

Bland parhästar och kamrater.

En kvalitativ studie av kulturellt entreprenörskap inom fältet opera.

Av: Ann-Christin Högnabba

Handledare: Ann-Sofie Köping Ohlsson

Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper

Kandidatuppsats 15 hp

Företagsekonomi C | vårterminen 2019



SÖDERTÖRNS HÖGSKOLA | STOCKHOLM
sh.se

Sammanfattning

Syftet med denna uppsats är att undersöka begreppet kulturellt entreprenörskap och vilka betydelser och innebörder kulturentreprenörer inom fältet opera som del av de kulturella och kreativa näringarna själva lägger i begreppet. Studien undersöker vilka organisationsformer operaentreprenörerna väljer i olika faser av verksamhetens utveckling och hur man hanterar dubbla identiteter som konstnär och entreprenör samt vilka kunskaper och färdigheter som behövs för detta. Med en utgångspunkt i grundad teori görs en kvalitativ studie på fyra olika svenska operaverksamheter där det empiriska materialet består av semistrukturerade intervjuer med verksamheternas grundare och ledare. Utgående från nyinstitutionell teori om institutionella logiker och Bourdieus "Theory of Practice" inom entreprenörskapsforskning visar resultaten att kulturentreprenörer inom fältet opera delvis motsätter sig begreppet kulturentreprenör och särskilt de ekonomiska aspekterna av begreppet. Istället för ekonomiskt kapital används alternativa former av kapital som kulturella, sociala och symboliska för att skaffa sig goda positioner på fältet. Studien visar att kulturellt entreprenörskap kräver främst ekonomisk-praktiska kunskaper i att skriva bidragsansökningar, pr och marknadsföring samt förmåga att skapa sociala kontakter.

Nyckelord: kulturellt entreprenörskap, kulturentreprenörer, opera, kulturella och kreativa näringar, grundad teori, institutionella logiker, Bourdieus sociala praktik, kapital, habitus

Ett stort tack riktas till min handledare Ann-Sofie Köping Ohlsson som med sin kloket, erfarenhet, sitt kunnande och stora tålamod har lyst upp vägen genom uppsatsskrivandets mörka snårskog samt alla opponenter och studiekamrater som bidragit med värdefulla synpunkter och inte minst IT-support och teknisk hjälp med word-programmets mysterier.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
2. Bakgrund	1
2.1 Problemdiskussion	3
2.2 Syfte och frågeställningar	4
2.3 Disposition och avgränsning	4
3. Metodisk ansats och forskningsstrategi	5
3.1 Grundad teori	6
3.2 Urval	7
3.3 Intervjun som metod	7
3.4 Genomförande av intervjuerna	8
3.5 Innehållsanalys av intervjumaterialet	9
3.6 Etik, GDPR och metoddiskussion	10
4 Presentation av undersökta verksamheter och entreprenörer	11
4.1 Vattnäs konsertlada och Anna Larsson	11
4.2 Operaimprovisatörerna och Mette af Klint	12
4.3 Kamraterna - Dan Turdén och Maximilian Mellfors	13
4.4 SpaghettiOperan Regina och Hans Ramberg	13
5 Empiri - redovisning av intervjuutsagor	14
5.1 Tema 1 – Organisation och arbetsfördelning	15
5.1.1 Vattnäs konsertladas organisation och arbetsfördelning	15
5.1.2 Operaimprovisatörernas organisation och arbetsfördelning	16
5.1.3 Kamraternas organisation och arbetsfördelning	17
5.1.4 SpaghettiOperans organisation och arbetsfördelning	19
5.2 Tema 2 - Kunskaper, färdigheter och lärdomsprocesser	20
5.2.1 Vattnäs konsertlada	20
5.2.2 Operaimprovisatörerna	21
5.2.4 SpaghettiOperan	23
5.3 Tema 3 – om begreppet kulturentreprenör	24
5.3.1 Vattnäs konsertlada	25
5.3.2 Operaimprovisatörerna	25
5.3.3 Kamraterna	26
5.3.4 SpaghettiOperan	27
6 Introduktion till det kulturella fältet och kulturella och kreativa näringar	27
6.1 Den svenska kulturpolitiken	28

6.2 Operakonsten som en del av den nationella kulturpolitiken	29
6.3 Kulturella och kreativa näringar	30
6.4 Institutionella logiker	31
6.5 Institutionella logiker inom kulturella och kreativa näringar	32
7 Entreprenörskapsforskning	34
7.1 Egenskapsperspektiv och beteendeperspektiv	35
7.2 Ett socialkonstruktionistiskt perspektiv.....	36
7.3 Entreprenörskapets kontext och villkor.....	37
7.4 Entreprenörskapsforskning och Bourdieus ”Theory of Practice”	38
7.4.1 Fält	38
7.4.2 Kapital	39
7.4.3 Habitus	40
7.5 Tidigare forskning i kulturellt entreprenörskap och kulturföretagande	41
8 Analys och reflektion.....	44
8.1 Tema 1 - Organisationsformer och rollfördelningar.....	44
8.3 Tema 3 – attityder, tankar och åsikter om begreppet kulturentreprenör	48
8.4 Operaentreprenörer som delar av det kulturella och kulturpolitiska fältet.....	50
8.5 Institutionella logiker och operaentreprenörerna	51
8.6 Kulturentreprenörer och Bourdieus ”Theory of Practice”	53
8.7 Operaentreprenörer och tidigare forskning i kulturellt entreprenörskap	55
9 Slutsatser	57
10 Framtida forskning och diskussion.....	58
11 Epilog.....	59
Litteraturförteckning.....	61
Muntliga källor	62
Digitala källor	62
Bilaga 1	
Bilaga 2	
Bilaga 3	

1. Inledning

Vi älskar att höra historier om framgångsrika entreprenörer som startat med två tomma händer och byggt upp blomstrande affärsimperier eller konstnärer som mot alla odds skapat konstverk som ingen kunnat drömma om. Entreprenörer beundras för sin förmåga att se möjligheter där andra bara ser motstånd och hinder. Denna kreativitet och driftighet kan leda till att man smäller upp ett operahus på en sjöstrand i den lilla avkroken Vattnäs by i Dalarna. Eller att man råkar skapa en ny konstform som operaimprovisation, där klassiskt utbildade operasångare fritt jamar fram en ny aria i Mozart eller Verdi-stil mitt under pågående föreställning. De kulturella entreprenörerna inom operaområdet är många och i denna uppsats studeras begreppet kulturella entreprenörer närmare i en operakontext.

2. Bakgrund

De kulturella och kreativa näringarna har fått allt större fokus de senaste 20 åren och idag är ca tio procent av de små och medelstora företagen i Sverige verksamma inom branscher som räknas till detta fält enligt en rapport från Tillväxtverket (2017, s. 11, 14). Hit hör branscher som det audiovisuella, arkitektur, bild och form, kulturarv, litteratur och press, litterärt och konstnärligt skapande, mode, reklam och sist men inte minst scenkonsten som är den största av dessa. Ovannämnda rapport visar att en anmärkningsvärt stor del av företagen inom branschen består av enmansföretag med noll anställda. Företagaranda och entreprenörskap är något som uppmuntras och ses som en naturlig del av en tidstypisk strukturomvandling där allt fler jobbar som egenföretagare, frilansare och konsulter (a.a.).

Begreppet entreprenörskap kan enligt forskarna Lars Lindqvist och David Calås (2018, s. 9-10) kopplas samman med upptäckt och strävan efter att hitta nya affärsmöjligheter genom att ta kalkylerade risker som genererar vinst. En entreprenör fungerar som en katalysator som får till stånd förändringar och framsteg och som förknippas med företagsamhet. Inom kultursektorn kan den ökande entreprenöriella verksamheten ses som en effekt av krympande bidrag och ett växande intresse från förenings- och näringsliv enligt ovannämnda forskare. Entreprenören och konstnären tillskrivs ett flertal gemensamma drag där de kreativa förmågorna kommer till

uttryck, som förmågan att förutse utvecklingen i tanke och praktik, att bryta normer och se det möjliga och att sätta igång något nytt (a.a).

Kulturellt entreprenörskap kännetecknas enligt Michael Scott (2012, s 238, 241-242) av att det är en social praktik som initialt opererar utan ekonomiskt kapital och istället använder sig av alternativa former av kapital som socialt, kulturellt och symboliskt kapital för att skapa karriärer och verksamheter inom kulturella fält. Emma Stenström (2008, s. 24, 34) menar dock att modeller och metoder från näringslivet i allt högre grad fått betydelse för hur kulturella och konstnärliga institutioner styr sin verksamhet. Denna ekonomisering av kulturen innehåller i sig ett spänningsfält där den kreativa, skapande, kaosartade, irrationella konsten och kulturen möter den analytiska, strukturerade och vinstdrivande företagsverksamheten. Inom kulturbranschen och det kulturella fältet har det länge varit problematiskt att tala om ekonomisk lönsamhet, eftersom det av tradition har varit viktigast att skapa ett konstnärligt värde.

Som en del av det kulturella fältet och scenkonstbranschen har konstformen opera beskrivits som ett sceniskt utformat drama, förknippat med en västerländsk konstmusiktradition (det vi brukar kalla klassisk musik), där det ingår sång med klassiskt skolade röster, symfoniorkester, kör, sångsolister, ibland även dansare, fullt teatermaskineri med belysning, dekor, scenografi, rekvisita, smink, och numera även multimedia (Wikipedia, 2019). Traditionellt sett krävs det således stora ekonomiska och personella resurser för att driva denna typ av verksamhet och det är inte bara att bestämma sig för att nu startar vi ett operahus eller ett operakompani.

Ändå hittar vi ett flertal aktörer i Sverige som med stort engagemang och konstnärliga visioner har lyckats starta upp och etablera nya operaverksamheter på olika orter runt om i Sverige; Opera på Skäret, Skånska Operan, Vattnäs konsertlada, Smålandsoperan, Höga kusten Opera, Kamraterna, Operaimprovisatörerna, Piteå kammar- och kyrkoopera för att bara nämna några exempel. Det verkar alltså bubbla och sjuda av kreativa viljor och entreprenöriella krafter lite varstans i Sverige, vilket också vittnar om att de kreativa och kulturella näringarna är en livskraftig sektor med stor tillväxtpotential på både samhällelig och politisk nivå (Stenström, 2008, s. 9-10).

2.1 Problemdiskussion

Mot bakgrund av en tilltagande ekonomisering av både konstnärliga och kulturella fält, där minskande bidrag och krav på att konst och kultur ska vara självfinansierade i allt högre grad sätter sin prägel på fältets verksamhet, är det rimligt att anta att ekonomiska hänsyn får allt större betydelse (Stenström, 2008). Kulturentreprenörer är ofta driftiga personer med bakgrund i ett visst konstnärligt område med ambitioner att skapa en verksamhet med ett konstnärligt värde. Utmaningarna som möter dessa personer är att det är svårt att få verksamheten att gå runt ekonomiskt och att kostnaderna för att etablera en ny verksamhet kan vara höga. För att kunna få kulturbidrag måste den nya verksamheten harmoniera med de rådande kulturpolitiska målen och gärna tillföra regionen attraktionskraft och arbetstillfällen (Tomson, 2016).

Kulturentreprenörer är själva ofta mycket professionella konstnärer med stor kompetens i sitt eget konstnärliga fält. Men för att skapa en ny verksamhet som kan överleva på sikt tycks det idag krävas att man också har kompetenser inom områden som betecknas som ekonomiska som till exempel marknadsföring och produktutveckling. Entreprenörskap uppmuntras också av myndigheter och samhället i stort och det finns ett flertal stödåtgärder som ska hjälpa enskilda att starta eget. Det talas till och med om konstnärer som ofrivilliga entreprenörer som hos David Karlsson och Lotta Lekvall (2002), eftersom det är denna grupp som går i bränschen eller kanske tvingats gå i bränschen för utvecklingen av enmansföretag.

Idag förutsätts det allt mer att man som konstnär och kulturskapare ska vara sitt eget varumärke och driva sin konstnärliga verksamhet som ett företag och gärna ha egen firma hävdar Karlsson och Lekvall (2002, s. 8-9). De fasta anställningarna vid institutionerna blir allt färre konstaterar biträdande operachefen Klas Sjöblom (muntl. utsaga 2018-03-16) vid Kungliga Operan i Stockholm. Många sångare inom kulturbranschen arbetar som projektanställda och visstidsanställda. I den offentliga statliga utredningen SOU 2018:23 *Konstnär oavsett villkor?* konstateras att de fasta anställningarna har minskat och att uppdragen ofta kommer i kortare projektform.

Med detta följer att konstnären/artisten måste klara av att hantera dubbla system och dels behärska ett konstnärligt kunnande, dels ett praktiskt-ekonomiskt kunnande som man inte brukar förknippa med konstnärliga personer. Byråkrater och ekonomer brukar ses som tråkiga och fyrkantiga, medan konstnärer etiketteras bohemer och drömmare. Trots detta verkar det

som att många konstnärer och kulturutövare lyckas navigera mellan konstnärliga ambitioner och praktisk-ekonomiska krav (Karlsson & Lekvall, 2002).

Eftersom jag själv har varit verksam som operasångerska och kulturentreprenör med egenproducerade produktioner och föreställningar, har jag kommit att intressera mig för begreppet kulturellt entreprenörskap, vad konstnärer och kulturutövare själva lägger för innebörder i begreppet och hur man som konstnär förhåller sig till entreprenörskap som idag hyllas som en önskvärd egenskap. Jag vill därför undersöka vad det är som pågår bland verksamma kulturentreprenörer inom fältet opera och hur dessa entreprenörer själva ser på begreppet inom ett fält där det kan vara mycket svårt att tjäna pengar på sin verksamhet.

2.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att undersöka begreppet kulturellt entreprenörskap och vilka betydelser och innebörder de kulturella entreprenörerna inom fältet opera själva lägger in i begreppet. För att uppfylla syftet kommer jag att låta mig vägledas av följande frågeställningar:

Vilka olika typer av kunskaper och färdigheter bedömer kulturentreprenörer inom fältet opera att en framgångsrik verksamhet förutsätter samt vilka lärdomar har de dragit under sin verksamhetsperiod?

Hur väljer kulturentreprenörerna att organisera sig, det vill säga vilka organisationsformer föredras av entreprenörer verksamma inom fältet opera?

Vilka attityder, tankar och känslor väcker begreppet kulturellt entreprenörskap hos kulturentreprenörerna inom fältet opera?

Ovanstående frågeställningar kommer att utgöra grunden för en tematisk genomgång av mitt forskningsmaterial.

2.3 Disposition och avgränsning

Efter denna inledande del med bakgrund, syfte och frågeställningar följer ett metodkapitel där jag redogör för hur jag har gått tillväga i min studie. Därefter följer en presentation av de utvalda

fallen och intervjupersonerna innan jag går vidare med redovisning av de intervjuutsagor som utgör mitt forskningsmaterial. Jag fortsätter sedan med en översiktlig introduktion till det kulturella fältet och kulturella och kreativa näringar där jag sätter in operakonsten i detta sammanhang. Här behandlas även institutionella logiker. Den efterföljande teoretiska kapitlet fokuserar på entreprenörskapsforskning och efter detta går jag vidare med en analys och reflektion. I den avslutande delen sammanfattas uppsatsen med slutsatser, framtida forskning och diskussion.

I denna uppsats fokuserar jag på etablerade verksamheter och har inte någon nystartad verksamhet i urvalet. Jag kommer inte att ta upp andra former av entreprenörskap som socialt entreprenörskap eller samhälleligt entreprenörskap trots att likheterna är många. Min studie begränsas till svenska förhållanden om kulturområdet opera.

3. Metodisk ansats och forskningsstrategi

Eftersom jag har relativt god förförståelse om det kulturella fältet opera och själv varit verksam som frilansande operasångerska och projektlett egna produktioner har jag valt en forskningsansats som har inspirerats av grundad teori. Jag studerar fyra verksamheter inom operafältet; Vattnäs konsertlada, Operaimprovisatörerna, Kamraterna och den numera nedlagda SpaghettiOperan Regina. För att samla in data kommer jag att använda mig av intervjuer med efterföljande innehållsanalys på det transkriberade intervjumaterialet.

Att använda sig av fallstudier med möjlighet till täta beskrivningar tillhandahållna av intervjupersonerna, är enligt Denscombe (2018, s. 22-23) en relevant och ofta använd metod för att kunna förstå komplexa förhållanden inom en viss social kontext. Eftersom jag vill få en fördjupad förståelse för kulturentreprenörskap som fenomen väljer jag en kvalitativ ansats på min forskningsstrategi, där jag hoppas att mina utvalda intervjupersoner ska kunna bidra med perspektiv och kunskap inom ämnet.

3.1 Grundad teori

Jag har valt att förhålla mig till min studie som en slags konstnärlig process, där jag inte i förväg bestämde vad uppsatsen slutliga syfte skulle vara. Min utgångspunkt var att ämnet är "kulturellt entreprenörskap". Jag har använt en kvalitativ metod där jag med hjälp av fyra intervjuer av personer från fyra olika operaverksamheter närmar mig mitt forskningsområde. En respondent per verksamhet intervjuas, förutom i fallet Kamraterna där två respondenter intervjuas samtidigt. Mina intervjuer kan förhoppningsvis täcka in önskade teman, men ändå ha ett öppet förhållningssätt (Alvesson, 2011, s. 16-17). Denna ansats är i linje med det Denscombe (2018, s 22, 153) kallar grundad teori där forskaren försöker klargöra begrepp, producera nya teorier, utforska ett nytt ämne eller få nya insikter. Den empiriska forskningen i grundad teori föregår alltså teoribildningen, som får växa fram ur data. I denna process har jag betraktat intervjupersonerna som medkonstruktörer av kunskap (Alvesson, 2011 s. 79, 82).

I grundad teori analyserar man data och genererar teorier i en ständig process, där begrepp och teorier i en kontinuerlig process jämförs och testas mot data från fältet. Forskaren har alltså inte i förväg bestämt vad hen ska fokusera på, utan ger sig snarare ut på en upptäcktsresa, även om man har ett visst perspektiv, ett fokus eller en allmän fråga eller problem som man utgår ifrån (Denscombe, 2018, s 155). I mina intervjufrågor har jag försökt ha en öppen och bred ansats för att ringa in begreppet kulturellt entreprenörskap med ett flertal frågeställningar. Min avsikt har varit att fånga in så många dimensioner som möjligt av begreppet kulturellt entreprenörskap.

Efterhand som arbetet framskred har jag valt att avgränsa frågeställningarna för att inte arbetet skulle bli för omfattande inom ramen för en kandidatuppsats. Som framgår av frågeformuläret i Bilaga 1 har jag ett flertal perspektiv jag velat täcka, men när jag kommit en bit in i analysarbetet valde jag inte närmare gå in på frågor om vilka drivkrafter mina respondenter hade och den geografiska platsens betydelse. Respondenternas drivkrafter är visserligen intressanta, men närmar sig det psykologiska forskningsfältet, vilket ligger utanför mina huvudfrågor. Frågan om platsen för verksamheten är visserligen intressant, men jag hade bara en respondent som var verksam utanför huvudstadsregionen så jag bedömde mitt urval som för snävt för att få tillförlitliga resultat.

3.2 Urval

När man väljer fallstudier hoppas man kunna säga något generellt utifrån att man tittar på ett specifikt fall (Denscombe, 2018, s. 85-88). Urvalet jag gjort är en form av subjektivt urval där jag medvetet väljer verksamheter och personer inom det relativt begränsade urval av operaverksamheter i Sverige (Denscombe, 2018, s. 68, 157). Ett subjektivt urval fungerar bra när forskaren, som i mitt fall, redan har en viss kännedom om de människor och företeelser som ska studeras och där forskaren på goda grunder väljer ut intervjupersoner som kan bidra med kvalitativ information och värdefulla insikter.

Jag har valt att fokusera på verksamheter som kan betecknas som etablerade och varit verksamma åtminstone de tio senaste åren. Intervjupersonerna har alla varit med om att grunda verksamheten och kan på så sätt betraktas som entreprenörer. Tanken är att dessa intervjupersoner ska vara relevanta och representativa som informanter (Alvesson, 2011, s. 61 och Denscombe, 2018, 90-91). Både män och kvinnor är representerade, storstadsområde och region och en av verksamheterna är numera nerlagd. Med detta har jag försökt få ett urval som kan ge flera perspektiv trots att det endast rör sig om fyra olika fall. Även om materialet således är begränsat borde det vara möjligt att visa på generella drag och tendenser.

3.3 Intervjun som metod

Att samla in data via intervjuer har ibland setts som en mindre vetenskaplig metod och Alvesson (2011, s. 50-51) konstaterar att data från intervjusvar allmänt anses som konstruerade och tolkade. Trots detta ses ändå intervjuberättelser som en möjlig källa till ledtrådar till intervjupersonernas ”inre” (innebörder) och till sociala praktikers ”yttre” (fakta). Denscombe (2018, s. 267-268) påpekar att forskningsintervjuer bygger på självrapportering där intervjupersonen själv berättar vad hen gör, vad hen tror och vilka åsikter hen har. Han nämner vidare att det kan vara lämpligt att använda sig av intervjuer om det finns möjligheter att tala med erfarna och positionerade nyckelpersoner inom det aktuella fältet.

Vilka intervjusvar man får påverkas av aktuella erfarenheter, sinnesstämning, den situationsspecifika kontexten med lokal miljö och inte minst hela intervjusituationen som en specifik form av samtal och observation. Det är inte säkert att det är möjligt att komma åt ”sann”

kunskap genom att under 60 minuter fråga de intervjuade om en viss praktik, men med hjälp av väl underbyggda tolkningar och antaganden kan man som forskare förhålla sig till intervjusituationen som ett kunskapsproducerande möte, där intervjuutsagor kan bidra med intressant kunskap (Alvesson, 2018, s. 118, 136).

Jag har använt semistrukturerade intervjuer med teman och frågeställningar som anpassades efter intervjupersonen och situationen. De flesta intervjuerna gjordes med en person i taget, men det förekommer även en intervju med två personer. Detta ger en annan dynamik i intervjusituationen, vilket märks i hur respondenterna tillsammans resonerar sig fram till svaren på mina frågor, utvecklar och ifrågasätter den andres svar för att senare komma fram till ett nytt svar (För intervjuguide, se Bilaga 1). Data från intervjuer har kompletterats med information från respektive verksamhets hemsidor i presentationen av verksamheterna.

3.4 Genomförande av intervjuerna

I det inledande skedet av min forskningsprocess gjorde jag en pilotintervju för att få ett första intryck av forskningsområdet och testa intervjufrågorna. Jag valde därför att kontakta en möjlig intervjuperson som jag kände väl, vilket var operasångerskan Anna Larsson och en av grundarna till Vattnäs konsertlada. Anna har jag känt sedan 2008 då hon blev min sångpedagog under de närmaste fyra åren. Pilotintervjun gjordes med Anna i hennes privata studio i centrala Stockholm. Min bedömning var att frågorna fungerade väl och jag använde sedan samma intervjuguide till övriga respondenter.

Intervjuerna gjordes i de flesta fall med en person i taget, ansikte mot ansikte och ett flertal av de intervjuade personerna kände jag sedan tidigare. Detta beror på att jag själv har varit och fortfarande är verksam inom fältet opera, där de flesta antingen känner varandra eller känner till varandra. Denna omständighet har naturligtvis både för- och nackdelar. Jag har en stor förförståelse för ämnet, som kan vara till hjälp vid tolkandet av insamlad data och för att kunna ställa relevanta frågor. Å andra sidan är det svårare att vara förutsättningslös när man närmar sig sitt valda forskningsämne och svårare att få till en väl underbyggd objektiv tolkning.

Att jag känner några av de intervjuade personerna kan ha underlättat kontakten och personernas vilja att ställa upp på en intervju. Å andra sidan kommer deras svar och respons på frågor möjligen att påverkas av att vi känner varandra, samtidigt som det också kan innebära att svaren

är mera ärliga och ej tillrättalagda, eftersom de vet att jag är en del av fältet och delvis också känner till deras verksamhet. Att forskaren har en större roll i konstruktionen av data är vanligt förekommande inom kvalitativ forskning (Denscombe, 2018, s. 25). Forskaren blir på så sätt den viktigaste "mätutrustningen" där hans eller hennes bakgrund, värderingar, identitet och övertygelse spelar stor roll för hur data samlas in och analyseras.

Som jag ser det är den stora risken med min förförståelse och det faktum att jag delvis känner intervjupersonerna att jag kan ha svårt att distansera mig både från ämnet, intervjupersonerna och min egen förkunskap. Diskussioner med opponenter och handledare har höjt min medvetenhet om detta och jag har bemödat mig om att hålla distans till både respondenter och ämne. Jag lät det också gå tid mellan intervjuerna, transkriberingsarbetet och analysarbetet och upplevde att det var lättare att se utsagorna som vilken text som helst efter att det gått ett par veckor mellan transkribering och analysarbetet.

Intervjupersonerna kontaktades via mejl och fick veta vilka teman som skulle tas upp under intervjun. Vissa frågor, som jag bedömde kunde vara bra att få lite förberedelsetid inför, fick respondenterna ett par dagar i förväg. Det handlade om verksamhetens historia, viktiga eller kritiska händelser samt viktiga milstolpar under etableringen av verksamheten. Intervjuerna genomfördes på platser valda av respondenterna och spelades in efter tillåtelse. Allt material har transkriberats i sin helhet och jag lät det sedan passera ett par veckor innan jag tog itu med själva innehållsanalysen, för att skapa en större distans till materialet.

3.5 Innehållsanalys av intervjumaterialet

Innehållsanalys är enligt Bryman och Bell (2005, s 288) en forskningsteknik som innebär att man går igenom dokument och texter på ett systematiskt och replikerbart sätt utifrån kategorier som utformas i förväg och utifrån de forskningsfrågor som forskarna satt upp. I intervjumaterialet har jag inledningsvis lyft ut respondenternas beskrivning av sin verksamhet och sin koppling till fältet opera. Vid behov har jag kompletterat med uppgifter från verksamheternas hemsidor.

Vid analysen har jag tematiskt arbetat mig igenom materialet och för det första letat efter utsagor som säger något om vilka kunskaper och färdigheter respondenterna behöver i sin verksamhet och vilka lärdomar de kunnat göra under tiden från uppstart till dagens situation.

För det andra har jag tagit fasta på utsagor som berättar om hur organisationen är uppbyggd, vilka organisationsformer som valts och om det funnits en arbets- eller rollfördelning i verksamheten mellan konstnärliga och andra uppgifter. Det tredje fokuset har varit att fånga upp tankar, åsikter och attityder om begreppet kulturentreprenörer, vilket också ibland har lett över till en diskussion om konstens och kulturens roll i förhållande till kulturpolitiken. I redovisningen av de utvalda citaten har jag tagit bort vissa drag som skulle försvåra läsförståelsen som talspråkliga upprepningar, utfyllnadsord och andra talspråkliga drag.

3.6 Etik, GDPR och metoddiskussion

Respondenterna har skriftligen informerats om studiens syfte och skriftliga samtycken har samlats in i enlighet med de riktlinjer angående den nya lagen om GDPR (trädde i kraft 2018-05-25) som Södertörns högskola tagit fram (Södertörns högskola, 2018). Innan intervjuerna inleddes bad jag om tillåtelse att spela in, vilket alla respondenter godkände. Samtliga respondenter har godkänt att framträda i uppsatsen med sina egna namn och med namnen på sina verksamheter. (För informationsbrev och samtyckesblankett se bilaga 2 och 3).

När det gäller studiens giltighet och trovärdighet utgår jag från att respondenterna efter bästa förmåga har svarat sanningsenligt på mina frågor. Även om antalet studerade fall bara är fyra bedömer jag det som att de resultat jag fått kan vara representativa för andra liknande operaverksamheter, eftersom dessa verkar inom samma organisatoriska fält och har liknande villkor för sin verksamhet.

Eftersom jag söker en förståelse för begreppen kulturentreprenörskap och kulturentreprenörer vill jag undersöka hur personer som kan betecknas som kulturentreprenörer själva förhåller sig till begreppet. Min utgångspunkt är därför att den mest tillförlitliga kunskapen om detta kommer från respondenterna själva, som får uttrycka i egna ord hur de ser på begreppet. För att inte studien bara ska säga något om respondenternas egna uppfattningar, har jag försökt ta reda på vad det egentligen är respondenterna gör i sin verksamhet och kopplat detta till de frågor som berör kunskaper, färdigheter och lärdomar. Handlingarna som utförs och arbetet som fördelas är väsentligt för att få en mera objektiv kunskap om ämnet.

För att få den fördjupade förståelse jag är ute efter är en kvalitativ ansats bättre i det här fallet. Hade jag utformat till exempel en enkät som i en kvantitativ studie hade det varit svårt att få de mångfacetterade och rika beskrivningar som en intervju kan ge, förutom att jag hade behövt ha

ett mycket större urval. Även om jag försökt ha en förutsättningslös ansats är jag medveten om att min förförståelse för ämnet kan ha påverkat frågeställningar och intervjufrågor, men detta har jag försökt medvetandegöra och motverka i diskussioner med handledare och opponenter.

4 Presentation av undersökta verksamheter och entreprenörer

Nedan presenteras de fyra olika operaverksamheterna och de intervjupersoner jag har intervjuat. Här redogörs kort för verksamheternas och grundarnas bakgrund, verksamhetsidé, organisationsform och ifall verksamheten fått offentliga bidrag. Informationen kommer från intervjuerna och respondenterna och vid behov har jag kompletterat med bakgrundsinformation från respektive verksamhets hemsidor.

Vattnäs konsertladas grundare är makarna Anna Larsson och Göran Eliasson och intervjun gjordes med Anna Larsson. Gruppen Operaimprovisatörerna representeras i intervjun av Mette af Klint som är en av grundarna. Gruppen Kamraterna grundades av tre personer och representeras i intervjun Dan Turdén och Maximilian Mellfors. Den tredje grundaren är ej längre aktiv i verksamheten. Den numera nedlagda SpaghettioOperan drevs av makarna Charlotta Huldt-Ramberg och Hans Ramberg och intervjun gjordes med Hans Ramberg. Studien omfattar således fyra verksamheter med fyra intervjutillfällen, men i Kamraternas fall intervjuades Dan och Maximilian vid samtidigt. Respondenterna är därför fem till antalet.

4.1 Vattnäs konsertlada och Anna Larsson

Anna Larsson berättar att hon och hennes make Göran Eliasson köpte en gård i hennes pappas hemby Vattnäs i Dalarna 2004. På tomten stod en gammal lada som makarna tänkte kunde användas som en anspråkslös konsert- och undervisningslokal. Men en lokal byggare uppmanade makarna att bygga nytt i stället för att få ett bättre hus och ett bättre läge neråt sjön.

Sedan sitt första verksamhetsår har Vattnäs konsertlada producerat ett flertal nyskrivna svenska operor där paret Larsson-Eliasson tillsammans driver och leder den konstnärliga verksamheten samtidigt som de också själva medverkar som sångare. Konsertladan rymmer 300 personer och uppfördes år 2011. Den första operaproduktionen spelades år 2012 och Vattnäspubliken har

sedan dess bjudits på ett flertal urpremiärer och konserter varje sommar (Vattnäs konsertlada, 2019).

Anna är en operasångerska och tillika hovsångerska med världskarriär och hon berättar att hon tillbringar halva tiden av året utomlands där hon sjunger på prestigefyllda konsert- och operascener. Maken Göran är även han verksam som operasångare, sånglärare och tillsammans har de även drivit artistagenturen Eliasson Artists framkommer det under intervjun.

Verksamheten drivs av stiftelsen Vattnäs konsertlada i samarbete med en ideell vänförening och har fått understöd av Mora kommun, Landstinget, Statens kulturråd, Postkodlotteriets kulturstiftelse samt privata finansiärer som Barbara Osher och Anders Wall stiftelse. Makarna är styrelsemedlemmar både i stiftelsen och vänföreningen uppger Anna i intervjun.

4.2 Operaimprovisatörerna och Mette af Klint

Operaimprovisatörerna är en fri grupp som startades 2007 och Mette af Klint var med från början. Hon berättar att idén kom från pianisten Gregor Bergman som kontaktade några nyutexaminerade operasångare och frågade om de ville testa en idé om att improvisera opera under samma förutsättningar som man improviserar teater. I början bestod gruppen av nio sångare och en pianist, men av olika anledningar valde några att gå vidare med andra saker i livet och sedan sex sju år tillbaka har gruppen hittat sin nuvarande form med sex sångare och en pianist.

Gruppen har valt att gå från att vara en showgrupp till att bli en seriös konstnärlig fri grupp som utforskar operaimprovisation som konstform i samarbete med operahus och symfoniorkestrar säger Mette. Operaimprovisatörerna är en av få grupper i världen som ägnar sig åt improviserad opera på professionell nivå. I gruppens verksamhet ingår egenproducerade föreställningar, workshops, kurser och samarbete med Skapande Skola. Oftast spelas föreställningarna på turné och i nuläget har gruppen tre aktuella föreställningar (Operaimprovisatörerna, u.å). Gruppen drivs som en ekonomisk förening och har fått bidrag av Stockholms stad, Stockholms läns landsting, Statens kulturråd, Region Skåne samt privata stiftelser som Helge Axel Johnson uppger Mette.

Intervjun med Mette gjordes på café Sturekatten i centrala Stockholm där hon berättar att hon är utbildad operasångerska från Operahögskolan i Stockholm. Hon är ingift i familjen af Klint

och har producerat en mycket uppmärksammad opera om konstnärinnan Hilma af Klint utöver sitt engagemang i Operaimprovisatörerna.

4.3 Kamraterna - Dan Turdén och Maximilian Mellfors

Dan Turdén berättar att Kamraterna bildades av honom, hans dåvarande sambo Monika (efternamn uppgavs ej) samt vännen Maximilian Mellfors. Alla var nyutexaminerade skådespelare och ville göra något tillsammans. Den tändande gnistan var när Dan hade sett en, i sitt eget tycke, dålig föreställning på Stadsteatern i Göteborg. De tre kamraterna skulle säkert kunna göra något bättre tillsammans var tanken. Gruppen etablerade sig i hemstaden Norrköping och spelade teater i stadens gamla Brunnssalong under tre år innan man valde att flytta verksamheten till Stockholm och började producera opera från och med 2011. Tanken att producera opera hade Dan fått redan 2009 efter en statistmedverkan på Göteborgsoperan då han enligt egen utsago blev "*fullständigt bergtagen*". Han beskriver sig som en operanörd som gärna lyssnar och ser operaföreställningar

På Kamraternas hemsida kan man läsa att gruppen ser sig som ett komplement till de stora institutionerna genom att i mindre skala, men med stor övertygelse utmana och utveckla operan vad gäller form, aktualitet och arbetsmetoder (Kamraterna, u.å). Man har ingen fast hemmascen även om man under många år spelat på Årsta teater. Verksamheten har drivits som en ideell förening och har fått stöd av Stockholms stad, Statens kulturråd, Musikverket, Konstnärsnämnden, Landstinget, Norrköpings kommun samt den privata stiftelsen Helge Axel Johnsson.

Intervjun med Kamraterna gjordes på deras kontor i Vasastan i Stockholm. Jag kände till deras verksamhet och hade varit på ett par av deras föreställningar, men var inte bekant med någon av grundarna sedan tidigare.

4.4 SpaghettiOperan Regina och Hans Ramberg

SpaghettiOperan Regina är numera nerlagd sedan 2012, men drevs i ca 15 år av Hans Ramberg och hans dåvarande hustru Charlotta Huldt-Ramberg. Verksamheten drevs som ett aktiebolag utan offentliga bidrag, även om man upprepade gånger sökte om ekonomiskt stöd uppger Hans.

Om bakgrunden till SpaghettiOperan berättar Hans att konceptet ursprungligen kom från Umeå och det nya operahuset Norrlandsoperan som stod klart 1994. Det fanns då inga pengar till verksamhet, utan man beslöt att göra en budgetföreställning med fyra sångare och en pianist som gjorde en sceniskt komponerad kavalkad som ett resande teatersällskap. Tanken var att åka runt i Norrland för att nå en publik som annars inte gick på opera. Konceptet var att det skulle ingå en middag som man då köpte från närbelägna pizzerior vid de olika spelplatserna, vilket gav upphov till namnet SpaghettiOperan. Föreställningarna spelades både på scen och ute bland borden med publiken som levande scenografi, men "*inget djupare innehåll*" som Hans säger.

Efter avslutad turné tyckte Hans hustru, som medverkat som sångare i projektet, att detta borde tas ner till Stockholm. Paret gjorde slag i saken och tog ner föreställningskonceptet för ett gästspel på Södra teatern i Stockholm. Efter en succéartad höstsäsong på Södra teatern fick paret enligt Hans "*blodad tand och hybris*". Eftersom Södra teatern redan var uthyrd fick man leta efter en annan lokal och i samma veva lades Reginateatern ut till försäljning av Kulturama, som bedrivit verksamhet i lokalerna. Med banklån som finansiering fick paret Huldt-Ramberg köpa Reginateatern och iordningsställde den för sina egna behov.

Hans är i grunden jurist och ekonom, men har i övrigt många strängar på sin lyra. Han är också servitör, bartender, har en grundläggande kockutbildning med en bakgrund inom restaurang, nöjen, media och studentliv. Från det militära har han titeln kvartermästare som innebär ansvar för mat, dryck, och sjukvård. Hans är numera knuten till Södertörns högskola som adjunkt inom institutionen för samhällsvetenskaper och jag hade träffat honom en gång tidigare innan den aktuella intervjun. Jag förväntade mig att han skulle komma med ett intressant och annorlunda perspektiv i och med att han hade erfarenhet av en nerlagd verksamhet. Intervjun med Hans gjordes på café Sturekatten i Stockholm.

5 Empiri - redovisning av intervjuutsagor

I detta kapitel kommer jag att tematiskt gå igenom utsagor i mitt intervjumaterial där jag har tre huvudteman som riktlinjer för hur jag har bearbetat materialet. Det första temat handlar om *organisationsform samt roll- och arbetsfördelning inom organisationen*. Det andra temat handlar om *kunskaper och färdigheter* som respondenterna uppgett som viktiga samt *lärdomar*

och insikter som de gjort under sin verksamhetstid. Ett tredje tema handlar om tankar, åsikter och attityder kring begreppet kulturentreprenör och kulturentreprenörskap.

5.1 Tema 1 – Organisation och arbetsfördelning

Inom detta tema har jag i mitt material letat efter utsagor som säger något om hur verksamheten är organiserad och varför man har valt en viss organisationsform. Jag har också försökt reda ut hur de olika konstnärliga och administrativa uppgifterna i verksamheten har fördelats bland gruppens medlemmar.

5.1.1 Vattnäs konsertladas organisation och arbetsfördelning

Vattnäs konsertlada är organiserad i form av en stiftelse och en ideell vänförening (Vattnäs konsertlada, 2019). En stiftelse är enligt Skatteverkets definition en juridisk person som inte har några ägare eller medlemmar, men däremot en styrelse. Stiftelsens verksamhet styrs av ett stiftelseförordnande som anger hur dess medel och förmögenhet ska användas och vem eller vilka som är förmånstagare (Skatteverket, u.å). En ideell förening är en sammanslutning av personer som förenas av gemensamma intressen och idéer och som kan ha ett ideellt ändamål, bedriva ideell verksamhet eller båda delarna (Wikipedia, 2019).

Anna och Göran är ledarna och drivande för verksamheten vid Vattnäs konsertlada och de sitter med i båda styrelserna. På organisationens hemsida anges Göran som VD och Anna som konstnärlig ledare (Vattnäs konsertlada, 2019). För att inte riskera sin privata ekonomi beslöt Anna och Göran att stifta en stiftelse, dvs Stiftelsen Vattnäs konsertlada. För att göra detta fick de lägga in eget privat kapital i stiftelsen, men efter att stiftelsen stiftats och blivit godkänd av Landstinget så äger inte Anna och Göran längre dessa medel, utan stiftelsen äger sig själv. Anna menar att det är många fördelar med en stiftelse, dels kan man söka bidrag, dels är det en säkrare form av förening som ger Anna och Göran bättre kontroll över verksamheten.

Vändeföreningen har i sin tur många funktioner som att bredda publiken, hjälpa till med praktiska saker och utöka nätverket. Anna menar att olika kompetenser samlas i vändeföreningen och hon lyfter särskilt medlemmar med presskontakter. Däremot framhåller Anna det som viktigt att sitta med i både styrelsen för stiftelsen och vändeföreningen för att inte tappa kontrollen över verksamheten:

Vi måste vara med för att annars riskerar man att hela projektet kidnappas. Att det blir att producenten och vänföreningen blir två olika aktörer som båda tycker att de arrangerar. (AL)

Både Anna och Göran medverkar som operasångare och artister i de operaprojekt som sätts upp i Vattnäs. Båda makarna är med och projektleder produktionerna och fungerar båda som konstnärliga ledare. De tänker ut och formulerar projekten, rekryterar personal, sköter castingarbetet, sitter i produktionsmöten och leder arbetet.

Vi kontakter alla som vi vill jobba med och bestämmer vilka som ska vara med och vad som ska göras och i princip på vilket sätt.[..]jag tror att det också är viktigt att man tänker att man ska förnya sig. Att man inte ska ha samma kille eller samma tjej varje år. (AL)

Olika konstnärliga idéer prövas i samverkan med övrig konstnärlig och teknisk personal. Ibland får man backa på sina idéer av säkerhetsskäl eller av ekonomiska skäl. Om makarnas arbetsfördelning berättar Anna:

Jag (Anna) skriver, är ganska bra på att skriva, Göran är väldigt bra på att räkna så att vi gör ansökningarna under året och sen så kan vi anställa någon på halvtid och då blir det ju heltid under veckan eller två veckor kanske på slutet där. (AL)

5.1.2 Operaimprovisatörernas organisation och arbetsfördelning

Som fri grupp har Operaimprovisatörerna varit tvungna att söka sig fram till en fungerande arbetsform och organisationsform. Efter det första halvåret från start började Mette producera allt mer i gruppen och tog så småningom över den uppgiften och i och med detta mer och mer av ledarrollen. Gruppen har också gjort ett medvetet val att inte vara för kommersiell, utan att satsa på en seriös konstnärlig verksamhet berättar Mette:

Vi märkte också att vi inte togs på allvar i operasverige när vi blev för mycket den showgruppen, då var det mycket lättare att avfärda oss som en, ja det är dom där som inte får några andra operajobb och som håller på och showar lite. (MaK)

Mette berättar att gruppen tills för ett halvt år sedan verkat som en ideell förening, men att man nu övergått till att vara en ekonomisk förening. Skillnaden mellan en ideell förening och en ekonomisk förening är att en ekonomisk förening har syftet att arbeta för sina medlemmars ekonomiska intressen genom en ekonomiskt inriktad verksamhet (Skatteverket, u.å). Att gruppen började tjäna pengar har betytt mycket för den ändrade kursen från ideell förening mot ekonomisk förening berättar Mette.

Vi fungerar mer som ett företag helt enkelt och det kanske man inte ska säga officiellt men vi var lite rädda för vad Skattemyndigheten skulle tycka om oss om dom började granska oss. (MaK)

Operaimprovisatörerna fakturerar för sina uppdrag och medlemmarna får i sin tur fakturera den ekonomiska föreningen. Systemet bygger således på att alla medlemmar har en egen enskild firma eller att de anlitar ett tjänstebolag som fakturerar föreningen. Enligt Mette blir det mindre administration för den som ska betala ut löner. Hon uppger att gruppens medlemmar kan lyfta mellan 20 och 30% av sin totala inkomst från verksamheten. Det är ett sammansvetsat gäng som alla är aktiva medlemmar i den ekonomiska föreningen. Att ta in en ny medlem vid sjukdom eller andra förhinder är svårt tycker Mette:

Det innebär ju alltid väldigt mycket jobb att ta in en till och dom gånger vi har gjort det så kantrar nästan gruppen. [...] det tar mellan två och tre år innan man får en fullt fungerande medlem som man inte måste ta hand om i föreställningssituation.(MaK)

Alla i gruppen måste ha andra uppgifter utöver de konstnärliga och när jag frågar om arbetsfördelningen berättar Mette att just arbetsfördelningen är en ständig källa till diskussion. Jag frågar också om det utgår mera lön till den som också utför administrativt arbete, vilket inte är fallet.

[...]ständigt bråk om rättvisa och orättvisa och vem som gör vad och hur mycket och så där. Men överlag så måste jag tråkigt erkänna att kvinnorna i princip gör allt och männen inte gör något [...] i vår grupp är vi tre kvinnor och vi har drivit gruppen i princip själva då tre fyra sista åren.(MaK)

Mette menar också att kvinnorna i gruppen rent generellt har haft mer erfarenhet av administrativt arbete i ideella föreningar och att männen inte behövt sätta sig in i dessa arbetsuppgifter. Det är enklare att göra jobbet själv än att lära upp någon. Mettes sammanfattar sina egna uppgifter som producent och ledare för gruppen med att hon fördelar uppdragen bland medlemmarna och försöker få gruppen att jobba mot samma visioner och mål.

5.1.3 Kamraternas organisation och arbetsfördelning

Just nu är gruppen i en uppbyggnadsfas där man är på väg att bli en mer fast institution och måste se över hur man organiserar sig. Gruppen har fått ett så pass stort verksamhetsbidrag från Kulturrådet att man kunnat anställa en producent på heltid på ett år för att "*fixa kontinuitet i verksamheten*" och göra minst två produktioner per år istället för en produktion varje sommar. Producenten gör det som styrelsen hittills gjort ideellt, men man är fortfarande en ideell förening. Dan berättar vidare att man just nu håller på och ser över stadgarna för att se hur man ska hantera föreningsbiten. Eftersom verksamheten står och faller med de bidrag som beviljas ser man bildandet av aktiebolag som en omöjlig väg att gå. Det vore att "*skjuta sig i foten, för då säger man också nej till vissa potentiella bidragsgivare*" säger Dan.

De sista åren har handlat om att föra över Kamraterna från att vara den här oerhört projektinriktade gruppen till att bli mer av en verksamhet med rutiner med tydligare arbetsgivaransvar. (DT)

Gruppen Kamraterna började som ett kompisprojekt med teaterverksamhet i Norrköping och dessa tre första år ser Maximilian som en lärotid. I början gjorde alla allt från marknadsföring till regi till att stå på scenen och sätta ljus

Vi var så pass osäkra på det här så att vi så här ja men vi börjar i superliten skala, liksom på landsorten så här då kan vi i lugn och ro misslyckas. (MM)

I och med att verksamheten fick en inriktning mot opera övergick Maximilian till att producera, sköta marknadsföring, fotografering och grafiskt arbete. Dan hade då lämnat skådespeleriet och övergått till att regissera och blev så småningom Kamraternas konstnärliga ledare.

Och sen i flytten till Stockholm så blev ju också Dan Kamraternas konstnärliga ledare, för det var ju så uppenbart vem som hade idéerna, vem som hade en vision. (MM)

Dan har sedan starten fungerat som föreningens ordförande. Föreningens kassör har haft hand om löneadministration, fakturor och arbetsgivarintyg. Birgitta Prejborn har fungerat som sekreterare och kommit fram med pjäsförslag, medan den nyanställda producenten har producent- och marknadsföringsansvar. Dan ser det som problematiskt att han både varit ordförande för föreningen samtidigt som han varit konstnärlig ledare.

Jag ansvarar för att vi har en konstnärligt hållbar plan för kommande året eller för tre år framåt och i samarbete med producenten så implementerar vi den och sen är det upp till styrelsen om vi ska köra på planen eller inte.[..]inte riktigt smart att jag sitter på båda stolarna av att vara ordförande och dessutom har den totala makten över den här planen då, så att det ska vi ju ändra nu. (DT)

I och med att gruppen nu går in i en fastare organisation uttrycker både Dan och Maximilian en önskan och en förhoppning om att man ska kunna ta med sig något av de positiva fördelarna med en öppen och kamratlig organisation med platt hierarki där många ges inflytande.

..handlar om att försöka ta med sig den vänliga delen av den organisationstypen men ändå så att säga faktiskt förstå att nu har vi kommit till en sådan plats där vi inte bara kan sälja eller köpa in oss med att det ska vara kul. (DT)

[..]men shit alltså det är klart att någonting kommer ju naturligtvis att gå förlorat i det här så är det ju, men det kommer bli någonting annat kommer bli ännu bättre. (MM)

När det gäller personalrekrytering har gruppen för första gången i år anordnat provsjungningar. Tidigare har man mest anställt folk man känner eller blivit rekommenderad. Maximilian pekar

också på att det kan vara bra för den konstnärliga förnyelsen med samarbeten och att rekrytera genom provsjungningar.

Det som är viktigt med att få samarbeten till stånd för annars så riskerar ju alla föreställningar att se likadana ut om du missförstår mig rätt nu. (MM)

5.1.4 SpaghettiOperans organisation och arbetsfördelning

SpaghettiOperan har drivits som ett aktiebolag utan offentliga bidrag där Hans formellt var VD och ägare med ansvar för den administrativa delen av verksamheten. Hustrun Charlotta ansvarade för den konstnärliga sidan av verksamheten och man hade även en kökschef åren 1997-2014.

Vi har varit aktiebolag hela tiden, fast då hårt sanerat och tre rekonstruktioner och en 20-sidig utskrift på kreditupplysningen och den har varit tuff.[..]det var ju vi som var gemensamma ägare, hon hade ju del i teatern som giftorätts gods då, men det var jag som var ägare. Hon fick ju avslag på någon a-kasseansökan för att hon stod som styrelsesuppleant. (HR)

Med jämna mellanrum var verksamheten uppe på en nivå när den nästan gick runt, men då kom det alltid någon oförutsedd utgift och paret hade då ingen annan fallskärm än sig själva. Man gjorde också flera försök att få offentlig finansiering berättar Hans:

Synd bara att vi inte fick den där bottenfinansieringen. Jag gjorde någon kalkyl att om vi hade fått 3-400.000 om året i bidrag så hade vi utan vidare klarat oss, då hade vi haft liksom just det där som snodde undan dom skarpa svängarna. (HR)

Jag frågar också Hans vad han tror är anledningen till att SpaghettiOperan inte beviljades bidrag, utöver att verksamheten bedrevs som ett aktiebolag och att den kunde betraktas som något mer kommersiell varpå han svarar:

Därför att vi inte ingick i kottieriet. Det finns ju aktiebolag som får bidrag, det är inte det största hindret här i världen, vi ingick inte i kottieriet. Tror jag. (HR)

När paret senare genomgick en separation fick man försöka ställa om verksamheten från att driva det som äkta par till en annan form. Att sälja verksamheten visade sig också vara problematiskt eftersom deras teaterlokal ägdes av Familjebostäder, vilket innebar krav på köparen att denne skulle driva kulturverksamhet samt klara av gängse kreditprövning. Hans berättar också att en nerläggning av verksamheten eller en konkurs hade varit förödande för hans privatekonomi, vilket också utgjorde ett hinder för en snabb försäljning.

En nedläggning eller konkurs hade drabbat mig personligen ganska hårt. Så det fanns ett ekorrhjul inbyggt i det här. För att lösa det så måste det snurra ett varv till. (HR)

Parets arbetsfördelning beskrivs av Hans som att hustrun Charlotta stod för det konstnärliga och satte ihop föreställningarna där hon också själv medverkade som sångerska. Hans själv stod för det administrativa där han hade hand om löneutbetalningar och annat kontorsarbete, men även layout på annonser, programblad och trycksaker men ibland kunde han även fungera som ljussättare och ljustekniker.

5.2 Tema 2 - Kunskaper, färdigheter och lärdomsprocesser

I det andra temat har jag sökt efter intervjuutsagor som säger något om vad respondenterna upplevt att de har behövt för kunskaper i sin verksamhet och vad de har fått lära sig på vägen. Jag har särskilt varit intresserad av kunskaper utöver de rent konstnärliga.

5.2.1 Vattnäs konsertlada

Det första Anna tar upp på min fråga om vad makarna behövt lära sig för att skapa en framgångsrik verksamhet är konsten att skriva bidragsansökningar. Som nummer två kommer konflikthantering, att som enskild konstnär lära sig samarbeta med andra aktörer och andra konstnärer, att i en sammansatt konstform som opera skapa sig en förståelse för alla ingående delar, att ha alla perspektiv med sig och inte bara sångarperspektivet. Det gäller att se det som pågår bakom scenen som en lika viktig del av produktionen som det som händer på scenen. Ta alla konflikter på en gång och vänta inte på att det ska lösa sig av sig själv är hennes råd. Opera är en kollektiv konstform och handlar mycket om samarbete och kollektiva processer. Anna poängterar vikten av att låta duktiga människor göra sin grej utan att man lägger sig i, att överlåta ansvaret och ha förtroende för andra människors kompetens:

Men sen gäller det ju också att låta scenograf och regissör och kostym och dom att få göra sitt jobb annars tycker inte dom det är roligt. Och sen blir det ju ofta att man tycker olika och det är väldigt bra för då kommer man ofta fram till något helt nytt som ingen av oss hade tänkt från början. (AL)

Arbetsscheman och strukturer är jätteviktiga konstaterar hon vidare. Den kunskap som finns uppbyggd i organisationen på ett operahus är inte bara byråkrati, utan en viktig organisatorisk kunskap som behövs för att verksamheten ska fungera på bästa sätt och för att det ska fungera för alla medarbetare, vilket också bygger på operakonsten som en kollektiv konstform:

Alla de här strukturerna man har på operahuset, vad genialt uppbyggda dom är, det är inte bara larv liksom att, alla måste ha schema. Det kan ju inte vara så att maskören plötsligt jaha bestämde

ni en timme senare men jag har satt upp sminktider här. Alla måste få all information. Det måste delas hela tiden, det är verkligen en del av respekten liksom. (AL)

Anna pekar vidare på vikten av att ha kontakter till pressen när man är en ny aktör. Marknadsföringen och att nå ut är särskilt viktigt innan man hunnit etablera sig och att man ska komma ihåg att redan från början räkna in sin egen lön i budgeten:

Det spelar ingen roll hur bra projekt man har om man inte har kontakter så får man ofta inte ut det. [...] Se till att du får lön först! Vi konstnärer ständigt bara sponsrar allting genom att ställa upp gratis själva. Jag tycker att man ska vara så bra på att räkna från början att man verkligen sätter in en post på projektledning och konstnärlig ledning. (AL)

Det mesta handlar om läroprocesser, att göra misstag och gå på nitar. Det hör till den konstnärliga processens natur och de misstag man lär sig av vill man inte vara utan menar Anna, även om det innebär ekonomiska förluster som gör att man måste göra avsättningar under flera år framöver för att jämna ut förlusten.

5.2.2 Operaimprovisatörerna

Utöver de arbetsuppgifter Mette nämner att hon brukar utföra så lyfter hon först och främst hur viktigt det är att kunna skriva bidragsansökningar, ställa upp en budget och skapa kontakter.

Det har jag också fått lära mig göra budgetar, veta hur man ska formulera sig i en ansökan. Det spelar ingen roll hur bra konstnärlig idé man har om man inte lyckas få dom som läser att förstå det.

Man behöver också vara bra på att marknadsföra sig och det handlar inte om att behöva lyfta fram sig själv utan gruppen och verksamheten, vilket kan kännas bekvämare än att framhäva sig själv personligen. Mette har också försökt inplantera detta i övriga gruppmedlemmar att det är allas ansvar att marknadsföra Operaimprovisatörerna. Hon vänder också på marknadsföringstänket till att handla om vad gruppen kan erbjuda en ny kontakt istället för att tänka vad man själv kan ha för nytta av kontakten.

Om jag kommer i nya sammanhang så ser jag alltid till att nämna Operaimprovisatörerna nästan var jag än är. [...] Och det har jag liksom försökt banka in i mina kollegor också att vi måste alltid ta kontakterna, alltid prata om den här gruppen. Vem sitter jag med vid den här middan, vad kan den människan behöva mig för? (MaK)

Mette berättar om en insikt som förvånat henne i det att hon upplevt att det varit lättare att få bidrag och stöd för operaprojektet om konstnärinnan Hilma af Klint, trots att det projektet enligt Mette själv inte var lika klockrent kulturpolitiskt som de projekt Operaimprovisatörerna har drivit. Att ha en tydlig egen konstnärlig idé utan inblandning av andra viljor, gör det lättare att

skriva en väl underbyggd bidragsansökan är hennes slutsats, trots att flera personer kan bidra med idéer. En annan viktig kunskap och som Mette ser som ett roligt konstnärligt arbete handlar om att sätta ihop ett väl fungerande konstnärligt team. Hon har också lärt sig med åren att det är viktigt att jobba ihop med människor man trivs med, viktigare än att jobba med de "rätta" människorna som kanske ger prestige. Hon menar att det är viktigt att välja rätt människor att samarbeta med, annars kan man åka på både ekonomiska och samarbetsmässiga problem.

Om jag sätter ihop dom här två människorna, då börjar deras hjärnor fungera bättre, om jag sätter ihop dom här två, näe, då kommer det inte att funka.[...] jag vet att han är bra, framför allt så vet jag att han är trevlig, det har jag märkt att är en väldigt väldigt väldigt viktig egenskap i det här som jag kanske inte var lika noga med förr liksom, utan är det nån som liksom har ett bra namn, nu skiter jag ganska mycket i det. (MaK)

Hon berättar vidare att hon "samlar" på personer som hon i framtiden skulle vilja samarbeta med och att hon har utvecklat en egen metod vid rekrytering där hon berättar om sina idéer för att se om personen verkar genuint intresserad innan den blir tillfrågad att vara med i projektet.

Jag droppar lite här och var, människor som jag tror skulle vara bra och ser hur dom reagerar. Och verkar dom intresserade så frågar jag om dom vill vara med och verkar dom så här lite halvt så skiter jag i att fråga. (MaK)

Mette förklarar att en stor lärdom har varit att inse när man ska släppa en idé och när man ska hålla fast vid sina idéer och inte göra avkall på sin konstnärliga integritet. Det kan handla om att också släppa in andra personer i den konstnärliga processen istället för att bevaka sitt eget revir och på så sätt få ett bra konstnärligt resultat. Mette funderar vidare på sin egen konstnärliga utveckling under åren och menar att hon inte längre lika lätt accepterar att de personer hon samarbetar med konstnärligt inte är öppna för en diskussion när det handlar om konstnärliga val. Mette nämner också att hon nu tycker sig ha en yrkeskunskap som producent som hon lärt sig på egen hand under åren och att hon nu kan ta uppdrag som producent för andra operaverksamheter. Hon har t.ex. jobbat som producent på Opera på Skäret. Slutligen ger hon sig själv och andra kulturentreprenörer ett råd om att våga säga nej till jobb även om man behöver pengarna. Det handlar också om hållbarhet och att orka fortsätta med sin konstnärliga verksamhet på längre sikt, att sätta gränser, att se till sina egna behov och ta hand om sig själv för att inte bränna ut sig.

man säger ja till dom projekt som kanske inte ger jättemycket pengar men som konstnärligt ger mig jättemycket.[..]Försök vara en schysst chef mot sig själv också, och inte bara mot dom andra liksom. Och det är klart man måste betala dom andra löner, det är andras löner först, men det är jätteviktigt att du också får kaffe. (MaK)

5.2.3 Kamraterna

När jag frågar om Dan och Maximilian om det finns något de har varit tvungna att lära sig under sin verksamma tar Dan upp konsten att skriva bidragsansökningar.

..ingenting som någon någonsin har berättat om hur man gör och vilket språk ska man använda, vad tittar dom på allt där. Just nu känner jag att jag har fått upp konditionen på det. Jag kan skriva ansökningar och jag förstår hur en budget funkar, det har jag tvingats lära mig. (DT)

Maximilian berättar att man i och med flytten till Stockholm 2010 hade uppfattningen att det var av avgörande betydelse att ha en egen lokal, ett eget hus, för att kunna bedriva sin verksamhet. Detta visade sig vara helt felaktigt:

Vi tänkte att vi ska ha en lokal och så fick vi den här lokalen på Söder och när vi märkte att det gav inte alls det värdet som vi hade tänkt utan man blev i mångt och mycket fastighetsskötare istället för teaterproducent eller kulturproducent. (MM)

Både Maximilian och Dan menar att det viktiga egentligen var att komma underfund med vad som var Kamraternas konstnärliga själ och vision efter att man kommit över det första steget att överhuvudtaget få producera sin första operaproduktion. Efter tio års verksamhet upplever Dan och Maximilian att organisationen har börjat leva sitt eget liv och att allt inte längre hänger på dem:

det att folk söker sig till oss istället det ja just nu så gör ju inte du och jag mycket alls kring den här produktionen. (MM)

En insikt Dan har fått efter dessa tio år är att ge saker och ting tid att utvecklas och att ha tålamod. Detta kan vara svårt i början av verksamheten menar Maximilian om man inte ens vet om man finns kvar nästa år.

när man då trycker flyers själv och alltså att man gör allting själv, det är klart att man fastnar ju där då, att liksom ge saker lite längre tid och perspektiv hade jag behövt höra. (DT)

Det är ju risken att man känner sig pretentiös när man gör ÅÅÅhhh treårsplan! Det är ju lättare när man har jobbat i tio år att men vi kommer faktiskt att finnas om tre år, men har man bara jobbat i ett eller två år så pfffffffffffff....(MM)

5.2.4 SpaghettiOperan

Hans talar först om vikten av att behålla fokus och inte splittra sig på allt för många projekt och att man ska vara försiktig med att binda sig vid en lokal med allt vad det innebär av fasta kostnader och tillsynsansvar.

Vårt stora misstag var att vi också tog över Ystadoperan -98 och -99 och det var ett dyrbart äventyr. Och splittrade oss resursmässigt och vi fick inte heller någon vilopaus på sommaren.[..]som egen lokalägare så kostar det att renovera, tillsynsansvar. (HR)

Att tänka hållbart och också se till att det finns återhämtning i schemat lyfter Hans som viktigt. I och med åren med Ystadoperan gick paret miste om sin sommarledighet och man hade tidvis föreställningar 7 dagar i veckan med två olika ensembler, vilket enligt Hans blev alldeles för mycket. Han påpekar också att han borde ha prioriterat sin arbetstid och sina arbetsuppgifter annorlunda.

Jag skulle ta tillbaka några 1000 arbetstimmar på golvet och istället lägga på strategin, marknadsföring försäljning och ägna mig åt att vara chef och ledare. (HR)

Hans reflekterar också över att verksamheten hade mått bra av större variation i vilka artister som kontrakterades:

vi hade ju ett antal som såg hela SpaghettiOperans repertoar och en trogen kundkrets, men där det muttrades lite över att men vänta nu det här numret har ju varit med tre gånger innan med samma sångare. (HR)

Han berättar också om erfarenheten av att balansera mellan att utåt ge sken av att allt är business as usual och ha en god och trygg arbetsmiljö, medan de anställda samtidigt har rätt att veta vad som pågår när det gäller deras egen löneutbetalning. Att driva en verksamhet vare sig man gör det som äkta par eller i en annan form sker ju också i ett livssammanhang och Hans funderar över orsakerna till separationen och de belastningar som livsförhållandena satte på både relationen och verksamheten. En tidigare avveckling av verksamheten hade möjligen besparat paret många utmaningar:

Parallellt hade vi ju också köpt ett skithus som hade hussvamp så vi hade treårig byggarbetsplats innan det där blev färdigt och då med fem barn, vi var ju rätt ansträngda för att uttrycka det mildt. Så på något sätt gick kärleken ner på fölgarna [..]kanske hade det varit klokt att gå i konkurs för att slippa senare kommande besvär. (HR)

5.3 Tema 3 – om begreppet kulturentreprenör

I mitt tredje tema undersöker jag vilka attityder, tankar och åsikter mina respondenter har om begreppet kulturentreprenör, vilka beröringspunkter de kan se mellan entreprenörskap och kulturskapande och om de själva kan definiera sig som kulturentreprenörer.

5.3.1 Vattnäs konsertlada

När jag frågar Anna vad begreppet kulturentreprenör innebär för henne och om hon kan identifiera sig med det svarar hon:

Entreprenör för mig betyder ju någon som skär emellan liksom och som tjänar pengar och det gör ju inte vi riktigt på det här. Entreprenör, det kan man vara om man vill vara det, men det ska inte krävas av alla att man måste det Det är två helt olika jobb! Så att vara entreprenör, det är något helt annat än när man skapar. Sen att sitta och skriva ansökningar, förstå hur ska jag få pengar, det skulle egentligen någon annan kunna göra åt en. (AL)

Anna verkar också vara medveten om sin privilegierade ställning som etablerad sångerska med en tryggad ekonomisk situation och att det förmodligen inte är lika enkelt för de flesta att förverkliga sina projektidéer. Anna lyfter också frågan om konstens och kulturens roll och hur viktigt det är med en kulturpolitik som inte styr det konstnärliga innehållet.

5.3.2 Operaimprovisatörerna

Trots att Mette ser det positiva i att ha lärt sig att producera opera under åren av arbete med Operaimprovisatörerna är hon kritisk till ett ensidigt hyllande av entreprenörskap bland konstnärer och kulturarbetare.

Men jag tycker att det är ju ett fel, en bugg i systemet, att man som frilanssångerska på något sätt att tvingas vara entreprenör. (MaK)

Entreprenörskapet kanske till stor del handlar om att agera producent för Mette och hon ser det som en alternativ sysselsättning till det konstnärliga arbetet, medan hon i nuläget är entreprenör för att få ägna sig åt sitt konstnärliga yrke.

Jag har alltid varit intresserad av att lära mig producera för jag tänkte att det skulle vara en bra grej att göra när sångkarriären var slut liksom. (MaK)

Som entreprenör är man tvungen att betala sig själv sist menar Mette. Det handlar om att skapa ett förtroende och då måste man enligt henne se till att de man anlitar i ett projekt får betalt. Som entreprenör måste man ta risker, i Operaimprovisatörerna som grupp delar man på risktagandet, medan man som ensam entreprenör själv står för risken. Här måste man vara tydlig när man involverar andra personer i sitt eget projekt om vilka risker som föreligger.

Och det är väl det som också entreprenörskapets baksida att man betalar sig själv sist liksom. Och det ansvaret tycker jag är extremt viktigt om det ska fungera att hålla på och vara entreprenör så måste ju dom som jag anlitar kunna lita på att dom får betalt. (MaK)

Mette gör i slutet på intervjun en reflektion över hur viktigt det är att redan under utbildningstiden få klart för sig hur branschen ser ut och att det är ytterst få konstnärer och

artister som bara kan ägna sig åt det konstnärliga. Det finns inte mycket glitter och glamour i konstnärslivet.

Vi har någon slags skyldighet att berätta hur branschen ser ut. Vilket dom fortfarande inte gör på Operahögskolorna, lär fortfarande ut "lär dig några roller, och sen kan du åka ut i världen och sjunga, skaffa en agent och sen är det bara att gå ut och sjunga".[...] det är jättemycket mer än att sjunga som du måste kunna. Att fungera socialt är en jättestor bit av det faktiskt. (MaK)

5.3.3 Kamraterna

Dan kan identifiera sig själv som en kulturentreprenör även om det från början inte var en självklarhet för honom.

Jag tyckte ju innan kursen i entreprenörskap började att vad fy fan entreprenör vilket vedervärdigt ord, jag är konstnär punkt liksom..[...] Under första lektionen handlade det om att ja men vad gör en entreprenör? Det är bara en som ser till att idéer blir verklighet och det låter ju genast mycket mer kreativt och spännande. Jag skulle inte skriva det på mitt visitkort att jag är kulturentreprenör, men genom min gärning så är jag det. (DT)

För Maximilian är inte begreppet entreprenör lika självklart och han har svårare att se sig själv som entreprenör. Tillsammans med Dan resonerar han kring begreppet och Dan vill hävda att Maximilian också är kulturentreprenör. Här ser vi hur dynamiken i en intervju med två personer kan leda fram till nya svar och hur svaren kan utvecklas i samspelet mellan respondenterna:

Det ligger väl också i entreprenörskapets natur att man ska tjäna pengar på kuppen.[...] alltså man är mellan liksom, man ser att den här varan eller den här idén skulle kunna flöda här emellan och däremellan står jag och kan ta en del av.. (MM)

...av transporten (DT)

...och det kan man väl se att ja men visst vi har ju då idéer om verk som ska sättas upp och så hittar vi publik och hittar finansiering för det, det är väl i och för sig kulturentreprenörskap, men...(MM)

..du också är innan vi startade Kamraterna så fanns inget Kamraterna och nu finns nånting som så att säga är nåt. (DT)

Dan ser många likheter mellan att vara entreprenör/projektledare och konstnär. Det handlar om att hitta kreativa lösningar på oväntade problem.

Man planerar väldigt mycket men saker kommer hela tiden att uppstå som gör att man måste hitta en kreativitet i lösningarna och det tycker jag är väldigt mycket samma.[...] en sorts kreativitet tvingas fram som egentligen inte har med konsten att göra utan bara med det entreprenöriella. (DT)

Maximilian pekar på att de konstnärliga utbildningarna inte i någon högre grad ger utbildning i entreprenörskap även om kulturbranschen idag ofta förutsätter att man som konstnär eller artist

ska besitta kunskaper och färdigheter i hur man marknadsför sig själv och skapar sina egna arbetstillfällen.

Det där är ju sjukt intressant att alltså att man inte lär sig det där [...] och samtidigt är det ju en konstnärlig utbildning och man kanske inte ska kräva det heller, men samtidigt blir ju väldigt många helt strandsatta efter utbildningen när dom inte vet vart man ska börja liksom eller ens vad det här arbetet innebär. (MM)

5.3.4 SpaghettiOperan

Hans ger till en början en väldigt bred definition av vad kulturentreprenörer kan vara och ser sig själv som en kulturentreprenör, även om han själv inte hade en kulturell koppling förutom att han var gift med en operasångerska.

Alla som överhuvudtaget utanför dom fasta scenernas organisation skapar föreställningar är kulturentreprenörer, men jag är inte så förtjust i ordet kulturentreprenör, därför det känns väl egentligen som ett uttryck där man vill ha russinen från två världar. Kultur är per definition inte någonting som man ska förvänta sig att man kan slå mynt utav, och entreprenör, uttrycket är att skapa något som ger bestående vinst företagsekonomiskt och utsikten att lyckas utan en mycket stor andel bidrag...då tycker jag uttrycket kulturskapare eller kulturmervärdesskapare egentligen är bättre [...] Men på någon vänster blev jag ju en entreprenör verksam inom kulturektorn, om jag därmed är lika med kulturentreprenör det är jag inte riktigt på det klara med. (HR)

Det kan också finnas baksidor med att vara framgångsrik och gå sin egen väg. Hans menar att det finns en avundsjuka och missunnsamhet bland kulturarbetare och kanske också en felaktig bild av att en framgångsrik verksamhet skulle ge sina ägare ekonomisk vinning.

Det finns ju en icke föraktlig professionell avundsjuka inom kulturen också, vilket Lotti tror jag drabbades av till en del att en del tyckte ju att, jaja, det är väl lätt att vara primadonna när man är primadonna på sin egen teater. (HR)

6 Introduktion till det kulturella fältet och kulturella och kreativa näringar

De verksamheter och individer som är kopplade till ett visst organisatoriskt fält är formade av dominerande idéer, normer och regler som finns på fältet. Olika organisationer och individer har olika starka positioner inom fältet och deras handlingsmöjligheter bestäms av deras position. Det kulturella fältet och det kulturpolitiska fältet kan sägas vara delar av ett gemensamt fält, eftersom kulturorganisationer som fria grupper, enskilda kulturskapare liksom

statliga och regionala kulturinstitutioner har olika former av relationer till varandra och alla i sin verksamhet på olika sätt utövar kultur eller fäster vikt vid kulturutövning (Svensson & Tomson, 2016, s 28).

6.1 Den svenska kulturpolitiken

De kulturpolitiska målen som sattes 1974 har varit en grundbult i svensk kulturpolitik sedan dess och stipulerade att kulturpolitiken skulle främja kvalitet, mångfald, yttrandefrihet och demokrati samt ”motverka kommersialismens negativa verkningar” (Svensson & Tomson, 2016, s 10). Den grundläggande idén om kulturen som ett bildnings- och demokratiprojekt har sedan 2009 års kulturproposition *Tid för kultur* utmanats av de nya idéströmningarna om att det inte nödvändigtvis behöver finnas någon motsättning mellan konstnärlig kvalitet och ekonomisk lönsamhet (Svensson & Tomson, 2016, s 29). Istället betonas kulturens betydelse för lokal och regional tillväxt och formuleringen om kommersialismens negativa verkningar togs bort i den nya kulturpropositionen.

Från en kulturpolitik som betonat det antikommersiella har vi gått till något som ska stimulera entreprenörskap, företagsamhet, sysselsättning och tillväxt. Ny teknik inom både produktion och distribution hade på ett omvälvande sätt förändrat villkoren för kulturskapande inom ett flertal områden, medan idéerna om kulturella och kreativa näringar som skapare av attraktionskraft och tillväxt fått allt större genomslagskraft. Detta handlar inte bara om kulturpolitik, utan också om marknads- och managementidéer som idéströmningar i tiden hävdar Bengt Jacobsson (2016, s. 51, 64).

Det kulturella och kulturpolitiska fältet har således förändrats konstaterar Svensson och Tomson (2016, 32) sedan 1974 års kulturpolitiska mål sattes. Kulturpolitiken har kommit att legitimeras utifrån sina samhällsekonomiska och sociala nyttoaspekter. När ett organisatoriskt fält på detta sätt förändras kommer också aktörernas föreställningar om vad som är eftersträvansvärt och vad som är möjliga handlingar att förändras. Idéer av olika slag kan översättas och individer och organisationer kan kanske navigera inom de nya kulturpolitiska ramarna på sätt som kan gynna egna syften och mål. Dessa idéer, tolkningsramar och föreställningar som styr hur individer och organisationer handlar kallas inom nyinstitutionell teori för institutionella logiker (Svensson & Tomson, 2016, 32), vilket kommer att utvecklas i kap 6.

6.2 Operakonsten som en del av den nationella kulturpolitiken

Det verkar som att intresset för operakonsten är större än någonsin tidigare och det är idag möjligt att uppleva opera live på sex operahus i Sverige förutom via digitala sändningar på biografer och Folkets hus från den världsberömda Metropolitanoperan i New York. I Stockholm finns förutom Nordens äldsta operahus Kungliga Operan också Drottningholmsteatern och den alternativa Folkoperan. Även Malmö och Göteborg har sina egna operahus och i samband med de stora regionala satsningarna på kulturpolitiken 1974 fick även Umeå och Karlstad sina operahus med Norrlandsoperan respektive Wermland Opera. Utöver dessa institutioner finns ett stort antal sommaroperor som ständigt lockar ny publik. Därmed kan man gott ifrågasätta den gamla fördomen om att operakonsten skulle vara endast för en borgerlig urban elitpublik (Carlsson, Karlsson & Lekvall, 2014, s. 21).

Kungliga Operan är ett helägt statligt aktiebolag vars uppdrag regleras via Kulturdepartementets regleringsbrev. Operan återrappporterar till regeringen enligt regeringsbeslut (Kungliga Operans regleringsbrev 2019). Riktlinjerna för statens bidrag har enligt årsredovisningen 2018 varit i princip oförändrade och enligt en treårig satsning på digitala utsändningar har operan fått extra medel för detta ändamål. Under 2018 var Kungliga Operan egenfinansierad till 17% jämfört med 2017 och 2016 då motsvarande siffra var 19% (Kungliga Operans Årsredovisning 2019).

Normalt sett spelas opera i påkostade byggnader speciellt avpassade för konstformen som sådan. De stora internationella operahusen har budgetar i miljardklassen, vilket också inneburit stora ekonomiska problem för de flesta operahus i finanskrisernas spår. De offentliga bidragen urholkas, biljettintäkterna täcker inte kostnaderna trots att föreställningar går för fulla hus och eventuella sponsorer är endast intresserade av de mest prestigefyllda operahusen. Enligt Carlsson et al. (2014, s 28) är det omöjligt att producera opera på "marknadens villkor", varken i Sverige eller någon annanstans i världen. I Europa är man tvungen att förlita sig på skatteintäkter, medan man i USA har privata donationer som ekonomisk grund.

Det totala offentliga anslaget till de svenska operahusen uppgick år 2012 till ca 1,1 miljard kr, vilket motsvarar ca 5 % av kulturbudgeten konstaterar Carlsson et al. (2014, s. 36, 42). Det är lite olika fördelning av hur stora delar av den offentliga finansieringen som är statlig och hur stor del som är regional eller kommunal på de olika operahusen, men något som är gemensamt

för alla är att anslagen inte håller jämna steg med den allmänna kostnadsutvecklingen menar Carlsson et al. (2014, s.36, 42).

Det ovan refererade ekonomiska förhållandet inom offentligt finansierad verksamhet formulerades under 1960-talet av ekonomen William Baumol som en ekonomisk lag och har sedan dess kallats "Baumols lag". Lagen innebär att verksamheter som teater, musik och musikteater ses som en form av tjänsteproduktion, som endast i begränsad utsträckning kan rationaliseras. Varuproduktion kan bli allt mer effektiv, medan scenkonsten relativt sett blir allt dyrare, eftersom det inte "går att spela en symfoni av Beethoven snabbare" med Baumols egna ord (Carlsson et al. 2014, s. 58-59). De flesta scenkonstinstitutioner har höga fasta kostnader som i vissa fall kan uppgå till 70 % av de totala utgifterna. Då uppräkningsen av de offentliga bidragen ibland är så låg som 1% blir det i realiteten en minskning av anslagen. Enligt Carlsson et al. (2014, s 68) skulle det krävas en uppräkningsen på 4% för att säkerställa en stabil ekonomi och en konstnärlig utveckling av verksamheten hos operahuset.

6.3 Kulturella och kreativa näringar

Tillväxtverket (2019) definierar kulturella och kreativa näringar som verksamheter inom arkitektur, design, film och foto, konst, litteratur, media, mode, musik, måltid, scenkonst samt upplevelsebaserat lärande. Man har sett en stor tillväxtpotential i dessa näringar och försökt uppmuntra till satsningar som kunde bidra till att professionella kulturutövare, i de flesta fall i enmans- och småföretagsform, skulle ha lättare att försörja sig och starta och utveckla företag (Tomson, 2016, s. 124-125).

Problemet är dock att många företag inom kulturbranschen fortfarande har svårt att bli sedda som "riktiga" företag, särskilt av banker som ska bevilja lån till etablering. En av de största skillnaderna som de näringspolitiska myndigheterna noterade var att de kulturella och kreativa näringarna ofta omfattar personer som inte är villiga att offra sin konstnärliga integritet och anpassa sig efter marknadens efterfrågan konstaterar Tomson (2016, s. 140). Det näringspolitiska perspektivet har dominerat satsningen på de kulturella och kreativa näringarna i det att man har fokuserat på att förbättra förutsättningarna för företagande och entreprenörskap. Målkonflikter mellan näringspolitik och kulturpolitikens kulturprofessionella och demokratiska logik har på ett tydligare sätt kommit till ytan (aa., s. 142).

Gemensamt för kulturella och kreativa näringar tycks enligt Stenström och Strannegård (2013, s. 246) vara en viss småskalighet, passion som drivkraft, estetiskt och emotionellt tänkande samt en önskan om att bidra med något. Deras slutsatser baserar sig på en studie av verksamheter inom arkitektur, design, film, mode, musik (rockklubb), måltid och reklam och de menar att det är inte heller är självklart att verksamheterna skulle vilja växa sig stora. Ofta anses detta kunna inverka menligt på kreativiteten. Verksamheterna präglas av mångfald där det finns många olika sätt att leda kreativa processer och där personalen lyfts fram som en särskilt viktig resurs.

Även om Stenström och Strannegård (2013, s. 246) i sina slutsatser betonar att man ska vara försiktig med att klumpa ihop alla dessa verksamheter under ett och samma tak, eftersom de trots vissa likheter arbetar under olika premisser måste det ändå påpekas att det i deras studie inte ingår varken scenkonst eller klassisk musik. Intresset för kreativa näringar är stort, eftersom man här ser möjligheter till tillväxt men frågan är hur mycket detta gäller för områden som scenkonst och konstmusik. Frågan är också om det är möjligt att vara kreativ på beställning och huruvida kreativitet kan tillföras en verksamhet på ett organiserat och strukturerat sätt.

Trots att inte scenkonsten finns med i Stenströms och Strannegårds studie så är det denna del av de kulturella och kreativa näringarna som enligt Tillväxtverket (2019, s. 11, 14) är den största. Ovannämnda rapport visar att en anmärkningsvärt stor del av företagen inom branschen består av enmansföretag med noll anställda. Företagsamhet och entreprenörskap är något som uppmuntras och ses som en naturlig del av en tidstypisk strukturuomvandling där allt fler jobbar som egenföretagare, frilansare och konsulter. Om vi ser till entreprenörer inom kreativa och kulturella näringar på individnivå karakteriseras deras verklighet av att arbetstillfällena är temporära och osäkra, konkurrensen om jobben är hård och lönerna är ofta dåliga. Aspirerande kulturentreprenörer tvingas ofta att ha ett brödjobb vid sidan av sitt konstnärliga arbete och de lägger ner mycket tid på sitt sociala nätverk och på att skapa sig en identitet och image för att ta sig in på ett konstnärligt fält (Scott, 2012, s. 237).

6.4 Institutionella logiker

Begreppet institutionella logiker slog igenom ordentligt på 2000-talet och är idag ett viktigt forskningsområde inom nyinstitutionell organisationsteori. Enligt Svensson och Tomson (2016, s. 32) definieras institutionella logiker som ”de principer som anger de bakomliggande

tolkningsramarna för olika aktörers föreställningar och perspektiv”. Organisationer inom ett fält har ofta motstridiga krav och målsättningar där förekomsten av olika institutionella logiker kan ge referensramar för fältets aktörer, sociala identiteter och ett språk. Svensson och Tomson (2016, s. 34) räknar i sitt resonemang med fem olika institutionella logiker; kulturprofessionell logik, byråkratisk logik, demokratisk logik, managementlogik och marknadslogik. I denna studie har jag sett den kulturprofessionella och marknadslogiken som de mest centrala och jag kommer inte att fördjupa mig desto mer i de övriga logikerna.

6.5 Institutionella logiker inom kulturella och kreativa näringar

Den kulturprofessionella logiken är den som traditionellt sett har dominerat det kulturella och kulturpolitiska fältet och har ytterst som mål att skapa konst med ett estetiskt värde som är nyskapande och kan ge perspektiv på människans villkor på ett universellt plan (Svensson & Tomson, 2016, s 36). För de som är yrkesverksamma inom fältet, d.v.s. konstnärer, konst- och kulturvetare, curatorer, intendenten och teaterchefer har denna logik en avgörande betydelse. Den konstnärliga integriteten rankas högt och identitetsmarkörer som utbildning, meriter, renommé och kopplingar till andra starkt positionerade aktörer inom fältet är viktiga. Den konstnär som anpassar sig till marknadens villkor riskerar att förlora sin position på det kulturella fältet, eftersom den kommersiella kulturen och konsten enligt denna logik är mindre värd.

Marknadslogiken med sin fria konkurrens och rationella vinstmaximering tycks ha vunnit terräng på det kulturella fältet. Man tänker sig att marknaden genom principerna för utbud och efterfrågan kommer att se till att ett konstverk betingar det pris det är värt, d.v.s. det vad konsumenterna är beredda att betala för ett konstverk eller för att få ta del av en kulturupplevelse. Det som ingen är beredd att betala för kommer då att konkurreras ut och det är detta som kulturpolitiken har försökt motverka genom satsningar på smal kultur som inte bär sig själv (Svensson & Tomson, 2016, s. 37-38).

När konst och kultur träder in i ett marknadsstyrt fält finns det risk för att det kreativa och konstnärliga kapitalet förstöras konstaterar Eikhof och Haunschild (2007, s 524). Ekonomiseringen av kreativa och konstnärliga praktiker analyseras av dessa två forskare utgående från den franske sociologen Pierre Bourdieus "Theory of Practice" där enskilda individer producerar en social praktik utgående från olika logiker inom ett fält. Även dessa

forskare talar om marknadslogik och kulturprofessionell logik, eller snarare konstnärlig logik i sitt resonemang. Bourdieus "Theory of Practice" kommer att presenteras utförligare i kapitel 7.

En social praktik förklaras av Eikhof och Haunschild (2007, s 526) som konkreta beslut och handlingar som görs på både individ- och organisatorisk nivå som t.ex. personalrekrytering, avtalsförhandlingar, språkbruk men också vardagliga handlingar som shopping och resande. På individnivå producerar denna praktik en slags portfölj med olika ackumulerade resurser som utgörs av ekonomiskt kapital, individuella kompetenser (kulturellt kapital) och tillgång till olika sociala nätverk (socialt kapital). Individer verksamma inom ett specifikt fält, som kan vara ett konstnärligt, akademiskt, politiskt eller ett rent affärsmässigt fält, försöker ständigt att behålla eller förstärka sina olika samlade tillgångar eller kapital för att tala i Bourdieus termer. De olika kapitälarna är värda olika mycket beroende på vilket fält man rör sig i och bestäms av fältets normer, värderingar och oskrivna lagar.

Det kreativa och kulturella fältet ser Eikhof och Haunschild (2007, s 526) som ett produktionsområde där det marknadsmässiga fältet och det konstnärliga fältet överlappar varandra och där de två olika logikerna möts. I marknadslogiken är den sociala praktiken styrd av hur man på ett kostnadseffektivt sätt ska använda sina resurser för att få ut mesta möjliga avkastning på investeringar. Marknadsvärdet är den huvudsakliga legitimeringen av en social praktik. Som kontrasterande logik har vi då den konstnärliga logiken där det huvudsakliga syftet är att producera konst för konstens egen skull. Här har konsten ett egenvärde i sig och behöver ingen yttre legitimering. Den sociala praktiken kommer då att primärt försöka skapa ett konstnärligt värde.

Eikhof och Haunschild (2007, s. 527, 530) menar att även de offentligt finansierade institutionerna, som ska styras "på armlängds avstånd" och därmed kunde antas stå fria från kommersiella drivkrafter, har drag som visar att de tidvis styrs av marknadslogik. För att legitimera verksamheten måste den konstnärliga ledaren också se till att fylla salongerna för att inte bli ifrågasatt på politisk nivå, även om biljettintäkter står för en mindre del av den totala finansieringen.

Eikhof och Haunschild (2007, s. 529) hävdar att marknadslogiken blir särskilt tydlig på individnivå, eftersom arbetsmarknaden för artister och konstnärer är osäker och ofta består av korta och tillfälliga kontrakt eller projektanställningar. Det är inte ovanligt att artister och konstnärer tar andra mer lukrativa jobb för att ekonomiskt täcka upp för de ofta dåligt betalda men väl ansedda kulturjobben, som däremot ger kulturellt kapital, trovärdighet och legitimitet

som seriös artist och konstnär. Att få ett kontrakt påverkas också starkt av vilka kontakter och vilket nätverk man har att tillgå. Som konstnär eller artist är man ständigt beroende av att nätverka och underhålla sina sociala kontakter, eftersom jobben ofta förmedlas via kontakter och vänskapsband. Den hårda konkurrensen på arbetsmarknaden framtvingar särskilt på individnivå en social praktik som är starkt präglad av ett nyttotänkande och därmed en marknadslogik.

Den konstnärliga logiken på organisationsnivå hittar vi (Eikhof & Haunschildt, 2007, s. 530) framför allt i hur den konstnärliga ledningen väljer repertoar och program för att skapa ett unikt koncept, renommé och en unik organisationsprofil med konstnärlig höjd. Den konstnärliga logiken kan också komma till uttryck i rekrytering av personal och i hur dessa individer har positionerat sig på det konstnärliga fältet i fråga. En viktig del av den konstnärliga logiken handlar också om drivkrafter. Att motiveras av ekonomisk vinning är inte i linje med den konstnärliga logiken, utan här handlar det om att se sitt arbete som ett kall snarare än ett yrke.

När en konstnärlig verksamhet professionaliseras och inte längre verkar på amatörnivå kommer de konstnärliga praktikerna att möta en marknad som oundvikligen kommer att tvinga fram jämförelser, ekonomiska kalkyler och beräkningar. Den konstnärliga logiken som eftersträvar kulturellt kapital kommer att krocka med marknadslogiken som eftersträvar ekonomisk vinning. Det tycks vara så att marknadslogiken tenderar att dominera över den konstnärliga, vilket på sikt riskerar att underminera kraften i den konstnärliga logiken (Eikhof & Haunschild, 2007, s. 532).

7 Entreprenörskapsforskning

Forskningen inom entreprenörskap uppvisar många paralleller med ledarskapsforskning i sitt sätt att närma sig sitt ämne. Precis som i ledarskapsforskning har stort fokus lagts på att utreda vilka karaktärsdrag och egenskaper som kännetecknar en entreprenör. En av de tidigaste att uppmärksamma detta var William B. Gartner (1988, s. 11-12, 23-24) som menade att detta egenskapsperspektiv inte kan ge oss någon större hjälp att förstå entreprenörskap som fenomen. Gartner tar vidare upp den klassiska definitionen på entreprenörer och entreprenörskap som utgår från Joseph Schumpeters fem innovativa strategiska beteenden: (1) introduktion av nya varor, (2) introduktion av nya produktionsätt, (3) introduktion av nya marknader, (4)

introduktion av nya leverantörskällor och (5) nya sätt att organisera sig. Schumpeters (1934, s. 254) egen definition på entreprenörskap lyder:

[...] entrepreneurship, as defined, essentially, consists in doing things that are not generally done in the ordinary course of business routine, it is essentially a phenomenon that comes under the wider aspect of leadership. (Schumpeter, 1934, s. 254).

Gartners (1988) ifrågasättande av egenskapsperspektivet var på sin tid banbrytande och ledde över entreprenörskapsforskningen till ett fokus på vad entreprenörer gör istället för att försöka definiera vilka egenskaper en entreprenör har.

7.1 Egenskapsperspektiv och beteendeperspektiv

Utgående från egenskapsperspektivet föreställer man sig att entreprenören med sin uppsättning av särskilda egenskaper och psykologiska profil förorsakar entreprenörskap. Stora ansträngningar har lagts ner på att försöka förklara vad som skiljer entreprenörer från andra individer i en given population (Gartner, 1988, s.21). Gartner (a.a.) förordar istället ett beteendeperspektiv (behavioral approach) på entreprenörskap. Om vi skiftar fokus från individens egenskaper till att fokusera på vilka handlingar en entreprenör vidtar för att skapa en organisation får vi en betydligt större förståelse för vad det är som pågår. Den väsentliga frågan är således vad gör en entreprenör för att skapa en organisation och inte vilka egenskaper en organisationsskapande entreprenör har. Vi kan alltså inte separera entreprenören från de handlingar som utförs.

För Gartner (1988, s. 26) handlar entreprenörskap om skapandet av nya organisationer. När skapandet av den nya organisationen är över slutar också entreprenörskapet. Problemet är att det är svårt att bestämma när det skapandet skedet ska anses vara avslutat. Som han ser det kommer entreprenören att skifta mellan roller under organisationens livstid, från innovatör till manager och företags- eller verksamhetsledare under det att den nya organisationen utvecklas, växer och mognar för att slutligen kanske avvecklas och läggas ner.

Relevanta frågor för entreprenörskapsforskningen är enligt Gartners (1988, s. 26-28) resonemang följande: Hur uppstår organisationer? Vad gör den enskilde individen för att en organisation ska uppstå? Vilka är de specifika organisatoriska skapande förmågor och kunskaper en entreprenör behöver ha? Hur tillägnas denna kunskap? Är det så att en entreprenör som en gång startat upp en verksamhet kommer att vara mer framgångsrik under sitt andra och

tredje försök? Vilka kunskaper är det i så fall som har tillägnats under denna s.k. learn-as-you-go-devis? Svaren på dessa frågor blir utgångspunkten för en djupare förståelse av entreprenörskap som en roll en enskild individ kan ta för att skapa en ny organisation.

Detta fokus på individens egenskaper och beteende inom entreprenörskapsforskningen har kommit att ifrågasättas av ett mer processinriktat synsätt på entreprenörskap enligt Monica Lindgren (2009, s. 217) och har resulterat i ett socialkonstruktionistiskt perspektiv.

7.2 Ett socialkonstruktionistiskt perspektiv

Det finns många definitioner på entreprenörskap och ofta förknippas begreppet med att starta upp ett företag i syfte att tjäna pengar. Idag talar vi också om olika former av entreprenörskap; socialt entreprenörskap, samhällsentreprenörskap, politiskt entreprenörskap och kulturellt entreprenörskap. Sven Hamrefors (2009, s. 65) skiljer på entreprenörskap och innovation där entreprenörskap handlar om hur man betar sig medan innovation mera handlar om hur man tänker. En entreprenör ”utför åtgärder som innebär att man kombinerar resurser på ett nytt sätt, som i sin tur upplevs av omvärlden som mer värdeskapande än tidigare sätt att kombinera resurser.” (Hamrefors, 2009, s. 65).

Om vi vill komma bortom den traditionella synen på entreprenörer som individer som startar företag kan man som Lindgren (2009, s. 215) ta ett socialkonstruktionistiskt perspektiv där entreprenörskap ses som något processuellt där kunskap om entreprenörskap söks i görandet, i handling och interaktioner. Enligt detta synsätt skapas något med ett nyhetsvärde av flera aktörer tillsammans som under en begränsad tid samlas runt en idé som ska förverkligas. Hon drar paralleller mellan entreprenöriella processer och projektarbete, men också till forskning kring management och ledarskap. Även entreprenörer liksom ledare brukar försees med maskulina hjälteegenskaper, där bilden av entreprenören ofta är en ensam stark man som mot alla odds lyckas genomföra sin idé. Men synen på entreprenören eller ledaren som den ensamme hjälten motsägs av en hel del forskning, som istället visar att entreprenörer kan komma ur vilken samhällsklass som helst och att de ofta arbetar i team och nätverk (Lindgren, 2009, s. 218-219).

Lindgren (2009, s. 219) kritiserar entreprenörskapsforskningen för att ha varit för normativ i sin ansats. Alldeles för mycket fokus har lagts på att försöka hitta modeller och mallar för hur den kreativa processen kan organiseras och styras i olika framgångsrecept i stället för att försöka

nå en förståelse för hur entreprenöriella processer fungerar. Hon påpekar också att entreprenörskap utövas i många andra sammanhang än i uppstartande av företag: föreningar, innovationer i kommuner, icke-kommersiella projekt, projektorganiserade företag, kulturella satsningar och udda livsstilar. Entreprenörskap kan således yttra sig i många olika former menar Lindgren (2009, s. 220).

Människor lever inte som isolerade öar och idéer regnar inte ner från himlen, utan tar ofta form i mötet med andra människor och andra medaktörer. Vi inspireras av andra människor, av böcker, konst och samtal i mer eller mindre lösa kopplingar till andra människor och aktörer. Lindgren (2009, s. 221) talar om temporära organiseringsprocesser där handlingar, tankar och idéer skapas i interaktion med andra.

7.3 Entreprenörskapets kontext och villkor

Entreprenörskap tar sig olika uttryck i olika branscher, regioner, länder och förändras också över tid. De aktiviteter entreprenörer ägnar sig åt sker i olika mångfacetterade sammanhang som inte har beaktats tillräckligt i entreprenörskapsforskningen menar Leif Lindmark (2009, s. 39). Omgivningsfaktorer kan vara politiska, ekonomiska och socio-kulturella och verka på olika nivåer; global, nationell och regional/lokal nivå. Olika länder har sina egna nationella politiska ramar där stödet till entreprenörer och småföretagare kan variera i mer eller mindre grad. Det är stora skillnader länderna emellan i hur lätt eller svårt det är att starta upp företag eller en verksamhet.

I Sverige är både arbetsmarknadspolitiken och socialförsäkringssystemet goda exempel på kontextuella faktorer som påverkar entreprenörskap. Med tanke på att det sociala skyddsnätet är betydligt sämre för egenföretagare är det inte alltid så lockande att starta eget konstaterar Lindmark (2009, s. 50). Systemet är uppbyggt för att hanteras av stora organisationer som har möjlighet att ha HR-specialister, medan hanteringen av socialförsäkringar och dylikt är kostsamt och besvärligt för entreprenörer i mindre företag. Vi kan konstatera att kulturföretagare riskerar att hamna mellan de tre stolarna kulturpolitik, arbetsmarknadspolitik och näringspolitik. Som företagare kan det vara svårt att få kulturbidrag, eftersom man anses för kommersiell. De företagsstöd som existerar är inte anpassade till kultursektorns speciella villkor och är man företagare har man per definition inte rätt till arbetsmarknadspolitiska åtgärder (Karlsson & Lekvall, 2002, s. 17).

7.4 Entreprenörskapsforskning och Bourdieus ”Theory of Practice”

Pierre Bourdieus ”Theory of Practice” har setts som ett användbart verktyg för att komma vidare från den tidigare entreprenörsforskningens fokus på entreprenörens egenskaper, kunskaper och drivkrafter för att istället se entreprenörskap som en social praktik där den enskilde entreprenören som vill ta sig in på ett organisatoriskt fält på olika sätt försöker skapa sig legitimitet (De Clercq & Voronov, 2009, s. 396). Att skapa legitimitet innebär att kunna hantera de regler, normer och villkor som gäller på ett särskilt organisatoriskt fält där vissa handlingar ses som önskvärda, medan andra handlingar är icke-önskvärda. Det handlar alltså om ett samspel mellan en social praktik, dvs det entreprenören gör, och en social kontext, alltså ett organisatoriskt fält. Detta kan sammanfattas med De Clercq och Voronovs egna ord: *Actors improvise their way through a world that remains in a constant state of flux, and their identities and external environment get jointly and simultaneously co-created.* (De Clercq & Voronov, 2009, s. 397).

De Clercq och Voronov (2009, s. 397) hävdar att entreprenörer som vill skapa legitimitet på ett organisatoriskt fält måste hitta en balans mellan att passa in på fältet genom sina handlingar, men också genom att vara annorlunda och sticka ut på ett positivt sätt. För att entreprenörerna ska kunna skapa legitimitet på ett givet fält och ses som en legitim aktör på fältet, krävs tillgång till både kulturellt och symboliskt kapital. Eftersom De Clercq och Voronov använder sig av Bourdieus begrepp fält, kapital och habitus i sina studier av hur nykomlingar etablerar sig på ett visst fält har jag valt att använda mig av deras definition av begreppen, eftersom också kulturentreprenörer på ett eller annat sätt försöker ta sig in på ett existerande fält.

7.4.1 Fält

Enligt De Clercq och Voronov (2009, s. 399) är Bourdieus definition av fält i linje med den nyinstitutionella förståelsen av fält som utrymmen där motstridiga intressen kämpar om kontroll. Ett fält är som ett dynamiskt socialt mikrokosmos av relationer som är snabbföränderligt och kontingent, d.v.s. en ordning som är tillfällig. På fältet finns både dominerande och dominerade aktörer som försöker tillskansas sig en så bra position som möjligt genom att utnyttja de maktmekanismer som finns på fältet. Det gäller att skaffa sig en så bra position som möjligt med hjälp av olika s.k. kapital.

Exempel på olika typer av organisatoriska fält är juridik, konst, utbildning, det intellektuella fältet, vetenskap och religion och inte minst marknadsfältet (business field). Enligt en studie

av Leslie S. Oakes, Barbara Townley och David J. Cooper (1998) där man studerat förändringar på kulturella fält med hjälp av Bourdieus teorier och begrepp tenderar marknadsfältet att vara starkare än det konstnärliga fältet vilket också kan jämföras med resonemangen om olika institutionella logiker där marknadslogiken fått en allt mer framträdande plats.

7.4.2 Kapital

Begreppet kapital refererar till *”all the goods, material and symbolic, without distinction, that presents themselves as rare and worthy of being sought after in a particular social formation”* (Bourdieu, 1977, s 178). De Clercq och Voronov (2009, s. 399) menar att kapital är så pass kopplat till fältet att det inte kan separeras från det. Med andra ord, det som är kapital i t.ex. fältet mode är inte detsamma som kapital i ett annat fält. Vissa kapital kan också vara viktigare än andra och förklara ett socialt beteende som varför en bokförläggare väljer att ge ut en nischad, smal och svårsåld bok istället för en bästsäljande deckare. Det handlar då om en långsiktig investering i något som istället för ekonomisk vinst ger kulturellt renommé och högre status i viktiga kulturkretsar (Bourdieu, 1986, s. 198-199). Det kulturella och symboliska kapitalet är ofta viktigare än det ekonomiska inom det kulturella fältet.

Det ekonomiska kapitalet är det som vi associerar med pengar och förmögenhet och det som förmodligen är det lättaste att förstå, men de mest centrala kapitalen i Bourdieus *”Theory of Practice”* utgörs av det kulturella och det symboliska kapitalet enligt De Clerque och Voronov (2009, s. 400) som särskilt sätter dessa i förbindelse med hur vi kan förstå handlingar i en social praktik. De påpekar att detta har varit förbiset i entreprenörskapsforskning och att kulturellt och symboliskt kapital kan vara begrepp som bidrar med viktig kunskap för att förstå den sociala praktiken t.ex. i kulturellt entreprenörskap.

Kulturellt kapital kan finnas i olika former och utgörs ofta av utbildning, konstnärliga meriter och erfarenheter från det kulturella fältet konstaterar De Clerque och Voronov (2009, s.400). Det kan också röra sig om förståelse för de normer som råder på det aktuella fältet, hur man ska bete sig för att passa in och bli accepterad av de som är etablerade på fältet. Det kan handla om en entreprenör eller en nykomlings kapacitet att skapa en story kring sin verksamhet och dess historia. Kulturellt kapital finns också i en materiell form som byggnader eller en strategiskt bra eller anrik och fashionabel plats för en viss verksamhet.

Symboliskt kapital på ett visst fält har den som kontrollerar språket, tolkningsmöjligheterna, historien, myterna och som har kapacitet och makt att *”sätta agendan”*. För nykomlingar som

vill vinna inträde till fältet kan symboliskt kapital involvera prestige, rykte eller personlig auktoritet men även förmågan att förmedla sina "visioner" om hur existerande verksamheter i fältet borde ändras och förbättras. Nykomlingars förmåga att bli uppfattade som legitima innovatörer ökar när de kan förmedla sina idéer till andra aktörer i fältet genom en symbolisk kvalifikationsprocess som anses vara acceptabel enligt De Clercq och Voronov (2009, s 400). Den nykomling som kan skapa en tilltro till sin projektidé att den kommer att generera ekonomisk vinst, nya arbetstillfällen och tillväxt eller andra värden kan sägas besitta ett symboliskt kapital.

Kulturellt och socialt kapital kan enligt Scott (2012, s. 244-245) sammantaget bli det symboliska kapital som kan generera erkännande, prestige, renommé och berömmelse som t.ex. priser och utmärkelser, listplaceringar, försäljningssiffror, succéer, recensioner, tävlingsframgångar, framgångsrika turnéer, offentligt erkännande av redan etablerade konstnärer/artister eller framträdanden på prestigefyllda scener eller evenemang. Allt detta symboliska kapital kan potentiellt konverteras till ekonomiskt kapital.

Slutligen har vi socialt kapital som kommer från nätverk av relationer såsom vänskap och familjeband. Desto större nätverk man har desto större blir ens sociala kapital. Det sociala kapital som kommer med sociala relationer och nätverk möjliggör ett risktagande som annars inte hade varit möjligt menar Ericsson (2018, s. 115). Att använda sig av sitt nätverk och sina relationer där förtroende och ömsesidighet utbyts behöver inte förbruka kapitalet utan kan t.o.m. förstärka det och detta sociala kapital kan vara både en studsatta och ett skyddsnät för entreprenörer, även om det inte helt kan ersätta ekonomiskt kapital.

Elaine Power (1999, s.50) sammanfattar i en genomgång av Bourdieus olika former av kapital med att de kan konverteras mellan varandra. Det ekonomiska kapitalet är det mest lättkonverterade och har man tillgång till ekonomiskt kapital kan man relativt enkelt köpa sig de andra kapitalen, men också överföra det till en ny generation. Kulturellt, symboliskt och socialt kapital kan konverteras till ekonomiskt, men det kan ta lång tid innan dessa investeringar betalar sig i ekonomiska termer (Bourdieu, 1986, s. 198-199).

7.4.3 Habitus

Ett fält kan inte existera utan aktörer som förkroppsligar fältet genom att tillämpa de spelregler som gäller för fältet. Dessa strukturer som produceras och reproduceras av fältets aktörer kallas habitus. Ett fälts habitus kan enligt Power (1999, s. 49) förändras. Ett exempel kan vara hur ras,

klass, nationell kultur och kön lägger grunden för hur en viss aktör kan agera inom sitt fält. Hon förklarar hur habitus är verksamt med följande exempel; en individ uppvuxen i en arbetarklassfamilj kommer att likna andra personer i regionen från arbetarklassen, men däremot att skilja sig i vissa aspekter från individer från regionens överklass. Habitus hjälper aktörer att förstå och agera i ett fält.

De Clercq och Voronov (2009, s. 401) hävdar att dominanta aktörer i ett fält ser till att fältets utveckling är stabil och att det är därför de skapar ett fält-typiskt habitus som reproducerar den existerande strukturen och det nödvändiga beteendet för att "passa in", vilket i sin tur reproducerar fältets status quo. Å ena sidan krävs det av nykomlingar att de ska följa fältets antaganden om hur en nykomling i ett fält ska se ut och bete sig, å andra sidan förväntas de utmana etablerade strukturer och samtidigt vara en entreprenör som introducerar något nytt till fältet. Det är därför man som nykomling kan komma in på ett fält och bryta mot regler ifall man har ett högt symboliskt kapital, eftersom symboliskt kapital är en maktkälla för aktörer i fältet. Man kan alltså vara en nykomling och "regelbrytare" på samma gång och utmana rådande habitus om man har ett högt symboliskt kapital (De Clercq & Voronov, 2009, s 401).

7.5 Tidigare forskning i kulturellt entreprenörskap och kulturföretagande

Mycket av entreprenörskapsforskning inom kultur har fokuserat på konflikten mellan ekonomiska intressen och konstnärliga drivkrafter att skapa ett konstnärligt värde påpekar Ericsson (2018, s 99). Här har forskningen mycket handlat om vilka strategier entreprenörer använt för att dels ta sig in på ett visst fält, dels hur man förvandlar olika kapitalformer till andra former och hur kulturentreprenörerna ofta har dubbla identiteter med andra brödjobb vid sidan av sin konstnärliga verksamhet.

Kulturföretag skiljer sig från andra företag på ett flertal punkter enligt Karlssons och Lekvalls (2002, s 26) resonemang; konst- och kulturskapandet styrs inte av marknadens efterfrågan, utan är produktions- eller produktorienterat. Hög konstnärlig kvalitet är ingen garanti för lönsamhet. Det kan t.o.m. vara så att ju mer nyskapande ett verk är desto mindre är marknadens efterfrågan. Det konstnärliga skapandet kännetecknas också av risktagande och det finns ett stort mått av osäkerhet i alla delar av skapandeprocessen. Det fungerar inte att sprida och minimera risker som i ett vanligt företag. Kunskapen i kulturföretag är oftast personrelaterad och kan sällan spridas till andra personer i organisationen. Slutligen konstaterar Karlsson och Lekvall (2002,

s. 27) att kulturföretag inte konkurrerar med varandra i vanlig bemärkelse, utan tillsammans skapar en marknad för sina produktioner eller sin produkt.

Scott (2012, s. 238) har i sin forskning studerat hur oberoende musikproducenter använder sig av och försöker etablera kontakter med andra redan etablerade aktörer inom fältet för att utbyta tjänster och gentjänster. Man anlitar helt enkelt andra professionella i sin bekantskapskrets för att få saker utförda utan att betala vad tjänsten egentligen skulle kosta. Den som ställer upp hoppas på exponering eller att samarbetet ska leda till nya och mera lukrativa samarbeten i framtiden.

Dessa tjänster kan enligt Scott (2012, s. 246, 250) ses som investeringar i andra aktörers kulturella kapital till en latent form av utbytesvärde, som i ett senare skede kan ge möjligheter till nya mer ekonomiskt lönsamma samarbeten. Det finns en outtalad förväntan om ömsesidighet; att den som nått framgångar med hjälp av kompijtjänster i framtiden ska använda sig av sina gamla vänner i nya projekt där de symboliska och ekonomiska belöningarna är större. Detta skapar en slags gåvoekonomi där relationer och ömsesidiga band genererar utbyte över tid i form av tjänster och gentjänster.

Forskarna Lars Lindqvist och David Calås (2018, s.215) har intresserat sig för det växande antalet privata konsthallar i Sverige och vilka drivkrafter de privata grundarna haft i sina satsningar på att starta egna konsthallar. I sina slutsatser kommer de fram till att det har funnits utrymme för privata aktörer inom kultur och näringsliv att satsa på kultur när offentliga aktörer som kommuner och regioner har investerat mindre i kultur.

Drivkrafterna hos de undersökta entreprenörerna har ofta handlat om självförverkligande och ett eget konstintresse. I några fall handlade det också om konstnärer som själva skapade sin konst, men i de flesta fall var det konstintresserade personer som skapade samlingar i samarbete med konstnärer och andra intressenter. Samtliga entreprenörer hade goda kunskaper inom konst och stora personliga nätverk som hade byggts upp under många år vilket enligt Lindqvist och Calås (2018, s. 218) kunde innebära att kulturellt entreprenörskap mer än andra traditionella former av entreprenörskap handlar om en livsstil i och med att vinster i verksamheten återinvesteras för att utveckla och förnya verksamheten. Ytterligare en drivkraft var en önskan om att kunna bidra med något till samhället och till kulturen, en filantropisk önskan om att bygga en bättre värld (aa., s. 219).

Anmärkningsvärt i deras studie är också att entreprenörerna ofta är verksamma i par; far och son, far och dotter, äkta par, syskon och vänner. Någon djupare förklaring på denna omständighet ger inte forskarna utan pekar istället på detta som intressant framtida forskning. De pekar också på betydelsen av nätverkande och täta relationer med konstnärer och viktiga nyckelpersoner på konstfältet (Lindqvist & Calås, 2018, s. 222). Att medvetet agera inom olika nätverk och skapa långsiktiga relationer var viktigt för konstentreprenörerna, men också att välja plats för sin verksamhet. Ofta uppfördes konsthallarna på den plats där man själv bodde på och där man hade möjligheterna att förvandla en avsides belägen plats i periferin till ett kulturmekka med attraktionskraft.

I en nyligen utgiven studie följer forskaren Ericsson (2018) hur Smålandsoperan etableras och startas upp av tre goda vänner. Han ser Smålandsoperan som ett exempel på en organisation som byggs upp av nätverk av personer verksamma inom kulturområdet som i sin tur involverar sina familjemedlemmar och andra nära bekantskaper. Verksamheten får enligt Ericsson (2018, s. 117) mycket av sitt stöd och engagemang tack vare att man använder sig av nära relationer och socialt kapital vid uppbyggandet och starten. Vartefter nya personer kopplas till verksamheten utvidgas också nätverket. Relationer och förtroenden måste dock aktivt underhållas, (re)produceras och förtjänas menar Ericsson (2018, s. 118). Det handlar om att skapa en vi-anda både i den kontext och region man är verksam i, men också inom det kulturella fältet opera som ett eget skrå och verksamhetsområde, solidaritet mot själva konstformen som sådan.

Dubbelheten hos verksamheten i Smålandsoperan hanteras enligt Ericsson (2018, s. 108) ofta genom att man framställer sig och presenterar sig på olika sätt för olika intressenter. För Almi Företagspartner betonas affärsplanen och likviditetsbudgeten, medan man för presumtiva körmedlemmar betonar sånglusten och glädjen i att skapa något tillsammans. Dubbelheten kan också handla om att sitta på två eller flera stolar samtidigt. En av Smålandsoperans grundare Björn Elmgren är delägare och teaterchef samtidigt som han också har en operativ och konstnärlig funktion, där han själv medverkar som sångare och rekryterar andra sångare. Alla som involveras i verksamheten har sina "civila" yrken samtidigt och måste pga tids- och kapitalbrist rycka in där det behövs, vilket leder till oklara roll- och arbetsfördelningar.

Det finns även en dubbelhet i vänföreningens organisation som Ericsson (2018, s 132) pekar på i det att den dels fungerar som en ekonomisk förening i och med att den är aktieägare i Smålandsoperan och därmed ska tillvarata medlemmarnas ekonomiska intressen vid sidan av

sina ideella arbetsinsatser, dels fungerar den som ett kooperativ med medlems- och samhällsnytta. I och med sitt medlemskap i vänföreningen förväntas medlemmarna dela en idé om betydelsen och värdet av en operaverksamhet i Småland, som de både får möjlighet att producera och konsumera – de blir procumenter. (aa., s. 133).

8 Analys och reflektion

I analysen nedan kommer jag inledningsvis att tematiskt gå igenom materialet utgående från mina tre frågeställningar i det inledande syftet. Därefter kommer jag att belysa materialet från olika teoretiska perspektiv där jag inleder med ett avsnitt om hur man kan se operaentreprenörer som aktörer på ett kulturellt och kulturpolitiskt fält, följt av hur olika institutionella logiker tar sig uttryck i operaentreprenörernas verksamhet. Efter detta följer en analys utgående från Bourdieus sociala praktik och hur kulturentreprenörer använder sig av alternativa kapital. Analyskapitlet avslutas med en utblick mot annan jämförbar forskning i kulturellt entreprenörskap och denna studies resultat i relation till denna.

8.1 Tema 1 - Organisationsformer och rollfördelningar

Både Operaimprovisatörerna och Kamraterna börjar sin verksamhet som ideella föreningar, vilket är ganska naturligt eftersom det är relativt enkelt att grunda en ideell förening och inte heller är förknippat med några nämnvärda kostnader (Skatteverket, u.å). Som ideell förening är man berättigad att söka bidrag från de flesta offentliga bidragsgivare (Statens kulturråd, 2018 och Musikverket, 2019). Som vi kan konstatera har både Operaimprovisatörernas och Kamraternas verksamhet expanderat, vilket har lett till att Operaimprovisatörerna valt att bli en ekonomisk förening. Detta val är också naturligt med tanke på att verksamheten tjänat mer pengar än vad som blir hanterbart för en ideell förening och att gruppens medlemmar kunnat lyfta en del av sin inkomst från verksamheten, upp till 30% av totalinkomsten enligt Mette från Operaimprovisatörerna. Kamraterna är just nu inne i en omorganisationsfas där man ser över sin organisationsform och det återstår att se var man landar i detta.

När det gäller Vattnäs konsertladas organisation kan man säga att här har funnits helt andra förutsättningar att planera verksamhetsformen från början. Här är det etablerade artister med

tryggad ekonomi som har haft möjlighet att lägga in ett eget ekonomiskt kapital som en bottenfinansiering enligt vad som framkommer i intervjun. Jämför vi med Operaimprovisatörerna och Kamraterna där alla grundarna var nyutexaminerade och helt oetablerade inom det kulturella fältet vid uppstarten, så har vi här helt andra förutsättningar att bygga upp en verksamhet från grunden även om detta har inneburit relativt stora ekonomiska investeringar. Sannolikt har det också varit en fördel att verksamheten förlagts på en plats där man redan haft starka kopplingar till människorna och orten (jfr. Lindqvist & Calås, 2018).

I olika länder är det olika lätt att starta upp företag och attityderna mot entreprenörskap varierar. Det sociala skydds nätet är betydligt sämre för egenföretagare och det är därför inte alltid så lockande att starta eget konstaterar Lindmark (2009), vilket bekräftas av Maximilian från Kamraterna. Samhällssystemet kan vara väldigt stelbent jämfört med hur livet och vardagen kan te sig för en enskild företagare eller entreprenör menar Maximilian:

..inte heller passar vi in i ett system där allting är byggt på 9 till 5 eller fem dar i veckan och sen ska det vara ob-tillägg, det är ju inte gjort för den här typen av verksamhet.(MM)

För Vattnäs konsertlada blir också den ideella vänföreningen ett viktigt komplement till organisationen där man samlar kompetens och frivillig arbetskraft som hjälper till med att utföra vissa bestämda arbetsuppgifter som annars skulle kosta organisationen löner och arvoden. Då fungerar vänföreningens medlemmar som procumenter precis som i Ericssons (2018) studie på Smålandsoperan. Tack vare att makarna sitter i båda styrelser har de hittat ett sätt att ha full kontroll över alla konstnärliga beslut samtidigt som de får mycket draghjälp att genomföra sina satsningar

SpaghettiOperan är något av en outsider i sammanhanget, eftersom man hela tiden verkat som ett aktiebolag utan offentlig finansiering enligt Hans utsago. I och med Hans bakgrund som jurist och ekonom fanns det en administrativ och ekonomisk kompetens som ingen av de andra undersökta verksamheterna kunnat uppvisa. Även Hans pekar på att samhällssystemet inte är särskilt flexibelt för egenföretagare med att hustrun Charlotta fått avslag på en a-kasseansökan med motiveringen att hon var styrelsesuppleant i SpaghettiOperan. Verksamheten har eller rättare sagt hade också den mest kommersiella profilen av alla de undersökta verksamheterna. SpaghettiOperan är numera nedlagd, men är ändå den verksamhet som är äldst i denna studie.

Det är enligt Lindqvist och Calås (2018) vanligt att entreprenörer verkar i par. I mitt material är två av de fyra verksamheterna drivna av äkta makar; Vattnäs konsertlada och SpaghettiOperan. När det gäller arbets- och rollfördelning kan man se att det bland de äkta

paren verkar finnas en mer eller mindre tydlig uppdelning där den ena parten har en mer konstnärlig roll och den andra parten tar ett större ansvar för de ekonomiska och administrativa uppgifterna. Särskilt tydligt blir detta i SpaghettiOperans fall där Hans med sin bakgrund står för det administrativa, men gränserna är inte helt klara i och med att han också är inne och gör layout och planerar ljus. Både grafisk formgivning och ljus teknik kan betraktas som kreativa och konstnärliga aktiviteter. Anna uppger att det är maken som står för sifferarbetet och räknandet, medan hon formulerar sig väl i skrift. Båda är dock i allra högsta grad aktiva inom det konstnärliga arbetet.

Bland kamratgrupperna Operaimprovisatorerna och Kamraterna tycks gränserna mellan arbets- och rollfördelningarna vara suddigare. Både Mette, Dan och Maximilian ger uttryck för att de har fått lära sig saker som mera är förknippade med administrativt arbete som att lägga upp budget, skriva bidragsansökningar, skriva intyg och i övrigt sköta arbetsuppgifter som producenter och marknadsförare. Dock kan man se att i Kamraternas verksamhet har Maximilian valt att allt mer övergå till producerande uppgifter och är inte längre aktiv inom det konstnärliga arbetet förutom att han hela tiden suttit i styrelsen. I Operaimprovisatorernas fall är det också anmärkningsvärt att Mette uppger att det är kvinnorna i gruppen som har tagit på sig de administrativa uppgifterna.

Det är svårare för kulturföretagare i små verksamheter att sköta all administration på ett sätt som är korrekt och enligt regelverk, eftersom systemet är uppbyggt för att hanteras av stora organisationer (Karlsson & Lekvall, 2002 och Lindmark, 2009). Här har Operaimprovisatorerna löst en del av problematiken med löneadministration genom att varje gruppmedlem själv fakturerar sina uppdrag till Operaimprovisatorernas ekonomiska förening.

Att vara både konstnärlig ledare och ordförande för styrelsen kan uppfattas som problematiskt som för Dan i Kamraterna. När det gäller Vattnäs konsertlada hittar jag inga belägg för att detta är något som bekymrar makarna Larsson-Eliasson. Tvärtom verkar de vara mycket måna om att ha full kontroll över verksamheten och att deras projekt inte ska bli kidnappat av någon annan. Kamraterna verkar i jämförelse med Vattnäs konsertlada mera öppna för att det kan gagna verksamheten att fördela inflytandet över den. Både Dan och Maximilian från Kamraterna ger uttryck för att Kamraterna som koncept och verksamhet nu har fått ett eget liv som man kanske inte helt kan styra över längre. Projektet har blivit större än upphovsmakarna och entreprenörerna själva och idéerna, tankarna och handlingarna skapas i samverkan med andra människor och nätverk (Lindgren, 2009).

8.2 Tema 2 - Kunskaper och färdigheter

Något som alla tar upp som en viktig kunskap är konsten att skriva bidragsansökningar. Även SpaghettiOperan försökte under många år få bidrag för sin verksamhet även om det inte lyckades. Men alla övriga respondenter betonar hur viktigt det är att lära sig skriva på ett sätt så att man skapar förståelse för verksamheten och att man hittar de signalord och formuleringar som fungerar i kontakten med de offentliga bidragsgivarna. Här ingår också att kunna ställa upp en budget.

Anna från Vattnäs konsertlada nämner också vikten av strukturer och att det finns en organisatorisk kunskap hos operahuset som gör att arbetet med operaföreställningar fungerar i praktiken. Med denna organisatoriska kunskap som hon själv lärt sig menar hon att det konstnärliga arbetet underlättas och att man kan undvika onödiga konflikter. Hon betonar också konflikthantering som viktigt och förmågan att kunna samarbeta i en kollektiv konstnärlig process, vilket också kan ge goda resultat rent konstnärligt. Även i Operaimprovisatörernas och Kamraternas fall tas samarbetsförmåga fram som viktigt och att det kan leda till konstnärlig förnyelse att konfronteras med olika uppfattningar och idéer. Att anlita nya artister nämns av alla utom Operaimprovisatörerna som ett sätt till konstnärlig förnyelse. För Operaimprovisatörerna är det däremot förenat med en mycket större arbetsinsats att skola in en ny gruppmedlem i Operaimprovisatörernas arbetssätt, som är mycket speciellt.

Att kunna marknadsföra sig och skapa nya kontakter är en viktig färdighet för en kulturentreprenör menar både Mette och Anna. För den nyetablerade är det svårast att nå ut, eftersom ingen vet vem man är eller står för. Här har Vattnäs konsertlada tagit hjälp av vänföreningen för att dels bredda publikunderlaget, dels för att få kontakter till pressen. I Operaimprovisatörernas fall är det på alla gruppmedlemmars ansvar att alltid och i alla sammanhang se till att nätverka och skapa kontakter. Också Hans i SpaghettiOperan nämner att han hade kontakter i pressen som kunde erbjuda förmånliga stora annonser i de stora dagstidningarna de gånger det fanns osålda annonsplatser.

Något som både Kamraterna och Operaimprovisatörerna tar upp är processen att hitta sin konstnärliga själ eller sitt konstnärliga koncept som man sen ska vara trogen mot. Processen kan ta tid och det tar också tid att bygga upp en verksamhet. Man kanske inte ska vänta sig att man får snurr på verksamheten de första åren utan det kan ta 10 år innan allt faller på plats.

Även Mette berättar om att det funnits delade meningar om vilken väg gruppen skulle välja, men att man nu satsat på att utveckla operaimprovisation som gruppens varumärke och kärnverksamhet. Det gäller att hitta en balans mellan att göra avkall på sina idéer, men också att veta när man ska hålla fast vid sin vision. Också Anna ger uttryck för att det är viktigt att låta andra deltagande konstnärer göra sin grej utan att lägga sig i för mycket. Den konstnärliga logiken är således viktig i sökandet ett konstnärligt koncept och en konstnärlig själ (Eikhof & Haunschildt, 2007).

Respondenterna ger också på olika sätt uttryck för vikten av att arbeta hållbart och att använda sina resurser på ett sätt så att man orkar med arbetet. Att säga nej till uppdrag som tar mer än de ger kan vara ett sätt och att som Hans fokusera på rätt saker och hellre ägna sin tid åt att vara chef och leda verksamheten än att själv försöka lösa alla praktiska problem och att se till att man får tid för återhämtning och semester. Anna påpekar också att man redan från början måste se till att räkna in sin egen lön för att man inte ska hamna i situationen att alla andra får betalt utom man själv. Hon påpekar att kulturarbetare ofta jobbar gratis och på så sätt sponsrar kulturlivet (jfr Lindqvist & Calås, 2018). Här avviker Mettes uppfattning i det att hon med kraft hävdar att man måste se till att andra som jobbar med ens projekt måste få lön först, annars kommer man att skada sin egen trovärdighet och renommé på sikt, vilket bekräftas av Scotts (2012) studie på hur musikentreprenörer använder sitt kulturella och symboliska kapital.

Det verkar också vara viktigt att omge sig med människor man trivs med när man jobbar som kulturentreprenör och projektledare. Anna från Vattnäs konsertlada påpekar att man inte behöver tycka likadant, men man måste kunna jobba tillsammans mot ett gemensamt mål. För Mette har det med åren blivit allt tydligare att det är viktigare att jobba med personer som man fungerar väl ihop med än att personen har en hög status och position. För henne handlar en stor del av det konstnärliga arbetet att sätta ihop ett bra team och att hitta människor som fungerar tillsammans. Fungerande relationer och nätverk var enligt Ericsson (2018, s. 117) centralt vid uppbyggandet av verksamheten vid Smålandsoperan.

8.3 Tema 3 – attityder, tankar och åsikter om begreppet kulturentreprenör

Gemensamt för alla mina respondenter är att de på ett eller annat sätt värjer sig mot begreppet kulturentreprenör eller begreppet entreprenör överhuvudtaget. På något sätt verkar alla beklaga att utvecklingen har gått åt det hållet att entreprenörskap okritiskt hyllas, vilket tycks bekräfta

Karlsson och Lekvalls (2002) tal om ofrivilliga entreprenörer. Anna från Vattnäs konsertlada är tydlig med att hon ser entreprenörskapet som avskilt från konstnärskap. Hon menar att det är två olika yrkesroller och att det inte passar alla att vara både och. Man kan inte heller kräva det av alla konstnärer och artister hävdar hon. Dan från Kamraterna pekar dock på att det kan finnas beröringspunkter mellan entreprenörskap och konstnärskap i sättet att hitta kreativa lösningar på problem. Att det tycks handla om att behärska två olika kunskapsområden ligger i linje med Karlsson och Lekvalls (2002) resonemang om att hantera dubbla system, dels att behärska ett konstnärligt kunnande, dels ett praktiskt-ekonomiskt kunnande.

Också hos Mette i Operaimprovisatörerna tycks entreprenörskapet handla om två olika yrken eller roller och hon är kritisk till begreppet och beklagar att det överhuvudtaget finns. Att vara entreprenör eller producera är något som hon i nuläget måste göra för att få ägna sig åt sitt valda yrke och hon efterlyser också utbildning i entreprenörskap på de konstnärliga högskolorna. (Jfr Karlsson & Lekvall, 2002). Som arbetsmarknaden ser ut idag kommer de flesta som utbildas på Operahögskolorna att behöva kunskaper i entreprenörskap menar hon och får medhåll i detta av Kamraternas Maximilian. Han konstaterar att han under sin utbildningstid inte alls fått de redskap som krävs för att kunna vara verksam som konstnär och artist i en tid, som mer eller mindre förutsätter av alla att man ska vara sitt eget varumärke och sin egen entreprenör. Dubbla eller flerdubbla identiteter är också något som verkar vara typiskt för kulturentreprenörskap och som även framkommer i Ericssons (2018) forskning på Smålandsoperan. Att kunna hantera många roller, att kunna navigera mellan dem och att kunna ta den roll som passar bäst för tillfället beroende på kontexten. Vem riktar jag mig till nu, är det banken eller Kulturrådet?

Ytterligare en problematik med begreppet entreprenörskap, om det ska kopplas ihop med kultur, tycks vara den starka kopplingen till att tjäna pengar på verksamheten. SpaghettiOperans Hans betonar att kultur inte är något som man kan slå mynt av och att entreprenör mera är ett företagsekonomiskt uttryck där det handlar om att skapa bestående ekonomiska vinster. Han är inte förtjust i begreppet kulturentreprenör utan föreslår istället kulturskapare eller kulturmervärdesskapare. För Maximilian från Kamraterna handlar också entreprenörskap mycket om att tjäna pengar eller att man åtminstone är en del i ett flöde där det tjänas pengar. Också Anna påpekar att hon förknippar begreppet entreprenör med någon som tjänar pengar på sin verksamhet, vilket man inte gör på Vattnäs konsertlada utan på sina andra jobb. Respondenternas utsagor tycks ligga i motsättning med det socialkonstruktionistiska perspektivet på entreprenörskap, där entreprenörskap ses som något processuellt där kunskap om entreprenörskap söks i görandet, i handling och interaktioner (Lindgren, 2009) istället för

att kopplas med att tjäna pengar. Den daterade synen på entreprenörskap som ett sätt att generera ekonomisk vinst genom innovationer verkar leva kvar hos operaentreprenörerna. Kulturentreprenörernas drivkrafter handlar istället om andra saker som självförverkligande, att genomföra projektidéer och om att ge något tillbaka till samhället (Lindqvist & Calås, 2018).

Dan från Kamraterna är ändå något mer positiv till begreppet kulturentreprenör, under förutsättning att man med entreprenör menar någon som förverkligar sina idéer. Detta kan kopplas till Hamrefors (2009, s.65) idéer om entreprenörskap som ett nytt sätt att kombinera resurser, som upplevs av omvärlden som mer värdeskapande än tidigare sätt att kombinera resurser. SpaghettiOperans Hans menar att begreppet kulturentreprenör kunde appliceras på alla kulturskapare som är verksamma utanför de fasta institutionerna. Även om han är kritisk till att kultur kopplas ihop med entreprenörskap i företagsekonomisk bemärkelse kan han ändå se sig själv som entreprenör verksam inom kultursektorn. För alla respondenter utom Vattnäs konsertlada har entreprenörskapet inom det kulturella fältet varit ett sätt att få ägna sig åt sin konstnärliga verksamhet. För makarna Larsson-Eliasson är Vattnäs konsertlada ett privat projekt där de kan förverkliga sina konstnärliga idéer, utan att verksamheten samtidigt är deras huvudsakliga inkomst.

8.4 Operaentreprenörer som delar av det kulturella och kulturpolitiska fältet

Samtliga respondenter kan ses som aktörer på det kulturella fältet opera och i och med att alla utom SpaghettiOperan haft offentlig finansiering är de också delar av ett kulturpolitiskt fält. SpaghettiOperan försökte under många år få offentliga anslag, utan att lyckas men verksamheten har ändå drivits på en kulturprofessionell nivå, recenserats av dagstidningar och är också ett exempel på en operaverksamhet som bedrivits på traditionellt vis i ett eget hus med särskilt anpassade lokaler (Carlsson et. al, 2014).

Både SpaghettiOperan och Kamraterna påtalar vandan av att ha egna lokaler och därmed bli fastighetsskötare med höga fasta kostnader. Att man i verksamheten i Vattnäs konsertlada ändå väljer att bygga ett eget konserthus på privat mark tillhörande grundarna, ger verksamheten en annan finansiell grund. Vattnäs konsertlada kan med konstens och kulturens hjälp tillföra attraktionskraft, tillväxt och ett rikare kulturutbud till regionen. Idén om att det inte behöver finnas någon motsättning mellan konstnärlig kvalitet och ekonomisk lönsamhet får en viss

genomslagskraft efter den nya kulturutredningen från 2009, särskilt tanken att kultur kan skapa regional attraktionskraft (Svensson & Tomson, 2016).

Sveriges större och etablerade operahus är finansierade av offentliga medel. Kungliga Operans finansiering består av ca 80% bidrag och 20 % biljettintäkter (Kungliga Operans Årsredovisning, 2018). SpaghettiOperans Hans säger med eftertryck att det inte är möjligt att bedriva operaverksamhet på marknadens villkor, även om man spelar för utsålda hus och höjer biljettpriserna, ett eko av resonemanget i Carlsson et al. (2014, s 28) där författarna menar att det omöjligt att producera opera på marknadens villkor, varken i Sverige eller någon annanstans i världen. Med tanke på det är det också anmärkningsvärt att SpaghettiOperan enligt Hans ofta nådde en nivå där verksamheten nästan gick runt. Ingen av övriga respondenter uppger att verksamheten skulle ha genererat vinst.

Scenkonsten är den största grenen inom kulturella och kreativa näringar enligt Tillväxtverkets (2017) rapport och ändå verkar det vara svårt att få en hållbar ekonomi i scenkonstverksamheterna. Det är en sak att välja entreprenörskap än att tvingas in i det för att överhuvudtaget få ägna sig åt det man är utbildad till och valt som sin yrkesbana säger respondenterna. Av dessa är det endast SpaghettiOperan som utgjort den huvudsakliga inkomsten för sina grundare. Övriga har i varierande grad haft andra jobb vid sidan av verksamheten, vilket är samstämmigt med Scotts (2012, s.237) forskning på musikentreprenörer.

8.5 Institutionella logiker och operaentreprenörerna

I denna framställning har jag fokuserat på kulturprofessionell logik och marknadslogik för att använda Svensson och Tomsons (2016) begrepp. Eikhof och Haunschildt (2007) använder sig av begreppet konstnärlig logik och marknadslogik. Även om de båda begreppen kulturprofessionell och konstnärlig logik ligger nära varandra uppfattar jag en viss nyansskillnad i deras sätt att använda begreppen. Båda betonar konstnärlig integritet och estetiskt värde, men jag vill ändå hävda att begreppet konstnärlig logik ännu starkare trycker på just den konstnärliga friheten och konst för konstens egen skull. Den kulturprofessionella logiken ligger närmare det kulturpolitiskt styrda än den konstnärliga logiken. Jag låter ett citat av Anna Larsson exemplifiera detta:

..vi ska inte behöva tänka, vad kan Musikverket ha på gång, är det feministisk festival i år eller det hade vi förra året, du vet, det blir så oerhört smalt. För att konsten och kulturens roll är att ifrågasätta normer, det är det. Men om man då plötsligt får över sig Ni ska ifrågasätta normer! då vill man ju plötsligt inte det som konstnär om man nu har någon jävla integritet. Då tycker man ju bara ...näe jag vill ju göra vad jag vill göra. Jag vill inte göra någonting på beställning.
(AL)

Den konstnärliga logiken låter sig inte styras av något annat än driften att skapa utifrån konstens egna behov. Men det är fortfarande möjligt att skapa något av estetiskt värde utifrån en kulturprofessionell logik, trots att man kanske mer eller mindre omedvetet anpassat sig efter de rådande kulturpolitiska målen. Även Mette i Operaimprovisatörerna uttrycker liknande tankegångar när hon funderar över varför hon upplevde det lättare att skriva bidragsansökningarna till sitt Hilmaoperaprojekt än de projekt hon jobbat med inom Operaimprovisatörerna. Som jag tolkar det var det en konstnärlig logik som styrde i Hilmaprojektet, medan Operaimprovisatörernas projekt mera styrs av en kulturprofessionell logik.

Eikhof och Haunschildt (2007) menar att marknadslogiken inom det konstnärliga fältet blir särskilt tydlig på individnivå och anger som stöd för sitt påstående att utövande konstnärer och artister ofta tvingas ta brödjobb eller mer lukrativa kommersiella uppdrag för att finansiera sin konstnärliga verksamhet, vilket även Scott (2012) uppmärksammat i sin forskning. Marknadslogiken och nyttotänkandet kommer också till uttryck i det ständiga nätverkandet och behovet av att knyta sociala kontakter. Jag finner stöd för detta särskilt i Mettes utsagor om hur viktigt det är att i alla sammanhang nämna Operaimprovisatörerna och hur hon alltid försöker fundera på hur gruppens verksamhet kunde vara till nytta för den nya presumtiva kontakten. Däremot motsätter hon sig tanken på att ta välbetalda sångjobb som inte har något konstnärligt värde, men det framkommer ändå att det är just det hon har gjort väl medveten om att hon därmed sviker höga konstnärliga ideal och kanske lägger tid och kraft på något som bara ger ekonomisk utdelning. Marknadslogiken tycks alltså vinna över den konstnärliga logiken när livets realiteter möter högt ställda konstnärliga ideal. Det är betydligt svårare att välja en konstnärlig logik när man har en familj att försörja och en hyra att betala.

Den konstnärliga logiken på organisationsnivå kommer till uttryck i hur man väljer repertoar och hur man utformar sitt konstnärliga koncept och sin organisationsprofil menar Eikhof och Haunschildt (2007). Där SpaghettiOperan följt en marknadslogik och valde sin repertoar inte bara på konstnärliga grunder utan också med tanke på vad som kunde locka en publik, följer mina övriga respondenter en konstnärlig logik. Kamraterna uppger att det tagit ganska lång tid

att komma fram till vad som var den konstnärliga idén med Kamraterna och att det var viktigt att hitta sin ”konstnärliga själ”. För Operaimprovisatörerna var det viktigt att inte identifieras som en showgrupp, utan att fokusera på sin nyskapande verksamhetsform operaimprovisation i samarbete med konsert- och operahus för att tas på allvar av det seriösa ”operasverige”, d.v.s. det kulturella fältet opera. Anna från Vattnäs konsertlada uppger att de ”inte var intresserade av att göra egna småversioner av stora operor” utan ville satsa på nyskrivna verk för sin egen spelplats.

När en verksamhet professionaliseras och ändrar sin organisationsform och kanske blir mer av en fast institution än en fri grupp kommer den enligt Eikhofs och Haunschildts (2007) resonemang att möta en marknad som tvingar fram jämförelser, kalkyler och beräkningar. Kamraterna, som hittills varit en väldigt projektinriktad grupp, har nu fått ett större stöd från Kulturrådet och håller på att se över sin organisationsform. Man är väl medveten om att verksamheten och den sociala praktiken kommer att förändras, även om man är angelägen om att behålla något av den ”vänliga” organisationsform med platta hierarkier som varit rådande. Min gissning är att den konstnärliga logik som hittills haft en framträdande roll i verksamheten kommer att ersättas av en kulturprofessionell logik eller kanske t.o.m. en kulturbyråkratisk logik och att större hänsyn kommer att tas till regelverk och rådande kulturpolitiska ramar. Det blir mer ”arbetsgivaransvar” med formella provsjungningar och samarbeten med andra aktörer än egna höga konstnärliga ideal.

8.6 Kulturentreprenörer och Bourdieus ”Theory of Practice”

Bourdies teorier om organisatoriska fält, alternativa kapital och sociala praktiker har haft stor betydelse för entreprenörskapsforskningens förståelse av kulturellt entreprenörskap. För att ta sig in på ett organisatoriskt fält, som det kulturella fältet opera, måste kulturentreprenören skapa legitimitet genom att hantera de villkor, normer och regler som gäller på det aktuella fältet. Det gäller att balansera mellan att passa in på fältet genom lämpliga handlingar, men också att sticka ut på ett positivt sätt. För att ses som legitim på det kulturella fältet krävs tillgång till både kulturellt och symboliskt kapital (De Clerque & Voronov, 2009).

För att vara framgångsrik på det kulturella fältet där olika intressen kämpar om makten behöver man alltså tillgång till kulturellt och symboliskt kapital för att få en så bra position som möjligt på fältet (De Clerque & Voronov, 2009). Vattnäs konsertladas Anna har allt sedan starten haft

ett gynnsamt utgångsläge. Som operasångerska med världskarriär har Anna ett stort kulturellt och symboliskt kapital och en stark position på fältet. Hon har kontakter i hela operasverige och är dessutom ekonomiskt oberoende på så sätt att hon inte behöver få sin utkomst från verksamheten vid Vattnäs konsertlada enligt egen utsago.

Operaimprovisatorerna har byggt upp en stark position på fältet genom sin nyskapande verksamhet och genom att ta avstånd från den kommersiella showdelen i verksamhetens etableringsfas. Alla gruppmedlemmarna är professionella och utbildade operasångare, vilket i sig utgör ett kulturellt kapital (De Clerque & Voronov, 2009, Scott, 2012) och man har också satsat på samarbeten med redan erkända och etablerade aktörer inom fältet såsom konsert- och operahus. Kamraternas representanter har konstnärliga utbildningar bakom sig i skådespeleri och operaregi och har med åren fått en stark position på fältet. Ett kvitto på framgångarna är att nu är det andra aktörer som kontaktar Kamraterna och vill samarbeta istället för tvärtom. De dominerade har börjat dominera (De Clerque & Voronov, 2009).

Vattnäs konsertlada, Operaimprovisatorerna och Kamraterna är verksamheter som lyckats få offentlig finansiering, vilket också kan ses som en indikator på att verksamheterna fått en position och ses som legitima på det kulturella fältet. På detta sätt kan ett kulturellt och symboliskt kapital konverteras till ett ekonomiskt kapital (Scott, 2012). SpaghettiOperan lyckades aldrig riktigt ta sig in på det kulturella fältet och räknas som en seriös operaaktör, trots att man var verksam i ca 15 år med egen teater och ofta spelade för fulla hus. Hans ser inte organisationsformen eller det något kommersiella repertoarvalet som det egentliga hindret utan menar att SpaghettiOperan inte tillhörde "kotteriet". Man lyckades aldrig skapa legitimitet på det kulturella fältet, men vad det berodde på är svårt att säga. Kanske hade man inte de rätta kontakterna eller kanske man aldrig lyckades träffa rätt ton i bidragsansökningarna. Kanske hade konceptet haft andra förutsättningar att lyckas utanför Stockholmsregionen, om man då hade kunnat trycka på möjligheterna att skapa regional attraktionskraft och ett bredare kulturutbud utanför huvudstadsregionen.

Vattnäs konsertlada har satt upp ett flertal nyskrivna operor och makarna Larsson- Eliasson har med sitt starka kulturella och symboliska kapital och sin starka position på fältet kunnat i princip handplocka de artister och konstnärer man velat samarbeta med. Sångarna på Vattnäs tillhör Sveriges toppnamn, ofta plockade från den egna agenturen, och även den övriga konstnärliga personalen tillhör en etablerad elit. Kamraterna och Operaimprovisatorerna har i sin tur en annan position där båda verksamheterna startats av nytexaminerade konstnärer, vilket på ett

naturligt sätt leder till att man i sin tur samarbetar med andra i liknande position. Kamraterna har ofta anlitat unga sångare i början av sin karriär som i detta sammanhang kunnat sjunga roller som de inte hade kunnat göra på ett stort operahus. Operaimprovisatörerna har med tiden blivit en väl sammansvetsad grupp där det är svårt att ta in en ny medlem utifrån. Att på detta sätt arbeta utgående från sina givna positioner ser jag som ett exempel på hur det skapas ett fälttypiskt habitus som reproducerar en existerande struktur där dominerande aktörer agerar inom ”en egen liga” och de dominerade i sin tur arbetar med varandra (De Clerque & Voronov 2009). Fältets struktur kan förändras (Power, 1999) och det är möjligt att just Kamraterna håller på att etablera en ny position inom fältet.

Det sociala kapitalet är viktigt för alla mina respondenter och inte minst kan man se detta i det faktum att alla verksamheter bygger på familje- par- eller vänskapsband (Scott, 2012 och Ericsson, 2018). På Vattnäs konsertlada använder man vänföreningen som ett sätt att utöka sina kontakter och bredda publiken utöver att makarna Larsson-Eliasson anställer och samarbetar med sina personliga kontakter. Även Ericssons (2018) forskning på Smålandsoperan talar om denna dubbla funktion hos en vänförening att både utöka kontakter och bredda publiken samtidigt som medlemmarna tar del av verksamheten som produceras, dvs procurementfunktionen. Mette från Operaimprovisatörerna betonar betydelsen av att ständigt nätverka och hennes man är också medlem i gruppen. Hon lyfter också betydelsen av att fungera socialt för att man som konstnär ska kunna vara entreprenör.

Den ”professionella avundsjuka” som Hans talar om kan mycket väl bero på att man i sin verksamhet har gått över gränserna för vad det kulturella och symboliska kapitalet tillåter, dvs sjungit roller på sin egen teater som man inte hade fått göra på Kungliga Operans scen. En tolkning är att SpaghettiOperan i och med detta inte hade internaliserat rådande habitus, utan satte sina egna regler för vad man får eller inte får göra. Men mest kanske man kan koppla den professionella avundsjukan som en naturlig del av kampen på fältet för att använda Bourdieus termer (De Clerque & Voronov, 2009).

8.7 Operaentreprenörer och tidigare forskning i kulturellt entreprenörskap

Mycket av forskningen i kulturellt entreprenörskap har handlat om motsättningar och dubbelheter. Det kan handla om motsättningen mellan kultur och kommers, mellan högt och lågt, fint och fult (Ericsson, 2018). Andra motsättningar handlar om rollkonflikter och

dubbelheter hos individen-entreprenören. Dels har kulturentreprenörer ofta andra jobb vid sidan av, dels balanserar de i sitt entreprenörskap mellan rollen som konstnär/artist och entreprenör/producent (Scott, 2012).

Eftersom de ekonomiska resurserna är knappa på det kulturella fältet använder kulturentreprenörer sig ofta av tjänster och gentjänster. Det blir investeringar i andra aktörers kulturella kapital som blir en latent form av utbytesvärde. I denna gåvoekonomi kan relationer och ömsesidiga band över tid växlas in i tjänster och gentjänster (Scott, 2012). Mette från Operaimprovisatörerna berättar om hur hon sparar på människor hon har samarbetat bra med för att vid ett senare tillfälle använda dem igen. Hon återanvänder således gärna kontakter som fungerat bra och fortsätter goda samarbeten i andra nya sammanhang.

Alla respondenterna har talat om vikten av konstnärlig förnyelse genom att inte alltid samarbeta med samma människor trots att det kan röra sig om välfungerande samarbeten. I all tidigare forskning i kulturentreprenörskap påtalas vikten av socialt kapital, långvariga relationer och nätverk (Ericsson 2018, Scott 2012, Lindqvist & Calås 2018). Att förnya sig konstnärligt genom att ta in nya kontakter torde därför vara en av kulturentreprenörernas stora utmaningar oavsett vilket kulturområde man är verksam inom. Kanske är detta särskilt utmanande inom musik och opera, eftersom entreprenörerna inom detta område i ännu högre grad än konstentreprenörerna själva är utövande konstnärer och artister.

Slutligen kan jag konstatera att alla studerade verksamheter är starkt kopplade till de personliga grundarna. Operorna är sina grundare och förgrundsgestalter. Frågan är i vilken grad verksamheterna kan överleva sina grundare och hur man som verksamhetsledare kan (om man vill) se till att den överlever på sikt. Här tycker jag Kamraterna ser ut att ha lättast att släppa taget och ta in nya krafter. De verkar inte så rädda för att tappa kontrollen över sitt konstnärliga koncept, utan verkar snarare tycka det är roligt att verksamheten lyfter av egen kraft och får eget liv. SpaghettiOperans koncept har bevisligen redan flyttats från en kontext till en annan och egentligen är det inget som hindrar att en ny aktör testat samma idé igen. Soppteaterkonceptet fungerar bra på Stockholms stadsteater och soppkonserterna på Konserthuset Stockholm är mycket populära.

9 Slutsatser

Mitt syfte med denna studie har varit att undersöka begreppet kulturellt entreprenörskap och vilka betydelser och innebörder operaentreprenörer själva lägger in i begreppet. Mina frågeställningar har utmynnats i tre teman som varit vägledande i min analys; det första temat handlar om organisationsformer och roll- och arbetsfördelningar, det andra temat om kunskaper, färdigheter och lärdomar och det tredje mera specifikt om attityder, åsikter och tankar om begreppet kulturellt entreprenörskap. Detta har lett mig till följande slutsatser:

För det första jobbar operaentreprenörer i par eller team vilket motsäger bilden av den ensamme entreprenören eller hjälten som kommer fram med en ny revolutionerande idé eller som ensam startar med två tomma händer och bygger upp en framgångsrik verksamhet. Att jobba i par eller team kan underlätta hanteringen av dubbla yrkesroller om man kan komplettera varandra och dela upp arbetet. Operaentreprenörerna väljer ofta att organisera sig i ideella föreningar eller ekonomiska föreningar där t.ex. vänföreningar kan ha stor betydelse och används som både konsumenter och producenter (procumenter).

En andra slutsats är att det tar tid att ackumulera ett kulturellt och symboliskt kapital och respondenterna vittnar alla om att de under flera år byggt upp sitt kunnande, sitt anseende och sina nätverk. Det är stor skillnad i insatsen mellan att genomföra ett enstaka kulturprojekt och att skapa en långsiktig kulturverksamhet. Eftersom kulturentreprenörerna opererar mera med kulturellt och symboliskt kapital än med ekonomiskt kapital blir tidsaspekten och ett långsiktigt tänkande enligt min uppfattning viktigare än för ett vanligt företag.

En tredje slutsats är att kulturentreprenörskap innebär för respondenterna att kunna hantera dubbla yrkesroller, där det krävs att man ska kunna navigera mellan sitt konstnärliga kunnande och det praktisk-ekonomiska kunnande som förknippas med entreprenörskap. För kulturentreprenörer innebär detta framför allt att man måste behärska konsten att skriva bidragsansökningar men också förstå hur en budget fungerar och dessutom ha ett sinne för PR och marknadsföring. Att fungera socialt och kunna skapa nätverk lyfts också fram som viktigt, men är i dagens läge knappast unikt för kulturentreprenörer.

Den fjärde och sista slutsatsen är att bilden av konstnärer som motvilliga entreprenörer bekräftas av operaentreprenörerna i denna studie. Alla respondenterna har invändningar mot begreppet kulturentreprenör även om de också i sin gärning kan betraktas som

kulturentreprenörer. För många är entreprenörskapet ett sätt att överhuvudtaget få ägna sig åt sitt valda konstnärliga yrke och i två av de studerade fallen beklagar man att de konstnärliga utbildningarna inte bättre rustar sina studenter för den verklighet som möter dem efter utbildningen. Här handlar det om de respondenter som skapat sina verksamheter i anslutning till examination från sina respektive konstnärliga utbildningar, alltså Operaimprovisatörerna och Kamraterna.

Utgående från analysen och de slutsatser jag kommit fram till ser jag begreppen kulturentreprenörer och kulturellt entreprenörskap som fyllda av motsättningar och spänningar. Det tycks vara främst kopplingen till ekonomisk vinning som upplevs som motstridig av operaentreprenörerna, eftersom kultur och kommers ses som svårförenliga faktorer på det kulturella fältet. Man skulle kanske hellre tala om hur entreprenörskap kommer till uttryck inom det kulturella fältet som ett sätt att kombinera resurser på nya sätt och förverkliga idéer.

10 Framtida forskning och diskussion

Eftersom jag i studien har haft respondenter som kan betecknas som framgångsrika (jag ser även SpeghettiOperan som framgångsrik) skulle bilden av kulturentreprenörskap förmodligen sett annorlunda ut om jag hade intervjuat personer som varit mera i början av sin entreprenöriella verksamhet och som inte hade hunnit samla på sig så mycket erfarenhet.

Det har också funnits spår som jag inte har haft möjlighet att följa upp. Finns det ett kvinnligt och manligt entreprenörskap? Kan man se könsroller i arbetsfördelningen och är det så att de kvinnliga medlemmarna i fria grupper i högre grad ägnar sig åt ekonomiska och administrativa uppgifter som i fallet med Operaimprovisatörerna? Att de kvinnliga gruppmedlemmarna i Operaimprovisatörerna i högre grad har påtagit sig de administrativa och ekonomiska uppgifterna är anmärkningsvärt och vore ett intressant ämne för framtida forskning att ta upp.

En annan intressant aspekt hade varit att titta närmare på är hur starkt sammankopplad verksamheten är med sin personliga grundare. Kan verksamheten fortsätta och överleva ett generationsskifte eller vad händer om en verksamhet byter ägare eller får en ny verksamhetsledare? Det kunde vara intressant att följa Kamraternas fortsatta utveckling under den pågående omorganiseringen och se hur mycket av den platta hierarkin som kan följa med när verksamheten institutionaliseras. Hur ser framtiden ut för Vattnäs konsertlada som är byggd

på makarna Larsson-Eliassons egen sommarstugetomt? Hur kan verksamheten leva vidare den dagen makarna bestämmer sig för att dra sig tillbaka? På vilket sätt kan Operaimprovisatörerna förvalta kunskapen i den nya konstformen operaimprovisation man har byggt upp under åren?

Generationsskiften vore således ytterligare ett intressant uppslag för framtida forskning. Det har förekommit på Opera på Skäret, där sonen Alexander Niclasson för två år sedan övertog verksamhetsledarrollen från sin far Sten Niclasson som grundade Opera på Skäret (Opera på Skäret, 2017). Det återstår att se om Vattnäs konsertlada kommer att genomgå en sådan utveckling. För Operaimprovisatörerna är det däremot en arbetsdryg uppgift att ta in nya medlemmar om någon insjuknar eller slutar. Deras verksamhet bygger på den specialkompetensen medlemmarna byggt upp under flera år och Mette konstaterar att det tar minst två tre år att få en fullt fungerande gruppmedlem.

Det som mest förvånat mig i studien är att inställningen till begreppet kulturentreprenör var så pass negativ bland respondenterna. Att bli kallad entreprenör i dagens värld brukar ses som något positivt och vi beundrar personer och kreatörer som lyckats skapa framgångsrika företag. Ändå är alla respondenter noga med att ta avstånd från denna ensidiga hyllningskör och värderar den konstnärliga friheten högt. Att ta välbetalda uppdrag utan konstnärligt innehåll kan för vissa ses som ett svek mot höga konstnärliga ideal. Det är som om det vore en mänsklig rättighet att få ägna sig åt sin konstnärliga utveckling, utan att behöva tänka att någon måste betala hyran. Kan det vara så att vi idag ser en utbildningsplats vid en konstnärlig högskola som en biljett till en värld där yrket är ett kall snarare än en födkrok? Kanske det finns en förväntan hos konstnärer om att samhället borde ta hand om de konstnärer som utbildas av ett offentligt finansierat utbildningssystem?

11 Epilog

Jag har gjort denna studie med relativt stora förkunskaper i det kulturella fältet opera och har själv varit verksam som frilansande sångerska och kulturentreprenör. Jag kan känna igen mycket av resonemanget respondenterna för och särskilt den starka önskan man har om att få ägna sig åt sin konstnärliga verksamhet, utan att ständigt behöva ta hänsyn till ekonomiska intressen. Ibland har det varit svårt att distansera sig och jag har haft känslan av att jag förstår precis hur respondenterna tänker. Här har jag haft stor hjälp av opponenter och handledare att

tänka i nya banor, men motståndet mot begreppet kulturentreprenörskap har jag haft svårt att förklara. Det räcker inte med den gamla förklaringen att pengar och kultur inte går ihop.

Jag undrar om motståndet kan ha att göra med löftet det innebär att bli antagen vid en konstnärlig högskola, beviset på att någon tror på dig och din konstnärliga talang? Själv kom jag aldrig in på Operahögskolan, utan har gått andra vägar via Sibelius-Akademiens vokalutbildning och Kulturamas Operastudio. Därefter har jag under lång tid byggt upp mitt eget konstnärliga kunnande och mina nätverk för att kunna förverkliga egna projektidéer. Att kunna ta sig in på det kulturella fältet opera utan att ta gräddfilen via Operahögskolan har fyllt mig med viss stolthet och jag har gärna kallat mig kulturentreprenör till skillnad från studiens respondenter.

På det kulturella fältet opera pågår en ständig kamp där driftiga kulturentreprenörer ibland hittar livskraftiga habitat och nischer där en konstnärlig verksamhet kan blomstra. Kanske det fungerar som i naturen att när en boplats överges kan en annan art flytta in. Andra kreativa krafter tar vid och fyller ut tomrummet med något annat om en verksamhet avvecklas eller ändrar riktning. Vem vet vad det blir av Kamraterna och Operaimprovisatörerna med tiden, om Vattnäs konsertlada får nya ägare med nya idéer? Kanske kommer nya kulturentreprenörer att blåsa liv i SpaghettiOperans gamla soppteaterkoncept en vacker dag. Vem vet, det kanske blir jag som gör det om inte någon annan hinner före.

Litteraturförteckning

- Alvesson, M. (2011). *Intervjuer: genomförande, tolkning och reflexivitet*. Liber. Malmö.
- Ashforth, B. E., & Gibbs, B. W. (1990). The double-edge of organizational legitimation. *Organization science*, 1(2), 177-194.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice* (Vol. 16). Cambridge university press.
- Bourdieu, P. (1986). *Kultursociologiska texter*. Salamander. Stockholm.
- Bryman, A., Bell, E., & Nilsson, B. (2005). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Liber. Stockholm.
- Carlsson, S., Karlsson, D., & Lekvall, L. (2014). *Ringar på vattnet. Wermland Opera 2015-2019*. Nätverkstan Skriftserie 005. Göteborg.
- De Clercq, D. and Voronov, M. (2009). Toward a practice perspective of entrepreneurship: Entrepreneurial legitimacy as habitus. *International Small Business Journal*, 27(4), 395-419.
- Denscombe, M. (2009). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Studentlitteratur. Lund.
- Eikhof, D. R., & Haunschild, A. (2007). For art's sake! Artistic and economic logics in creative production. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 28(5), 523-538.
- Ericsson, D. (2018). *Tongivande entreprenörskap. Opera på småländska*. Studentlitteratur. Lund.
- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American journal of small business*, 12(4), 11-32.
- Hamrefors, S. (2009). Den fula ankungen. I Holmquist, C. (red.) *Entreprenörskap på riktigt : Teoretiska och praktiska perspektiv* (1. uppl. ed., EFI:s årsbok, 2009). Economic Research Institute, Stockholm School of Economics (EFI). Studentlitteratur. Lund, 63-84.
- Holmquist, C. (red.) (2009). *Entreprenörskap på riktigt : Teoretiska och praktiska perspektiv* (1. uppl. ed., EFI:s årsbok, 2009). Economic Research Institute, Stockholm School of Economics (EFI). Studentlitteratur. Lund.
- Jacobsson, B. (2016). Stabilitet och förändring: om kulturpolitikens kringelikrokar under fyra decennier. I Svensson, J & Tomson, K. *Kampen om kulturen. Idéer och förändring på det kulturpolitiska fältet*. Studentlitteratur. Lund, 49-69.
- Karlsson, D., & Lekvall, L. (2002). *Den ofrivillige företagaren: En studie av kultur, ekonomi och företagande*. Nätverkstan Kultur i Väst.
- Lindgren, M. (2009). Gränsöverskridande entreprenörskapsforskning: entreprenörskap som process, projekt och emancipation. I Holmquist, C. (red.) *Entreprenörskap på riktigt: Teoretiska och praktiska perspektiv* (1. uppl. ed., EFI:s årsbok, 2009). Economic Research Institute, Stockholm School of Economics (EFI). Studentlitteratur. Lund, 215-232.
- Lindkvist, L., & Calås, D. (2018). *Avtryck: kulturentreprenörer, konsthallar och mecenater*. Volante. Stockholm.

Lindmark, M. (2009). Den underskattade kontexten. I Holmquist, C. (red.) *Entreprenörskap på riktigt: Teoretiska och praktiska perspektiv* (1. uppl. ed., EFI:s årsbok, 2009). Economic Research Institute, Stockholm School of Economics (EFI). Studentlitteratur. Lund, 39-61

Oakes, L. S., Townley, B., & Cooper, D. J. (1998). Business planning as pedagogy: Language and control in a changing institutional field. *Administrative Science Quarterly*, 257-292.

Power, E. M. (1999). An introduction to Pierre Bourdieu's key theoretical concepts. *Journal for the Study of Food and Society*, 3(1), 48-52.

Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development, translated by Redvers Opie. *Harvard: Economic Studies*, 46.

Scott, M. (2012). Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship: Music producers mobilising and converting Bourdieu's alternative capitals. *Poetics*, 40(3), 237-255.

SOU (2018). *Konstnär oavsett villkor?* Betänkande av Konstnärspolitiska utredningen. Statens offentliga utredningar. SOU 2018:23. Stockholm.

Stenström, E. (2008). *Konstiga företag*. Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan (EFI). Natur och kultur. Stockholm.

Stenström, E., & Strannegård, L. (red.) (2013). *Kreativt kapital: om ledning och organisation i kulturella och kreativa näringar*. 8tto.

Svensson, J., & Tomson, K. (red.) (2016). *Kampen om kulturen: idéer och förändring på det kulturpolitiska fältet*. Studentlitteratur. Lund.

Tillväxtverket (2019). *Ge plats på scen! Kulturföretagen vill växa*. Temarapport. Rapport 0275. Företagens villkor och verklighet. Nummer 10. Stockholm.

Tomson, K. (2016). Regeringens satsning på kulturella och kreativa näringar: nya medel för gamla kulturpolitiska mål. I Svensson, J & Tomson, K. (red.) *Kampen om kulturen. Idéer och förändring på det kulturpolitiska fältet*. Lund, 121-148.

Muntliga källor

Sjöblom, Klas, biträdande operachef på Kungliga Operan, klas.sjoblom@operan.se

Digitala källor

Vattnäs konsertlada, 2019. Om.
<http://konsertladan.com/om>
[2019-04-30]

Skatteverket (u.å). Företag och organisationer. Föreningar. Stiftelse.
<https://www.skatteverket.se/foretagochorganisationer/foreningar/stiftelse.4.6a6688231259309ff1f800028304.html>
[2019-04-30]

Wikipedia, 2019. Ideell förening.
https://sv.wikipedia.org/wiki/Ideell_f%C3%B6rening
[2019-04-30]

Wikipedia, 2019. Opera.
<https://sv.wikipedia.org/wiki/Opera>
[2019-05-28]

Kamraterna (u.å). Om oss.
<http://www.kamraterna.com/om-oss/>
[2019-04-30]

Operaimprovisatörerna (u.å). Om oss.
<https://www.operaimprovisatorerna.se/om-oss/>
[2019-05-02]

Kungliga Operan Regleringsbrev 2019.
<https://www.operan.se/globalassets/documents/pdf/regleringsbrev-2019.pdf>
[2019-05-14]

Kungliga Operan Årsredovisning 2018.
https://www.operan.se/contentassets/7c576cf68b8e4581ac9fc005dcd21864/ko_ar2018_till-webben.pdf
[2019-05-14]

Södertörns högskola 2018.Handledning för studenter.
<https://www.sh.se/download/18.2227a0ae1689511f5686bc1/1549439624828/Handledning%20för%20studenter.pdf>
[2019-05-28]

Statens kulturråd, 2018. Bidrag.
<https://www.kulturradet.se//bidrag/>
[2019-05-25]

Musikverket, 2019. Stöd till musikkivet. Projektbidrag. FAQ Allt om att söka projektbidrag.
<https://musikverket.se/stod-till-musikkivet/projektbidrag/faq-allt-om-att-soka-projektbidrag/#question-VemkanskaMusikverketsbidrag>
[2019-05-25]

Opera på Skäret, 2017. Alexander Niclasson ny konstnärlig ledare på Opera på Skäret.
<https://operapaskaret.se/alexander-niclasson-ny-konstnarlig-ledare-pa-opera-pa-skaret/>
[2019-05-28]

Bilaga 1

Intervjuguide - Kulturentreprenörer inom fältet opera

- Verksamhetens bakgrund
 - beskriv hur idén till verksamheten uppstod och de första stegen/etapperna
 - vad var syftet med att skapa verksamheten
 - vad har ni velat åstadkomma med er verksamhet
- Kritiska milstolpar
 - beskriv 3 viktiga händelser som på ett avgörande sätt påverkat utformandet av verksamheten (fråga senare om det finns fler..!)
- Organisationsformer och delar i verksamheten
 - beskriv rollfördelningar bland personer och delar i organisationen
 - vilka organisationsformer har ni valt - varför?
- Det konstnärliga arbetet vs det administrativa
 - beskriv hur du/ni som konstnärer och entreprenörer arbetat med olika delar i verksamheten
 - har verksamheten krävt att du/ni som konstnär behövt sätta dig/er in i andra områden är de rent konstnärliga?
- Vad tänker/känner ni inför begreppet kulturentreprenörer?
- Finansiärer
 - vilka har era finansiärer varit och vilka förväntningar har era ev. finansiärer haft på er?
 - Har finansiärerna påverkat inriktningen på verksamheten? Positivt/negativt?
 - Offentliga, sponsorer, privata mecenater...
 - Har du/ni eller någon annan kunnat få sin huvudsakliga inkomst av verksamheten?
 - vilka intressenter/stakeholders kan ni identifiera? Rita karta!
- Konstnärliga val
 - beskriv de överväganden som föregått val av repertoar och hur du/nu tänker kring era val av uppsättningar
 - hur hittar ni er konstnärliga personal, beskriv rekryteringen
- Platsen/Orten för verksamheten

- Skulle er verksamhet ha kunnat placeras någon annanstans?

- Om du/ni kunde ge dig/er själv/a några goda råd när verksamheten var i ett inledande skede - vilket eller vilka skulle dessa råd vara?

Bilaga 2

Informationsbrev

Information till dig som ska delta i en undersökning som genomförs av en student under utbildning.

Bland parhästar och kamrater

- en kvalitativ studie av kulturellt entreprenörskap inom fältet opera

Information om studien: Syftet med uppsatsen är att undersöka begreppet kulturellt entreprenörskap och vilka betydelser och innebörder de kulturella entreprenörerna inom fältet opera själva lägger in i begreppet entreprenörskap.

Kontaktuppgifter till studenten och handledaren: Studien utförs inom kursen företagsekonomi med inriktning organisation, institutionen för samhällsvetenskaper. Handledare: Ann-Sofie Köping, lektor i företagsekonomi, ann.sofie.koping@sh.se.

Studenter: Ann-Christin Högnabba, ancihognabba@hotmail.com

Personuppgiftsansvarig: Undersökningen/studentarbetet genomförs som en del av studentens utbildning vid Södertörns högskola som är juridiskt ansvarig för studenternas personuppgiftsbehandlingar. Du kan alltid nå Södertörns högskola via e-post registrator@sh.se eller telefon 08 608 40 00.

Laglig grund: Personuppgifterna behandlas enligt ditt informerade samtycke. Deltagande i studien är helt frivilligt. Du kan när som helst återkalla ditt samtycke, vilket dock inte påverkar den behandling som skett innan återkallandet.

Mottagare av personuppgifter: Alla uppgifter som kommer oss till del kommer behandlas så att obehöriga inte kan ta del av dem.

Lagringstid: Personuppgifterna kommer att bevaras till dess att uppsatsen är godkänd och kommer därefter att förstöras, om du inte kommit fram till att de ska bevaras längre än så.

Rättigheter: Enligt EUs dataskyddsförordning har du rätt att gratis få ta del av samtliga uppgifter om dig som hanteras och vid behov få eventuella fel rättade. Du har även rätt att begära radering, begränsning eller att invända mot behandling av personuppgifter.

Klagomål: Du har alltid rätt att lämna klagomål till Datainspektionen. Du når dem via epost: datainspektionen@datainspektionen.se eller telefon 08-657 61 00.

Med vänliga hälsningar,

Ann-Christin Högnabba

Företagsekonomi, institutionen för samhällsvetenskaper

Södertörns högskola

Bilaga 3

Samtyckesblankett

Samtycke till att delta i studien: **Bland parhästar och kamrater**

- en kvalitativ studie av kulturellt entreprenörskap inom fältet opera

Jag har skriftligen informerats om studien och samtycker till att delta. Jag är medveten om att mitt deltagande är helt frivilligt och att mitt namn och namnet på den verksamhet jag representeras kommer att användas i studien.

Jag väljer att delta i studien och godkänner att Södertörns högskola behandlar mina personuppgifter i enlighet med gällande dataskyddslagstiftning och lämnad information.

.....

Underskrift

.....

Namnförtydligande Ort och datum

Kontaktuppgifter

Handledare:

Ann-Sofie Köping, lektor i företagsekonomi

ann.sofie.koping@sh.se

Student:

Ann-Christin Högnabba

ancihognabba@hotmail.com