



# Kultur og næring

LARS UELAND KOBRO

TF-notat nr. 35 / 2009

# TF-notat

<b>Tittel:</b>	Kultur og næring
<b>TF-notat nr:</b>	35
<b>Forfatter(e):</b>	Lars Ueland Kobro
<b>Dato:</b>	04.09.09.
<b>Gradering:</b>	åpen
<b>Antall sider:</b>	25
<b>ISBN:</b>	978-82-7401-313-1
<b>ISSN:</b>	0802-3662
<b>Pris:</b>	100.-
	Kan lastes ned gratis som pdf fra <a href="http://telemarksforskning.no">telemarksforskning.no</a>

<b>Prosjekt:</b>	Foredrag og rådgivning
<b>Prosjektnr.:</b>	20080950
<b>Prosjektleder:</b>	Lars Ueland Kobro
<b>Oppdragsgiver(e):</b>	Porsgrunn kommune v/Tore Dvergastein

## Resymé:

Notatet er en begrepsmessig gjennomgang av kultur- næringsfeltet. Det gis en oversikt over hovedlinjene i den offentlige interessen for fagfeltet de seineste 20 årene og det vises hvordan tyngdepunktet har skiftet fra kost-nytteanalyser til mer kvalitativt orientert retorikk om attraktivitet. Forfatteren framhever noen roller og kompetanseområder som Porsgrunn kommune ser ut til å måtte forholde seg til i sin strategiske-politiske tilnærming til kultur og næring.

Telemarksforskning, Boks 4, 3833 Bø i Telemark. Org. nr. 948 639 238 MVA

# Forord

Telemarksforskning er blitt bedt om å gi et innspill som tjener til å belyse begreper og sammenhenger på det kommunalpolitiske området som går under skiftende begreper; kultur og næring; opplevelsesøkonomi, kreativ byutvikling, etc. Formålet med innspillet er å gi en bakgrunn for en politisk sak om kultur og næring til kommunestyret i Porsgrunn. Det er derfor et ønske, slik vi oppfatter det, at særlig kulturnæringens plass i en *kommunal næringspolitikk*, kommenteres. Notatet representerer ikke noe selvstendig vitenskapelig arbeid, ei heller en uttømmende oversikt over alle perspektiver på temaet. Innenfor en tidsramme på to dagsverk presenterer vi en gjennomgang av litteratur og rapporter, enkelte andre kommuners erfaringer og en redegjørelse for de mest sentrale faglige dimensjonene og nøkkelbegrepene innenfor temaet kultur og næring.

Det er ikke undertegnede mandat eller ambisjon å gi konkrete oppspill til kultur- og næringspolitiske tiltak i Porsgrunn. Det er likevel å håpe at innspillet kan gi et kunnskapsmessig grunnlag for praktisk politikk. Notatet er en planke, det er opp til andre å foreta spranget.

Bø, 04.09.09

Lars Ueland Kobro

Prosjektleder

# Innhold

<b>Sammendrag .....</b>	<b>5</b>
<b>1. To politikkområder .....</b>	<b>7</b>
1.1 Jakten på kulturens nytte .....	7
1.2 En avklaring .....	10
<b>2. Kommunens rolle.....</b>	<b>13</b>
2.1 Tre roller .....	13
2.2 Endringer i rolleforutsetninger – endringer i rollekompetanse .....	13
<b>3. Nærmere om kulturnæringer.....</b>	<b>17</b>
3.1 Kreativitet og opplevelser .....	17
3.2 Kunst og kulturnæringer .....	18
<b>4. Avslutning .....</b>	<b>21</b>
<b>Referanser .....</b>	<b>22</b>

# Sammendrag

Kultur og næring hører til to ulike tradisjoner for politisk tenkning. På den ene siden står politikkområder som skal korrigere for markedssvikt og bygge velferdsgoder for sin egen verdis skyld, på den andre siden står nytteteoretisk tenkning om å få mest mulig utbytte av minst mulig innsats. Over hele verden reises store forventninger om den innovasjonsevnen og økonomiske veksten som kan følge av en strategisk satsing på kultur og næring i sammenheng. En rekke begreper og forestillinger om Creative Cities, Den kreative klasse, opplevelsesøkonomien og kulturnæringer, preger politisk retorikk og handlingsplaner på både lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt nivå.

De delvis overlappende begrepene på dette fagområdet kan sorteres i tre kategorier: Opplevelser som kilde til verdiskaping – Kreative næringer/kulturnæringer og – Kreative mennesker som vekstgrunnlag for lokalsamfunn, regioner eller nasjoner. Den rollen kommunen inntar i møte med de utfordringene som springer ut av de tre perspektivene ovenfor, vil prege den praktiske politikken og effekten av den. Kommunen kan velge å være rammesetter, iverksetter/motivator eller aktør. En praktisk politikk på kulturnæringsområdet må med andre ord både vite hvilke kulturnæringsperspektiv den ønsker å spille en rolle ovenfor og dernest bestemme seg for hvilken rolle den vil spille .

Kulturnæringer lar seg avgrense på ulike måter. Det er forskjellig tradisjon for hvilke bransjer man tar inn i en kulturnæringsdefinisjon i ulike land. I Norge har Østlandsforskning på oppdrag fra Nærings og handelsdepartementet i 2004 og 2008 laget en inndeling og dokumentert omfanget av kulturnæringer i Norge. Det virker likevel som om det mange steder i kommune-Norge først og fremst tenkes på kunstnerisk virksomhet når man omtaler kulturnæringer. Riktignok er det den næringsgruppen som har hatt den høyeste absolutte og relative veksten i antall selsatte, men i volum er denne virksomheten svært liten i forhold til de fleste andre kulturnæringsgruppene. En modell for oppklaring av de forskjellige kreative næringene og kulturnæring, gjengis avslutningsvis, hentet fra EUs dokumentasjon på området.



# 1. To politikkområder

To tradisjonelt svært ulike politikkområder er i mange kommuner og fylker i ferd med å smelte sammen til ett – kultur og næring. Kulturpolitikken og næringspolitikken hører imidlertid til hver sine tanke- og praksistradisjoner. En sammensmelting av dem i praktisk politikk åpner for spennende nyskapning, men også forvirrende sammenblandinger.

## 1.1 Jakten på kulturens nytte

---

Tradisjonelt har kulturpolitikk og næringspolitikk tilhørt forskjellige kommunalpolitiske regimer. I industrisamfunnets vekst og konsolidering ble kulturpolitikk gjerne sett på som et velferdspolitisk område på linje med barnehage, samferdsel og helse hvor offentlig sektor kompenserte for markedssvikt ved å tilby frie eller sterkt subsidierte tjenester på områder hvor markedet ikke kunne eller skulle fungere etter sine naturlige mekanismer. Næringspolitikk var på sin side et økonomisk virkemiddel i det offentliges hender som skulle stimulere markedsmekanismer. Det ble derfor stilt krav til at næringspolitiske tiltak skulle *virke* etter kost-nytte vurderinger, på en helt annen måte enn krav om sosial utjevning, dannelse eller livskvaliteter som var krav som gjaldt på det velferdspolitiske område. På 80-tallet skjedde en gradvis endring av fokus ved at det i flere og flere sammenhenger ble gjort kulturpolitiske vedtak med begrunnelse i at også ”kultur lønner seg”. Å legitimere kulturpolitiske tiltak med at de vil lønne seg i form av ringvirkninger omtales i Telemarksforskning Rapport 11, 2007 (Løyland m.fl.) for *produksjonsperspektivet*. Denne betraktningsmåten var opphav til en rekke såkalte *economic impact* analyser (ringvirknings- og overrislingsanalyser m.v). Et stort forskningsprogram ”Kultur og regional utvikling”, det såkalte KRU-programmet, ble gjennomført i Norge fra 1988-94 på bakgrunn av problemstillinger knyttet til jakten på kulturens økonomiske betydning. Resultatene fra dette arbeidet var både magert og uklart. Etter at 20 forskere leverte 30 rapporter, konkluderes det i en av oppsummeringspublikasjonene fra arbeidet med at ”*Det som startet med et ønske om å måle kultur i kroner og øre, ender opp med et like sterkt ønske om å dokumentere kultur som*

*forutsetning for enkeltmenneskets livskvalitet.*” (Austeng i Georg Arnstad, red. 1995, s. 13) Det er med dette ikke sagt at kultur *ikke kan* lønne seg samfunnsøkonomisk, men som politisk-økonomisk begrunnelse for kulturpolitiske investeringer, gir forskningen lite hold for dette. Ikke desto mindre kan kultur lønne seg *for den enkelte* som arbeider med kultur. En arbeidsplass i kulturnæring er naturligvis like verdifull som en arbeidsplass i industri eller handel, for den enkelte arbeider. Men da beveger vi oss på individnivå, som vi foreløpig ikke vil forfølge i dette notatet.<sup>1</sup>

De siste årene har oppmerksomheten rundt kulturens økonomiske betydning fått en renessanse. Men temaet har endret perspektiv fra 80- og 90-tallet. I stedet for et fokus mot å rette investeringer eller tilskudd direkte til kulturformål for å utløse økonomisk effekt, har man i nyere tid vært mer opptatt av at bostedskvaliteter trekker folk til stedet (oftest byene), som så i neste omgang bidrar til å utvikle et lønnsomt næringsliv, og at kulturinvesteringer og kulturaktiviteter er viktige forutsetninger for å skape slik bostedskvalitet. Dette perspektivet er sterkt eksponert i flere bøker av Richard Florida, men også Glaeser m.fl. (2001) og Glaeser og Gottlieb (2006) og andre, beskriver disse mekanismene. Vi kjenner de samme mekanismene knyttet til stedlig/regional attraktivitet og trivsel ved å skape attraktiv næringskultur, også fra mindre kulturspesifikk *klusterteori*. Dette perspektivet kan kalles *konsumperspektivet* (Løyland m.fl. 2007).

Det er konsumperspektivet som ligger til grunn for den sterkt økte oppmerksomheten om kultur som regional utviklingsfaktor med tilhørende politiske satsinger, lokalt, regionalt og internasjonalt. Eksempel på slik lokal politikk er Fredrikstad kommunes Kulturmelding 2000-2012, hvor en av to overordnede strategier er: ”Synliggjøre og benytte kultur som sentralt element i byggingen av et framtidsrettet Fredrikstadsamfunn”. Opprettelsen av kulturstiftelsen Cultiva i Kristiansand baserer seg også hovedsakelig på samme teoretiske grunnlag, og en rekke andre strategiske planer og konkrete initiativer, bygger på samme plattform. Eksempel på nasjonale initiativ er den danske regjeringens kultur- og næringspolitiske utredning, ”Danmarks kreative potensiale” fra 2000. Liknende utredninger og rapporter er

---

<sup>1</sup> Se bl.a. Per Mangset og Sigrid Røyseng (red) Kulturelt entreprenørskap, 2009 for mer om dette perspektivet.



siden laget i de fleste Europeiske land. I Norge fikk vi i 2007 ”Handlingsplan for kultur og næring” som fulgte opp St. melding 22 (2004-205) Om kultur og næring.

Et internasjonalt eksempel på dette er at det året vi er inne, 2009, er erklært som ”Europeisk år for kreativitet” av den Europeiske kommisjonen. Jan Fígel, Kommissjonær for Education, Culture, Training and Youth, begrunner dette slik:

“The European Year of Creativity and Innovation 2009 will help to unlock Europe's creative and innovative potential, a task that has become even more important in times of economic crisis.”.

Over hele den vestlige verden reises det enorme forventninger til hva kunsten, kreativiteten og kulturnæringer i særdeleshet, kan bety for ny økonomisk vekst. Denne fornyede interessen for kultur og næring bygger på en forståelse av karaktertrekk ved det postindustrielle samfunnet som særlig handler om opplevelsenes kommersielle verdi. Stadig mer av verdiskapningen i samfunnet, sies det, knyttes til kulturprodukter og ”vektløse” kvaliteter slik som design, fortellinger, autensitet, m.v.

Det blir antatt at disse kulturnæringene har et stort utviklingspotensial. I regjeringens *Handlingsplan for kultur og næring* fra 2007 slås det allerede i forordet fast at det er viktig å etablere gode rammebetingelser for kulturnæringene, ”slik at de større mulighetene som ligger i skjæringsfeltet mellom kultur og næring, kan realiseres og styrke innovasjons- og nyskapingsevnen i hele landet”. Østlandsforskning skriver i rapporten *Kartlegging av kulturnæringene i Norge - økonomisk betydning, vekst- og utviklingspotensial*, ”at kulturnæringene både i kraft av seg selv og som leverandører til næringslivet for øvrig har et betydelig vekst- og utviklingspotensial” (ØF, 9:2004). I oppfølgingsrapporten *Kultur- og næringsnæringene i Norge – Muligheter og utfordringer* fra 2008, hevdes det at: ”I en økonomi der ’opplevelser’ får økt betydning har derfor kulturnæringene et vekst- og utviklingspotensial både direkte gjennom egen produksjon og indirekte gjennom produksjon av innsatsfaktorer til annen næringsvirksomhet” (ØF, 12:2008). Det refereres i begge rapportene både til kultur- og næringsnæringenes direkte næringspotensial, og til potensialet som katalysatorer for andre næringsverdier - både kultur som næring og kultur som base for annen næringsutvikling.

En rekke kulturøkonomiske og kulturpolitiske studier har imidlertid advart mot overdreven tro på kulturnæringenes økonomiske vekst- og utviklingspotensial. Ringstad (2005:170) konkluderer med at ”virkeligheten dessverre er en annen enn den som framkommer i mange av disse analysene”. Forskere fra Telemarksforskning kommer også i en fersk bok med en kritisk drøfting av sammenhengen mellom kulturelt entreprenørskap og økonomisk vekst (Mangset og Røyseng 2009). Røyseng stiller for eksempel spørsmål om ”begrepet [kulturelt entreprenørskap] er et produkt av en ideologisk bølge som ikke er forankret i praksisverdenen til de aktørene som begrepet er ment å skulle si noe om” (ibid.:223). Garnham (2005) maner på sin side til kritisk gjennomgang av hvilke retoriske formål begrep som f.eks. kulturelt entreprenørskap tjener, når de blir så nennsomt artikulert og tillagt så stor vekt i en næringspolitisk diskurs. Mangset peker med referanse til Garnham på at interessegrupper kan ha interesse av en definisjon av kulturnæring som styrker bildet av disse som en stor og voksende sektor:

Hvis den bare ble tilstrekkelig vidt og sjenerøst definert, kunne ”kultursektoren” framstå som en ganske stor og betydningsfull samfunnssektor. På denne måten kunne smale og/eller ressursvake kulturinteresser oppnå økt politisk legitimitet (Mangset og Røyseng 2009:17-18).

Mangset advarer videre: ”Slik kan diskursive endringer på et felt åpne for strategiske allianser og utveksling av symbolsk kapital mellom alliansepartnere, for eksempel mellom politikere, kulturlobbyister og oppdragsforskere” (ibid.:18).

## 1.2 En avklaring

---

Det opplevelsesøkonomiske fagfeltet er egentlig knyttet til tre ulike dimensjoner. (Tine Bille i Nordisk kulturpolitisk tidsskrift, 1:2009):

1. Opplevelse som kilde til verdiskapning – kunst/kulturbasert (alminnelig) næring
2. Kreative næringer - kulturnæring
3. Kreative menneskers som vekstgrunnlag for lokalsamfunn, regioner og/eller nasjoner.

*Den første* forståelsen handler om en tiltakende estetisering av arbeidsliv og samfunn generelt. Økt økonomisk og kulturelt handlingsrom fører til en *individualisering* hvor folk søker å finne sin egen identitet og uttrykke denne gjennom alle sine valg, også som forbrukere i et marked. Symbolverdiene (den verdien som kommuniseres) ved varer, tjenester og produkter blir viktige byggesteiner i iscenesettelsen av våre liv. Dette griper inn i både arbeidsliv (næring) og kultur. ”Life is Theater and every Business a Stage”, hevder Pine og Gilmore i undertittelen til bestselgeren ”The Experience Economy” (1999). Vi ser at dette kommer til uttrykk i reiselivet hvor kulturarrangementer, severdigheter og attraksjoner er det som skaper gjestedøgn, i industrien hvor indistridesign og iscenesettelse av produkter spiller stadig større rolle, og i næringsmiddelbransjen hvor storytelling og produktenes opprinnelsessted gir tilleggsverdier med betydning for markedsandeler, osv.

*Den andre* forståelsen handler mer om en registrering av de deler av næringslivet som karakteriseres av at de produserer kulturprodukter. I mange vestlige land foregår det for tiden forskning – i realiteten rene tellinger – av hvor stor del av sysselsettingen, verdiskapningen, lønnsomhetsrater, nyetableringer etc. som knytter seg til kulturnæringer, på engelsk Creative Industries. I Norge gjorde Østlandsforskning en slik kartlegging i 2004 med en oppfølging i 2008 på oppdrag fra NHD. (ØF-rapport 10/04 og 12/08). Vi vil komme fyldigere tilbake til dette seinere i notatet. Telemarksforskning har gjort tilsvarende registreringer for Grenlandsamfunnet i arbeidsrapport 11/2007, Telemarksforskning.

*Den tredje* forståelsen av kultur-næringsfeltet springer ut av Richard Florida og andre sine teorier om den betydningen den ”kreative klassen”s betydning for økonomisk vekst. En hovedtese er at bedrifter flytter og knoppskyter der hvor ”de kreative” menneskene bor, i stedet for som under industrialiseringen, hvor folk i større grad flyttet dit det var arbeid å få. At gyldigheten av slike teorier diskuteres, lar vi ligge utenfor dette notatet. Vi begrenser oss kun til å peke på at kritikerne særlig peker på at det er forskjell på samvariasjon og årsaker. Det ser riktignok ut som om det er flere som arbeider i såkalte frie yrker/kompetansenæring i regioner med vekst – men hva kom først av høna og egget?

I den norske debatten og politikkkutformingene på området kultur og næring er det tydelig at de tre forståelsesmåtene ovenfor er kombinert, ofte uten noen særlig klar distinksjon mellom dem. Det er uheldig fordi det trolig kreves ulik politisk forståelse

se og virkemidler for å utløse effekter innenfor hver av dem. Det er derfor, slik vi ser det, en utfordring for Porsgrunn kommune å kjenne til, håndtere og prioritere politisk innsats i et kultur-næringsområde som er komplekst og omfattende, og hvor litt innsats på alle områder sannsynligvis vil ha langt mindre effekt enn konsentrert og målrettet innsats på noen få områder. Kommunen må altså, slik vi ser det, først bestemme seg for hvilket av de tre kulturnæringsperspektivene den primært ønsker å påvirke – deretter er spørsmålet, på hvilken måte; direkte eller indirekte? Rollebeskrivelsen nedenfor bidrar til klarhet i det sistnevnte spørsmålet.

## 2. Kommunens rolle

### 2.1 Tre roller

---

Kommunens handlingsrom i møte med forventninger om å spille en rolle i utviklingen av kulturnæringer er tredelt, slik det blant annet kommer til uttrykk i Porsgrunn kommunes egen strategiske kulturplan 2009 – 2012: 1) Være *rammesetter* med lover, regler og planer; 2) Være *motivator* gjennom stimulerende tiltak, tilskudd, rådgivning og infrastrukturtilrettelegging; 3) Være *aktør* ved å iverksette og drive egne kulturtiltak alene eller i samarbeid med andre.

Vi tror det er viktig å ha en forståelse av at kommunen påvirker byens kulturfelt gjennom den måten disse rollene håndteres, på *en rekke samfunnsområder* – ikke bare innenfor kulturpolitikken i snever forstand. Framtidig utvikling av Porsgrunns attraktivitet og økonomiske vekst er knyttet til den overordnede utviklingen av byen. Som planmyndighet styrer for eksempel bystyret viktige forhold som arealdisponering, skjenkeløyver, skolestruktur og en hel del samferdselsmessige tiltak som særlig griper inn i den ”Floridianske” forståelsen av kultur-næringsfeltet ovenfor.

To sentrale spørsmål å stille, så langt, later til å være:

1. *Hvilke kultur-næringsperspektiv av de tre nevnt i avsnitt 3, vil Porsgrunn ta mål av seg å ha en politikk og strategier i forhold til?*
2. *Hvilken rolle og hvilken rollekompetanse vil Porsgrunn fylle for å best mulig ivareta de mål og strategier som man stiller opp på dette området, ref. første spørsmål?*

### 2.2 Endringer i rolleforutsetninger – endringer i rollekompetanse

---

Det over noen år skjedd en rekke vesentlige endringer i kommunens forutsetninger for å fylle sine roller som utviklingsaktør på en god måte. Det er grunn til å reise

spørsmål om rollekompetansen er endret i takt med forutsetningene? Vi vil nedenfor kommentere noen av de viktigste endringene med sannsynlig relevans for kommunens kultur- og næringspolitikk.

For det første har det skjedd en betydelig omveltning av ”kultursektorens” rolle i samfunnet de siste 10-15 årene som blant annet har ført til at vi blir nødt til å sette anførselstegn rundt begrepet ovenfor. Sektorsamfunnet har langt på vei gått i oppløsning, i stedet har vi fått ”Det fragmenterte samfunnet”<sup>2</sup> hvor kulturen er det gamle sektorområdet som i størst grad er spredt inn i alle andre fagområder. Vi har fått et ”bindestreksamfunn” hvor kultur ofte forbindes kompetansemessig og forvaltningsmessig med en rekke andre fagområder: kultur-helse, kultur-psykiatri, kultur-byutvikling, kultur- og teknologi, og kultur og næring.

Parallelt med at kulturelementer og kulturkvaliteter oppfattes å spille en stadig viktigere rolle i nesten alle samfunnsområder, har ikke den offentlige kulturforvaltningens relative posisjon i kommunal organisasjon økt. Det nye kulturfaglige regimet stiller nye, større og mer komplekse krav til hvilken kompetanse som kreves av en kommunal forvaltning. Vi oppfatter det ikke som en overdrivelse å hevde at det er skjedd en kunnskapsrevolusjon på dette området. Denne revolusjonen ser vi beskjedne spor av i den praktiske kulturpolitiske hverdagen i Norge. Kultursektorene er fortsatt gjennomgående små og ofte er de besatt med de samme kompetanseområdene som for ti-tyve år siden. Kulturforvaltningen lever med andre ord med budsjettstørrelser som er relativt marginale og innenfor et kunnskapsregime som ble utviklet i en tid da kultur var lik idrett og fritidsaktiviteter. Litt spissformulert kan man hevde at kultursektoren økonomisk og kompetansemessig er smal, mens kulturfeltet samfunnsmessig er blitt et bredt utviklingsområde. Enkelte fylkeskommuner og bl.a. Kristiansand kommune er unntaket fra dette, hvor kommunens engasjement i etableringen av Cultiva-stiftelsen representerer en markant satsing på kultur som opplevelsesprodusent, næringsvei og regional utviklingsfaktor. I Grenland er Vekst i Grenland etablert for å samordne kommunale og regionale næringspolitiske virkemidler i en presset region. Strategisk næringsplan for regionen nevner kulturattraksjoner, kulturlandskap, kulturarv og kulturelle aktiviteter en

---

<sup>2</sup> Den fragmenterte staten, er tittelen på en bokutgivelse fra Maktutredningen 1998 - 2003, Bent Sofus Tranøy og Øyvind Østerud (Redaktører).

rekke steder både i generell del og i tiltakslistene og ViG er regional node for Forum for Kultur og Næringsliv, et nasjonalt privat-offentlig sekretariat for utvikling av kultur-nærings samarbeid.

Utfordringen framover blir, slik vi vurderer det, å få næringspolitikken i regionen og kulturpolitikken i kommunene til å ”spille sammen”, økonomisk, praktisk og kanskje fremfor alt, *kompetansemessig*.

Kulturpolitikken utgjør et politisk saksområde hvor politikere ønsker å sette sitt fotavtrykk. Svært mange politiske fagområder er enten blitt så strengt regulerte eller faglig spesialiserte at politikere enten ikke har handlingsrom eller nødvendig innsikt til å prege debatter og formulere praktisk politikk. Både på *kulturområdet* og *næringsområdet* er det fortsatt slik at politikere føler at de har en viss faglig innsikt, samtidig med at det finnes et juridisk handlingsrom stort nok til å markere seg. Til tross for at kulturområdet, slik Telemarksforsking oppfatter det, er et særlig godt egnet område for forpliktende interkommunalt samarbeid (TF-rapport 11:2007) ser det ofte ut som om det nettopp er på kulturområdet at lokale politikere ønske å spille ut kortet ”lokale særpreg” for alt hva det er verdt – og vel så det. Resultatet kan bli at hver kommune og av og til hver bydel sitter med fullverdige og kostbare offentlige tilbud på kulturområdet, mens publikum beveger seg med den største selvfølgelighet mellom kulturtilbudene regionalt. Kultursektoren er ofte en arena for politiske symboler og bygging av bautaer.

De tre ulike rollene som kommunen har, krever ulik kompetanse og ferdigheter. I industrisamfunnet var disse rollene ofte klart atskilt og forutsigbare slik at kommunalt ansatte i ulike sektorer og rollesammenhenger kunne perfektionere sine ferdigheter over tid, noen ble flinke til å ”passe på”, andre ble flinke til å ”finne på”. Kulturpolitikken fant oftest sin rolle som tilrettelegger og ”finne-på-sektor”. – I dag flyter rollene over i hverandre, kompetansekrav endres kontinuerlig og evne til fleksibilitet og improvisasjon er kritiske ferdigheter. Skillet mellom offentlig og privat sektor har gjennomgått samme endring. Kommunale foretak, kommunalt eide aksjeselskap, konkurranseutsatte tjenester og kommersialisering av offentlige tjenester er elementer som peker mot at mye samfunnsutvikling foregår i ”mellomrommet” og i blandingsmodeller mellom tidligere klare roller og sektoravgrensninger. Dette krever en ny type kompetanse, kortere responstid, fleksibilitet

og innsiktsfull improvisasjonskunst, i en helt annen grad enn i en tid hvor enhver helst skulle ”bli ved sin lest”.

Et siste endringstrekk som ”presser” kultursektoren, som vi vil peke på i denne sammenhengen, handler om våre mentale prosesser. Vi benytter minnesbilder (hukommelse) når vi skal tenke på framtiden. Fordi den ikke har bilder av framtiden, bruker den det den finner; nemlig bilder av fortiden. Hjernen fungerer neurologisk konservativt, den har langt lettere for å tenke på noe kjent enn noe ukjent. Hvis vi har emosjonell forankring – det vil si personlige interesser knyttet til minnesbildene, har vi enda større tilbøyelighet til å forsterke dem i vår framtidsorientering. I slike tilfeller bidrar vi ofte ubevisst til å sementere fortiden når vi planlegger framtiden. Jo mer våre planprosesser er befolket av *representative interesser*, dess mindre fornying må man gå ut i fra at det skapes. Planprosesser drevet fram av personer og miljøer med sterke interesser og opplevelser fra emneområdet nære *fortid*, vil i følge kjent kunnskap om denne premissen, skape lite innovasjon og mye repetisjon. Offentlig planlegging – også utviklingsprosjekter - er nettopp preget av saksbehandling, høringer og forankringsprosesser befolket av mennesker som kjenner til fagfeltet fra før, kombinert med ”berørte parter”. Det er et godt demokratisk prinsipp. Florida refererer i ”Cities and the Creative class” (2003) en analyse utført av Robert Cushing som viser at det er en negativ samvariasjon mellom en region/bys sosiale kapital (bransjenettverk, kontakter etc) og utvikling. Florida hevder at det nettopp er fordi det skapes et miljø av ”insidere” og ”outsidere” og at fornyelse ofte ligger i å slippe outsiders ideer og kompetanse til, mens det i realiteten er insiders interesse og bakoverskuende erfaringer som får prege politikken. Det *kan* føre til at næringspolitikk utviklet av næringsutviklere basert på velprøvde næringspolitiske virkemidler, kan bli bedre tilpasset fortiden enn framtiden. Negative konsekvensene av vår lineære tenkning med bruk av minner og erfaringer i vår framtidsorientering, blir størst i perioder med høy endringstakt. Dersom framtiden i hovedsak blir lik fortiden, vil fortidens aktører, løsninger og sammenhenger være adekvate ressurser for nye planer. Men jo større endringer som inntreffer i grunnleggende trekk ved samfunnet, dess viktigere er det å skape nye bilder.



# 3. Nærmere om kulturnæringer

## 3.1 Kreativitet og opplevelser

---

Den britiske regjeringen oppfattes å være de første til å introdusere begrepet creative industries i 1997. Avgrensningen var temmelig åpen ved at den omfattet all yrkesutøvelse hvor kreativitet og opplevelse var viktige elementer. Svenskene fulgte opp med begrepet opplevelsesnæringer hvor de definerer "...människor och företag med ett kreativt förhållningssätt som har till huvuduppgift att skapa och/eller leverera upplevelser i någon form" (KK-stiftelsen 2003 i ØF Rapport 12/2008). En slik avgrensning baserer seg på en oppfatning av at det er kreativitet, i mange former, som skal bringe den postindustrielle økonomien videre.

*"Powering the great ongoing changes of our time is the rise of human creativity as the defining feature of economic life. Creativity has come to be valued – and systems have evolved to encourage and harness it – because new technologies, new industries, new wealth and all other good economic things flow from it. And as a result, our lives and society have begun to resonate with a creative ethos" (Florida 2002:21)*

En politikk som bygger på denne forståelsen er ingen næringspolitikk i tradisjonell forstand, men en politikk for alle sider ved lokalsamfunnets utvikling, som miljø, velferd, skole osv.

*"Traditional models say that economic growth comes from companies or jobs or technology. (...) Economic growth is rooted in human creativity and the ability to mobilize, attract and motivate human beings. This requires creating the necessary conditions – environmental and social conditions - that enable certain places to attract and mobilize more of these creative assets than others.", skriver "floridaforskeren" Irene Tinagli i innledningen til rapporten Norway in the creative age (2009).*

En avgrensning av “kreative næringer” til en slik forståelse, gjør det krevende å skape operative politiske strategier. Ikke desto mindre er det denne oppfatningen vi ofte finner i bunnen av offentlig retorikk både i politikk, virkemiddelapparat og hos ulike utviklingsaktører. Fokus rettes mot kvalitative aspekter som er viktige i nesten hele næringslivet, i alle bransjer. Da er det betydelig lettere å håndtere kulturnæringer slik de er definert i Østlandsforsknings rapport, som ble utarbeidet for Nærings og handelsdepartementet i 2004, seinere fulgt opp i 2008 (ØF rapport 12/2008) og supplert med en rekke regionale analyser, se for eksempel Telemarksforskning rapport 11/2007, *Kultur og næring i Grenland*. I disse rapportene defineres kulturnæringer mer presist etter hvilke produkter/tjenester som er hovedleveransen: - Kulturnæringer avgrenses til kommersiell virksomhet som baserer sin produksjon på symboler, kommunikasjon og kunst. Kulturnæringene fremstiller kulturelle produkter for salg i et marked, ”dvs. kommersialiserte kulturelle uttrykk som kommuniserer gjennom estetiske symboler, tegn, bilder, farger, bevegelser, former, lyder og fortellinger.” (ØF rapport 12/2008).

### 3.2 Kunst og kulturnæringer

---

En vanlig misforståelse er å tro at kulturnæringer egentlig er kunsthæring. En rekke kommunale næringsstrategier ser ut til primært å rette seg inn mot å få kunstnere og kunstprodusentmiljøer til å etablere seg i kommunen. Vi tror, uten å ha studert dette inngående, at det bak slike strategier ligger en forståelse som blander sammen en ”Floridiansk” forståelse om at ”kreativitet er en drivkraft i økonomien” med en alminnelig oppfatning om at ”kunstnere er kreative, altså må vi legge til rette for kunstneretableringer og kunsthæring”. En slik kobling baserer seg på sviktende teoretisk forståelse og vil kunne skape uklare og delvis feilaktige politiske strategier. På den annen side er disse (kunst-)kulturnæringene utelatt i Innovasjon Norges avgrensning og innretning av virkemiddelbruk overfor kultur og næring. Scenekunst, forfattere og billedkunstnere er utelatt fra IN’s virkemiddelbruk, sannynligvis fordi det oppfattes å være et anliggende for kulturpolitikken virkemidler, dvs. på Norsk kulturråds bord. Dermed befestes på mange måter den sektorpolitikken som kultur- og næringssetningen, slik denne bl.a. kommer til uttrykk i Regjeringens Handlingsplan for kultur og næring, skulle tjene til å motvirke. Dette er

sannsynligvis også en utfordring for en kommunal eller interkommunal kultur- og næringspolitikk.

En modell for en oppklaring av forskjellen mellom et kreativt næringsliv og kultur-næringer, er satt opp på neste side. Modellen er tilpasset noe, men i hovedsak lik den EU arbeider etter i sin politikk for kultur og næring, ref. ”The Economy of Culture in Europe”, Directorate-Central for Education and Culture, 2006.

**Figur 1: Sortering av kultur/næringsbegreper i forbindelse med kommunal politikk.**

**Kjernevirksomhet. Kunst og kulturarv.** Billedkunst og scenekunst. Original "live" kunstproduksjon og formidling av dette; komponister, musikere og konsertarrangører, bildekunstnere og gallerier, skuespillere og teater, autentisk kulturarv, arkeologi, kulturminnegjenstander og museer, m.v.

**Kulturnæringer** er kommersiell produksjon og salg av "vektløse" produkter; kommunikasjon og symboler; TV, film, bøker, aviser, reklame, arkitektur, dataprogrammer, etc.

**Opplevelsesnæring** er næringer som selger konkrete produkter, mat, overnatting, transport, mobiltelefoni, møbel(design) osv med vesentlige elementer av symboler/kultur, underholdning.

**Kreativitet i alt annet næringsliv** er innslag av innovasjon, iscenesettelse, historiefortelling osv. som innpakning eller tilleggsverdi for produkter, organisasjonsutvikling, markedsføring, m.m.

## 4. Avslutning

Strategi handler om å velge og bli valgt. I kampen om å bli valgt som bosted og arbeidssted for en befolkning og et næringsliv med stor mobilitet, må Porsgrunn kommune selv gjøre noen tydelige valg. En rekke av disse valgene vil handle om å bygge attraktivitet for byen generelt og stimulere til aktivitet for deler av det opplevelsesproduserende næringslivet i Porsgrunn spesielt. Og skal man lykkes enten med generell attraktivitetsutvikling eller mer spesifikk kulturnæringsstrategi, må man kjenne det terrenget og de aktørene som befolker det, temmelig inngående. Vi er redd en del kulturnæringspolitikk i norske kommuner skyter enten over eller under mål fordi man mangler konkret forståelse av de differensieringene vi etter fattig evne har forsøkt å gjøre rede for i dette notatet. La derfor understående sitat av Søren Kierkegaard være en påminnelse og et ønske om å treffe dem hjemme, som den framtidige kultur og næringspolitikken i Porsgrunn er ment å skulle hjelpe.

*”Skal man i sandhet lykkes en at føre et menneske et bestemt sted hen, må man først og fremmest passe på at finde ham der, hvor han er, og begynde der. Dette er hemmeligheten i al hjælpekunst. Enhver, der ikke kan det, han selv er i en indbildning, når han mener at kunne hjælpe andre. For i sandhet, at kunne hjælpe en anden må jeg forstå mere end han - men dog først og fremmest forstå, det han forstår. Når jeg ikke gør det, da hjælper min mere-forståelse ham slet ikke. Vil jeg alligevel gøre min mere-forståelse gældende, så er det, fordi jeg er forfængelig eller stolt, at jeg i grunden i stedet for at gavne ham egentlig vil beundres af ham.”*

# Referanser

Arnestad, G. (red) Kultur og regionalutvikling. Tano, 1995.

Bille, Trine. Minitema Upplevelseøkonomi. Oplevelsesøkonomiens betydning i økonomien og kulturpolitikken. I Nordisk kulturpolitisk tidskrift 1:2009

Directorate-Central for Education and Culture. *The Economy of Culture in Europe*. 2006

Florida, R. The Rise of The Creative Class. New York Basic books, 2002

Florida, R. Who's Your City? New York Basic books, 2008

Glaeser, E. og Gottlieb, J.D. Urban resurgence and the consumer city. Discussion paper no 2109. Harvard Institute of Economic Research. Cambridge, Massachusettes.

Håkonsen, Lars. Berge, Ola K. Mangset, Per. Upublisert notat. Økt kunnskap om virkemidlene for kulturnæringer. 2009

Løyland, Knut. Sannes, J. og Vareide, K. Telemarksforskning Arbeidsrapport 11:2007

Mangset, P. og Røyseng, S. (red.) *Kulturelt entreprenørskap*. Bergen, Fagbokforlaget. 2009

Mandag Morgen og Citisense. 2008. Place Matters. Nye perspektiver på by- og næringsutvikling. Et kunnskaps- og inspirasjonsnotat.

Nærings- og handelsdepartementet, Kultur- og kirke departementet og Kommunal- og regionaldepartementet (2007): *Handlingsplan om kultur og næring*.

Pine J. and Gilmore J.H. The Experience Economy, Life is Theater and every Business a Stage. Harvard Business Press. 1999.

Porsgrunn kommune. Strategisk plan for kultur, idrett og fritid 2009 – 2012.

Porsgrunn kommune. Sammen om Porsgrunn. Kommunens samfunnsdel 2006 – 2020.

St. melding 22 (2004-205) Kultur og næring.

Tinagli, Irene. Norway in the creative age. Preliminary Report. Citisense 2009

Vekst i Grenland. Strategisk næringsplan for Grenland 2008 – 2011.

Østlandsforskning (ØF) rapport, 10/2004. Kartlegging av kulturnæringer i Norge. Haraldsen, Tone m.fl.

Østlandsforskning (ØF) rapport, 12/2008. Kulturnæringene i Norge. Muligheter og utfordringer - en oppdatering av kartleggingen fra 2004. Haraldsen, Tone m fl.

[www.cultiva.no](http://www.cultiva.no)

[www.innovasjon norge.no](http://www.innovasjon norge.no)