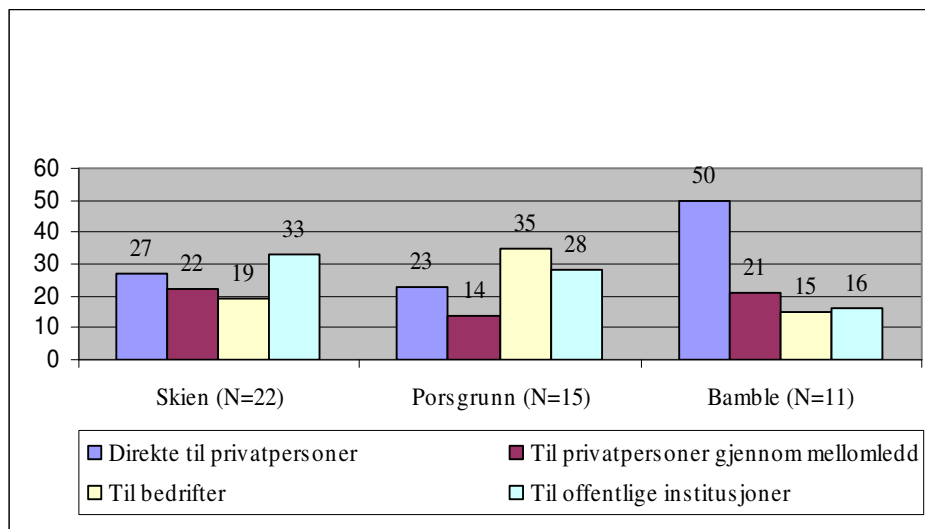
Størst betydning synes salg direkte til privatpersoner å ha for omsetningen til våre respondenter. Nær en tredjedel (30%) av omsetningen kommer gjennom direkte salg til privatpersoner. Derneft følger offentlige institusjoner. Disse står for 28% av omsetningen. Næringslivet står for 23% av omsetningen. Minst betydning synes salg til privatpersoner gjennom mellomledd å ha. Likevel representerer også dette salget så pass mye som 19% av omsetningen.



**Figur 3.20. Gjennomsnittlig prosentvis andel salg til ulike kundegrupper, etter kunstnerisk uttrykksform.**

Salg til privatpersoner gjennom mellomledd står bare for en mindre del av omsetningen til musikerne. Bare 9% av omsetningen til musikerne kommer av slikt salg. I den andre enden av skalaen finner vi billedkunstnerne. I denne gruppen utgjør salg til privatpersoner gjennom mellomledd hele 31% av omsetningen. Dette indikerer at mange billedkunstnere må ha et etablert samarbeid med ulike gallerier, mens bruk av impresarier eller bookingbyråer er lite utbredt blant musikere i Grenland. Det generelle inntrykket er at musikere selger mer til næringslivet og til offentlige institusjoner enn billedkunstnere, mens billedkunstnere selger mer til privatpersoner enn musikere. Selv om andelen forfattere og scenekunstnere er svært lavt i vårt utvalg, er det likevel interessant å se at det er for nettopp disse gruppene at salget til offentlige institusjoner synes å ha størst betydning for den samlede omsetningen. Salg til offentlige institusjoner utgjør mer enn halvparten av den totale omsetningen til forfatterne, mens den utgjør hele 43% av omsetningen til scenekunstnerne. Scenekunstnerne er også den gruppen som synes å være mest avhengig av salg til næringslivet.

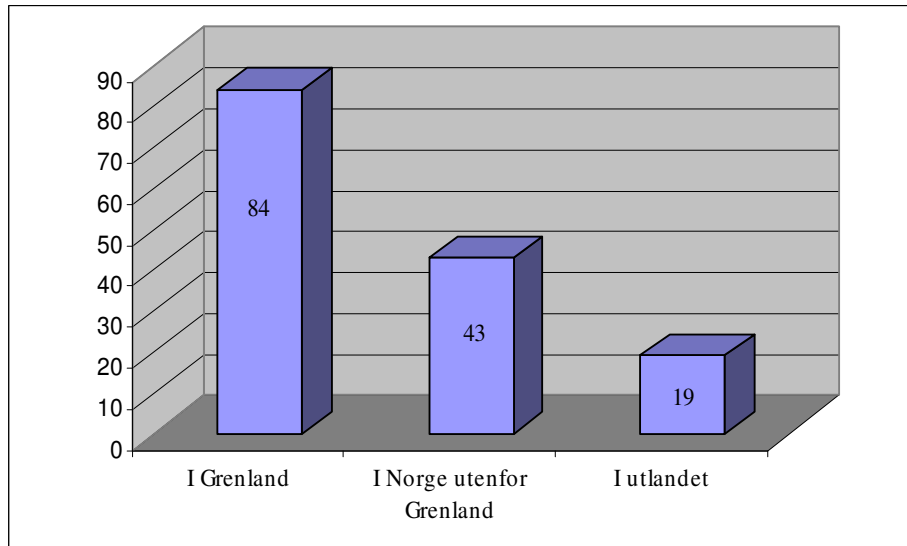
Når det gjelder den prosentandelen av salget som går til de ulike kundegruppene, finner vi også noen forskjeller når vi ser de ulike kommunene for seg. Figur 3.21 gir oss tallene.



**Figur 3.21. Gjennomsnittlig prosentvis andel salg til ulike kundegrupper, etter kommune.**

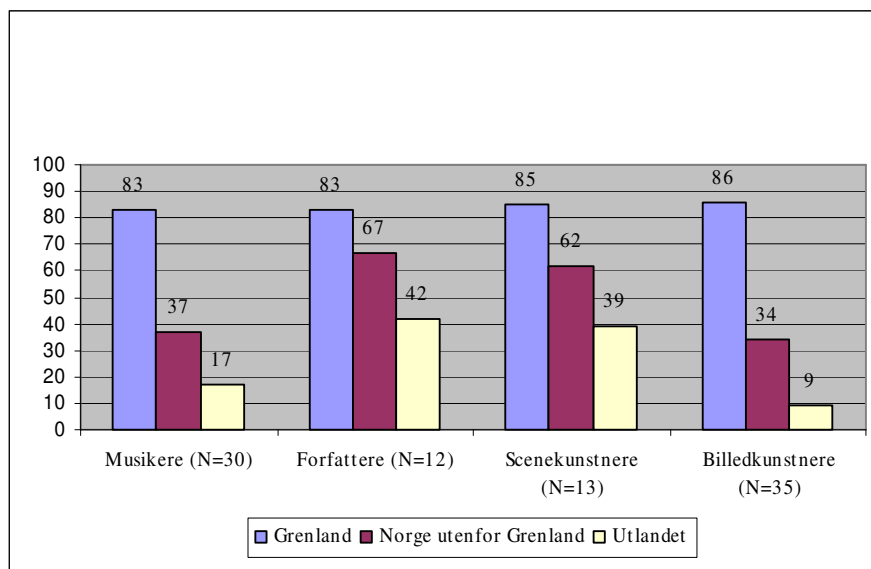
Kunstnere i Bamble kommune skiller seg ut ved at disse i betydelig større grad enn andre "lever" av å selge direkte til privatpersoner. Halvparten av omsetningen i Bamble kommer fra direktesalg til privatpersoner. Bamble skiller seg også ut ved at kunstnerne selger betydelig mindre til næringslivet og til offentlige institusjoner enn i andre kommuner. Ellers ser vi at kunstnere i Porsgrunn selger mer til næringslivet enn kunstnere i de to andre kommunene. Det er ikke godt å si hva disse forskjellene skyldes. Muligens kan det skyldes at vi har en noe ulik sammensetning av kunstnere i de tre kommunene. Vi kan imidlertid ikke helt se bort fra at ulikhetene skyldes ulik politikk og ulik næringsstruktur i de tre kommunene.

Vi var interessert i å vite hvor kunstnere i Grenland har sitt marked. Vi ba derfor respondentene svare på følgende spørsmål; *Hvor er dine kunder/oppdragsgivere?* Svaralternativene var *"Hovedsakelig i Grenland"*, *"I Norge, med hovedsakelig utenfor Grenland"* og *"Både i Norge og utlandet"*. Tanken var at respondentene skulle krysse av for det alternativet som passet best. Relativt mange krysset imidlertid av for to eller alle tre alternativene. Vi var derfor tvunget til å lage en variabel for hvert av svaralternativene. Dette forklarer hvorfor summen av svarene overstiger derfor 100%.



**Figur 3.22. Hvor er dine kunder/opdragsgivere? Andel som svarer ja. (N=79).**

Majoriteten av salget ser ut til å gå til kunder i Grenland. Hele 84% av de spurte svarer at de hovedsakelig selger til kunder i Grenland. Samtidig ser vi at såpass mange som 43% krysser av for at de også selger til norske kunder utenfor grenlandsområdet. Et mindretall, men likevel såpass mange som en av fem (19%) krysser dessuten av for at de også har kunder i utlandet.



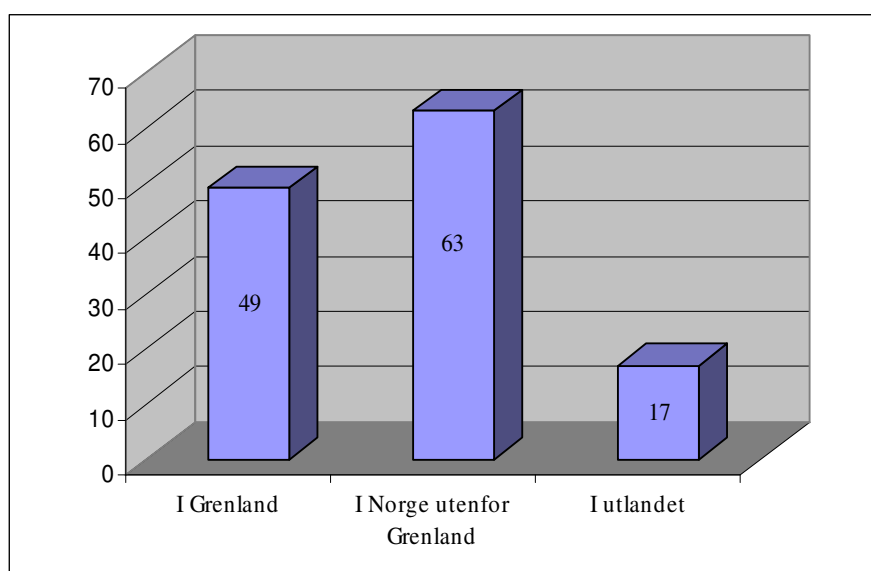
**Figur 3.23. Hvor er dine kunder, etter kulturell uttrykksform. Andel som svarer ja.**

Ser vi på de fire uttrykksformene for seg, ser vi at alle synes å selge mye til kunder i Grenland. Når det gjelder salg til kunder ellers i Norge, samt

salg til utlandet ser vi at dette først og fremst synes å gjelde forfatterne og scenekunstnerne. Disse gruppene skiller seg ut ved at de langt oftere enn andre også selger til kunder utenfor Grenland og til kunder i utlandet. Musikere og billedkunstnere synes i store trekk å følge samme mønster langs denne dimensjonen. Musikerne synes likevel å ha et noe større salg utenfor Grenland og i utlandet enn billedkunstnerne.

Ellers finner vi at kunstnere som driver sin virksomhet på heltid oftere enn andre selger til utlandet. Mens 26% av kunstnerne som driver på heltid selger til utlandet, er den tilsvarende andelen blant kunstnere som driver på deltid 14% og blant kunstnere som driver på hobbybasis 7%. Også salget til Norge utenfor Grenland er større blant kunstnere som driver på heltid. Her svarer 58% av kunstnerne som driver på heltid at de selger til kunder i Norge utenfor Grenland. Tilsvarende tall blant øvrige kunstnere er henholdsvis 43% for kunstnere som driver på deltid og 7% blant kunstnere som driver på hobbybasis. Når det gjelder salg til kunder i Grenland er situasjonen den motsatte. Samtlige kunstnere som driver på hobbybasis (100%) selger til kunder i Grenland. Tilsvarende tall blant kunstnere som driver på deltid og heltid er henholdsvis 81% og 81%.

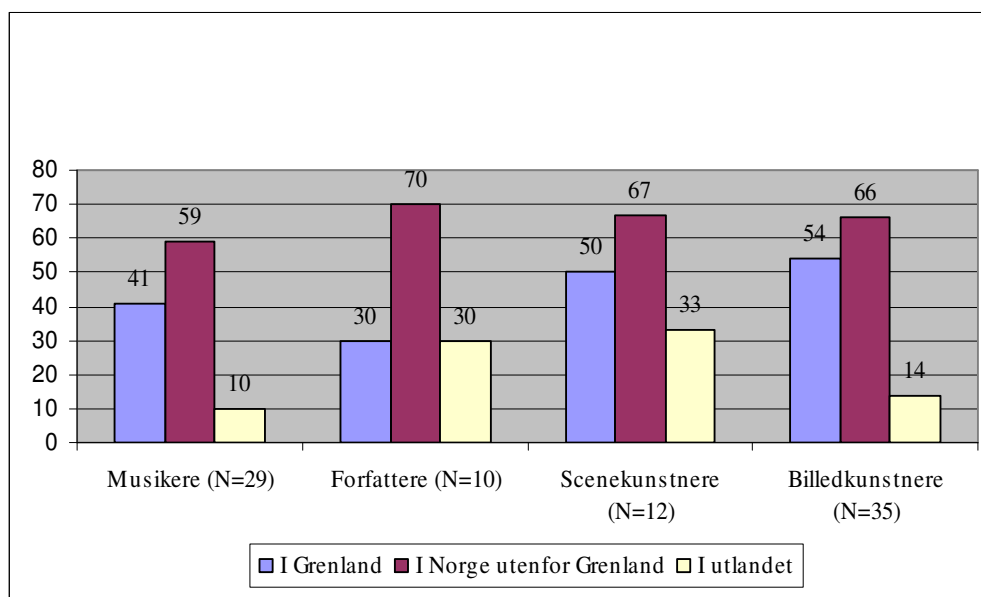
De aller fleste selger i overveiende grad til kunder i Grenland. Et lite unntak synes å gjelde forfatterne og scenekunstnerne. Disse selger også til kundegrupper ellers i Norge og i noen grad også til utlandet. Dette sier noe om salget i dag. Men hva med fremtiden? Vi ba respondentene svare på følgende spørsmål; *Hvor tror du det er størst mulighet for å øke salget, eller få flere oppdrag?* Også her var det mange som krysset av for flere av svaralternativene og vi var tvunget til å følge samme prosedyre som ovenfor beskrevet. Svarene er fremstilt i figur 3.24.



**Figur 3.24. Hvor tror du det er størst mulighet for å øke salget eller få flere oppdrag? Andel som svarer ja. (N=76).**



Selv om hoveddelen av salget allerede går til kunder i Grenland, svarer nesten halvparten av de spurte at det bør være mulig å øke salget til denne kundegruppen. En betydelig majoritet av de spurte ser samtidig og kanskje først og fremst et potensial i økt salg til norske kunder utenfor Grenland. Så mange som 63% av de spurte svarer at det bør være mulig å øke salget i andre deler av landet. Kun et mindretall synes å se på utlandet som et potensielt marked. Bare 17% av de spurte tror det er mulig å øke salget til utlandet.



**Figur 3.25. Hvor er det mulig å øke salget, etter kulturell uttrykksform. Andel som svarer ja.**

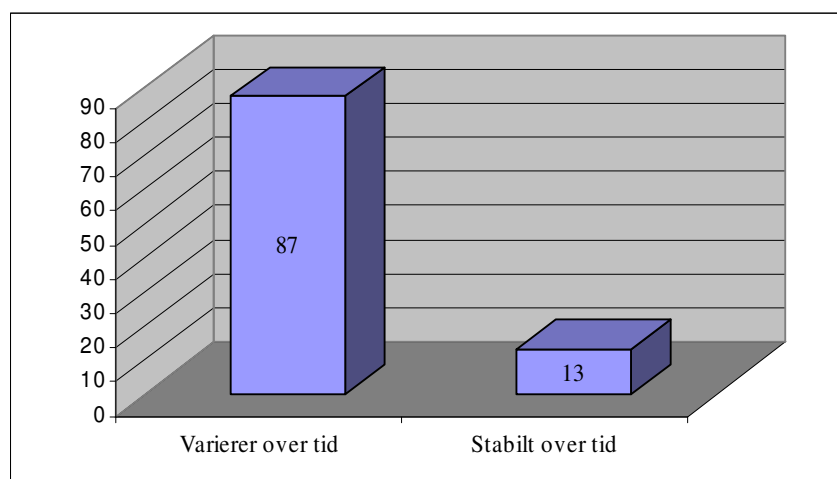
Billedkunstnere og scenekunstnere er de to gruppene som hyppigst ser et potensial for økt salg til Grenland. Når det gjelder muligheten for økt salg til kunder i resten av landet er det bare mindre forskjeller mellom de fire gruppene. Et lite unntak gjelder musikerne. Disse krysser noe sjeldnere enn de andre av for dette alternativet. Når det gjelder mulighetene for økt salg til utlandet synes forfatterne og scenekunstnerne å være noe mer positive enn de andre.

Ellers synes det å være slik at kunstnere som har kunstnerisk utdanning oftere enn kunstnere uten kunstnerisk utdanning ser en mulighet for økt salg til utlandet. Mens 21% av kunstnerne med utdanning tror på økt salg til utlandet, svarer bare 5% av kunstnerne uten kunstnerisk utdanning at de tror dette er mulig. Også når det gjelder økt salg til kunder i Norge utenfor Grenland synes kunstnere med utdanning noe mer optimistiske enn kunstnere uten utdanning. Kunstnere uten utdanning har relativt sett større tro på økt salg i Grenland, sammenlignet med kunstnere med utdanning. Her svarer 63% av kunstnerne uten utdanning

at de tror på økt salg, mens bare 43% av kunstnerne med kunstnerisk utdanning tror på økt salg.

Kunstnere som driver sin virksomhet på heltid tror i større grad enn øvrige kunstnere på økt salg til kunder i Norge utenfor Grenland. Hele 73% av kunstnerne som driver på heltid tror på økt salg til denne kundegruppen. Tilsvarende tall for kunstnere som driver på deltid er 62%, mens tallet er 46% for kunstnere som driver på hobbybasis. Når det gjelder muligheten for økt salg til utlandet, synes kunstnere som driver på deltid å være noe mer optimistiske enn de øvrige. Nesten hver tredje (29%) kunstner som driver på deltid, tror det er mulig å øke salget til utlandet. Tilsvarende finner vi at dette gjelder for 17% av kunstnerne som driver på heltid og 8% av kunstnerne som driver på hobbybasis. Når det gjelder muligheten for økt salg til Grenland er situasjonen i noen grad snudd. Her syns kunstnere som driver på hobbybasis noe mer optimistiske. Godt over halvparten av kunstnerne som driver på hobbybasis (62%) tror på økt salg til kunder i Grenland. Tilsvarende finner vi at dette gjelder 53% av kunstnerne som driver på heltid og bare 33% av kunstnerne som driver på deltid.

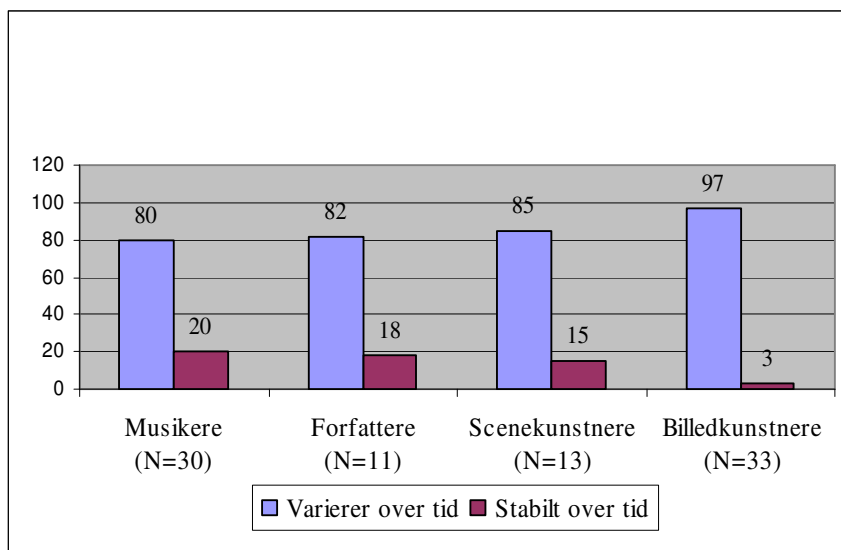
En faktor som kan ha stor betydning for hvorvidt man kan leve av sin kunstneriske virksomhet eller ikke, er oppdragssituasjonen. Hvor stabil er oppdragssituasjonen eller salget?



**Figur 3.26. Er oppdragssituasjonen/salget variabelt eller stabilt? (N=77).**

De aller fleste synes å oppleve oppdragssituasjonen eller salget som varierende over tid. Hele 87% av de spurte svarer at oppdragssituasjonen eller salget varierer fra sesong til sesong eller fra år til år. Bare 13% av de spurte mener at salget er ganske stabilt. Dersom man lever av sin kunst eller sin kulturelle virksomhet vil en stabil oppdragssituasjon og et stabilt salg bidra til å sikre et stabilt inntektsgrunnlag. Motsatt vil en ustabil oppdragssituasjon bidra til å skape usikkerhet med hensyn til

fremtidige inntekter. En majoritet av de spurte synes å oppleve en slik usikkerhet i større eller mindre grad.

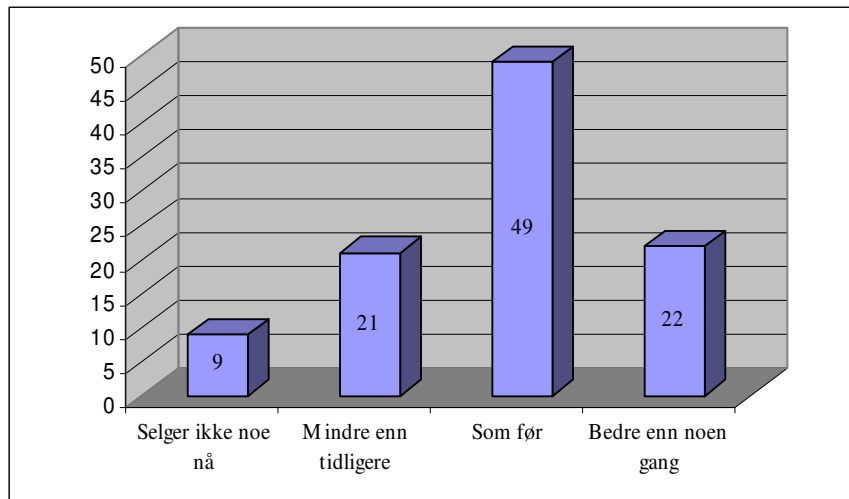


**Figur 3.27. Er oppdragssituasjonen variabel eller stabil, etter kulturell uttrykksform.**

Det er særlig billedkunstnerne som opplever denne formen for usikkerhet. Ellers finner vi kun mindre forskjeller mellom de ulike gruppene.

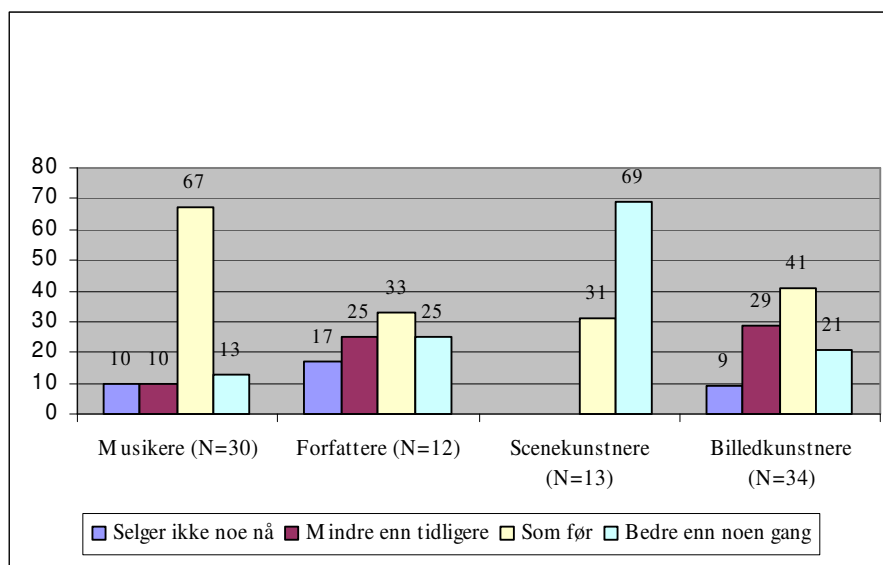
Noe overraskende finner vi at kunstnere med kunstnerisk utdanning noe oftere enn kunstnere uten kunstnerisk utdanning finner at oppdragssituasjonen eller salget varierer over tid. Her er imidlertid forskjellene små. Tilsvarende finner vi at kunstnere som driver sin virksomhet på hobbybasis noe oftere enn andre opplever oppdragssituasjonen eller salget som stabilt. Her er forskjellene noe mer tydelige, men ikke veldig store.

Vi var også interessert i å vite om hvordan oppdragssituasjonen eller salget har vært i år i forhold til tidligere år.



**Figur 3.28. Hvordan er oppdragssituasjonen/salget i år i forhold til tidligere? (N=78).**

Selv om majoriteten av de spurte opplever at oppdragssituasjonen eller salget varierer over tid, svarer likevel nesten halvparten av de spurte at salget i år har vært som tidligere. Vel en av fem sier at de har solgt mindre i år enn tidligere år, mens en av fem svarer at salget i år har vært bedre enn noen gang. En liten gruppe på 9% svarer at de ikke lenger selger noe. Dette gjelder i all hovedsak kunstnere som opplyser om at de ikke lenger driver aktivt i sin virksomhet.

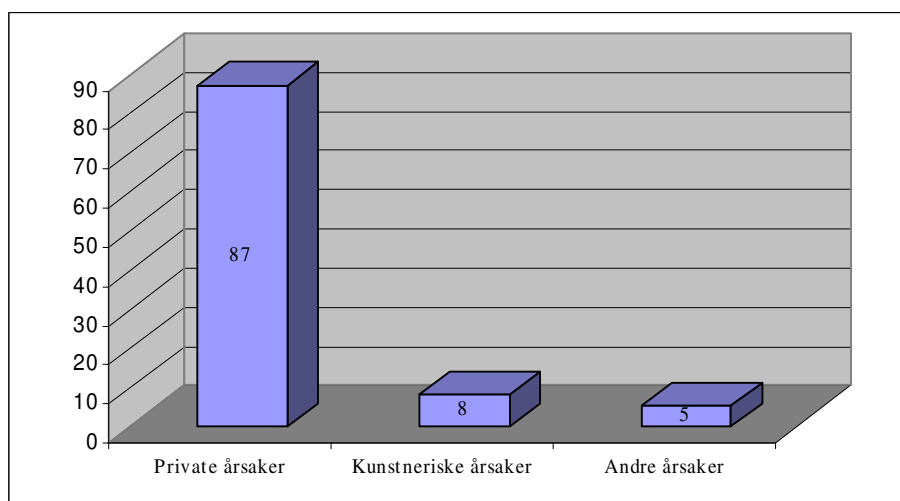


**Figur 3.29. Hvordan er oppdragssituasjonen/salget i år i forhold til tidligere år, etter kulturell uttrykksform.**

To ulikheter synes påfallende. For det første skiller musikerne seg ut ved at de langt oftere enn andre tenderer til å oppleve uendret salg. Hele 67% blant musikerne svarer at salget er som før. For de andre gruppene ser vi at andelen som opplever dette er henholdsvis 33% for forfatterne, 31% for scenekunstnerne og 41% for billedkunstnerne. For det andre ser vi at scenekunstnerne er i en klasse for seg blant de som opplever å ha økt salget i år i forhold til tidligere år. Hele 69% blant scenekunstnerne opplever at 2005 har gitt bedre salg enn noen gang tidligere. Ellers er det kanskje verd å merke seg at særlig musikerne i liten grad har opplevd 2005 som bedre enn tidligere.

Vi finner ingen forskjeller i salget i år, etter hvorvidt man har kunstnerisk utdanning eller ikke. Imidlertid kan det se ut til at kunstnere som driver sin virksomhet på heltid oftere enn andre opplever oppdrags situasjonen eller salget som bedre enn noen gang. Så mange som 40% blant de kunstnere som driver på heltid mener at salget har vært bedre enn noen gang. Til sammenligning svarer 19% av de som driver på deltid og bare 7% av de som driver på hobbybasis at salget har vært bedre i år enn tidligere. Kunstnere som driver på hobbybasis tenderer oftere enn andre til å oppleve situasjonen i år som lik situasjonen i tidligere år. Hele 64% av kunstnerne som driver på hobbybasis svarer at salgssituasjonen i år er som tidligere år. Til sammenligning svarer henholdsvis 48% blant kunstnere som driver på deltid og 43% av kunstnerne som driver på heltid at situasjonen er som før.

Formålet med denne undersøkelsen er å lære mer om hvordan det er å drive kunstnerisk eller kulturellrelatert virksomhet i Grenland. Vi ba kunstnerne svare på i hvilken grad de valgte å etablere sin virksomhet i Grenland av kunstneriske årsaker?

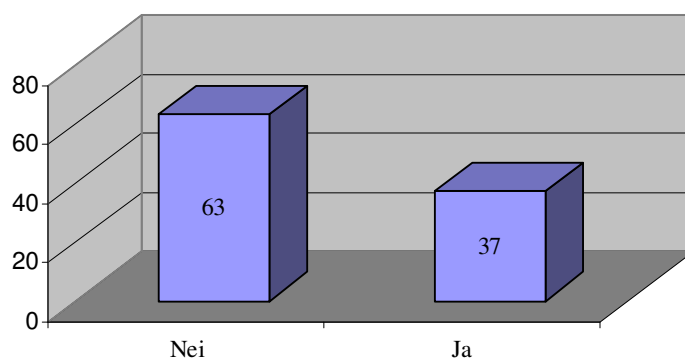


**Figur 3.30. Hva er årsaken til at du er etablert i Grenland? (N=79).**

De aller fleste har etablert seg i Grenland av personlige og private årsaker, uavhengig av deres kunstneriske virke. Hele 87% av de spurte oppgir private årsaker til at de er etablert i Grenland. Til høyre i figuren ser vi at 5% oppgir andre årsaker til at de er etablert i Grenland. Dette er i alle hovedsak kunstnere som har etablert seg i Grenland som en følge av både personlige og kunstneriske årsaker. Bare 8% av de spurte oppgir kunstneriske årsaker til at de er etablert i Grenland. For en stor del gjelder dette kunstnere som i sin tid er blitt tilbud en kunstnerisk eller kulturellrelatert jobb i regionen, som de har takket ja til. Kun unntaksvis har kunstnere valgt Grenland fordi dette var et godt sted å etablere en selvstendig kunstnerisk virksomhet.

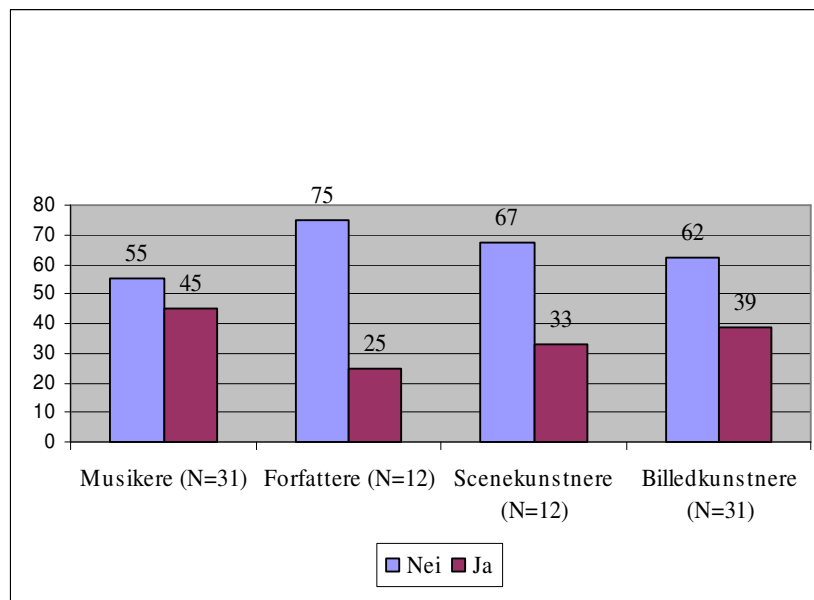
Vi finner kun ubetydelige forskjeller når vi ser på de ulike kunstneriske uttrykksformene for seg. Det er en svak tendens til at musikere og scenekunstnere noe oftere enn andre svarer at de etablerte seg i Grenland av kunstneriske årsaker. Det er en svak tendens til at kunstnere som driver sin virksomhet på heltid noe oftere enn andre valgte Grenland fordi de opplevde Grenland som et godt sted å etablere seg, mens kunstnere som driver sin virksomhet på deltid eller på hobbybasis noe oftere svarer at de valgte Grenland av personlige årsaker, uavhengig av den kunstneriske virksomheten. Forskjellene er imidlertid små.

De aller fleste har altså hatt private og personlige grunner til å etablere seg i Grenland. I svært mange tilfeller synes kunstnerne å ha nære familiære bånd til regionen og ikke sjelden er de født og oppvokst i Grenland, noe mange også opplyser om i utfyllende tilleggsopplysninger. Spørsmålet er slik lite egnet til å si oss noe om hvorvidt og i hvilken grad kunstnerne føler at forholdene for å drive kunstnerisk eller kulturellrelatert virksomhet i Grenland, er godt tilrettelagt eller ikke. Vi ba imidlertid respondentene svare på om de tror det ville være lettere å drive deres kunstneriske virksomheter andre steder enn i Grenland. Svarene vi fikk er presentert i figur 3.31.



**Figur 3.31. Ville det vært lettere å drive din virksomhet andre steder? (N=76).**

De fleste svarer nei på dette spørsmålet. Hele 63% av de spurte mener det ikke ville være lettere å drive deres virksomhet andre steder. På den annen side ser vi at en ikke ubetydelig minoritet på 37% mener at det nok ville være lettere andre steder.

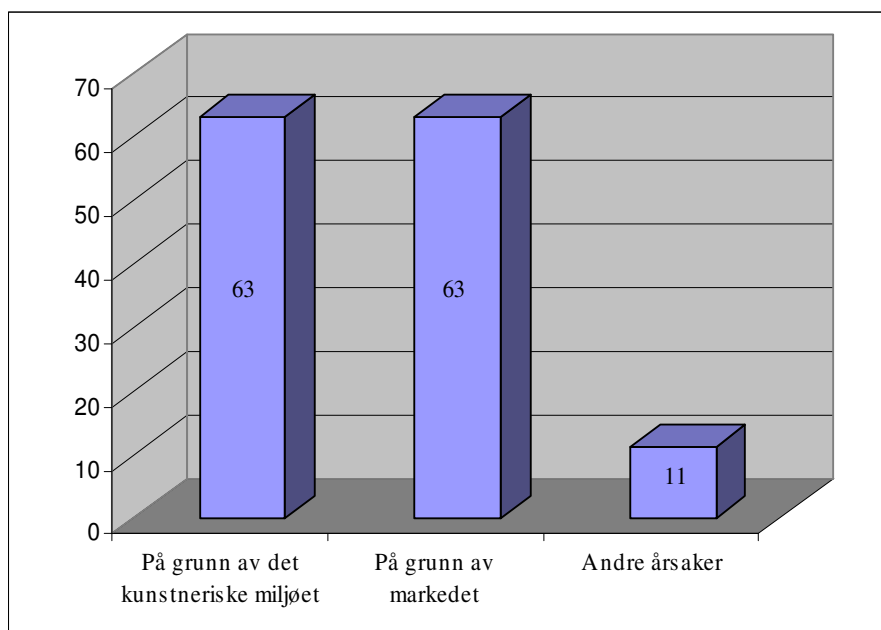


**Figur 3.32. Ville det være lettere å drive din kunstneriske virksomhet andre steder, etter kulturell uttrykksform.**

Det er en tendens til at musikere noe oftere enn andre tror at det ville være bedre steder. Også billedkunstnere svarer noe oftere enn forfattere og scenekunstnere at det ville være bedre andre steder.

Ser vi på de ulike kommunene i Grenland for seg, finner vi at mens en betydelig majoritet blant kunstnere i Porsgrunn og Bamble ikke mener det ville være lettere å drive sin virksomhet andre steder, svarer noe over halvparten av respondentene i Skien at det nok ville være lettere andre steder. Henholdsvis 78% av kunstnerne i Porsgrunn og 77% av kunstnerne i Bamble mener det ikke ville vært bedre andre steder. I Skien svarer derimot hele 51% av de spurte at det ville vært bedre andre steder. Tilsvarende forskjeller finner vi etter hvorvidt kunstnerne har en kunstnerisk utdanning eller ikke. Blant kunstnere som har en kunstnerisk utdanning svarer 55% at det ikke ville være lettere andre steder. Blant kunstnere som ikke har kunstnerisk utdanning svarer hele 86% at det ikke ville vært lettere andre steder. Kunstnere som driver sin virksomhet på hobbybasis skiller seg ut ved at disse i langt større grad enn andre synes å mene at Grenland er et like godt sted å drive som noe annet sted. Blant disse kunstnerne svarer hele 80% at det ikke ville være lettere andre steder. Tilsvarende andel blant andre kunstnere er 61% blant kunstnere som driver på heltid og 52% blant kunstnere som driver på deltid. Hvorvidt oppdragssituasjonen eller salget er stabilt eller varierende

synes ikke å spille noen større rolle for hvordan man vurderer Grenland opp mot andre steder. Derimot synes det å være en svak tendens til at kunstnere som ikke har kunder utenfor Grenland, noe oftere enn andre mener at det ville være lettere å drive sin virksomhet andre steder. Kunstnere som har kunder i Norge utenfor Grenland og i utlandet synes med andre ord noe mer fornøyd med å ha Grenland som base enn kunstnere som ikke har slikt salg. Kunstnere som ser en mulighet for økt salg til kunder utenfor Grenland tenderer til noe oftere å svare at det ville være lettere å drive virksomheten andre steder, enn kunstnere som ser en mulighet for økt salg til kunder i Grenland. Særlig de som ser muligheten for et økt salg til kunder i Norge, men utenfor Grenland svarer oftere enn andre at det ville være lettere å drive deres virksomhet andre steder.



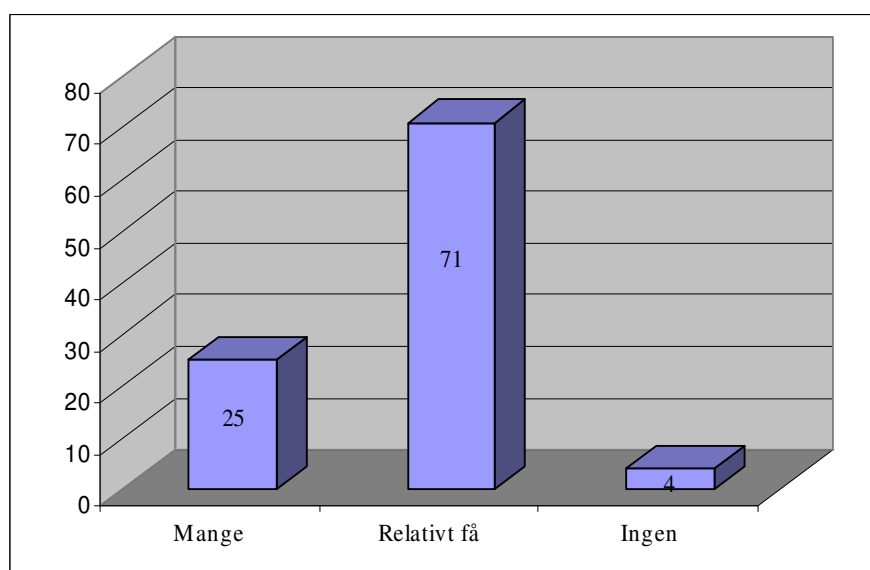
**Figur 3.33. Hvis ja, hvorfor ville det være lettere andre steder? Andel som svarer ja.**

På spørsmål om hvorfor det ville være lettere andre steder, svarer 63% at det ville være lettere på grunn av det kunstneriske miljøet. Like mange trekker fram markedet som en begrunnelse. Det er grunn til å tro at mange med andre steder først og fremst tenker på Oslo-regionen. Bare 11% mener det er andre årsaker til at det ville være bedre andre steder. Vi kjenner ikke til hva disse legger i dette. Vårt utvalg er her for lite til at vi kan si noe endelig om eventuelle forskjeller mellom de ulike kunstuttrykkene. Det kan imidlertid se ut til at billedkunstnere noe oftere enn musikerne trekker frem både det kunstneriske miljøet og markedet som begrunnelse for at det ville være lettere å drive andre steder. Mangset (1998) diskuterer dette, bl.a. at desentraliseringsstruktur



varierer med kunststart, men også at det er variasjoner innen den enkelte kunststart.

En faktor som kan virke inn på kunstnerens vurdering av Grenland som base for virksomheten er som vist ovenfor det kunstneriske miljøet i regionen. Et godt miljø synes viktig for mange. Hvilke ingredienser som skal til for å skape et godt miljø er ikke umiddelbart gitt. Men noen forutsetninger må være til stede. For å kunne etablere et godt miljø er man først og fremst avhengig av at det er flere som driver på med noenlunde samme aktiviteten. Vi ba respondentene svare på om det er andre i Grenland som driver med liknende kunstnerisk virksomhet. Svarene vi fikk er gitt i figur 3.34.

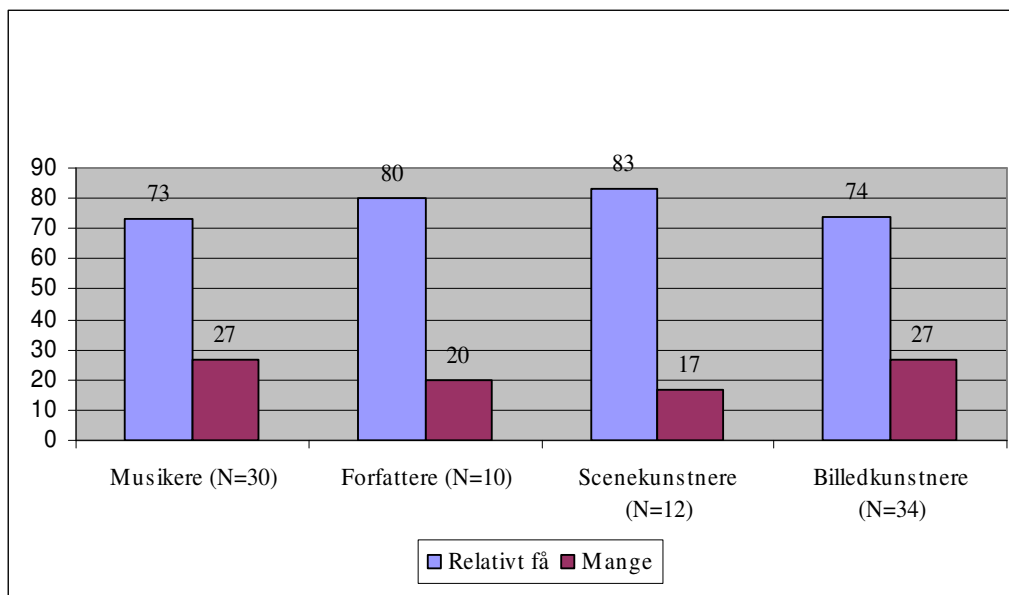


**Figur 3.34. Er det mange som driver med liknende kunstnerisk virksomhet som deg i Grenland (N=76).**

I figur 3.34 ser vi at så mange som 71% av de spurte opplever at det er relativt få i Grenland som driver med det samme som dem selv. Svært få, bare 4% opplever at de er helt alene om å drive med det de gjør, mens hver fjerde opplever at det er mange som driver med det samme som dem.

Vi finner ikke overraskende at det er en sammenheng mellom oppfattelsen av hvorvidt det er mange som driver innenfor samme kunstneriske virksomhet og hvorvidt man tror det ville være lettere å drive andre steder. Kunstnere som mener det er mange som driver med det samme som dem svarer oftere enn andre at det ikke ville være lettere å drive andre steder. Blant kunstnere som mener det er mange som driver på med det samme som dem, svarer 77% at det ikke ville være lettere å drive andre steder. Blant kunstnere som opplever at det er få eller ingen i

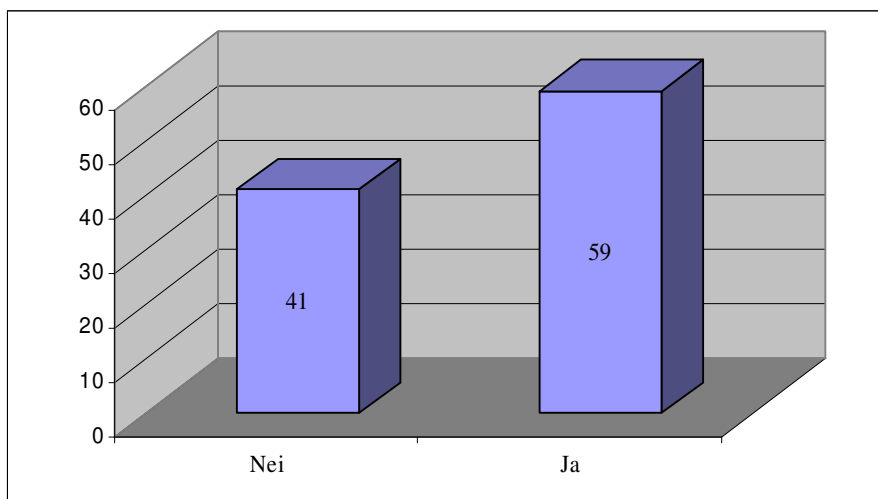
regionen som driver med det samme som dem svarer til sammenligning 57% at det ikke ville være lettere å drive andre steder.



**Figur 3.35. Er det mange som driver med liknende kunstnerisk virksomhet som deg i Grenland, etter kulturell uttrykksform.**

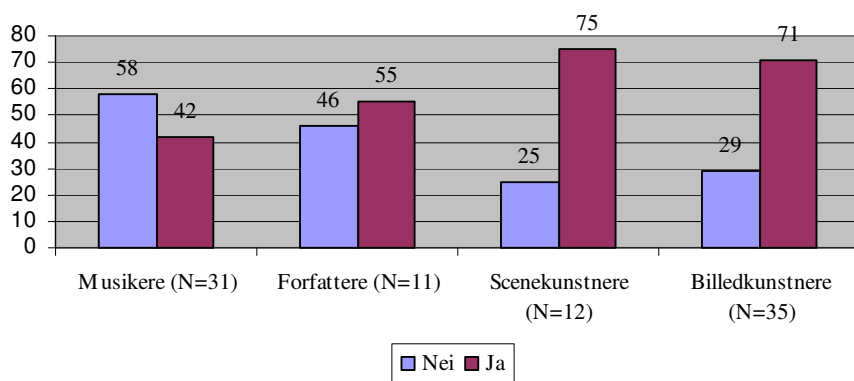
Her er det ingen forskjeller i svargivningen til henholdsvis musikerne og billedkunstnerne. Både forfatterne og scenekunstnerne svarer noe oftere enn de to øvrige gruppene at de er relativt alene om å drive den virksomheten de gjør.

Kunstnere med kunstnerisk utdanning svarer langt oftere enn kunstnere uten utdanning at de er relativt alene om å drive sin virksomhet i Grenland. Blant kunstnere med utdanning svarer hele 83% av de spurte at det er ingen andre eller bare noe få som driver på med det samme. Bare 58% av kunstnere som ikke har kunstnerisk utdanning deler denne opplevelsen.



**Figur 3.36. Er du med i noe nettverk som har betydning for din kunstneriske virksomhet? (N=76).**

Et miljø kan ha både en sosial betydning og en faglig betydning. Et miljø kan utgjøre et nettverk å arbeide med og innenfor. Selv om en stor majoritet av de spurte svarer at det er relativt få som driver med det samme som dem, er likevel en majoritet blant kunstnerne i Grenland med i et eller flere nettverk med betydning for dere virksomhet. Til høyre i figuren ser vi at 59% av de spurte svarer at de er med i et slikt nettverk. Det er imidlertid også en ikke ubetydelig minoritet som ikke har noe spesielt nettverk å støtte seg til i sitt arbeid. Hele 41% av de spurte synes med andre ord å mangle den støtten som ligger i det å ha et nettverk.

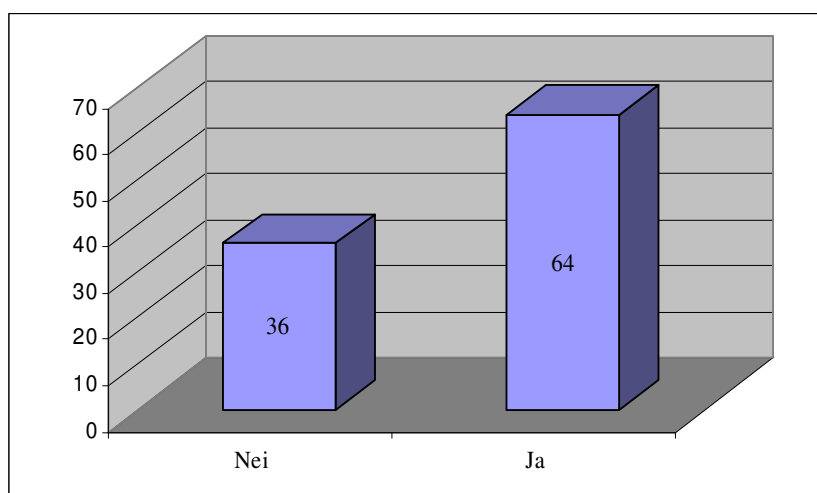


**Figur 3.37. Er du med i noe nettverk som har betydning for din kunstneriske virksomhet, etter kulturell uttrykksform.**

Det er særlig musikerne og forfatterne som synes å mangle et nettverk. Majoriteten blant musikerne (58%) og nesten halvparten av forfatterne (46%) oppgir at de ikke er tilknyttet noe spesielt nettverk. Både

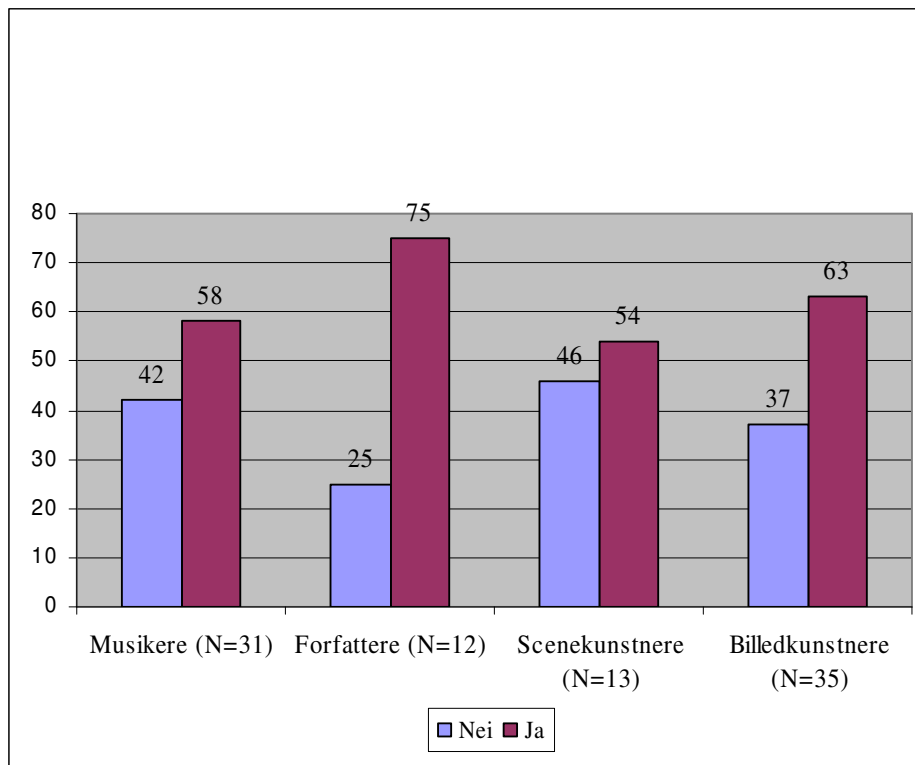
scenekunstnere (75%) og billedkunstnere (71%) synes i langt større grad å være tilknyttet et nettverk med betydning for deres virksomhet. Kunstnerisk utdanning synes å spille en mindre avgjørende rolle for hvorvidt man har et nettverk for den kunstneriske virksomheten å delta i. Derimot synes det å være av betydning hvorvidt man arbeider med den kunstneriske virksomheten på heltid, deltid eller på hobbybasis. Kunstnere som arbeider på heltid med sin kunstneriske virksomhet er langt oftere, enn kunstnere som bare arbeider med sin kunst på hobbybasis med i et eller flere nettverk med betydning for deres kunstneriske virksomhet. Henholdsvis 61% av kunstnerne som arbeider heltid, 47% av kunstnerne som arbeider deltid og 40% av kunstnerne som arbeider på hobbybasis er med i et eller flere nettverk.

Tilsvarende var vi interessert i å vite mer om i hvilken grad kunstnere i Grenland står som medlem av en interesseorganisasjon i forbindelse med sin kunstneriske eller kulturelle virksomhet.



**Figur 3.38. Er du medlem av en interesseorganisasjon for den kunstneriske/kulturelle virksomheten? (N=78).**

Majoriteten av de spurte svarer at de er tilsluttet en interesseorganisasjon. Hele 64% er medlem i en eller flere interesseorganisasjoner. Men også her finner vi en betydelig andel kunstnere uten organisasjonstilhørighet. Så mange som 36% er ikke medlemmer av noen interesseorganisasjon i forbindelse med den virksomheten de driver. Det er svært høyt og, hvis det er representativt, tyder det på at de uorganiserte kunstnerne er langt flere enn det som ble antatt bl.a. i Elstad og Pedersen (1996).



**Figur 3.39. Er du medlem av en interesseorganisasjon for den kunstneriske/kulturrelaterte virksomheten, etter kulturell uttrykksform.**

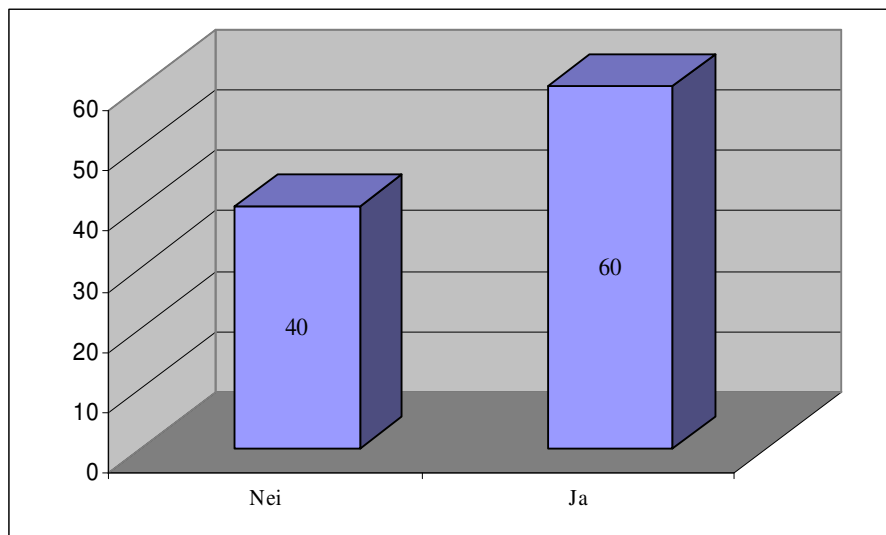
Forfattere og billedkunstnere er de som hyppigst er organisert. Scenekunstnere og musikere har noe sjeldnere valgt å organisere seg.

Kunstnere i Skien er oftere organisert (71%) enn kunstnere i Porsgrunn (63%) og kunstnere i Porsgrunn er langt oftere organisert enn kunstnere i Bamble (47%). Kunstnere med kunstnerisk utdanning er langt oftere organisert (70%) enn kunstnere uten kunstnerisk utdanning (30%). Videre er kunstnere som driver sin virksomhet på heltid oftere organisert (71%) enn kunstnere som driver på deltid (62%), mens kunstnere som driver på deltid langt oftere er organisert enn kunstnere som driver på hobbybasis (40%).

Den ulike graden av nettverks- og organisasjonstilhørighet synes i alle fall i noen grad å speile ulike kunstneres ulike grad av engasjement i sin virksomhet. Der noen forsøker å leve av sin kunst har andre aldri hatt noe annet formål med virksomheten enn å skaffe seg en meningsfull hobby.

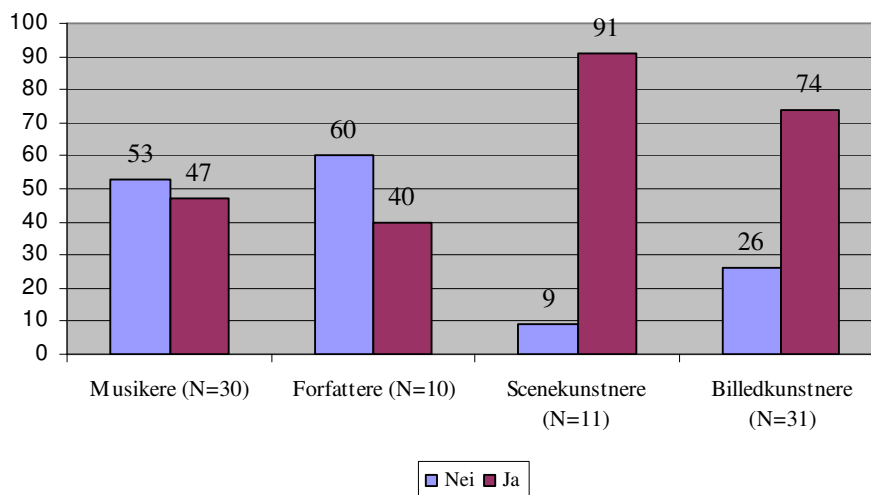
I tillegg til den sosiale betydning en nettverkstilknnytning kan ha, kan et nettverk også fungere som en kilde til ny inspirasjon og til læring gjennom ulike kunstneres ulike måter å arbeide på. Gjennom nettverket kan man slik få nye ideer og kunnskap om nye eller andre teknikker. Et nettverk kan bidra med hjelp der man står fast.

Men som vi har sett, er det ikke alle som har noe nettverk å støtte seg på. Disse mangler en viktig kilde til ny læring. Vi ba respondentene svare på om de har behov for kompetanseheving, kurs eller lignende. Tallene er gitt i figur 3.40.



**Figur 3.40. Har du behov for kompetanseutvikling, kurs o.l.? (N=71).**

Figur 3.40 viser at så mange som 60% av de spurte føler de har behov for kompetanseutvikling, mens 40% ikke føler de har noe slikt behov.



**Figur 3.41. Har du behov for kompetanseutvikling, kurs eller lignende, etter kulturell uttryksform.**

Scenekunstnere og billedkunstnere føler langt oftere enn forfattere og musikere behov for kompetanseutvikling. Henholdsvis 91% blant scenekunstnerne og 74% blant billedkunstnerne føler at de har behov for

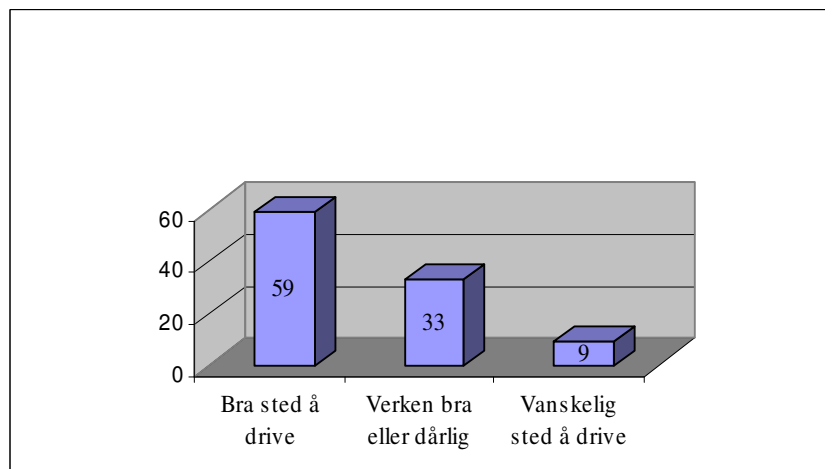
kompetanseutvikling. Til sammenligning ser vi at det samme kun gjelder for 47% av musikerne og 40% av forfatterne. Selv om forskjellene her er ganske store ser vi likevel at noe nær halvparten også i disse gruppene føler behov for kompetanseheving.

Kunstnere med kunstnerisk utdanning svarer langt oftere (69%) enn kunstnere uten kunstnerisk utdanning (31%) at de har behov for kompetanseheving, kurs eller lignende. Kunstnere som driver sin virksomhet på heltid svarer oftere (73%) enn kunstnere som driver sin virksomhet på deltid (60%) at de har behov for kompetanseheving, kurs eller lignende. Kunstnere som driver på deltid har på sin side oftere behov for kompetanseheving enn kunstnere som driver på hobbybasis (53%). Det er ikke urimelig å tolke dette som et uttrykk for faglige ambisjoner. Videre er det slik at kunstnere som opplever at de i det store og det hele er alene om å drive den type virksomhet som de gjør, oftere (63%) enn kunstnere som opplever at de er mange som driver med det samme i Grenland (38%) har et behov for kompetanseheving, kurs eller lignende. Vi kan ikke se bort fra at dette i alle fall i noen grad handler om ulike grupperes ulike nettverkstilknytning.

Vi ba respondentene gjøre nærmere rede for hvilke behov de eventuelt måtte ha for kompetanseheving, kurs eller lignende. Vel halvparten av de spurte (39 stk) benyttet anledningen til å komme med mer utfyllende svar på dette spørsmålet. Majoriteten av de som svarte gir imidlertid bare til kjenne et generelt behov for faglig oppdatering, videreutdanning innenfor sitt fag eller spesialisering innenfor faget. Dette tenker de seg mulig gjennom så vel kurs, som studiereiser og i møte med andre kunstnere.

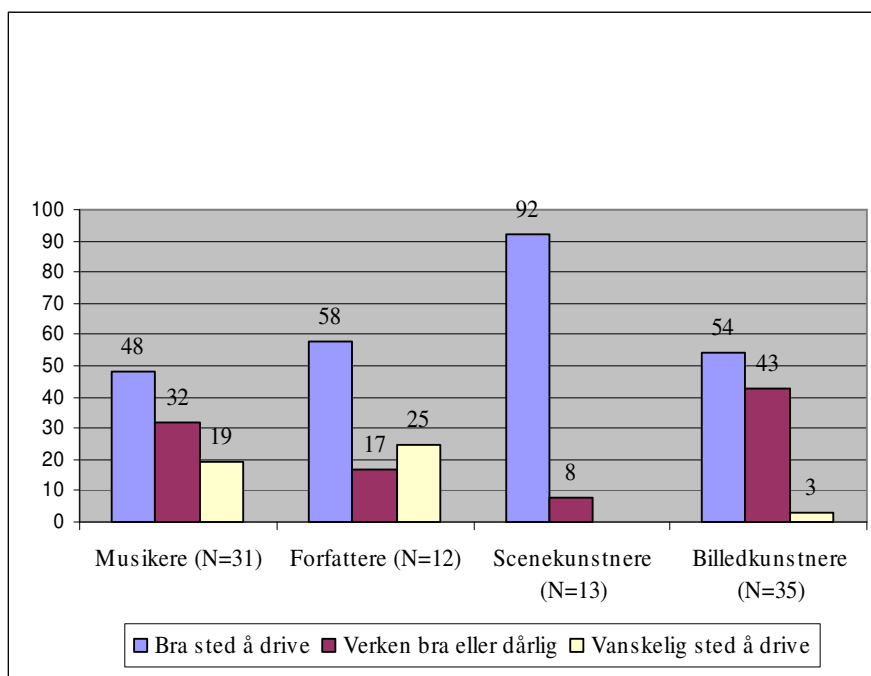
Men det er ikke bare direkte fagrelaterte forhold de føler de trenger en kompetanseheving på. Flere av de spurte føler de kunne trenge opplæring, eller kursing i bruk av data. Særlig bruk av ulike billedbehandlingsprogrammer, internett og produksjon av hjemmesider er hva de føler de trenger hjelp til å lære å beherske. Ellers er det enkelte som spesifiserer at de kunne trenge hjelp til markedsføring. Skatt og regnskap nevnes også som noe enkelte kunne trenge økt kompetanse på.

Helt til slutt ba vi respondentene svare på hvordan de alt i alt vurderer Grenland som base for sin kunstneriske eller kulturelleterte virksomhet.



**Figur 3.42. Alt i alt, hvordan vurderer du Grenland som base for din kunstneriske/kulturrelaterte virksomhet? (N=78).**

De fleste synes å mene at Grenland er et godt sted å drive med kunstnerisk virksomhet. Godt over halvparten (59%) synes fornøye med å ha Grenland som base for sin virksomhet. Ytterligere 33% av de spurte har en mer nøytral holdning til Grenland som base, mens 9% mener Grenland er et vanskelig sted å drive.



**Figur 3.43. Alt i alt, hvordan vil du vurdere Grenland som base for din kunstneriske/kulturrelaterte virksomhet, etter kulturell uttrykksform.**



Særlig mange scenekunstnere synes å mene at Grenland er et godt sted å drive. Den største andelen misfornøyde finner vi blant musikerne og blant forfatterne.

Selv om de fleste alt i alt synes godt fornøyd med å ha Grenland som base, bør vi ikke glemme at vårt utvalg ikke bare spenner over ulike typer kunstformer og kulturuttrykk, men også favner over ulike grader av engasjement i det kunst- og kulturrelaterte arbeidet. Mens noen jobber heltid med sin kunst er det andre som bare jobber med dette på hobbybasis og som ikke har noen ambisjoner om noe annet. Vi kan ikke helt se bort fra at forskjellene som ligger i figur 3.42 og 3.43 i noen grad også kan være et uttrykk for ulike ambisjoner med den kunstneriske virksomheten som drives. Slik kan vi for eksempel tenke oss at de mest ambisiøse vil kunne være blant de minst fornøyde, mens der ambisjonsnivået er lavere er også tilfredsheten høyere.

Vi finner at kunstnere som driver med sin virksomhet på deltid er mer kritiske til å ha Grenland som base for sin kunstneriske virksomhet enn andre. Ingen heltidskunstnere synes å finne det vanskelig å drive sin virksomhet i Grenland, mens 24% av deltidskunstnerne svarer at Grenland er et vanskelig sted å drive. Til sammenligning svarer 13% av hobbykunstnerne at Grenland er et vanskelig sted å drive. Videre beskriver 33% av deltidskunstnerne Grenland som verken bra eller dårlig. Noen færre, 29% av heltidskunstnerne svarer det samme. Bare 20% av hobbykunstnerne svarer at Grenland verken er et bra sted å drive eller et dårlig sted å drive. Ser vi på de som mener Grenland er et bra sted å drive, skiller deltidskunstnerne seg ut ved at langt færre i denne gruppen, sammenlignet med de to andre gruppene mener Grenland er et bra sted å drive virksomheten. Mens henholdsvis 67% blant hobbykunstnerne og 71% blant heltidskunstnerne mener Grenland er et bra sted å drive, er den tilsvarende andelen blant deltidskunstnerne bare 43%. Det er nærliggende å tolke disse resultatene som uttrykk for den ulike situasjonen de tre gruppene befinner seg i. Mens heltidskunstnerne i større grad enn de andre gruppene er godt etablerte og hobbykunstnerne ikke har spesielle ambisjoner om å leve av sin kunst, består gruppen av deltidskunstnere i alle fall et stykke på vei av kunstnere som aspirerer til noe mer enn bare deltidsarbeid med kunsten. Vi kan tenke oss at det kanskje er i nettopp denne gruppen vi finner flest kunstnere som opplever reelle problemer med å leve av sin kunst. Mange er tvunget til å jobbe deltid ved siden av kunsten, mens det de egentlig vil er å leve helt og fullt av sin kunst.

Kunstnere uten kunstnerisk utdanning synes mer positive enn kunstnere med kunstnerisk utdanning til å ha Grenland som base for sin virksomhet. Mens hele 77% av kunstnerne uten utdanning svarer at Grenland er et bra sted å drive, er den tilsvarende andelen blant kunstnere med utdanning på 52%. Tilsvarende finner vi at bare 18% av kunstnerne uten utdanning mener at Grenland verken er bra eller dårlig, mens 39% av kunstnerne som har kunstnerisk utdanning mener dette. Det er ikke uventet også slik

at kunstnere som opplever et stabilt salg er mer positive til Grenland som base for sin virksomhet enn kunstnere som opplever at salget varierer over tid.

Til sist ba vi respondentene komme med forslag til hva som kan gjøres for at de skal kunne utvide sin kunstneriske/kulturrelaterte virksomhet. Spørsmålet vi stilte lød som følger; *Har du forslag til hva som kan gjøres for at du kan utvide din kunstneriske/kulturbaserte virksomhet, eller kommentarer om Grenland som sted for din kunstneriske virksomhet?*

Selv om svarprosenten i vår undersøkelse var lav, synes mange av de som svarte på vårt spørreskjema å være svært engasjert i kunstneres kår i Grenland. Og selv om flere av kommentarene vi fikk inn var positive, fikk vi også flere forslag til endringer som kan virke til å bedre forholdene for kunstnere som ønsker å satse i Grenland. De aller fleste av disse forslag gjaldt, ikke uventet ulike tiltak som på en eller annen måte kan bidra til å bedre økonomien for den enkelte. Forslagene kan grovt sett sorteres i tre hovedkategorier; ulike stipend- og lønnsordninger, flere offentlige innkjøp og felles lokaler.

Blant de mer omfattende forslagene finner vi forslag om flere faste stillinger for kunstnere i kommunene, gjerne som kommunekunstnere eller bymusikere. Faste stillinger har gjerne den fordel at de gir en mer forutsigbar økonomi. Alternativt foreslås det å gi de beste kunstnerne i Grenland fast driftsstøtte. Slik vil man kunne utvikle seg som kunstner uten å måtte arbeide med andre ting hele tiden. Andre forslag, og disse kommer langt hyppigere, setter fokus på at det bør opprettes flere stipendordninger, særlig for unge og/eller nyetablerte kunstnere. Følgende sitater illustrerer mange av de forslagene vi fikk inn om dette temaet.

*"Grenland bør opprette ett eller flere kunst/kulturstipend – i likhet med andre kommuner. Bl.a. til billedkunstnere som stiller ut i seriøse gallerier – ofte med lite eller intet salg, forbundet med store utgifter."*

Forfatter, Porsgrunn

*"Stipendordninger i lokalmiljøet, slik at det går an å leve av kunstnerisk virksomhet, noe som er umulig i dag: Du må ha annen jobb ved siden av."*

Forfatter, Porsgrunn

*"Uten noen form for støtte er det nesten umulig å leve som kunstner, selv med en stor utstillingsvirksomhet. En utstilling er jo som oftest som en visning uten nevneverdig salg. Samtidig er det viktig å vise hva man holder på med. Utsmykningsoppdrag er viktig. Men all annen form for støtte i form av stipender er av stor betydning, ikke minst for de nyetablerte."*

Billedkunstner, Skien

Det siste sitatet berører også den andre hovedkategorien av forslag vi fikk inn, nemlig spørsmålet om hvordan kommunene gjør bruk av den ressurs kunstnere i Grenland utgjør. Mange gir uttrykk for at kommunene i

Grenland kunne bli flinkere til å kjøpe inn lokal kunst. Mange etterlyser flere offentlige innkjøp og utlysning av flere offentlige utsmykingsoppdrag.

Ellers handler svært mange av forslagene (kanskje de fleste) om flere og bedre atelier, øvingsrom etc. og flere og bedre utstillings- og salgslokaler eller scener å utfolde seg på. Følgende sitater kan stå som et uttrykk for tanker som mange av de spurte gir uttrykk for.

*"Mogleg å leige lokaler (pris må være leveleg) i eit hus/større bygning – der mange ulike aktørar innanfor kunst/kulturarbeid kan ha eit fellesskap, sosial fellesskap, felles t.d. datanett/utstyr/reknskapførar kan gi besparing for alle".*

Musiker, Skien

*"... Hva med et sted sentralt i Skien/Porsgrunn hvor kunstnere kunne vise sine ting hele året? Ikke hobby, men at ikke nåløyet er så trangt at kun utdannede kunstnere kommer inn".*

Billedkunstner, Skien

*"Hadde vært fint med lokaler, sentralt, hvor man kunne stille ut, eventuelt sammen med andre. Hva med et "Forum"-galleri for Grenland hvor kunstnere byttet på å jobbe?"*

Billedkunstner, Stathelle

Felles arbeidslokaler gjør det lettere å gjøre felles salgsframstøt, mens felles og mer permanente salgslokale vil kunne bidra til økt salg og dermed mer lønnsomhet i virksomheten. Et annet forslag som flere av respondentene er inne på er ulike former for fellesarenaer eller nettverk som kan fremme økt salg. En respondent foreslår en "musiker-bank" med managervirksomhet. En annen respondent tenker seg et nettverk eller forum som kan formidle kontakt mellom næringsliv og kunstnere, et forum for felles markedsføring av for eksempel musikk, revy og scenekunst.

Mange er opptatt av at felles lokaliteter kan gi innsparinger. Man kan låne av hverandre, man kan spleise på strømmen, eller som sitatet ovenfor peker på, man kan ha felles datautstyr, med felles hjemmeside og man kan dele på å betale en regnskapsfører til å holde orden på økonomien. Data, skatt og regnskap er i det hele tatt noe mange synes å finne vanskelig.

Kunstnere i Grenland ser imidlertid ikke bare økonomiske gevinster ved det å dele atelier etc. Mange er også opptatt av det sosiale og faglige miljøet. Et felles atelier, eller et øvingslokale sammen med andre kan være en kilde til ny inspirasjon. I møte med andre kunstnere vil man kunne få nye ideer og man vil kunne lære nye teknikker. Dette kan bidra til at alle til slutt blir bedre kunstnere. Og så er det også et annet aspekt ved det å dele arbeidslokaler med andre, nemlig det sosiale fellesskapet eller miljøet som dette vil kunne gi i positiv retning. I den anledning er det

kommet inn forslag som går på at kommunene i Grenland bør arbeide for å få flere kunstnere til å etablere seg i regionen. Mange mener at miljøet er for lite. Flere kunstnere til Grenland vil etter disses mening gi et større og dermed bedre miljø.

Av andre forslag som kom inn, kan vi nevne økt fokus på musikk- og instrumentopplæring av barn og unge i Grenland. Flere peker på at dette er et forsømt område. Altfor lange køer til de offentlige kulturskolene oppfattes som et problem. Løsninger som flere peker på, går ut på å ansette flere instruktører eller lærere.

### ***Oppsummering av spørreundersøkelsen***

I dette kapitlet har vi sett at kunstnere i Grenland generelt er godt utdannede innenfor den virksomhet de driver. Nesten tre av fire kunstnere i Grenland har kunstnerisk eller kulturellrelatert utdanning. Nesten halvparten har utdanning på universitets- eller høyskolenivå. Best utdannet synes billedkunstnerne å være. Flertallet i vår undersøkelse har dessuten til dels svært lang erfaring innenfor det de driver med. Vel to av 10 har imidlertid etablert seg i regionen i løpet av siste to år.

Nesten halvparten av kunstnerne oppgir at de arbeider med sin selvstendige kunstneriske virksomhet på heltid. Resten arbeider deltid eller kun på hobbybasis. Disse er dermed avhengige av å hente hele eller deler av sin inntekt gjennom annet arbeid. Scenekunstnere og billedkunstnere arbeider oftere enn andre fulltid med sin kunst eller sitt kulturellrelaterte arbeid.

Det er også slik at kunstnere med kunstnerisk utdanning oftere enn kunstnere uten slik utdanning arbeider heltid med sin kunst. Relativt mange kunstnere mottar trygd eller har inntekter fra renter eller lignende. Disse er likevel klart i mindretall. Bare unntaksvis finner vi at våre kunstnere mottar kunstnerstipend etc. Billedkunstnere har oftere enn andre inntekter fra renter eller trygd, mens musikere i mindre grad enn andre synes å motta kunstnerstipend. Vi finner videre at kunstnere som har en kunstnerisk utdanning oftere enn andre har inntekter fra renter eller trygd. Denne gruppen mottar også oftere enn andre kunstnerstipend.

Blant kunstnere som har annet arbeid ved siden av sin selvstendige kunstneriske virksomhet, svarer noe under halvparten at også denne er kunstnerisk eller kulturellrelatert, mens noe over halvparten har et arbeid ved siden av som ikke er kunstnerisk eller kulturellrelatert.

En majoritet blant respondentene ønsker å utvide sin selvstendige kunstneriske virksomhet. Dette gjelder innenfor alle de fire kunstuttrykkene vi har sett på, dog i noe mindre grad for musikerne i vårt utvalg. Det kan, ikke uventet se ut til at kunstnere med kunstnerisk utdanning hyppigere ønsker å utvide, sammenlignet med kunstnere uten slik utdanning. Vi finner ellers at kunstnere som i dag arbeider med sin kunst på deltid oftere enn andre har et ønske om å utvide.

Hobbykunstnere synes i større grad enn andre å være fornøyd med det nivået de i dag har på sin aktivitet. Likevel er det også i denne gruppen såpass mange som halvparten av de spurte som ønsker å utvide.

På spørsmål om hva som skal til for at man skal kunne utvide virksomheten, svarer svært mange av de spurte at de i så fall må selge mer. En ikke ubetydelig andel av respondentene mener dessuten at de må ha en bedre pris for sitt arbeid. Vel en av tre føler til sist at de trenger bistand til investeringer for å kunne utvide. Det er særlig billedkunstnere og deltidskunstnere som opplever et behov for å selge mer. Kunstnere som arbeider fulltid med sin kunst svarer oftere enn andre at de trenger bistand til investeringer. Kunstnere som driver på hobbybasis synes derimot noe mer opptatt av prisen de kan ta for sin produksjon.

Ser vi på hvem kunstnere i Grenland selger til, finner vi at privatpersoner og næringslivet utgjør de kundegrupper som flest kunstnere selger til. Ser vi imidlertid på den prosentvise andelen salg til ulike kundegrupper, finner vi at salg direkte til privatpersoner og salg til offentlige institusjoner har størst betydning for den totale omsetningen. Men også salg til næringslivet og salg til privatpersoner gjennom mellomledd utgjør en betydelig del av den samlede omsetningen. Vi finner at forfattere og scenekunstnere selger mer til offentlige institusjoner enn andre. Scenekunstnere og musikere selger relativt sett mer til næringslivet enn forfattere og billedkunstnere. Musikere og billedkunstnere selger mer direkte til privatpersoner enn andre.

Majoriteten av våre kunstnere selger til kunder i Grenland. Nesten halvparten av de spurte selger dessuten til kunder i resten av landet. Bare unntaksvis selges det til kunder i utlandet. Salget til utlandet og til kunder i resten av landet er større blant forfattere og scenekunstnere enn blant de øvrige. Vi finner her kun ubetydelige forskjeller mellom musikere og billedkunstnere. Heltidskunstnere synes generelt mer ekspansive enn andre; de selger mer enn andre både til utlandet og til kunder i resten av landet.

Vel halvparten av de spurte tror det er mulig å øke salget til kunder i Grenland. Enda mer optimistiske synes respondentene å være når det gjelder muligheten for økt salg til kunder i resten av landet. Bare et lite mindretall tror imidlertid på økt salg til utlandet. Billedkunstnere og scenekunstnere er de to gruppene som hyppigst ser et potensial for økt salg til kunder i Grenland. Når det gjelder salg til resten av landet skiller musikerne seg ut ved å være noe mer pessimistiske enn de andre. Dog er det slik at det også blant musikerne er en liten majoritet som tror på økt salg. Forfattere og scenekunstnere tror oftere enn andre på økt salg til utlandet. Troen på økt salg til utlandet og til kunder i resten av Norge er noe større blant kunstnere med kunstnerisk utdanning enn blant kunstnere som mangler slik utdanning. Troen på økt salg til utlandet er dessuten større blant kunstnere som arbeider fulltid med sin kunst. Når det gjelder troen på økt salg til resten av landet synes derimot deltidskunstnere noe mer optimistiske enn andre.

En overveldende majoritet blant de spurte opplever at salget varierer over tid. Billedkunstnere opplever dette i noe større grad enn de andre. Det samme gjør kunstnere med kunstnerisk eller kulturelt utdanning og kunstnere som arbeider med sin selvstendige kunstneriske virksomhet på heltid. Selv om majoriteten opplever et varierende salg, er det samtidig slik at nesten halvparten av de spurte opplever at salget i år har vært som i tidligere år. Andelen som har solgt mindre i år enn tidligere år er omtrent like stor som andelen som har solgt mer i år enn tidligere. Salget i år synes mest uendret for musikerne, mens scenekunstnerne oftere enn andre har opplevd økt salg i år. Det er ellers særlig kunstnere som driver sin virksomhet på heltid som opplever årets salg som godt sammenlignet med tidligere år.

De aller fleste kunstnere i vårt utvalg valgte å etablere seg i Grenland av private, ikke-kunstneriske årsaker. Svært få synes å ha valgt Grenland av kunstneriske årsaker. Dette betyr ikke nødvendigvis at de er misfornøyd med forholdene i Grenland. Vi finner at en majoritet av de spurte mener Grenland er et vel så godt sted å drive kunstnerisk virksomhet som andre steder. Likevel er det en ikke ubetydelig minoritet som mener det nok ville være lettere å drive virksomheten andre steder. Særlig musikerne synes oftere enn andre å være av den oppfatning. Også kunstnere med kunstnerisk utdanning og kunstnere som driver på deltid er oftere enn andre av denne oppfatningen. Det er også en tendens til at kunstnere som har kunder utenfor Grenland, eller som ser et potensial for økt salg til kunder utenfor Grenland, oftere enn andre mener det ville være lettere å drive andre steder.

På spørsmål om hvorfor det ville være lettere andre steder svarer en majoritet av de spurte bekræftende på at dette skyldes både større eller bedre kunstnerisk miljøet og et større marked. Mange synes å mene at det kunstneriske miljøet i Grenland er for lite. Majoriteten blant respondentene føler at de er relativt alene om å drive sin virksomhet. Vi finner at kunstnere som mener det er mange som driver på med det samme som dem, oftere enn andre mener det ikke ville vært bedre andre steder. Disse synes med andre ord noe mer fornøyde med miljøet i Grenland enn kunstnere som opplever at de er alene om å arbeide med det de arbeider med. Kunstnere med kunstnerisk eller kulturelt utdanning føler seg oftere enn andre alene om sin virksomhet.

Selv om mange føler seg relativt alene om sin virksomhet, svarer godt over halvparten av de spurte at de er med i ett eller flere nettverk med betydning for deres kunstneriske virke. Scenekunstnere og billedkunstnere har oftere enn andre et nettverk å støtte seg til. Det samme gjelder heltidskunstnere. Ellers finner vi at en majoritet blant kunstnerne er medlem av en eller flere interesseorganisasjoner. Men også her er det relativt mange som ikke er medlem av noen slik organisasjon. Forfattere og billedkunstnere er oftere enn andre organisert. Dette gjelder særlig kunstnere som driver på heltid.

Godt over halvparten av kunstnerne svarer at de har behov for kompetanseheving. Scenekunstnere og billedkunstnere svarer oftere enn andre at de har behov for dette. Det samme gjelder kunstnere med kunstnerisk utdanning, kunstnere som driver sin virksomhet på heltid og kunstnere som opplever at de er relativt alene om sin virksomhet. I tillegg til faglige oppdateringer og spesialisering, kan det se ut til at mange føler behov for hjelp til å føre regnskap og hjelp i forhold til skattespørsmål. Andre behov handler mer om data, billedbehandling, internett og markedsføring.

De fleste synes å mene at Grenland er et godt sted for kunstnerisk aktivitet. Bare unntaksvis svarer respondentene at Grenland er et vanskelig sted med hensyn til kunstnerisk virksomhet. Særlig synes scenekunstnerne å være fornøyde med forholdene i Grenland. Vi finner at kunstnere med kunstnerisk utdanning, samt kunstnere som driver sin selvstendige virksomhet på deltid er noe mer kritiske enn resten.

Når kunstnerne ble bedt om å komme med forslag til hva som kan gjøres for å bedre kårerne for kunstnerisk virksomhet i Grenland, synes mange å være opptatt av økonomiske forhold. Mange mener det bør gis langt flere kunstnerstipender. Mange er dessuten opptatt av kommunenes bruk av den ressurs kunstnerne utgjør. En rekke av forslagene som kom inn handlet om flere utsmykningsoppdrag og flere kommunale innkjøp av lokal kunst. Til sist berørte mange av forslagene spørsmålet om flere arbeidslokaler, atelierer og øvingsrom, samt flere utstillingslokaler og konsertsteder eller scener.

## **4. Vurdering av tiltak på bakgrunn av resultater fra spørreundersøkelsen**

### ***Innledning***

En relativt stor andel blant kunstnerne i Grenland arbeider kun deltid eller på hobbybasis med sin selvstendige kunstneriske virksomhet. Mange, særlig i den siste gruppen har ingen ønsker om å utvide sin virksomhet, men det er også mange i disse gruppene som har ambisjoner om å kunne leve av sin kunst. Av ulike årsaker opplever de imidlertid at dette er vanskelig, og de er avhengig av å ha et annet arbeid ved siden av. Det er derfor ikke overraskende at økonomiske forhold står relativt sentralt når vi ber kunstnerne om å formulere forslag til tiltak som kan bidra til å bedre situasjonen for kunstnerne i Grenland. De aller fleste forslag vi fikk inn handler på ulike måter om økonomiske forhold.

Et annet forhold, som mange også synes å være opptatt av, er det kunstneriske miljøet i Grenland. Selv om det ikke er uvanlig å være med i et eller flere nettverk i forbindelse med sin virksomhet, synes mange likevel opptatt av å styrke så vel det kunstfaglige, som det sosiale miljøet.

Forslagene vi fikk inn faller grovt sett innenfor tre hovedkategorier;

- Forslag til tiltak som kan sikre kunstneren en mer stabil og forutsigbar økonomi
- Forslag om ulike samarbeidsfora som kan bistå kunstnerne i forbindelse med markedsføring, distribusjon og salg
- Forslag om flere felles lokaler (atelier, øvingsrom etc.)

Alle de tre hovedkategoriene av forslag berører temaet økonomi. De to siste kategoriene berører i tillegg til økonomiske forhold også ulike miljømessige aspekter. Det er naturlig å ta utgangspunkt i nettopp disse forslagene når vi nedenfor skal formulere mulige tiltak. Punktene vil bli drøftet hver for seg. Imidlertid synes det nærliggende å se punkt to og tre i sammenheng. Dette vil vi komme nærmere tilbake til nedenfor.

### ***Forslag til tiltak som kan sikre kunstneren en mer stabil og forutsigbar økonomi***

Flere av de intervjuede tar til orde for at det bør opprettes flere faste kommunale stillinger for kunstnere, enten som bymusikere eller -kunstnere, eller i de kommunale kulturskolene. Men selv om dette nok ville bety en mer forutsigbar økonomi for den eller de som er så heldige å få tilbud om en slik stilling, så vil dette uansett ikke kunne være annet



enn et tilbud til de få. Som et enkeltstående tiltak rettet mot å bedre de økonomiske vilkårene til kunstnere i Grenland generelt, vil dette derfor i beste fall være av liten betydning.

Andre kunstnere synes å være mer opptatt av stipendieordningene. Vel en av 10 grenlandskunstnere oppgir at de mottar et eller flere stipender. Stipender er slik en kilde til inntekt, som bare kommer noen få utvalgte til gode. Flere av de vi har intervjuet synes å mene at man med dagens stipendiepolitikk i noen grad har valgt feil fokus. Slik praksis er, gis det noen få "store" stipender til en relativt begrenset gruppe kunstnere, hevdes det. Enkelte synes dessuten å mene at det ikke nødvendigvis er de som trenger stipendene mest, som faktisk mottar dem. I stedet for noen få "store" stipender foreslår de at det deles ut flere mindre stipender. På den måten kunne man i større grad enn i dag fokusere på å hjelpe eksempelvis unge, nyetablerte kunstnere i den vanskelige startfasen. Det argumenteres med andre ord for flere "mindre" etablerings-, arbeids- og utviklingsstipend og færre "store" utmerkelses og belønningsstipend eller priser.

Det finnes en lang rekke ulike stipendie- og prisordninger for skapende og utøvende kunstnere, både statlige, fylkeskommunale, kommunale og private. De største og viktigste stipendieordningene er helt klart de statlige, med Statens garantiinntekt for kunstnere og Statens arbeidsstipend som de mest omfattende. Det kommunale bidraget i dette mangfoldet av ulike ordninger er derimot svært begrenset.

Eksempelvis deler Porsgrunn kommune årlig ut en kulturpris på 10 000 kroner. Andre kunstnerstipender eller priser har ikke Porsgrunn kommune. Bamble kommune deler ut et kulturstipend på 10 000 kroner og en kulturpris på 5 000 kroner. Til sammen utgjør dette 25 000 kroner. Skien har derimot satt av noen flere midler til ulike stipendier og priser. I forbindelse med lanseringen av Kunstnerbyen Skien ble det med virkning fra og med 2006 innført en ordning med et kunstnerstipend på 150 000 kroner, samt fri benyttelse av en kunstnerbolig og et verksted/atelier. I tillegg ble det opprettet to mindre etableringsstipend for yngre kunstnere som ønsker å etablere seg i Skien. Til sammen ble det bevilget 200 000 nye stipendiekroner i forbindelse med denne lanseringen. Ellers deler Skien kommune årlig ut en kulturpris som anerkjennelse for fremragende innsats for byens kulturliv, og en oppmuntringspris til et stort talent under 30 år fra Skien, mens Skien Musikkråd deler ut et utdanningsstipend innenfor kategorien musikk og dans. Til sist har vi Ibsenprisen som årlig deles ut til en dramatiker.

Vi ser at mye av det som gis, kommer i form av priser, og ikke stipender, d.v.s. som belønning for innsats eller arbeid som allerede er gjort. Vi ser også at de fleste kommunale priser og stipender gjennomgående er små. Et unntak gjelder Ibsenprisen og det nye kunstnerstipendet som ble vedtatt med virkning fra 2006. Til sist er det et poeng at det kun er de mindre prisene og stipendiene som er øremerket lokale kunstnere. De tre nye stipendiene som ble etablert i forbindelse med lanseringen av

Kunstnerbyen Skien er for eksempel ment som et virkemiddel for å trekke nye kunstnere til byen og er derfor øremerket utenbys kunstnere.

Gitt dagens bevilgningsnivå synes kommunenes handlingsrom her å være svært begrenset. Dersom målsetningen med grenlandskommunenes stipendiepolitikk skal være å bedre forholdene for det lokale kunstnermiljøet gjennom å gi flere stipender til lokale kunstnere, slik det foreslås ovenfor, ville det ikke være tilstrekkelig bare å dele opp eksisterende stipender og øremerke disse til lokale kunstnere. Dersom en slik omdisponering ikke også følges opp med en kraftig økning i bevilgningene, vil hvert stipend måtte bli så lite at det ikke ville få noen praktisk betydning for de begunstigede kunstneres overordnede økonomi. Som et isolert tiltak ville effektene med andre ord være ubetydelige, gitt dagens bevilgningsnivå.

En siste type forslag innenfor denne hovedkategorien av mulige tiltak, handler mer om kommunenes rolle som kunde, det vil si som forbrukere av kunst. Vi har sett at mange kunstnere har et betydelig salg til ulike offentlige institusjoner. Nesten to tredjedeler av de intervjuede kunstnerne i Grenland oppgir at de selger til offentlige institusjoner. Til sammen står offentlige institusjoner for nesten 30% av den totale omsetningen til Grenlandskunstnerne. Mange mener likevel at kommunene ikke er flinke nok til å kjøpe inn lokal kunst. I stedet velger de eksterne kunstnere, hevdes det. Vi kan ikke fra vår undersøkelse si noe om hvorvidt og i hvilken grad det faktisk er slik at kommunene velger ekstern kunst framfor lokal kunst.

Dette er imidlertid ikke poenget. Poenget er at mange kunstnere føler det slik. Flere av de intervjuede føler at de utgjør en ressurs i lokalsamfunnet, men at kommunene ikke i tilstrekkelig grad anerkjenner og bruker denne ressursen. Forslagene handler derfor om at kommunen må bli flinkere til å kjøpe lokal kunst. Dessuten bør det utlyses flere og større kommunale utsmykningsoppdrag, hevdes det.

Flere og større offentlige utsmykningsoppdrag vil nødvendigvis måtte innebære økte kommunale utgifter. Både Skien, Porsgrunn og Bamble kommune har i dag vedtak om at 1% av de prosjekterte totalkostnadene ved kommunale nybygg skal øremerkes kunstnerisk utsmykning. Enkelte kommuner og fylkeskommuner opererer med en noe høyere prosentatsats, mens andre setter av en lavere prosentandel til kunstnerisk utsmykning. Eksempelvis opererte Aust-Agder fylkeskommune tidligere med en sats på 2%. Så ble den satt ned til 0,5%. Nå er det lagt fram forslag om å heve denne satsen igjen (Strategisk plan for kulturformidling, 2006). Siden det knapt er realistisk med en dramatisk økning i antall kommunale nybygg i tidene som kommer, innebærer flere og større utsmykningsoppdrag at kommunene i Grenland må heve denne prosentatsatsen, fra for eksempel 1% til 2%. Hvorvidt dette er tilstrekkelig til å gi noen merkbar effekt på den generelle situasjonen er imidlertid usikkert. Dette vil blant annet avhenge av den generelle byggeaktiviteten i kommunene. Effekten av en

eventuell økning vil dessuten avhenge av hvorvidt og i hvilken grad den eventuelle økningen i satsene vil gi nye oppdrag til de lokale kunstnerne.

Økte utgifter trenger imidlertid ikke være tilfellet ved et sterkere kommunalt fokus på lokale krefter når utsmykningsoppdrag skal tildeles eller innkjøp skal gjøres. Dersom mer av den kunsten kommunen kjøper er lokalt basert, kan utgiftene holdes konstant, mens markeds- eller oppdragssituasjonen for kunstnerne i Grenland generelt vil bli bedre. Verken Skien, Porsgrunn eller Bamble har i dag gjort noe vedtak som regulerer hvordan man skal forholde seg til dette. Først og fremst synes kvalitet å være det avgjørende kriterium når vedtak fattes. Det bør imidlertid vurderes hvorvidt også lokal tilhørighet for framtiden burde være et tildelings- eller innkjøpskriterium.

Forslagene ovenfor handler om kommunenes rolle som arbeidsgivere, og som kjøpere og brukere av kunst og kunstneriske uttrykk. Felles for forslagene, muligens med unntak for det siste, er at de til dels vil være kostnadskrevende og at effektene må kunne antas å gjelde de få og ikke de mange. Enkeltvis synes tiltakene derfor bare i mindre grad egnet til å oppnå generelle effekter for det samlede kunstnermiljøet i Grenland. Dette betyr imidlertid ikke at forslagene er uinteressante. Forslagene kan være verd å se nærmere på, men da helst samlet og innenfor en overordnet plan.

### ***Forslag om ulike samarbeidsfora m.h.t. markedsføring, distribusjon og salg***

I tillegg til rollene som arbeidsgiver for kunstnere og som forbrukere av kunst, har kommunen også en rolle som tilrettelegger. Som vi har sett synes kommunenes handlingsrom innenfor rollene som arbeidsgiver og forbruker av kunst i noen grad å være begrenset. Da synes det umiddelbart mer fruktbart for kommunene å i stedet satse på tiltak som sikter mot å legge forholdene bedre til rette for den kunstneriske virksomheten, slik at kunstnere som ønsker å satse på kunsten gis større muligheter til selv å påvirke sin situasjon.

Mange grenlandskunstnere opplever, slik situasjonen er i dag, problemer med å nå ut til sitt publikum. De etterlyser derfor mer hjelp blant annet til markedsføring og distribusjon av sine "produkter". Dette gjelder først og fremst billedkunstnere, kunsthåndverkere og musikere. Andre har problemer med å finne egnede arbeidslokaler til sin virksomhet og ønsker seg derfor flere felles øvingsrom, atelier etc. Det gis flere begrunnelser for et slikt ønske, både økonomiske, faglige og sosiale. Enkelte peker for eksempel på at en samlokalisering vil gjøre det mulig å dele på utgifter til strøm, telefon, datautstyr, felles regnskapsfører og annet felles kunstnerisk materiell og utstyr. Andre er mer opptatt av at man gjennom å dele lokaler, gjerne med kunstnere innenfor ulike kunstneriske uttrykksformer, kan finne inspirasjon til egen produksjon, få gode råd,

lære nye teknikker og så videre. Til sist er det de som rett og slett savner et sosialt miljø for trivselens del. Alt dette er behov kan tenkes løst innenfor rammene av et kultursenter eller -fabrikk. Vi vil derfor foreslå at kommunene i Grenland tar initiativ til en utredning omkring behovet for, og nytten av et større kunstnerdrevet kultursenter eller -fabrikk.

Her kan det tenkes mange ulike "løsninger" eller modeller, ikke bare hva gjelder oppgaver og funksjoner, men også hva gjelder finansieringsformer og organisering. Rundt om i landet har det etter hvert dukket opp en rekke slike kultursentra eller kulturfabrikk. Og selv om det er tydelige forskjeller mellom dem, både når det gjelder finansiering, organisering og funksjon, er tanken den samme; nemlig å samle mange ulike kreative ressurser innenfor et fysisk avgrenset område og på den måten skape et levende og skapende multikulturelt miljø, som er større enn summen av enkeltmiljøene senteret er sammensatt av. I Oslo har vi for eksempel Grünerløkka Lufthavn og Hausmania, vi har Fossekleven kulturfabrikk i Vestfold, i Stavanger har vi Tou Scene og i Bergen finner vi Verftet.

Også i Trondheim er man godt i gang med å samle store deler av byens kunst- og kulturaktiviteter innenfor et geografisk avgrenset område. Gjennom å plassere, eller samlokalisere ulike kulturelle aktiviteter innenfor et mindre geografisk område øst i byen ønsker man å legge forholdene bedre til rette for samarbeid mellom forskjellige kulturelle uttrykk og miljøer. Sentralt i dette prosjektet står bl.a. Svartlamon Kultur- og Næringsstiftelse, som pr. i dag disponerer et areal på vel 3000 m<sup>2</sup>. Meningen er at disse lokalene etter hvert skal gjøres tilgjengelige for byens ulike kulturelle miljøer. Stiftelsen er slik tiltenkt rollen som utleier, tilrettelegger og knutepunkt i et større nettverk av kulturbaserte næringer. Ved å la ulike kreative miljøer møtes på en stor, felles arena søker man å oppnå ulike synergieffekter. Tanken er med andre ord at en større grad av samlokalisering vil kunne skape et nytt, friskt og spennende miljø der nye uttrykk kan skapes og der mulighetene oppfattes som mange, et miljø som på sikt også vil kunne tiltrekke seg kunstnere fra andre regioner eller landsdeler.

Et kultursenter- eller fabrikk i Grenland kan som sagt tenkes å ha mange funksjoner og også løse mange utfordringer. En mulig løsning kunne være opprettelsen av et senter, eller et "Kunstnernes hus" med både nettadresse, telefontjeneste og besøksadresse, et senter som kunne fungere både som et utstillingslokale, og som en møteplass der kunst- og kultursøkende, d.v.s. potensielle kunder kunne møte de tilknyttede kunstnerne og deres arbeider, blant annet gjennom ambulerende utstillinger. Ved å henvende seg til senteret ville potensielle kunder kunne finne en oversikt over det som måtte være tilgjengelig av gallerier og atelierer, pågående utstillinger, kommende konserter og så videre. De ville også kunne kjøpe eller bestille kunst, eller de kunne bli veiledet videre dersom de ikke fant det de søkte. Dette burde kunne bidra til å løse de markedsføringsproblemer mange gir uttrykk for at de har. Videre ser vi for oss at et slikt senter også kunne bistå med å formidle kontakt mellom

kunstner og kunde ved at senteret påtar seg en impresario- eller bookingfunksjon. Også dette er noe vi har registrert som et savn blant enkelte i vår undersøkelse. Andre oppgaver som synes nærliggende å tillegge et slikt senter er utleie av atelier og øvingsrom etc., samt arrangement av konserter og teateroppsetninger. Et slikt senter ville dessuten bety at kunstnerne selv fikk et fellesrom der de kunne møtes og diskutere felles erfaringer og utfordringer, planlegge felles arbeider o.s.v.

Tilbudet bør imidlertid være rimelig å bruke for kunstnerne. Selv om enkelte har gode inntekter fra sin kunstneriske virksomhet, er det også mange som tjener lite eller ingenting. Dersom det blir for dyrt å benytte seg av senterets tjenester, ville mange kanskje ikke kunne se seg råd til dette.

På den annen side, bør det kunne forutsettes at også senterets brukergrupper på ulike måter bidrar til å finansiere driften av et slikt senter. Eksempelvis kan vi tenke oss kultursenteret delfinansiert gjennom en slags medlemskapsordning; de kunstnere som ønsker å benytte seg av senterets tjenester gis tilgang til disse tjenestene gjennom å betale en medlemskontingent. Videre kan vi tenke oss at senteret gis anledning til å ta provisjon ved eventuelle salg fra utstillinger i senterets lokaler og et rimelig salær der senteret bidrar til at musikere og andre artister blir booket til oppdrag. Andre kilder til inntekt kan være eventuelle overskudd fra kafévirksomhet, inntekter fra utleie av atelier, øvingsrom, verksteder og mørkerom o.s.v., billettinntekter ved ulike arrangementer som konserter, teateroppsetninger etc. Dette vil imidlertid neppe være tilstrekkelig til å finansiere den daglige driften ved et slikt senter, i alle fall ikke på kort sikt.

Det synes nærliggende å anta at både kommunene og fylkeskommunen vil måtte spille en sentral rolle i et slikt prosjekt, ikke bare administrativt og organisatorisk, men også finansielt. Ellers bør det vurderes hvorvidt og i hvilken grad man skal søke å trekke inn ulike private investorer. I så fall bør dette gjøres allerede i en tidlig planleggingsfase. Dette er noe som er forsøkt med til dels stort hell andre steder i landet, blant annet i Stavanger. Erfaringer viser dessuten at et slikt senter vil kunne ha gode forutsetninger for å søke om og også få tildelt statlige midler. Eksempelvis har Tou Scene i Stavanger gjennom flere år mottatt store bidrag fra blant annet Norsk Kulturråd og Kulturdepartementet, så vel som fra en rekke ulike offentlige fond og fra næringslivsinteresser

### ***Forslag om flere felles lokaler (atelier, øvingsrom etc.)***

Ulike kunstnere trenger som sagt ulike typer lokaler. Billedkunstnere trenger atelierer, scenekunstnere trenger scener for øving og oppsetninger og musikere trenger først og fremst øvingslokaler. Vi har tidligere antydnet at et forslag om flere felles arbeidsrom må sees i lys av en eventuell etablering av et kultursenter eller -fabrikk.

Behovet for flere felleslokaler, atelierer etc. vil nemlig i større eller mindre grad avhenge av hvorvidt man velger å satse på et kultursenter etter de linjer som er tegnet over eller ikke. Dersom man velger å arbeide for opprettelsen av et senter, eller en kulturfabrikk, vil noe, eller kanskje også det meste av behovet for felles arbeidsrom kunne være dekket gjennom dette. I den grad man finner at et slikt senter ikke i tilstrekkelig grad dekker behovene for felles arbeidsrom, kan det være hensiktsmessig å organisere også eventuelle øvrige felleslokaler inn under dette senteret. Det bør dessuten utredes hvorvidt og i hvilken grad det er mulig å lokalisere disse tilleggslokalene innenfor et området med relativ geografisk nærhet til senteret. På den måten vil man legge forholdene best mulig til rette for at også leietakere i felleslokaler lokalisert utenfor senteret vil kunne få ta del i mange av de tjenester senteret yter. Kultursenteret eller -fabrikken vil slik fungere både som en enhet i seg selv og som en koordinator i forhold til de andre fellesrommene.

Når det gjelder spørsmålet om en tilrettelegging av flere fellesrom for kunstnere, er det viktig å legge til grunn at kommunene i Grenland her har et fortrinn fremfor mange andre kommuner ved at leienivået på eiendomsmarkedet er relativt lavt. Sannsynligvis står det mange tomme lokaler rundt omkring i kommunene som ville kunne egne seg godt til et slikt formål. De mange ledige lokalene etter Norske Skog's virksomhet på Klosterøya kan vise seg å være ideelle til slike formål som vi her snakker om, enten vi tenker oss et senter eller bare flere felles arbeidsrom. I rapporten "Klosterøya – nye muligheter" heter det fra styringsgruppa at Klosterøya skal være et møtested for kompetanse og kreativitet. Med kompetansebaserte og kreative næringer tenker man blant annet på IKT-basert virksomhet, arkitekter, designere og kulturbasert virksomhet. Styringsgruppa fremhever at Klosterøyas bygg, historie og beliggenhet bør være attraktiv for kunstneriske og kulturelle virksomheter. Den tilstøtende Smieøya er også lansert som et sted med mulig bruk til formål innenfor kunst- og kulturfeltet. Både på Klosterøya og på Smieøya har man store ledige arealer med enkle, grove industrilokaler, som kan vise seg å være ideelle for en lang rekke formål.

Med unntak for de kostnader som kommer i forbindelse med tilrettelegging for utleie, er flere felles arbeidsrom og atelier i seg selv et tiltak som ikke trenger innebære noen større kommunale utgifter. Kommunens rolle vil først og fremst være rollen som utleier. Dette betyr at kommunen mottar leieinntekter. Det bør kunne forventes at leietakerne selv betaler løpende utgifter til for eksempel strøm, telefon og enkelt vedlikehold. En forutsetning for at dette skal være interessant er imidlertid at leien og driftskostnadene for øvrig oppfattes som rimelige av kunstnerne lokalene er tiltenkt. Ved å stille til rådighet flere lokaler av den typen kunstnerne her uttrykker behov for synes kommunen med relativt enkle og rimelige grep å kunne bidra til å bedre de generelle vilkårene for store grupper av kunstnere i Grenland langs en rekke dimensjoner, både økonomiske, faglige og sosiale. Et godt tilbud om rimelige, felles arbeidsrom, og det miljøet som vil kunne etableres og utvikles gjennom

dette, vil også kunne ha en annen positiv virkning. Lave kostnader og et godt kreativt miljø vil nemlig kunne trekke til seg kunstnere også fra andre deler av landet. Sannsynligvis i langt større grad enn hva man kan oppnå gjennom et par "mindre" stipender.

Det bør naturligvis kartlegges nærmere hva slags behov kunstnerne har. Det gjelder både spørsmålene om hva slags lokaler det er behov for og hvor mange lokaler det er behov for. Dette er spørsmål som ikke besvares i vår undersøkelse. Nå er det allerede tatt flere beslutninger som vil være av betydning for dette behovet. Relativt nytt i så måte er den vedtatte rockefabrikken i Porsgrunn. Det vil også være spennende å se hva som etter hvert skjer med planene om en nytt kulturhus i Porsgrunn. Det bør avklares nærmere om hvilken betydning disse beslutningene vil ha for det samlede behovet.

Oppsummert gis dermed følgende forslag til tiltak som vi mener det er grunnlag for å vurdere på politisk nivå:

- *Vi foreslår at kommunene ser nærmere på sine innkjøps- og stipendieordninger.* Er det mulig i større grad å prioritere lokale kunstnere ved innkjøp av kunst? Er det mulig å utlyse flere offentlige utsmykningsoppdrag og også i større grad enn i dag å prioritere lokale kunstnere ved tildeling av disse? Bør det bevilges mer penger til ulike stipendieordninger øremerket lokale kunstnere? Dette er imidlertid et problematisk tiltak både ut fra reint kunstneriske synspunkt, men også ut fra generelle konkurransepolitiske synspunkt, som det viktig å være klar over ved utforming av slike ordninger.
- *Vi foreslår å opprette et senter med et bredt anlagt sett av funksjoner.* Det bør naturligvis vurderes nærmere hva man eventuelt ønsker med et slikt senter, men det er ikke utenkelig at senteret, i tillegg til utleie av lokaler, utstillings-, informasjons- og formidlingsfunksjoner, også kunne ha ansvar for salg og booking av kunst og kunstneriske uttrykk.
- *Vi foreslår at det etableres flere rimelige felles arbeidsrom, gjerne i tilknytning til et eventuelt kultursenter.* Dette kan vise seg å være et rimelig tiltak, som på sikt kan ha stor betydning for det kunstneriske miljøet i Grenland

## 5. Kultur i (inter)kommunal næringspolitikk

### *Innledning*

Vi har i de foregående kapitlene dokumentert og diskutert innsamlet datamateriale fra ulike kilder som hhv. tar for seg kulturnæringene i Grenland og kunstnere bosatt i Grenland. Opprinnelig var dette et datamateriale som skulle lede fram til en prinsippskisse for hvordan det kunne brukes i en ringvirkningsanalyse av kulturnæringenes betydning for Grenlandsregionen. Denne har, av årsaker det er redegjort for i forordet, falt ut. I stedet har vi valgt å fokusere på kulturens betydning for næringsutvikling i et mer dynamisk perspektiv. Siden ringvirkningsanalyser ofte er av interesse i forbindelse med analyser av ulike næringer, har vi likevel valgt å beskrive hovedtrekk og sentrale begreper og forutsetninger i slike analyser, nettopp for å gi leserne noe mer innsikt i grunnlaget for slike analyser.

Tradisjonelt har man i den kommunale næringspolitikken vært opptatt av å legge forholdene til rette for næringslivet gjennom bl.a. tilrettelegging og ofte subsidiering av områder for næringsaktivitet. Man har med andre ord hatt fokus på produksjonssiden ved at det er næringsinteressenes primære behov som har stått høyt på dagsordenen. Ved å tiltrekke seg næringsvirksomhet på denne måten har man underforstått antatt at folk kommer etter – altså flytter til de nye arbeidsplassene – evt. at de som er arbeidsløse i en kommune sysselsettes. Subsidiering av slike prosjekter kan forsvares så lenge de viser seg å være lønnsomme i samfunnsøkonomisk forstand. I det følgende vil vi omtale dette som produksjonsperspektivet.

Denne betraktningmåten har gitt opphav til såkalte ringvirkningsanalyser eller "economic impact" analyser (EI-analyser), som i perioder også har hatt appell i analyser av kulturlivets økonomiske betydning, og det datamessige grunnlaget for slike analyser finnes i den type kartlegging som er gjort i kapittel 2, jf. også Haraldsen m.fl. (2004). Misbruk av disse metodene, for å legitimere subsidiering av kulturprosjekter med tvilsom samfunnsøkonomisk lønnsomhet, bidro imidlertid til svekket interesse for slike metoder på begynnelsen av 1990-tallet.

De siste årene har interessen for kulturens økonomiske betydning igjen skutt fart internasjonalt og nasjonalt. I stedet for at fokus er rettet direkte mot subsidiering av næringsaktiviteter, slik som i forbindelse med EI-analysene, har man i nyere litteratur vært mer opptatt av om det er slik at utvikling av bostedskvaliteter trekker folk til byene, aller helst kreative folk, som i sin tur bidrar til å utvikle og etablere nye næringer. Dette perspektivet er spesielt synlig hos Florida (2002ab, 2003), men også hos Clark (2003ab), Glaeser m.fl. (2001) og Glaeser og Gottlieb (2006). I dette perspektivet er det med andre ord tilflyttingen som kommer først,



og næringsutvikling og nye jobber som en følge av denne. Vi vil i fortsettelsen kalle dette konsumperspektivet.

Sett fra et næringsutviklingspolitisk ståsted er disse to perspektivene på sentrale punkter svært forskjellige, selv om målene er de samme. Vi kommer ikke i det følgende til å gi et entydig svar på hvorvidt det ene perspektivet er mer riktig enn det andre, fordi vi ikke tror et slikt svar finnes. Vi tror snarere at den aktuelle konteksten betinger hvilket av de to som er mest relevant, og i forbindelse med problemstillinger omkring kultur og næring tror vi at konsumperspektivet er det mest relevante. Spesielt skyldes det at ringvirkninger av kulturaktiviteter normalt er nokså små, jf. også kapittel 2.

Vi skal i det følgende gi en nærmere beskrivelse av de to tilnæringsmåtene, som kanskje kan bidra til å skape en større forståelse for hva slags metodisk grunnlag de hviler på, og kanskje viktigst, bidra til å ta livet av en del myter begge tilnæringsmåtene er beheftet med. Til slutt vil vi forsøke å se de i tilknytning til de utfordringer man står overfor i utviklingen av Grenland, med spesiell vekt på hvilken betydning kulturaktiviteter kan ha i en slik sammenheng.

### ***Kultursatsinger for å generere økonomiske ringvirkninger – produksjonsperspektivet***

Fra andre halvdel av 1980-tallet og noen år framover ble det gjennomført flere forskningsprosjekter og utredninger om lokal kulturpolitikk og kulturliv med utgangspunkt i økonomiske ringvirkninganalyser. Bakgrunnen var blant annet et økende behov innen kultursektoren for å begrunne offentlig kulturstøtte gjennom forskningsmessig dokumentert samfunnsnytte. En del slike ringvirkningsstudier – både i Norge og andre land – ble gjennomført på oppdrag fra offentlige myndigheter. Andre studier ble gjort på oppdrag av institusjoner og organisasjoner i kulturlivet. Den viktigste satsingen av dette slaget i Norge var forskningsprogrammet "Kultur og regional utvikling" som ble iverksatt av flere fylkeskommuner i samarbeid med utvalgte regionale forskningsinstitutter i 1988 (Arnestad, 1995). Noen av de første publikasjonene fra dette programmet hadde preg av enkle og lite problematiserende bekreftelser av at "kultur lønner seg", se for eksempel Spilling og Ros (1988) og Spilling (1990). Andre publikasjoner hadde mer preg av kvalitative lokalsamfunnsstudier (Bjerkli, 1991). Etter hvert utviklet forskerne under programmet et mer kritisk perspektiv på metodiske framgangsmåter og politisk misbruk av en del økonomiske ringvirkningsstudier, jf. for eksempel Spilling (1991) og Arnestad (1995). Samtidig kjølnet interessen fra oppdragsgivermiljøene. Denne utviklingen hadde klare paralleller i internasjonal kulturpolitisk og kulturøkonomisk forskning. Flere internasjonale forskere rettet et kritisk søkelys både mot de metodiske forutsetningene og det politiske misbruket av EI-analyser på

kulturområdet, jf. bl.a. Peacock (1991), Bille Hansen (1993), van Puffelen (1996) og Ringstad (2005).

Økonomiske ringvirkningsanalyser av næringsaktivitet i lokalsamfunn tar utgangspunkt i det som på engelsk kalles economic base modeller. Hensikten med disse modellene er å gi svar på hvordan ulike næringstiltak kan bidra til en bedre og mer effektiv utnyttelse av lokale ressurser – spesielt av arbeidskraften. Dette innebærer at nyttevirkningene av næringstiltak først og fremst er knyttet til utnyttelse av ledig arbeidskraft i en region, og har derfor mindre relevans i perioder når arbeidsmarkedet er stramt.

Man skiller i EI-modeller mellom basisnæringer og andre næringer, der basisnæringene i hovedsak selger sine varer og tjenester utenom lokalsamfunnet, alternativt at det produseres varer og tjenester som lokalsamfunnet ville kjøpt fra andre geografiske områder. Analogien til eksport- og hjemmekonkurrerende næringer i utenriksøkonomien er således åpenbar.

Hvis man ønsker å sikre eller øke sysselsettingen i lokalsamfunn, er det derfor nærliggende å satse på basisnæringene, fordi disse ikke fortrenger allerede eksisterende næringer i samfunnet, men bidrar til inntekter på samme måte som eksportnæringene bidrar med valuta.<sup>3</sup> Man øker med andre ord sitt økonomiske handlingsrom ved at man får større inntekter lokalt, og disse inntektene vil i sin tur kunne brukes lokalt og derigjennom gi opphav til ulike positive økonomiske ringvirkninger i lokalsamfunnet.

Man skiller altså mellom to typer virkninger av en regional- eller næringspolitisk satsing på basisnæringer. Det er hhv. *direkte virkninger* og *ringvirkninger* eller *indirekte virkninger*. Vi skal i det følgende illustrere slike virkninger med eksempel fra Porsgrunn Internasjonale Teaterfestival (PIT).

De direkte virkningene er i prinsippet greie å få tak på, men i praksis viser det seg ofte å være annerledes. Offentlig støtte fra sentrale myndigheter vil være eksempel på slike. I forbindelse med PIT vil det for eksempel være støtte til festivalen fra Kulturrådet eller andre statlige institusjoner. Videre vil verdien av den etterspørsel som kommer fra andre regioner være direkte virkninger, spesielt vil det gjelde salg av billetter til PIT forestillinger, men her kan også medregnes annet salg i regi av festivalen. Verdien av lokal etterspørsel ville vanligvis blitt benyttet ellers i lokalsamfunnet, og må derfor ikke regnes med.<sup>4</sup> Kommunal støtte og etterspørsel etter billetter fra Grenlandskommunene skal således ikke tas

---

<sup>3</sup> Dersom kapitalen er eid utenfor det regionalt avgrensede området eller arbeidskraften som benyttes bare består av pendlere, faller de direkte virkningene bort, men det er jo en svært streng antagelse.

<sup>4</sup> Et unntak er tilfeller der en nyetablering innebærer at lokale innbyggere bruker midler på etterspørsel fra denne, som de tidligere brukte i andre regioner. En større andel av innbyggernes inntekter anvendes altså lokalt i stedet for andre steder.

med i en EI-analyse av PIT. For at PIT skal ha sterke direkte og indirekte effekter i EI-forstand, forutsetter det at en stor andel av publikum kommer utenfra Grenlandsregionen.

Tradisjonelt har det vært syndet mye på dette punkt i EI-analyser, jf. Ringstad (2005). Og det er også en metodisk utfordring for analysen å kunne klare å skille mellom billettinntekter som stammer fra hhv. regionintern og regionekestern etterspørsel.

Eksempel på ringvirkninger eller indirekte virkninger er at økt aktivitet i basisnæringene øker behov for innkjøp av varer og tjenester fra lokale tilbydere. Således vil den økonomiske aktiviteten i det aktuelle området øke mer enn det man i første omgang observerer gjennom de direkte virkningene. Dette kalles *kryssløpsvirkninger*. Eksempel på dette i forbindelse med PIT, er varer og tjenester som kjøpes inn fra lokale leverandører i forbindelse med forberedelser og gjennomføring av festivalen. I tillegg til kryssløpsvirkninger, omtaler Ringstad (2005) fire andre typer indirekte virkninger.

*Multiplikatorvirkninger* generer økt etterspørsel etter konsumgoder, og følger av de virkninger et høyere aktivitetsnivå har på lønnsinntektene. Dette gjelder i første rekke de lønnsutbetalinger som kommer ansatte i den nye basisaktiviteten til gode. Av inntektene fra statlige myndigheter og billettinntektene fra regionekestern etterspørsel, går en stor del til avlønning av personer som jobber på festivalen. Den delen av avlønningen som går til etterspørsel etter konsumgoder fra lokale leverandører (klær, mat osv.), vil jo også føre til økt aktivitetsnivå. For det første vil det skje i form av kryssløpsvirkninger og for det andre i form av nye eller indirekte multiplikatorvirkninger. Størrelsen på disse virkningene vil avhenge av flere forhold, hvorav det viktigste er i hvilken grad etterspørselen lekker ut av Grenlandsområdet eller ikke. Et sentralt moment i forbindelse med PIT er jo at mye av inntektene går til avlønning av teatergrupper med tilholdssted utenfor Grenland, som har forestillinger under festivalen. De vil ta med seg størstedelen av disse inntektene ut av Grenland og dermed sannsynligvis bidra til at multiplikatorvirkningene ikke er så store i forbindelse med PIT.

En tredje type indirekte virkninger er såkalte *akselerasjonsvirkninger*. Dette er en type indirekte virkninger som først og fremst følger av større satsinger, slik at produksjonskapasiteten i den lokale økonomien utvides og gir grunnlag for virkninger ut over de ordinære kryssløps- og multiplikatorvirkningene. PIT er ikke så godt eksempel i denne forbindelse, siden den nok ikke har et omfang som bidrar til en utvidet produksjonskapasitet, slik som forutsatt når vi snakker om akselerasjonsvirkninger. En annet eksempel fra Telemark kan imidlertid være illustrerende, nemlig Dyrsku'n i Seljord, som etter hvert har fått et omfang som har gjort det nødvendig å utvikle lokalitetene for arrangementet. Dette har i de seinere år gjort lokaliteten attraktiv også for andre kulturarrangementer. Spesielt tenker vi på Countryfestivalen og Dansebandfestivalen i Seljord, som etter hvert har utviklet seg til å bli

blant de største i sin sjanger i Norge. I tillegg gir disse relativt sett store arrangementene muligheter for lokale aktører til å utvide kapasiteten, gjennom økte investeringer, som kan bidra til økt regionintern og regionekstern etterspørsel. Vi ser også at Seljord i de senere år mer og mer har overtatt som handelssenter for Vest-Telemark, kanskje spesielt på bekostning av Bø.

Det samme gjelder i noen grad en fjerde type virkninger som kalles *gravitasjonsvirkninger*. Det innebærer at etableringen av ny og større basisaktivitet er attraktiv, og således tiltrekker seg andre type aktiviteter som forsterker de indirekte virkningene ytterligere. Relativt store kulturarrangementer som PIT (og Grenland Friteater) vil kunne tiltrekke seg enkeltpersonforetak innen annen kulturvirksomhet, fordi det representerer et signal om at regionen har et godt miljø for kulturell virksomhet. Disse gravitasjonsvirkningene vil også kunne være selvforsterkende. Generelt vil det nok imidlertid ikke være slik at gravitasjonsvirkningene er av stor betydning innen kulturområdet, bortsett fra i spesielle tilfeller som de store kulturelle sentra i Europa og ellers.

Den siste av de indirekte virkningene er nok den som er av størst betydning i forbindelse med PIT. Vi tenker da på såkalte *koblingsvirkninger*. Dvs. at satsing på en bestemt type aktivitet kan være komplementær til andre typer næringsaktivitet. For eksempel vil satsing på kulturaktiviteter, som PIT, trekke til seg publikum utenfra Grenlandsregionen. Som nevnt, vil ikke nødvendigvis de direkte virkningene, kryssløps- og multiplikatorvirkningene være så store av et arrangement som PIT, fordi mange forestillinger importeres utenfra. Men publikum som kommer utenfra, har i tillegg til billetter, også behov for å etterspørre overnatting, mat og lignende. Denne etterspørselen er altså ikke rettet mot hovedaktiviteten, PIT, men mot næringsaktiviteter som er komplementære til det å delta som publikummer på PIT. Denne etterspørselen vil også generere kryssløps- og multiplikatorvirkninger, og i tilfellet PIT er det sannsynlig at disse koblingsvirkningene er større enn de direkte og indirekte virkningene av selve festivalen.

For at stimulering til kulturaktiviteter skal gi et positivt samfunnsøkonomisk bidrag ut fra slike ringvirkningsresonnementer, forutsetter det ledig kapasitet eller underutnyttelse av ressurser i den aktuelle regionen. Mest aktuelt i denne sammenheng er arbeidsledighet.<sup>5</sup>

Som nevnt er det videre også en sentral forutsetning, dersom det skal ytes offentlig støtte på bakgrunn av slike argumenter, at det må være snakk om basisaktiviteter, slik at en investering ikke fortrenger allerede

---

<sup>5</sup> Alternativt kan det også tenkes økt verdiskaping ved at de utviklingsprosesser som settes i gang ved stimulering av basisaktiviteter utløser kreative og innovative krefter på annen måte. I så fall er det snakk om positive eksterne virkninger, og resonnementene her vil være mer i tråd med det vi innledningsvis omtalte som konsumentperspektivet, og som vi skal komme nærmere tilbake til nedenfor.

eksisterende virksomhet. Å støtte nye kulturaktiviteter som ellers blir tilbudt innenfor den aktuelle regionen, vil ikke bidra til annet enn økt konkurranse og i verste fall fortrenkning av eksisterende aktiviteter. De direkte og indirekte virkningene vil i slike tilfeller derfor være minimale.

Dette betyr at det er netto- og bruttovirkninger av slik stimulering til næringsaktivitet, og i mange analyser er det ofte slik at man fokuserer på bruttovirkningene og glemmer fortrenkningsvirkningene som gir grunnlag for å anslå nettovirkningene av tiltak. I perioder med lav arbeidsledighet er det derfor grunn til å tro at nettovirkningene ikke er så sterke som i perioder med høy arbeidsledighet, fordi man må regne med at nye aktiviteter i større grad fortrenger annen virksomhet når alt annet ellers er likt. Det er ellers slik at ved ledig kapasitet må støtte til kulturaktiviteter finne seg i å konkurrere med alternative næringstiltak, som kanskje gir bedre samfunnsøkonomisk lønnsomhet. Det er langt fra sikkert at støtte til kulturtiltak gir bedre ringvirkninger i den lokale økonomien enn støtte til mer tradisjonelle næringsaktiviteter.

I PIT-eksemplet er det ikke grunn til å tro at fortrenkningsvirkningene er så store som følge av manglende kapasitet i den lokale økonomien, fordi hovedvirkningene er knyttet til koblingsvirkninger mot hotell- og restaurantbransjen. Her vil det normalt være ledig kapasitet, eller enkelt på midlertidig basis å utvide kapasiteten, slik at kapasitetsutnyttelsen i den uka PIT varer er bedre enn den ellers ville ha vært. På den annen side vil det være fortrenkningsvirkninger ved at en del av etterspørselen er lokal, og denne etterspørselen vil det kunne tenkes ville bli rettet mot andre alternative aktiviteter i Grenland dersom PIT ikke var en mulighet, for eksempel etterspørsel mot Teater Ibsens tilbud.

Det er viktig å understreke at det ikke ligger noe systematisk empiri til grunn for de vurderingene som er gjort i forbindelse med PIT-eksempelene. De er kun ment som illustrasjoner på de virkningene det er snakk om, og er således ikke nødvendigvis særlig gjeldende for de faktiske forhold. Et annet moment som det er viktig å ta med seg i forbindelse med samfunnsøkonomiske vurderinger av kulturtiltak, er at hovedmålet med å iverksette subsidierte kulturaktiviteter som oftest ikke er å stimulere til sysselsettings- og næringsaktiviteter, som i sin tur kan legitimere de offentlige satsingene. Utvikling av kulturaktiviteter som teater, kulturhus, med mer kan ha en verdi i seg selv, som kan vise seg å gi høyere nytte enn kostnader i samfunnsøkonomisk forstand, uavhengig av om de genererer økonomiske ringvirkninger eller ikke. Dessuten vil det i situasjoner med lav arbeidsledighet være problematisk å legitimere nye kultursatsinger ut fra slike ringvirkningsargumenter, fordi slike satsinger jo vil øke konkurransen om den knappe faktoren arbeidskraft. Satsing på kulturtiltak for å øke regionens attraktivitet, og dermed tilflyttingen, vil jo i slike situasjoner være betydelig mer legitimerende.

## ***Kultursatsinger for å utvikle attraktive bosteder – konsumperspektivet***

Man observerer stadig tilstrømning av nye innbyggere til de større byene, til tross for høye bokostnader, andre negative trengselseffekter og (kanskje) dårligere arbeidsmarked enn på 1950-60 tallet. At mye produksjon har foregått og fortsatt foregår i de store byene er ingen overraskelse sett fra et økonomisk ståsted. Det er åpenbart stordriftsfordeler i vid forstand i større sentra, og større byer har således tradisjonelt blitt betraktet som "produksjonsmaskiner" (Clark, 2003). Hvordan kan det da likevel ha seg at tilstrømningen fortsetter også i perioder når det ikke er like enkelt å skaffe seg arbeid og boligprisene er høye? Clark (2003) studerer dette i en bredt anlagt analyse av byene som "underholdningsmaskiner" (entertainment machines). Mens man tidligere har hatt et nokså ensidig fokus på byens fordeler og attraksjonsverdi for lokalisering av næringsvirksomhet, har man glemt konsumentensiden – som jo er sammenfallende med de som tilbyr sin arbeidskraft. Lokalisering av næringsvirksomhet i større sentra har vært produktivitetsfremmende, og i sin tur gitt grunnlag for høyere lønn. Høyere lønn var således den enkeltfaktoren som bidro mest til stor tilflytting til byene fram til rundt 1970.

Et sentralt punkt i Clarks analyse er nettopp at byene også potensielt har mange attraksjonsfaktorer i forbindelse med valg av bosted – til tross for de nevnte ulempene. Et økt fokus på og utvikling av slike konsumentbetingede attraksjonsfaktorer de siste 20-30 årene, har således bidratt til at byene, i tillegg til å være attraktive lokaliseringssteder for næringsliv, har utviklet seg til å bli attraktive i seg selv som bosted.

I denne litteraturtradisjonen er Florida (2002ab, 2003) den mest profilerte og mest debatterte. Han tenderer til å mene at kausalstrukturen er rimelig klar når gjelder hva som skaper økonomisk utvikling i byer – i hvert fall i amerikanske byer. Det er byenes attraksjonsverdi som bosted og deres evne til å tiltrekke seg kreativ arbeidskraft. Han komprimerer ideene sine i de tre T'er (Toleranse, Talent og Teknologi). Høy score på disse tre faktorene er helt sentrale forutsetninger for byers attraksjon som bosted for kreative personer. Evner man å legge forholdene til rette slik at man scorer høyt på de tre T'er, vil man tiltrekke seg kreativ arbeidskraft som i sin tur vil bidra til en positiv økonomisk utvikling. Denne positive utviklingen følger for det første av innflyttingen i seg selv, og for det andre av at det foregår en seleksjonsprosess ved at det er gjennomgående høyere kvalitet på den humankapitalen som flytter til sentra med høy score på de tre T'er.

Kausalstrukturen i Floridas teori for økonomisk utvikling av regioner avviker således fra produksjonsperspektivet, som vektlegger opprettholdelse av eksisterende arbeidsplasser og lokalisering av ny næringsvirksomhet til sin region. Dette skaper i sin tur grunnlag for økonomisk vekst og utvikling. Litt tabloid kan man si at produksjonsperspektivet fremhever kapitalen som kjernefaktoren, mens

Florida og Clark (konsumperspektivet) fremhever arbeidskraft (humankapitalen) som kjernefaktoren for økonomisk utvikling.

I et lengre tidsperspektiv er det kanskje ikke så overraskende at måten man tenker rundt disse fenomenene er endret. Utviklingen av byene som "produksjonsmaskiner" skapte stort behov for arbeidskraft som kunne dekkes ved innmigrasjon av "fattige" fra distriktene ved at produktivitetsveksten ga grunnlag for å by opp lønna. Vi kjenner denne utviklingen fra industrialiseringen av Norge og andre land. Hovedmålet for innflytterne var å skaffe seg et bedre økonomisk grunnlag for å dekke grunnleggende behov. I takt med fortsatt økonomisk utvikling, høyere inntekter og kortere arbeidstid, vil sammensetningen av konsumetterspørselen, relativt sett, endres i favør av luksusgoder (reiser, kultur og lignende) på bekostning av nødvendighetsgoder (mat, bolig og lignende). Jobb, mat og bopel er med andre ord ikke lenger tilfredsstillende for å dekke alle behov og ønsker når inntektene øker blant folk. Underholdnings- og annet opplevelsesbasert konsum vil i en slik virkelighet få en stadig større plass, og ulike former for markedssvikt kan til en viss grad gjøre det nødvendig at lokale offentlige myndigheter investerer i slike tilbud for at det overhodet skal tilbys, eller for at slike goder skal tilbys i et tilstrekkelig omfang. Dette gjelder for eksempel park-, idretts- og kulturanlegg og andre aktiviteter av ymse slag. Svikter lokale myndigheter på dette området, vil kommunen stille dårligere i konkurranse om attraktiv arbeidskraft og dermed i den framtidige økonomiske utviklingen av kommunen – skal vi tro Floridas ideer.

I tillegg vil markedet for en del slike opplevelsesbaserte goder være større i regioner med stor befolkningskonsentrasjon. Det vil i seg selv bidra til et større og mer variert tilbud av slike goder som følge av at langt flere kommersielle aktører vil se fortjenestemuligheter.

### ***Konsumperspektivet i Norge (og Grenland)***

I Stortingsmelding nr 22 (2004-2005) om kultur og næring trekkes opp et skille mellom "fyrtårn" og "dynamo" når man beskriver hvordan regioner bruker kultur som strategi for å tiltrekke seg næringsliv og arbeidskraft. Fyrtårn kan sammenliknes med det vi ovenfor har kalt produksjonsperspektivet, og omfatter større kultursatsinger som kulturbygg, festivaler og kulturinstitusjoner for øvrig (teater, museer, orkestre), og som i kraft av å være såkalte basisaktiviteter genererer ulike former for ringvirkninger ved at man tiltrekker seg besøkende utenfra. Med dynamo menes kultursatsinger som kan utløse næringsutvikling ved at regionen blir mer attraktiv som bosted.<sup>6</sup> Med andre ord er det ikke kultur som basisaktivitet som er hovedformålet, men at man ved tilflytting

---

<sup>6</sup> Dette betyr selvsagt ikke at slike fyrtårn også vil bidra til økt bostedsattraktivitet. Hovedforskjellen knytter seg til hva man tror er viktigst for utvikling – kultursatsinger som basisaktiviteter eller som attraksjonsfaktor for bostedsvalg.

(og stopp i eventuell utflytting) på sikt utvikler et potensial for næringsutvikling ved at man tiltrekker seg arbeidskraft. Med andre ord har Floridas perspektiver allerede fått et visst innpass i regionalpolitikken i Norge.

Mer konkrete eksempler på konsumperspektivets inntreden i praktisk politikk i Norge, finner vi bl.a. i Kristiansand, Fredrikstad og Bergen. I Bergen viser Gripsrud (2006) til intervjuer med representanter fra Bergen kommune som påpeker at "... kulturen mer og mer blir brukt som næringsstrategi for Bergen kommune." I den forbindelse understrekes dynamoperspektivet framfor fyrtårnoperspektivet.

I Kristiansand har man etablert det etter hvert kjente Cultivafondet som innebærer at avkastningen av et større fond, som Kristiansand kommune etablerte etter salget av Agder Energi, skal brukes på ulike former for kultursatsinger lokalt. Under Cultiva finnes bl.a. Cultiva Express som deler ut prosjektmidler til unge kunstnere, i tillegg til de stipendmidlene kommunen selv deler ut til unge kunstnere, der et av kriteriene er at søkerne må være bosatt i Kristiansand kommune. Men det deles også ut midler til en rekke andre større og mindre prosjekter. Det er således ikke bare snakk om en dynamostrategi, siden man i strategien for fondet også referer til argumenter som hører inn under det vi kaller produksjonsperspektivet. Men det synes nokså klart som at det er konsumperspektivet som dominerer. Det som imidlertid er helt unikt med Kristiansand kommune og Cultiva, er at man har bundet seg til masten ved at fondet er øremerket satsinger på kulturområdet i uoverskuelig framtid. Politikerne har således frasagt seg rett til å disponere over betydelige midler, og overlatt dette til Cultivas styre under forutsetning av at regler og intensjoner for øvrig, for forvaltning av fondet, følges. Fra et klassisk økonomisk teoretisk ståsted vil dette være en form for øremerking av kommunale midler, som ikke gir samfunnsøkonomisk effektivitet. Mot dette perspektivet kan argumenteres at politikerne i Kristiansand ved å etablere Cultiva binder seg til å tenke langsiktig på områder som ellers har tendens til å tape for kortsiktige, driftsmessige hensyn.

I Fredrikstad kommune finner vi også klare referanser til konsumperspektivet. Fredrikstad har laget en egen kulturmelding for perioden 2000-2012 som ble vedtatt i 2001. Den er en bredt anlagt melding, men det som er viktig i denne forbindelse er at den eksplisitt framhever konsumperspektivet på kultur som en viktig faktor i utviklingen av kommunen. I innledningen finner vi følgende sitat:

### ***Kultur som lokaliseringsfaktor***

*De bysamfunn og regionale sentra som vil framstå som attraktive framover, tvinges til å ha en offensiv kultursatsing som en av sine hovedstrategier. Særlig bedriftsledere tegner et klart bilde: Skal bedrifter og næringsliv trekke til seg høykompetent eller etterspurt arbeidskraft, betyr ikke lenger god avlønning alt. Du må samtidig kunne*



*vise til gode og levende bomiljøer, og nærhet til et bysenter med moderne kulturtilbud. Utsagnet treffer egentlig oss alle. Vi er blitt stadig mer kravstore til kulturlivet, både som deltakere og publikummere. Vi tenker bare ikke over det. I hjemmekjære Fredrikstad er tiden derfor (over)moden for å reise spørsmålet: Hva skal til for at unge som studerer ute skal velge å søke seg "hjemover" igjen?*

*Vår andre [av to] overordnede strategi i meldingen blir å:*

*Synliggjøre og benytte kultur som sentralt element i byggingen av et framtidsrettet Fredrikstadsamfunn.*

Det er helt åpenbart at de tre nevnte kommunene bevisst tenker på kultur som en sentral utviklingsstrategi for kommunen i framtida. Dette avviker en del fra den måten man tidligere har tenkt kultur i kommune-Norge, som mer har vært i retning av å yte et visst omfang av kulturtilbud til kommunens innbyggere.

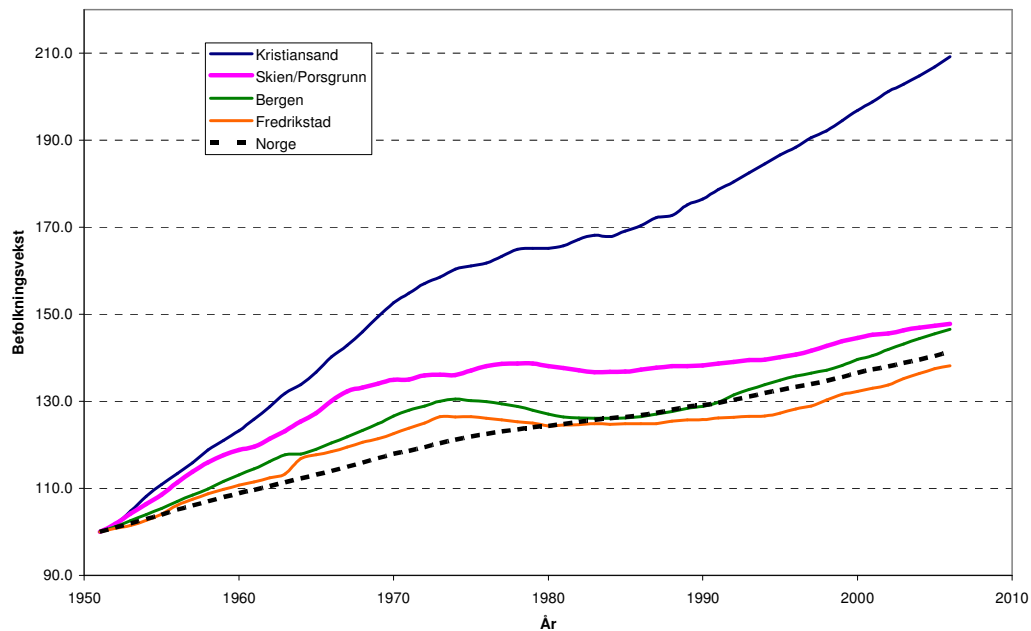
Ved søk på hjemmesidene til Grenlandskommunene finner man en rekke gode satsinger på kultur, og det er da også ved flere anledninger tydelig for de fleste at man driver godt på kulturområdet, bl.a. i Porsgrunn og Skien. Men det er vanskelig å finne tilsvarende visjoner for kulturens plass i Grenlandskommunene, som den man finner ved å kikke nærmere på strategiplaner og vedtak i de tre nevnte kommunene. Hva grunnen er har vi ingen forklaring på, men det kan ha sammenheng med at man i Grenland ikke ser noe klart behov for å tiltrekke seg vesentlig flere nye innbyggere enn den utviklingen man har sett de to siste tiårene. Det kan alternativt tenkes at man rett og slett ikke er enig i den diagnosen som for eksempel Fredrikstad kommune legger til grunn i sin kulturmelding, eller at man foreløpig ikke har kommet like langt i å tenke nytt på dette området. Til slutt bør også nevnes at tilsvarende argumentasjon som benyttes i Fredrikstad, vil gjelde hele Grenlandsregionen, fordi Grenland langt på vei er et felles bolig- og arbeidsmarked. Koordinering av en felles utviklingsstrategi for hele regionen, vil derfor være langt mer politisk komplisert enn den er innenfor en kommune.

I den forbindelse kan det være interessant å se nærmere på noen utviklingstall for befolkningen i de fire regionene fra 1950 og fram til i dag. Det vil være en blant flere indikatorer på utviklingen av regionene som attraktive bosteder for folk som er på flyttefot. Som sammenlikningsgrunnlag presenterer vi også befolkningsutviklingen for Norge totalt sett.

Figur 5.1 viser befolkningsutviklingen i dagens utgave av Fredrikstad kommune, dagens utgave av Kristiansand kommune, dagens utgave av Bergen kommune og dagens utgave av Skien og Porsgrunn kommuner. Utviklingen er indeksert slik at alle begynner på 100 i 1951. Det er således forskjellen i utvikling etter 1951 som kommer til uttrykk i figuren. Et generelt trekk, som man også finner igjen i bl.a. USA (Glaeser og Gottlieb, 2006), er at urbaniseringen er kraftig fram til rundt 1970-75. Vi kaller det den første urbaniseringsbølgen. Etter dette går

befolkningsveksten tilbake fram til 1980-85. Fra og med 1985 tiltar urbaniseringen igjen. Vi kan kalle dette den andre urbaniseringsbølgen.

Vi finner den samme utviklingen for de fire regionene som er tatt med i figuren nedenfor. Alle fire har en kraftig positiv befolkningsutvikling fram til 1970-75, men mest i Kristiansand og Skien/Porsgrunn. Positiv produktivitetsutvikling i industrien i byene i denne perioden, gir grunnlag for å by opp lønningene og tiltrekke seg ny arbeidskraft. Av flere grunner stagnerer denne utviklingen på 1970-tallet, og det finnes ikke lenger noe grunnlag for å by opp lønningene relativt til distriktene. Befolkningsutviklingen flater ut, og man får i mange tilfeller en tilbakegang i befolkningstallene for byene. Fordelene med å flytte til byene for å oppnå høyere lønn er ikke lenger store nok til å oppveie kostnadene det innebærer å bo i byene. Spesielt er det i den sammenheng relevant å trekke fram miljø- og sosiale kostnader.

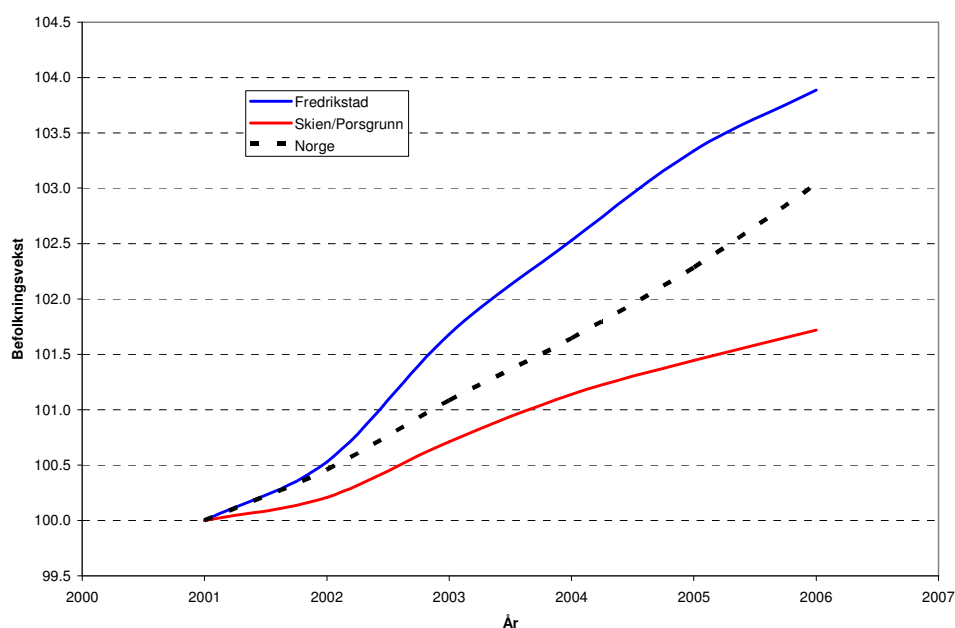


**Figur 5.1. Befolkningsutviklingen i fire byregioner i Norge, 1951-2006.**

Når urbaniseringen igjen tiltar rundt 1985, er ikke hovedgrunnen de samme mekanismene som var i virksomhet under den første bølgen. Byenes potensial som attraktivt bosted er ikke utnyttet i særlig grad i løpet av den første urbaniseringsbølgen. Akkurat som byene var attraktive lokaliseringfaktorer for industri og næringsliv ved at man bedre kunne utnytte stordriftsfordeler, vil byene også ha fordeler i forbindelse med etablering av lokale attraksjonsfaktorer fordi det ofte er knyttet stordriftsfordeler ved å tilby slike faktorer. Kultursatsinger som kulturhus og museum, samt andre attraksjonsfaktorer som parker, idrettsanlegg m.m. er eksempler på slike, og det er nokså åpenbart at store

bykommuner har bedre muligheter for effektiv utnyttelse og finansiering av slike enn det mindre kommuner har. Med andre ord vil store kommuner ha langt lavere kostnader per innbygger i forbindelse med investering og drift av slike anlegg enn mindre kommuner. En kombinert strategi som innebærer å redusere miljø- og sosiale kostnader knyttet til å bo i kommunene, samtidig med utnyttelse av sine fordeler ved å etablere fellesgodeliknende attraksjonsfaktorer, antas å være en hovedforklaring på den andre urbaniseringsbølgen. Av figuren går det klart fram at den andre urbaniseringsbølgen fortsatt er virksom i de regionene som er presentert.

For Skien/Porsgrunns del er det interessant å merke seg at de var en av vinnerne i den første urbaniseringsbølgen, mens de ser ut til å være taperne i den andre bølgen. Av figur 5.1 ser vi at befolkningsveksten er positiv fram til 2006, men tydelig mindre positiv enn de andre regionene. For Fredrikstads del går ikke det tydelig fram av figur 5.1. Vi har derfor også laget en figur som ser på forskjellene mellom Skien/Porsgrunn, Fredrikstad og Norge som helhet for perioden 2001-2006, altså fra og med det året Fredrikstad vedtok sin kulturmelding.



**Figur 5.2. Befolkningsutviklingen i Skien/Porsgrunn, Fredrikstad og Norge, 2001-2006.**

Av Figur 5.2 går det klart fram at Fredrikstad har hatt en betydelig mer positiv befolkningsutvikling etter 2001 enn det som er tilfelle for Skien/Porsgrunn. Mens man i Skien/Porsgrunn har hatt en vekst på rundt 1,7 % fra 2001 til 2006 er tilsvarende vekst i Fredrikstad nær 4 %, mens

den er 3 % for landet som helhet.<sup>7</sup> Vi ser altså at befolkningen de siste årene vokser seinere i Skien/Porsgrunn enn i landet som helhet, og altså langt mindre enn Fredrikstad.

Befolkningsutviklingen som er presentert i de to ovenstående tabellene fanger både opp effekter av arbeidsmarkedet og effekter som har årsak i andre attraksjonsfaktorer knyttet til de fire regionene. For å reindyrke effekten av bostedets attraktivitet, når man ser bort fra næringsstruktur og arbeidsmarked, og dermed betrakter lønna som gitt, kan man tenke seg at differansen mellom lønn og boligpriser gir uttrykk for denne attraktiviteten, jf. Glaeser m.fl. (2001). Lønn uttrykker produktivetsnivået på produksjonssiden, mens boligprisen tenker vi oss fanger opp konsumentens (preferansene) av det å bosette seg i en region. Jo større differanse mellom (gitt) lønn og boligpris i en region, jo lavere betalingsvilje har man for de attraksjonsfaktorene som kjennetegner denne regionen. Jo mindre differanse mellom (gitt) lønn og boligpris i en region, jo høyere betalingsvilje har man for de attraksjonsfaktorene som kjennetegner denne regionen. Attraksjonsverdien kapitaliseres med andre ord i boligmarkedet. Typisk finner Glaeser m.fl. størst differanse i California og minst differanse i Alaska.

Vi har gjort en enkel og beslektet analyse for de fire regionene for å se om det støtter opp om det mønsteret vi grovt kan lese av figurene. I stedet for boligpriser, slik som i den amerikanske analysen, benytter vi imidlertid tomtepris, da denne er rensket for kvalitetsforskjeller mellom boligmassen i kommunene. Dessuten ser vi i stedet på forholdet mellom gjennomsnittlig lønn i kommunen i perioden 2001-2004 og gjennomsnittlig tomtepris per kvm i samme periode, i stedet for differanser.<sup>8</sup> Dette forholdstallet kaller vi i det følgende attraksjonsindeksen. Lav score på attraksjonsindeksen er uttrykk for høy betalingsvilje for attraksjonsfaktorer som ikke er knyttet til arbeidsmarkedet, for eksempel natur, klima, bykvaliteter som parker, kulturaktiviteter, rekreasjonsanlegg m.m..

Av Tabell 5.1 går det fram at befolkningsutviklingen de siste årene ser ut til å være sterkest i de regionene som har lavest score på attraksjonsindeksen. Vi husker at Kristiansand hadde høyest vekst i perioden 2001 til 2006 (5,3 %), mens Skien/Porsgrunn hadde lavest (1,7 %). Tabell 5.1 viser at Skien/Porsgrunn scorer høyest på attraksjonsindeksen (minst attraktiv), mens Bergen scorer lavest (mest attraktiv), tett fulgt av Kristiansand. Det er interessant å merke seg at Fredrikstad har klart lavere gjennomsnittslønn enn i Skien/Porsgrunn, men altså høyere gjennomsnittlig tomtepris og høyere tilflytting. Det betyr at arbeidsmarkedet i Fredrikstad har vært dårligere enn i Skien/Porsgrunn

---

<sup>7</sup> Tilsvarende vekst var i Kristiansand 5,3 % og i Bergen 4,3 %.

<sup>8</sup> Vi benytter gjennomsnitt for perioden da det er en del fluktuasjoner i tomteprisene som kan ha sammenheng med målefeil i enkelte år. Ved å slå de fire årene sammen reduseres betydningen av slike målefeil.

i perioden, men at Fredrikstad har utviklet en del attraksjoner som mer enn oppveier et relativt sett svakere arbeidsmarked. Skal vi tro Richard Floridas teorier, vil dette, under bestemte forutsetninger, bidra til at Fredrikstad vil utvikle et næringsliv som på lengre sikt gir grunnlag for et bedre arbeidsmarked.

**Tabell 5.1. Gjennomsnittlig lønn (w), gjennomsnittlig tomtepris per kvm (q) og attraksjonsindeks (w/q) for fire byregioner i Norge.**

	<b>Gjennomsnittlig lønn (2001-2004)</b>	<b>Gjennomsnittlig tomtepris per kvm (2001-2004)</b>	<b>Attraksjonsindeks</b>
<i>Kristiansand</i>	217 000	790	275
<i>Skien/Porsgrunn</i>	215 000	559	385
<i>Bergen</i>	239 000	1023	233
<i>Fredrikstad</i>	203 000	632	322

Denne enkle analysen tyder på at det er en positiv sammenheng mellom befolkningsutvikling og regionens attraktivitet, men det må understrekes at resultatene er svært tentative. Man bør i mye større grad bestrebe seg på å skaffe bedre data for lengre tidsperioder, samtidig som man bør gjennomføre mer avanserte statistiske analyser, før en evt konkluderer på et sikrere grunnlag. Uansett er det interessant at man ved bruk av lett tilgjengelige data og enkle beregninger, finner støtte for elementær teori på området og funn i liknende empiriske analyser gjennomført i USA.

Avslutningsvis kan det være verdt å nevne at sammenlikninger mellom kommuner nok kan være av interesse. Men for myndighetene i ulike regioner vil det i tillegg være interessant å se hvordan attraksjonsindeksen utvikler seg over tid. Spesielt om bestemte politiske tiltak som har til hensikt å utvikle attraktiviteten til regionen virker i den retning man ønsker. Dersom attraksjonsindeksen blir mindre i en periode etter at man har iverksatt bestemte tiltak, er det en indikasjon på at tiltakene har hatt den ønskede effekt. Eventuelt kan en slik indeks benyttes som et termometer på regionens attraktivitet. Stiger indeksen en periode, kan det være signal om at det bør settes i verk politiske tiltak for å motvirke utviklingen. Det er imidlertid viktig å huske på at dette gjelder kun dersom lønna er gitt og konstant. Skjer det store produktivetsfremganger med høyere lønn i en region i en periode, vil det åpenbart være positivt for regionen, og det er derfor viktig at man tar hensyn til endringer i lønnsnivået når man måler endringer i en slik enkel attraksjonsindeks.

Det finnes imidlertid mer raffinerte metoder for å måle utviklingen i regioners attraktivitet, sett med utgangspunkt både i produksjons- og

konsumentensiden, men det er fortsatt relativt store metodiske utfordringer på dette området.

### ***Nærmere om attraksjonsfaktorer og regional politikk***

Legger man tilnærminger som bygger på det vi har kalt konsumperspektivet til grunn for utvikling av en region, må det betraktes som en indirekte strategi. Dette i kontrast til tilnærminger som bygger på produksjonsperspektivet, som er en direkte strategi for å utvikle og/eller beholde arbeidsplasser. At strategien er indirekte innebærer altså at man gjennom utvikling av en regions attraksjon i forhold til andre regioner, tiltrekker seg ressurser, først og fremst arbeidskraftressurser. Å legge en slik strategi for utvikling til grunn forutsetter tålmodighet, fordi virkningen av en vellykket satsing må forventes å komme på et betydelig seinere tidspunkt enn en direkte og mer kortsiktig strategi. I en lokal politikk som tenderer til å være kortsiktig resultatorientert, vil det kunne være vanskelig å gjennomføre en vellykket strategi som bygger på en indirekte tilnærming. For å eksemplifisere kan det være nærliggende å bruke et eksempel. Vi tenker oss at politikere i en kommune står overfor to alternativer. Det ene innebærer å gi subsidier til en nedleggingstruet arbeidsplass, som gir kortsiktig gevinst i form av bergete arbeidsplasser. Det andre innebærer å gi tilsvarende subsidier til tiltak som øker tilflyttingen til og utvikling av regionen på sikt. Dersom vi videre antar at det andre alternativet er det som for en gitt periode gir best avkastning på subsidiene – og politikerne vet det – da er det ikke nødvendigvis tilstrekkelig til at politikerne velger det andre alternativet framfor det første. Grunnen er at det andre tiltaket ikke gir politisk gevinst på kort sikt. Og politikere er avhengig av politiske gevinster for å kunne sikre seg gjenvalg. Dersom en slik næringspolitisk strategi dominerer i en region vil det på sikt kunne bidra til en svært ugunstig utvikling av en region, fordi politikerne på denne måten bidrar til å konservere nærings- og bedriftsstrukturen.

Slike effekter kan virke enda sterkere dersom det er tette bånd mellom politikk og næringsliv i regionen slik at eksisterende næringsliv bevisst eller ubevisst får fordeler sammenliknet med potensielle nye aktører. Florida (2003) referer til en analyse utført av Robert Cushing som benytter data om sosial kapital fra Putnam (2000) for å studere innovative regioner. I Putnams analyser antas beholdningen av sosial kapital i en region å være en avgjørende drivkraft i utvikling av regioner.<sup>9</sup> Men Cushing finner det motsatte. Innovative regioner som scorer høyt på andel high-tech industri, scorer systematisk lavt på 11 av Putnams 13 indikatorer på sosial kapital. Man kan på bakgrunn av dette være fristet til å hevde at det eksisterer noen negative sideeffekter når man måler høy

---

<sup>9</sup> Med sosial kapital tenker man på grad av ulike former for deltakelse i det politiske og sivile liv.

beholdning av sosial kapital i en region. Nemlig at det skapes et system av insidere og outsiders, der insiderne representert ved eksisterende næringer får lettere gjennomslag for sine interesser i de politiske organer enn outsiderne (potensielle nyetablerere). Outsiderne vil derfor holde seg unna regioner som næringspolitisk er under påvirkning av insidere (høy score på mål for beholdning av sosial kapital).

Selv om vi ser en tendens til positiv samvariasjon mellom befolkningsutvikling og attraktivitet, vet vi lite om hvilke attraksjonsfaktorer som gir best tiltrekningskraft. En fersk analyse fra USA viser at kulturtiltak har en slik tiltrekningskraft, jf. Sheppard m.fl. (2006), men det kan godt være slik at det er attraksjonsfaktorer av annet slag som gir bedre tiltrekningskraft. Dette vet vi lite om. Uansett vil det være av interesse å gjøre en grundigere klassifisering av hva vi mener med attraksjonsfaktorer.

I Tabell 5.2 har vi foretatt en enkel klassifisering av ulike typer attraksjonsfaktorer. I tillegg til å skille mellom ulike attraksjonsfaktorer, skiller vi også mellom attraksjonsfaktorer som er utsatt for markedssvikt og attraksjonsfaktorer man kan tenke seg at markedet selv leverer (markedsløsning). I hvilken grad et marked vil dannes er avhengig av en rekke egenskaper ved regionen, og det er derfor ikke kun knyttet til hver enkelt type attraksjonsfaktor. For eksempel vil markedets størrelse ofte være avgjørende for hvorvidt det dannes et marked for ulike varer og tjenester. Når vi har markedssvikt, betyr det enten at markedet ikke leverer et gode som er samfunnsøkonomisk lønnsomt, eller ikke leverer det samfunnsøkonomisk ønskelige omfanget av et gode, noe som påkaller behov for kollektive løsninger. De kollektive løsningene vil i denne forbindelse hovedsakelig være de politiske institusjonene.

Med markedssvikt tenker vi i denne forbindelse spesielt på tre former:

- Kollektive goder
- Eksterne virkninger (negative og positive)
- Store faste kostnader (naturlige monopoler)

Med kollektive goder eller fellesgoder menes goder som kan brukes av flere personer samtidig, uten at nytten av en persons bruk reduserer andre personers nytte ved bruk av samme gode. Dette i motsetning til private goder som kun kan nyttes av en person (delelig), og som det dermed enklere kan etableres markeder for. Eksempler på (lokale/regionale) kollektive eller fellesgoder er utmark til rekreasjonsformål, strender, parker og lignende.<sup>10</sup> Hovedproblemet med

---

<sup>10</sup> Ofte vil disse eksemplene omtales som lokale (regionale) kollektive goder. Et kjennetegn ved mange slike lokale, kollektive goder er at nytten for brukerne reduseres når man nærmer seg en kapasitetsgrense. For eksempel vil nytten ved bruk av en park

kollektive goder er at de ikke blir framstilt til tross for at det meget vel kan være samfunnsøkonomisk lønnsomt. Årsaken er at de som har nytte av godet ikke klarer å koordinere seg slik at man løser finansieringsproblemet knyttet til etableringen av et kollektivt gode. Politiske institusjoner skal bl.a. ideelt sett bidra til å løse slike koordineringsproblemer. Dersom vi bruker park med "kulturell utsmykning" som eksempel, vil det svært sannsynlig være slik at befolkningen i en region hver og en har en positiv betalingsvilje for minst et slikt anlegg. Til sammen vil denne positive betalingsviljen (samfunnets nytte) langt overstige kostnadene ved etablering og drift av anlegget (i hvert fall når det er snakk om større kommuner), og vi sier at parkanlegget er samfunnsøkonomisk lønnsomt. Man kunne tenke seg en delvis privat løsning her ved at man tok gebyrer i bruk, men dette vil redusere verdien av parken siden man må sette opp skjemmende gjerder for å stenge ute folk med lavere betalingsvillighet enn inngangsgebyret. I stedet er det vanlig med fri bruk av parker, der finansieringen koordineres ved bruk av kommunale skattepenger hentet inn fra den enkelte skattebetaler.

**Tabell 5.2. En enkel klassifisering av ulike typer attraksjonsfaktorer.**

<b>Attraksjonsfaktorer</b>	<b>Markedssvikt</b>	<b>Markedsløsning</b>
Naturgitte faktorer (vann, kyst, natur, klima m.m.)	X	
Infrastruktur		
- Idrettsanlegg	X	(X)
- Kulturanlegg (herunder etablering av fellesanlegg for kunstproduksjon)		
- Parkanlegg		
- Annet		
Sosiale faktorer		
- Sosial nød	X	
- Kriminalitet		
- Segregering		
Fritidstilbud ellers (kulturtilbud, idrettstilbud, rekreasjonstilbud, kafeer, barer m.m.)	X	X
Kommunale velferdstilbud for øvrig	X	

reduseres kraftig når det er så mye mennesker tilstede samtidig at vi får såkalte trengselseffekter.



Med eksterne virkninger tenker vi på markedsekstern nytte eller kostnader som ikke fanges opp i den prisen som betales for et gode. Miljøproblemet er her et nærliggende eksempel. Industri som forsøpler en badestrand ved sine utslipp til vann fra produksjonen, vil ikke fange opp dette på kostnadssiden i regnskapene sine. De vil derfor heller ikke ha incentiver til å redusere utslippene. Men det er åpenbart at dette har en kostnad ved at verdien av badestranda som rekreasjonssted forringes i betydelig grad hvis den forsøples. At disse kostnadene ikke fanges opp i markedet, er opphavet til benevnelsen eksterne virkninger. I dette tilfellet er det snakk om negative eksterne virkninger. Politiske tiltak som avgifter eller forbud vil gi bedriften incentiver til å redusere utslippene, og dermed heve kvaliteten på og attraksjonen til den aktuelle badestranda. Motsatt kan man tenke seg positive eksterne virkninger som bidrar til større samfunnsøkonomisk nytte enn det som fanges opp via den prisen som betales i et marked. Dette er vanlig å anta i forbindelse med mange kulturgoder, jf. Ringstad (2005).

Til sist har vi store faste kostnader, eller naturlige monopoler. Kjennetegnet med slike er at det kreves mye kapital og relativt store markeder for at kostnadene per produserte enhet skal bli overkommelig. Videre er det slik at produksjon av goder (også private) som er kjennetegnet med store faste kostnader ikke nødvendigvis blir framstilt fordi det ikke er bedriftsøkonomisk lønnsomt til tross for at det kan være samfunnsøkonomisk lønnsomt. Dette kan være typisk i forbindelse med en del infrastruktur investeringer som kulturhus, kino, m.v., og krever løsninger som tillatelse til monopolprising, subsidiering eller at kommune/region selv gjennomfører (subsidiert) etablering og drift.

Av Tabell 5.2 går det fram at vi skiller mellom fem hovedtyper av attraksjonsfaktorer:

- Naturgitte faktorer
- Fysisk infrastruktur
- Sosiale faktorer
- Fritidstilbud ellers
- Kommunale velferdstilbud for øvrig

Her vil det spesielt være på "fysisk infrastruktur" og det vi har kalt "fritidstilbud ellers" at kulturaktiviteter vil gjøre seg gjeldende. Vi skal likevel gjennomføre en kort diskusjon av dem alle siden det ikke er slik at kulturaktiviteter har spesiell rang foran andre attraksjonsfaktorer. For gitte offentlige budsjetter bør nytte-kostnadsrangeringer være retningsgivende for prioriteringsrekkefølgen ved offentlig ressursinnsats på disse områdene.

De naturgitte attraksjonsfaktorene vil ved knapphet nærmest kronisk være omfattet av markedssvikt. Men det er ikke gitt at dette er noe som

kan påvirkes av politiske vedtak – i hvert fall ikke på kort sikt. Det gjelder spesielt klimatiske forhold. Vi skal derfor ikke bruke mye plass på det. Andre naturgitt faktorer, som mange rekreasjonsgoder, er åpenbart i utgangspunktet betinget av naturgitte forhold. Men her vil man i ulik grad kunne påvirke kvaliteten på disse godene bl.a. gjennom politiske vedtak, bl.a. med sikte på å redusere forurensende utslipp til vann og luft som i vesentlig grad kan bidra til å øke kvaliteten på disse naturgitte faktorene i bynære strøk. Opprydding av Bakkestranda og rensing av Hjellevannet i Skien er et godt eksempel. I disse bynære strøkene har man også sikret allmennheten tilgang til strandlinjen, noe som også vil være svært viktig ved en videre utvikling av rekreasjonsområder langs vannveien mellom Skien og Porsgrunn.

Et annet beslektet, men kanskje ikke like opplagt eksempel, er tilgangen til strandlinjer i skjærgården. Telemarkskysten (Porsgrunn, Bamble og Kragerø kommuner) er fra naturens side et av de flotteste kystområder i Norge for rekreasjonsformål. Dette er jo naturgitte attraksjonsgoder der allmennhetens adgang er sikret gjennom Allemannsretten. Utbygging av attraktive områder til private hytter har imidlertid privatisert og begrenset adgangen for allmennheten, til tross for at man gjennom lovgivningen har forsøkt å begrense omfanget av denne kvalitetsforringelsen (Strandloven og Friluftsløven).

Nå er det imidlertid tilsynelatende velfungerende markeder for disse fritidseiendommene, og man kan dermed hevde at dersom man har høy nok betalingsvillighet og evne, så kan man sikre seg tilgang ved å kjøpe en eiendom. Verdistingen på disse eiendommene de siste tiårene er et uttrykk for hvor høyt tilgang til disse rekreasjonsområdene er verdsatt. Men om markedets verdsetting, slik den kommer til uttrykk i dette markedet, er høyere enn samfunnets samlede betalingsvillighet ved fri tilgang for allmennheten, er likevel et åpent spørsmål. Siden det her er snakk om et fellesgode, som, avhengig av lovregulering, mange kan ha nytte av samtidig, må hver enkelt representant for allmennhetens betalingsvillighet summeres. Poenget er derfor at summen av den samlede betalingsvilligheten for allmennhetens bruk av slike naturkvaliteter, kan være langt høyere enn den samlede betalingsvilligheten i det private markedet. Grunnen er at allmennheten representerer langt flere individer enn eierne av oppdelte fritidseiendommer, som totalt sett kan mer enn oppveie det faktum at de hver for seg har lavere betalingsvillighet. Vi har derfor her en form for markedssvikt.

Eksempler på politiske tiltak for å sikre allmennheten tilgang til slike naturperler, er når Vestfold fylkeskommune sørger for allmennhetens tilgang til Bolærne utenfor Tønsberg, ved å kjøpe eiendommen fra Forsvarsdepartementet. Dersom det er gode grunner for å tro at samfunnets samlede betalingsvillighet for slike naturgitte goder er større enn det som kommer fram i de private markedene, så er det et argument for å at det offentlige går inn og kjøper opp eiendommer for salg for å sikre allmennheten tilgang. Prinsipielt vil dette gjelde helt til

allmennhetens tilgang er så god at allmennhetens samlede betalingsvillighet for ekstra areal er lavere enn hva det private markedet er villig til å betale for samme arealenhet.

Fysisk infrastruktur som øker attraksjonsverdien til regioner, spenner vidt. Her kan tenkes alt fra kulturhus og idrettsanlegg til parkanlegg og veier. Disse vil være omfattet av markedssvikt både fordi de i mange tilfeller har fellesgodeelementer ved seg, men også fordi det ofte er knyttet store faste kostnader ved framstilling av dem, som vil kreve offentlig virkemiddelbruk for å etablere et tilbud i riktig omfang. I noen tilfeller, spesielt i regioner med stor befolkning, vil enkelte slike tilbud kunne tilbys av private aktører. Når situasjonen er slik, er det derfor viktig at offentlige tilbud ikke bidrar til å fortrenge private tilbud. Det bidrar i liten grad til å øke regionens samlede attraksjonsverdi. De offentlige midlene ville i en slik situasjon gitt større nytte anvendt på en annen måte.

Med sosiale faktorer tenker vi, som det går fram av tabellen, på sosiale problemer, kriminalitet og lignende. Fra den amerikanske litteraturen har man vært spesielt opptatt av kriminalitet, som er omfattende i USA, men som har falt betydelig de siste 15 årene. Poenget med slike sosiale faktorer er at de oppfattes som en "kostnad" ved å bo i byene. Politiske tiltak som bidrar til å redusere omfanget av slike "kostnader" i en region, for eksempel redusere sosial nød, kriminalitet mv., vil således bidra til å skape en mer attraktiv region for potensielle innflyttere.

Med fritidstilbud ellers tenker vi både på fritidstilbud som leveres av private og av offentlige aktører, og på både kommersiell og frivillig basis. Av private tilbud tenker vi på utesteder av forskjellige slag, som kafeer, barer mv.,<sup>11</sup> samt frivillige tilbud som for eksempel idrettsklubber. Av offentlige fritidstilbud tenker vi for eksempel på kommunale tilbud som ikke er en del av det velferdstilbudet kommunene uansett har som oppgave å gi. Et nærliggende eksempel i denne forbindelse er kulturskoletilbudene.

Til slutt må vi ikke glemme det kommunale velferdstilbudet som kommunene uansett har som oppgave å løse for sine innbyggere. Det kan nemlig være av varierende kvalitet og omfang, og det er derfor mulig at en ekstra budsjettkrone til en bedre utbygd barnehagesektor kan kaste minst like mye eller mer av seg i form av økt attraksjonskraft enn en ekstra krone benyttet på andre attraksjonsfaktorer.

---

<sup>11</sup> I den amerikanske litteraturen har private rekreasjonstilbud vært i fokus, jf. bl.a. Clark (2003b). Det at en kommune har mange innbyggere gjør at man får en større etablering av slike private tilbud i seg selv, nettopp fordi markedet normalt er større enn i kommuner med færre innbyggere.

## ***Implikasjoner for kulturgoder som attraksjonsfaktor***

Siden denne rapporten først og fremst dreier som om kultur og næring, vil vi i dette avsnittet avgrense diskusjonen til kulturgoder og kulturaktiviteter, selv om vi ovenfor har sett at andre goder av ulike slag også er viktige for en regions attraksjonskraft. Når vi har foretatt en slik avgrensning, vil det være viktig å peke på noen momenter som er viktige når en søker å utvikle en region ved et bedre kulturtilbud.

Siden det er Grenland som er tema for denne rapporten, er det, som vi tidligere har nevnt, viktig å ha i tankene at det er snakk om et felles arbeidsmarked og langt på vei et felles boligmarked. Samtidig utgjøre Grenlandsregionen fire kommuner med hvert sitt politisk valgte kommunestyre. For potensielle innflyttere til Grenland er det ikke så viktig om de bosetter seg i Skien eller Porsgrunn.<sup>12</sup> Avhengig av preferanser kan det selvsagt ha en viss betydning om de velger Siljan eller en av de to byene, men det er ikke det avgjørende poenget her. Det er nemlig den samlede attraksjonskraften til Grenlandsregionen som er avgjørende, spesielt når vi ser på dette i et næringsutviklingsperspektiv. Skal man bruke offentlige midler til å øke Grenlandsregionens attraksjonskraft ved et større og bedre kulturtilbud, er det derfor viktig at man tenker *komplementære* i stedet for *substituerbare* kulturtilbud. Spesielt er det viktig når markedet i hver av kommunene er for lite til at det er økonomisk grunnlag for noen typer kulturtilbud, mens det i regionen sett under ett er mer enn stort nok. Med komplementære kulturtilbud mener vi tilbud som utfyller hverandre, altså at det ene tilbudet har noe det andre ikke har, og som samlet sett gir økt nytte av det samlede kulturtilbudet i Grenland. Med substituerbare tilbud tenker vi på like, eller nesten like tilbud, som erstatter hverandre, dvs. at et tilbud er lite forskjellig fra et annet tilbud, og dermed bidrar det også i liten grad til å øke nytten av det samlede kulturtilbudet.

Et eksempel på substituerbare kulturtilbud i Grenlandsregionen er kinotilbudet i Porsgrunn og Skien. Det er i stor grad de samme filmene som vises på de to kinoene, og i den grad man har nytte av kinoen i Skien, dersom man bor i Porsgrunn, er når den filmen man ønsker å se går på et mer passende tidspunkt i Skien enn i Porsgrunn. Deler av de samlede kommunale ressursene som går til kinodrift, kunne således vært benyttet til andre kulturformål uten at det ville forringe kinotilbudet vesentlig. Men det vil bli forringet, og et argument for å ha to like kinotilbud i regionen er jo et bedre tilbud som følge av skjerpet konkurranse mellom de to kinoene. I den forbindelse er det imidlertid viktig å ha klart for seg at konkurranse i samme flater mellom de to kinoene, nok kan være bra for innbyggerne i kommunene, men

---

<sup>12</sup> En god illustrasjon på at denne påstanden har noe for seg, er et intervju med et innflytterpar fra Oslo i Telemarksavisa den 21.02.2007, der den ene uttaler følgende: "Det er som Grenland området selger seg. Vi ser på Grenland som ett arbeidsmarked, og som ett område for aktiviteter, ..."

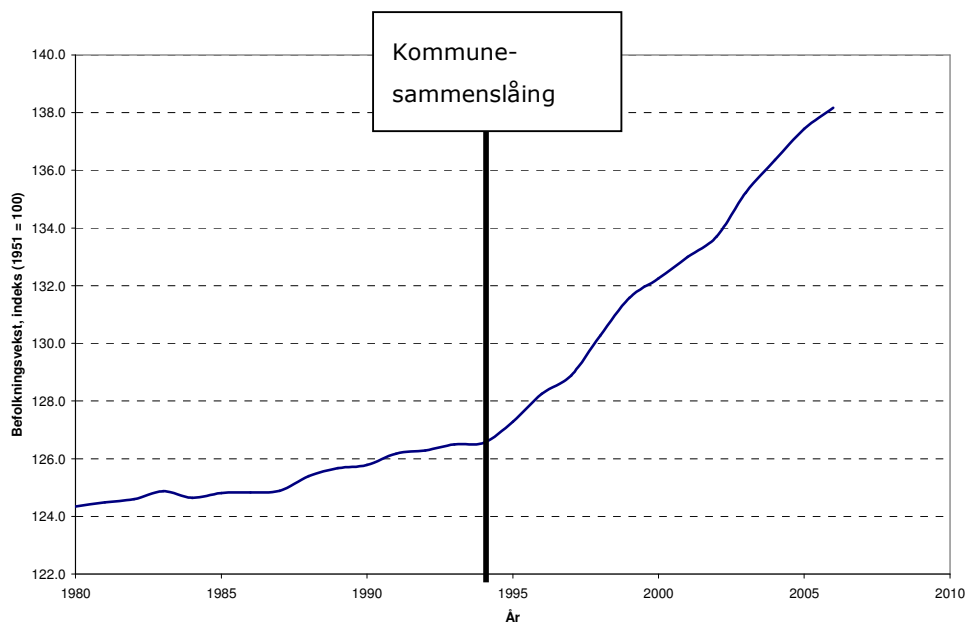
ressursene kan muligens kaste mer av seg med skjerpet fokus på å tiltrekke seg nye innbyggere.

Det kan også være fristende å trekke fram et aktuelt eksempel, igjen fra Skien og Porsgrunn. Vi tenker på vedtaket om å bygge nytt kulturhus i Porsgrunn. Ap-politiker i Skien og styreleder i Ibsenhuset, Ingjerd Martinsen, uttrykker overfor Telemarksavisa den 18.2.2007 skepsis til planene om et nytt kulturhus i Porsgrunn, fordi markedet er for lite for to kulturhus i Grenland. I dag utgjør 25 % av de besøkende i Ibsenhuset personer fra Porsgrunn, mens 55 % er fra Skien. De to kulturhusene vil nødvendigvis konkurrere om det samme publikum. Denne argumentasjonen faller godt inn i den argumentasjonen vi har benyttet ovenfor. Men det er viktig å understreke at graden av substituerbarhet mellom de to kulturhusene avgjøres av hva slags aktiviteter og artister de fylles med. Kulturhus er jo i utgangspunktet ikke annet enn infrastruktur – det er innholdet som er avgjørende for i hvilken grad de vil utfylle hverandre eller konkurrere med hverandre. I det private markedet i Grenland ser vi for eksempel at to veletablerte, og i utgangspunktet nokså like scener, har ulik profil på sine arrangementer slik at de på den måten utfyller hverandre. Mens Kafe K i Porsgrunn sjangermessig opererer mest innen jazz, velger Lundetangen Pub i Skien å profilere seg innen country/rock segmentet. Men konkurranse er det likevel i noen grad mellom disse og det vil det helt sikkert også bli mellom de to offentlig finansierte kulturhusene. Når man nå har valgt å ha to kulturhus, vil det være avgjørende viktig at profilen på det innholdet disse skal fylles med utfyller hverandre, slik at de samlet bidrar til å styrke Grenlands attraksjonskraft. Og selvsagt at det totale markedet i Grenland er stort nok til å gi god kapasitetsutnyttelse hos dem begge. Om det blir tilfelle, vil bare tiden vise.

Dersom det er grunnlag for å tro at en viktig grunn til en positiv utvikling av regionen går via tiltrekningskraften av nye innbyggere, må blikket løftes ut over egne kommunegrenser. Politikerne har i denne forbindelse et spesielt ansvar fordi innbyggerne hver for seg vil ha svake incentiver til å ta et slikt ansvar. Ansvaret består for det første av å sørge for at en relevant politikk på lang sikt gjennomføres i den enkelte kommune. For det andre vil det i de tilfeller der flere kommuner berøres være et politisk ansvar å bidra til å koordinere politikken på tvers av kommunegrenser slik at hensynet til regionens beste på lengre sikt ivaretas. Det siste er viktig fordi politikerne kan være fristet til kortsiktig politisk gevinst framfor en rasjonell regional politikk på lengre sikt. Det første er et enklere budskap å selge i valgkamper enn det siste. En åpenbar løsning på dette problemet er kommunesammenslåing, som på sikt vil bidra til en mer koordinert politikk. Alternativ til kommunesammenslåing vil være avtaler og intensjoner nedfelt i interkommunale dokumenter som troverdig binder politikerne i kommunene til en felles omforent politikk. En samlet kulturpolitikk for Grenland som løfter deler av den kommunale kulturpolitikken til et regionalt kulturpolitisk organ, gjerne med egne

budsjetter, vil være et sterkt signal fra de folkevalgte i kommunestyrene om at de ønsker å binde seg til en samordnet politikk på kulturfeltet.

Siden vi tidligere har brukt nye Fredrikstad kommune som sammenlikningsgrunnlag for befolkningsutvikling, kan det være fristende å se om trenden i befolkningsutviklingen i nye Fredrikstad er endret etter den omfattende kommunesammenslåingen i 1994. Har samordningshypotesen noe for seg, burde man kunne skimte spor av en positiv endring i trenden etter sammenslåingen. Figur 5.3 viser befolkningsutviklingen i Fredrikstad for perioden 1980 til 2006.<sup>13</sup>



**Figur 5.3. Befolkningsutviklingen i Nye Fredrikstad for perioden 1980 til 2006.**

Det er interessant å merke seg at samtidig med den omfattende kommunesammenslåingen skifter trenden i befolkningsutviklingen markert i positiv retning. Det er således en indikasjon på at bedre samordning av politikken, og en bevisst satsing på å øke attraksjonskraften til Fredrikstad-regionen, ser ut til å ha hatt den ønskede effekt – i hvert fall i en 10-års periode.

Til slutt er det imidlertid viktig å understreke at dette langt fra er noe bevis på at det finnes en enkel oppskrift på hva som skal til for å øke attraksjonskraften til Grenland, og dermed innflytting og vekst i befolkningen. Til det er det empiriske og teoretiske grunnlaget for lite utforsket. Men det kan være verdt å følge opp disse observasjonene med en mer omfattende og dyptgripende analyse.

<sup>13</sup> Fra og med 1994 ble de fem kommunene Fredrikstad, Borge, Rolvsøy, Kråkerøy og Onsøy slått sammen til det vi kaller Nye Fredrikstad. Det er altså befolkningsutviklingen i alle de fem kommunene som ligger til grunn for figur 5.3.

## Oppsummering

Denne rapporten er tredelt. Første del er en kartlegging av kulturnæringenes økonomiske betydning i Grenlandsregionen. Vi avgrensner først kulturnæringene og benytter beskrivende statistikk hentet fra kjente datakilder til å gi en oversikt over sysselsetting, omsetning og vekst. Tallene for Grenland sammenliknes også med andre regioner i Norge, som gir grunnlag for en enkel komparativ studie mellom regioner.

Vi finner at Grenland har en andel på 5,5 % kulturbedrifter, som tilsvarer den 15. største regionen i Norge. Videre har Grenland en kunstnertetthet, målt ved antall registrerte næringsdrivende innen kunst per 1 000 innbyggere på 2,2. Dette rangerer Grenland som den 21. største regionen i Norge av i alt 81 regioner.

Når det gjelder sysselsetting, finner vi at det jobber noe mer enn 1 000 årsverk i kulturnæringene i Grenland. Av dette har vi anslått at om lag 140 årsverk utføres innen selvstendig kunstnerisk virksomhet. Vi finner dessuten en nedgang i antall sysselsatte innen kulturnæringene for perioden 2000 til 2005. Ser vi bort fra sysselsettingen i avisbransjen, er det imidlertid en svak oppgang.

I rapportens andre del (kapittel 3 og 4) presenterer vi resultater fra en bredt anlagt spørreundersøkelse som er gjennomført blant kunstnere i Grenlandsregionen. Bruttoutvalget var på 233 kunstnere, men 31 skjema kom i retur. Vi tar derfor utgangspunkt i et bruttotall på 202 kunstnere. Bare 80 av disse returnerte utfylte skjemaer, hvilket tilsvarer en svarprosent på 40. En rekke spørsmål er besvart og er alle presentert i kapittel 3. Det vil føre for langt å gjengi disse her, men en egen oppsummering er gjennomført i avslutningen av kapittel 3.

Kunstnerne ble også i spørreskjemaet utfordret til å komme med forslag til tiltak for å stimulere kunstnernes inntekts- og arbeidsvilkår i Grenland. Forslagene som er kommet inn kan grovt deles i tre hovedkategorier:

- Mer stabil og forutsigbar økonomi for kunstnere
- Etablering av organisatoriske strukturtiltak som bedrer, markedsføring, distribusjon og salg (administrative overbygninger).
- Infrastrukturelt tiltak for bedre samlokalisering av kunstneriske aktiviteter som øvingsrom, atelier med mer.

Det første punktet berører først og fremst kommunene som arbeidsgiver og kjøper av kunst. Og forslagene her er i stor grad knyttet til etablering av stillinger som kommunekunster (for eksempel bymusikere) og bedre kommunal stipendiepolitikk. Men også et ønske om at kommunene i større grad bruker lokale kunstnere i forbindelse med utsmykningsoppdrag.

De to siste retter seg mot kommunene som tilretteleggere for kunstnerisk arbeid. Selv om det ene handler om organisatoriske strukturer og det andre om fysisk infrastruktur, er disse to beslektet og hører sammen dersom det skal gjennomføres en større satsing på slike tiltak. Det er åpenbart stordriftfordeler ved etablering og drift av slike strukturer. I tillegg vet vi at arealer er relativt sett billige i Grenland. Stordriftsfordeler kombinert med en stor region (Grenland), lave arealpriser og en uttrykt interesse for etablering av slike strukturer, gjør at Grenland har klare fortrinn ved evt. etablering av større lokaliteter, inkl. administrative overbygninger, for kunstnerisk virksomhet.

I kapittel 5, rapportens tredje del, gjennomfører vi en diskusjon av to ulike perspektiver for kultur og næringspolitikk. Vi presenterer også noen foreløpige analyser som illustrerer utviklingen i Grenland sammenliknet med noen andre utvalgte regioner i Norge. Mens Grenland var en av vinnerne hva gjelder økt folketall i perioden 1950 til 1970, er befolkningsutviklingen etter 1970-85 svak sammenliknet med andre regioner det er naturlig å sammenlikne seg med. Vi peker på manglende satsing på en felles attraksjonspolitik for Grenland som en mulig forklaring på denne negative utviklingen. Det betyr imidlertid ikke at det ikke er gjennomført mange gode tiltak i regionen, men at man kunne oppnådd mer gjennom en integrert felles politikk for hele Grenland. I en region som består av ett bolig- og arbeidsmarked og fire kommuner står en overfor store utfordringer for å oppnå en koordinert politikk til det beste for regionen på lengre sikt.

### ***Utfordringer i framtida***

I diskusjonen om det lokale selvstyret pekes det ofte på hvor trangt handlingsrommet for lokale tilpasninger er, sett i forhold til de ambisjoner man hadde på dette området, ved overgang til nytt inntektssystem i 1988. Handlingsrommet er krympet spesielt som følge av statlig styring gjennom lover og forskrifter. Men det manglende handlingsrommet rammer i første rekke velferdsområder der staten har sterke preferanser for likhet. På andre områder som kultur, idrett, næring, samferdsel og delvis planlegging er handlingsrommet ikke på langt nær krympet i samme omfang. Her finnes det faktisk et stort handlingsrom for lokal politikk. For Grenlands del er det likevel en latent begrensning i det at ett bolig- og arbeidsmarked berøres av mer eller mindre koordinert politikk i fire ulike kommuner. Spørsmålet er derfor om samordningen på tvers av kommuner fungerer godt, og evt. om den kan fungere bedre ved alternativ organisering av politikken på disse områdene.

Gitt at det er et problem at Grenland har lavere befolkningsutvikling enn Norge totalt sett, kan ikke vi som forskere, på bakgrunn av teoretiske og eksisterende empiriske resultater, fastslå en klar løsning på dette problemet. Vi mener likevel at en mulig forklaring er mangelen på en god felles politikk for Grenland. Det er det også mange som har påpekt



tidligere, og etableringen av Vekst i Grenland må da også ses i sammenheng med et ønske om bedre samordning av næringspolitikken i regionen.

Gitt at man ønsker seg en bedre samordning, mener vi at det er viktig at det eller de virkemidlene man bruker for bedre samordning binder politikerne. Med at politikerne binder seg, mener vi at de reelt gir fra seg makt på de områder som omfattes av en samordnet politikk, i dette tilfellet kultur/idrett, næring og samferdsel (KNS), til den institusjonen som skal ivareta politikken på området. Å gi fra seg makt må innebære både å gi fra seg makt til å treffe vedtak og makt til å stille de nødvendige finansielle ressurser til rådighet.

Det finnes i hvert fall fem ulike måter å organisere en ny og samordnet politikk på KNS-området. Disse er:

1. KNS-melding for Grenland
2. Interkommunalt politisk samarbeid på KNS-området (for eksempel gjennom Grenlandssamarbeidet og delvis ViG)
3. Opprettelse av politisk styrt særkommune på KNS-området
4. Sammenslåing til en ny Grenlandskommune
5. Overdragelse av myndighet og ressurser til et faglig, ikke politisk, råd på hele eller deler av KNS-området

Løsningene 1-4 er rangert etter hvilken av dem som binder mest, og dessuten er alle disse basert på en eller annen form for direkte politisk styring. Vi antar at sammenslåing binder sterkere enn særkommune, mens særkommunen igjen binder sterkere enn interkommunalt samarbeid, som igjen binder sterkere enn en melding.

Et faglig, ikke-politisk, råd, vil være etter modell fra "armlengdes-prinsippet", dvs. at politikerne vedtar og gi fra seg sin myndighet på bestemte områder, til faglig ekspertise som antas å forvalte politikken på området på best mulig måte. Dette er slik Norsk kulturfond er styrt via Kulturrådet og Cultiva-fondet er styrt på vegne av innbyggerne i Kristiansand kommune. Fra et demokratisk synspunkt er det imidlertid en del innvendinger mot en slik modell – i hvert fall dersom det omfatter politikken på områder av mer vidtrekkende lokalpolitisk betydning.

Fordelene med interkommunalt samarbeid og særkommuneløsningen, er at de i mindre grad er permanente løsninger enn det sammenslåing er. Det betyr at de er bedre egnede for utprøving og forsøk. Å satse på bedre samordning ved å lage et politisk dokument for KNS-området, er også svært interessant, men problemet med en slik løsning er at den i liten grad binder politikerne til å følge opp de gode intensjonene. Spesielt når de kommer på tvers av lokale kommunale og kortsiktige interesser.

En særkommuneløsning for KNS-området, for eksempel med direkte valg i forbindelse med lokalvalgene, vil være et interessant politisk forsøk som både binder mer enn interkommunalt samarbeid, og som i mindre grad er

irreversibelt slik som sammenslåing er. En prøveperiode på eksempelvis 10-12 år vil i noen grad kunne svare på om koordineringsproblemene i regionen løses på en måte som er bedre for regionen totalt sett når man binder seg til institusjonelle/politiske endringer over en lengre periode. Her vil det også kunne være muligheter for å få statlige midler fra Kommunaldepartementet for gjennomføring av en slik prøveperiode, fordi særkommuneløsningen betraktes som en lite utprøvd og interessant mulighet for mer bindende interkommunalt samarbeid i Norge i framtida.

Disponeringen av avkastningen av fonds etter salg av Skagerak Energi, og eksisterende eierinteresser i samme selskap, er svært ulike i de aktuelle Grenlandskommunene. Grovt regnet utgjør verdiene totalt sett 8 mrd kroner, og med en årlig realavkastning på 4-5 % vil man kunne ta ut mellom 300 og 400 millioner kroner per år uten at verdien av porteføljen forringes. Man kan tenke seg et tilsvarende fond for Grenland, som det Cultiva er for Kristiansand, som øremerkes KNS-området, og dermed vil kunne være et betydelig finansielt bidrag til å ivareta regionens langsiktige utviklingsbehov. Legger man til de driftsmidlene som kommunene uansett bruker på disse områdene, vil særkommunen stå godt finansielt utrustet til å løse de oppgaver den skal for regionen.

Nå er ikke økonomer særlig begeistret for øremerking av midler til bestemte samfunnsoppgaver, nettopp fordi det reduserer politikernes handlingsrom for å disponere en budsjettkrone der man forventer den vil kaste mest av seg i form av nytte for kommunens innbyggere. Det er et argument som likevel kan tale for bruke av en Cultiva-lignende modell. Dette er knyttet til problemer med en best mulig forvaltning av ressursene på lengre sikt. Som vi har diskutert i kapittel 5, kan det være en tendens til at det politiske systemet i større grad prioriterer kortsiktige, på bekostning av langsiktige hensyn. En Cultiva-modell vil bøte på dette ved at man i anvendelsen av avkastningen tenker langsiktig, samtidig med at man ikke taper verdien av fonds- og eierinteressene. Det vil i større grad sikre framtidige generasjoners interesser i verdiene. Og kanskje bidra til en ny og mer positiv utvikling for Grenland.

## Litteratur:

- Arnestad, G. (red.) (1995): *Kultur- og regionalutvikling*. Tano.
- Bille, T. (1993): *Kulturens økonomiske betydning: "state of the art"*. København: AFK forlaget.
- Bjerkli, B. (1991): Fra tørrfiskkasting til kirkekonserter. En studie av kulturarrangementer i Nordland. Nordlandsforskning.
- Clark, T. N. (red.) (2003a): *The city as an entertainment machine*. Research in urban policy vol. 9. Elsevier Ltd.
- Clark, T. N. (2003b): Urban amenities: Lakes, opera, and juice bars. Do they drive the development? I T. N. Clark (2003a): *The city as an entertainment machine*.
- Elstad, J. I. og K. R. Pedersen (1996): Kunstnerens økonomiske vilkår. Rapport fra Inntekts- og yrkesundersøkelsen 1993-94. INAS-rapport 96:1. Oslo.
- Florida, R. (2002a): Bohemia and economic geography. *Journal of Economic Geography* 2, s. 55-71.
- Florida, R. (2002b): *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2003): Cities and the creative class. *City and Community* 2, s. 3-19.
- Glaeser, E., J. Kolko og A. Saiz (2001): Consumer city. *Journal of Economic Geography* 1, s. 27-50.
- Glaeser, E. og J. D. Gottlieb (2006): Urban resurgence and the consumer city. Discussion paper no 2109. Harvard Institute of Economic Research. Cambridge, Massachusetts.
- Gripsrud, J. (2006): Kunstnerisk kapital – En uutnyttet ressurs? Upublisert notat, Universitetet i Bergen.
- Haraldsen, T. m.fl. (2004): Kartlegging av kulturnæringene i Norge. Økonomisk betydning, vekst og utviklingspotensial. Østlandsforskning. Rapport 2004/10.
- Mangset, P. (1998): Kunstnerne i sentrum. Om sentraliseringsprosesser og desentraliseringspolitikk innen kunstfeltet. Rapport nr 11, Norsk kulturråd, Oslo.
- Onsager, K., F. Gundersen, O. Langeland og S. Norman (2005): Næringsmiljø og utvikling i Fredrikstad-regionen Søkelys på kultur og kreative næringer. NIBR-notat 2005:119, Oslo.
- Peacock, A. (1991): Economics, Cultural Values and Cultural Policies. I.: *Journal of Cultural Economics* 15, 2.
- Puffelen, F. v. (1996): Abuses of Conventional Impact Studies in the Arts. I: *The European Journal of Cultural Policy* 2, No. 2.

Putnam, R. (2000): *Bowling alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Shuster.

Ringstad, V. (2005): *Kulturøkonomi*. Cappelen akademisk forlag, Oslo.

Sheppard, S., K. Oehler og B. Benjamin (2006): Buying into Bohemia: The impact of cultural amenities on property values. Upublisert notat, Center for Creative Community Development. North Adams, Massachusetts.

Spilling, O. R. (1990): Notodden Blues Festival. En kartlegging av arrangementets økonomiske og kulturelle betydning. ØF-notat. Østlandsforskning, Lillehammer.

Spilling, O. R. (1991): Kulturstrategier i lokal utvikling. *Tidsskrift for Samfunnsforskning*, 6.

Spilling, O. R. og J. v.d. Ros (1988): *Kultur og regional utvikling*. ØF-rapport 13/88, Østlandsforskning.

Stortingsmelding nr 22 (2004-05): Kultur og næring. Kultur- og kyrkjedepartementet, Oslo.