

ARILD DANIELSEN

Behaget i kulturen

En studie av kunst- og kulturpublikum



NORSK
KULTURRÅD

Copyright © 2006 by Norsk kulturråd
All rights reserved
Utgitt av Norsk kulturråd i kommisjon hos Fagbokforlaget

ISBN-13: 978-82-7081-132-8
ISBN-10: 82-7081-132-7

Grafisk produksjon: John Grieg AS, Bergen

Forsideillustrasjon:
Signe Marie Andersen, The Scene, 2002 © Signe Marie Andersen / BONO 2006
Forfatterfoto: Jan Terje Helmlı
Sideombrekking: Laboremus Prepress AS

Spørsmål om denne boken kan rettes til:
Fagbokforlaget
Postboks 6050, Postterminalen
5892 Bergen
Tlf.: 55 38 88 00 – Faks: 55 38 88 01
E-post: fagbokforlaget@fagbokforlaget.no
www.fagbokforlaget.no

For mer informasjon om Norsk kulturråd og kulturrådets rapportserie:
www.kulturrad.no

Norsk kulturråds rapportserie omfatter skrifter som kan ha forsknings- og utredningsmessig interesse for Norsk kulturråd, for deler av norsk kultur- og samfunnsliv, og for forskere og utredere på kulturfeltet. Kulturrådet utgir i tillegg en notatserie med mer foreløpig og begrenset siktemål.

Rapportserien redigeres av Norsk kulturråds utredningsseksjon og utgis av Norsk kulturråd i samarbeid med Fagbokforlaget. De vurderinger og konklusjoner som kommer til uttrykk i rapportene, står for den enkelte forfatters regning – og avspeiler ikke nødvendigvis Kulturrådets oppfatninger.

Forord

Dette arbeidet springer ut av Norsk kulturråds prosjekt Kunststoffentligheter, nærmere bestemt den delen av prosjektet som fokuserte på publikum. Intensjonen med prosjektet Kunststoffentligheter – som ble ledet av sosiolog Svein Bjørkås og ellers inkluderte litteraturviter Eivind Røssaak og undertegnede (sosiolog), samt MA-student i sosiologi Therese Dalsgaard-Rørvik – var å studere ulike forbindelser mellom kunst og offentlighet. Prosjektet har så langt resultert i to publikasjoner: Therese Dalsgaard-Rørviks masteroppgave i sosiologi *Kunsten å være et sted: En sosiologisk studie av relasjonen mellom publikum og konsertscenen Blå* (Dalsgaard-Rørvik 2004), og Eivind Røssaaks studie *Selviakttakelse – en tendens i kunst og litteratur* (Røssaak 2005). Arbeidet med denne tredje publikasjonen fra prosjektet har vært en lang prosess, primært fordi det har involvert et omfattende arbeid med observasjon, intervjuer, innsamling og bearbeiding av egne data, samt tilrettelegging og bearbeiding av data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser om kultur- og mediebruk.

En stor takk til Therese Dalsgaard-Rørvik som bidro med iver og entusiasme i viktige deler av arbeidet med å samle inn og registrere data, og kom en rekke nyttige bidrag i denne prosessen. Videre takk til Svein Bjørkås, Eivind Røssaak, Ellen Aslaksen og Preben von der Lippe som alle har bidratt med interessante synspunkter og motforestillinger på ulike sider ved prosjektet i diskusjoner ved Utredningsavdelingen i Norsk kulturråd. Jeg vil også takke andre ansatte i Norsk kulturråd som har kom-

met med nyttige kommentarer til spørreskjemaer og klassifikasjonsprinsipper, og spesielt IT-ansvarlig Trond Jonassen som hjalp meg med å organisere en database. Videre takk til alle som har gjort den praktiske gjennomføringen av datainnsamlingen mulig. Det gjelder de ansatte ved Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst, Galleri F15, Nasjonalgalleriet og Nationalteatret som bisto med utdeling av spørreskjemaer; det gjelder ledelsen ved Astrup Fearnley Museet, Galleri F15, Blå, Festspillene i Nord-Norge og Moldejazz som la forhold til rette for undersøkelsen, blant annet ved å gi meg fri tilgang til en rekke arrangementer; og det gjelder Daniel Nørbech, Stine Nørbech og Kyrre Bjørkås, som bidro med praktisk organisering og registrering av data fra spørreskjemaer. Og sist, men ikke minst, en takk til dem blant publikum som har brukt tid på å stille opp i intervjuer og svare på spørreskjemaer.

Innhold

Innledning	9
Å studere kunst- og kulturpublikum	9
Hva er publikum?	10

DEL I PUBLIKUM SOM MARKEDSSEGMENTER

1 Segmenterte markeder	19
Distanseringen fra det markedsmessige	
Publikum og det markedsmessige	21
Offentlige goder og tilbudssideøkonomi	23
Informasjonsøkonomi, nettverk og kretsløp	25
Markedssegmenter	30
2 Alderstrender	33
Alder, registrert kulturbruk og kulturelt aktivitetsnivå	35
Aldersmessig homogenitet: teaterpublikum	37
Ungdomskultur 1 – kinopublikum	40
Ungdomskultur 2 – konserter med «populærmusikk»	45
Godt voksen kultur: kunstutstilling	50
Integrasjonskultur: konserter med «klassisk musikk» og museumsbesøk	53

Alder og kunst- og kulturinteresser	57
Tolkning av alderseffekter	60
Aldersprogrammering	61
Alderspsykologiske forhold	62
Kulturell kompetanse	62
Identifikasjon og gjenkjennelse	64
Generasjonseffekter og periodeeffekter	65
Brukssammenhenger	68
3 Kjønnnet publikum	71
Kjønnsmessig likevekt	72
Maskulin dominans?	75
Feminin dominans?	77
Kjønn og kunst- og kulturinteresse	83
Tolkninger av kjønnseffekter	84
Kjønnsmakt og det estetiske blikk	85
«Kvinnerollen» og kulturell godvilje	86
«Kvinnelige verdier» og det ikke-instrumentelle	88
Kvinneplikt	89
4 Utdanning og kulturbruk	91
Den utdannede dominans	92
Utdanning og kunst- og kulturinteresser	100
Tolkninger av utdanningseffekter	101
Utdanning som opphav til kunst- og kulturinteresse	101
Utdanning, sosial seleksjon og kunst- og kulturinteresse	103
Kunst og kultur som identitetsprosjekt for den nye, utdannede middelklassen	106
Kulturell altentenhets som nytt dannelsesideal?	107

DEL II PUBLIKUM SOM SOSIALITETSFORM

5 Sosialiseringkunst	111
Konkrete og forestilte fellesskap	112
Kunstens og kulturens sammenbindende kraft	118
Kunst- og kulturinteresser, verdiorienteringer og sosialitet	119
Sosiale ritualer og kunst- og kulturopplevelser	121
Sosialiseringkunstens utside	126

6	Sosialitet, familiaritet, tilhørighet og identitet	129
	Resepsjon og intimitetsritualer	131
	Resepsjonens sosiogeografi	134

DEL III PUBLIKUM SOM OFFENTLIGHET

7	Kunstoffentlighet	143
	Begrepet kunstoffentlighet	144
	Eksisterer det en overgripende kunstoffentlighet?	145
	Kunstoffentligheten som selvrefererende system?	150
	Kunstoffentligheten og «den offentlige sfære»	155
8	Vurderingskategorier og offentlighet	159
	Publikum som skaper av kunstens enhet	160
	Vurderingskategorier og klassifikasjonsarbeid	163

DEL IV

	Avsluttende oppsummering	179
	Appendiks 1 Noen refleksjoner over metoder og data	189
	Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kultur og mediebruk	190
	Tilrettelegging av datamaterialet	191
	Fordeler ved datainnsamlingsopplegg av SSB- typen	191
	Problemer og svakheter ved undersøkelsesopplegget	192
	Egen publikumsundersøkelse	193
	Svarprosent og representativitet	196
	Spørreskjema	197
	Appendiks 2 Tabellvedlegg	201
	Litteratur	217

Innledning

Å studere kunst- og kulturpublikum

Den foreliggende studien tar sikte på å belyse noen viktige trekk ved publikummet som tilegner seg kunst og kultur. Denne tilsynelatende enkle og kortfattede intensjonserklæringen åpner for en rekke spørsmål og kontroverser: Hva refererer begrepet publikum til? Hva er kunst og kultur, og hva skiller eventuelt det ene fra det andre? Hva kjennetegner publikum på kunstarrangementer, sammenlignet med publikum på kulturarrangementer og publikum generelt? Hva vil det si å tilegne seg kunst og kultur? Hva betyr publikum for det som kalles kunst og kultur? Hva betyr kunst og kultur for det som kalles publikum? Hvordan studere dette, og så videre.

Disse spørsmålene er viklet inn i hverandre, og forsøk på å løse opp disse viklingene byr på en spesiell type motstand som henger sammen med at flere av de sentrale begrepene det spørres om er «essensielt omstridte». Essensielt omstridte begreper er begreper som ikke bare benevner omstridte forhold, det er begreper som selv inngår i kontroverser som begrepene skal si noe om.¹ Å identifisere og avgrense «kunstpublikum» – for eksempel i forhold til et mer omfattende «kulturpublikum» – forutsetter at det er mulig å avgrense «kunst», videre at det kan trekkes distinksjoner mellom «kunst» og «kultur», og at dette kan skilles

¹ For nærmere omtale og diskusjon av «essensielt omstridte begreper», se Lukes 1974.

fra noe utenfor som ikke er noen av delene. Alle med kjennskap til kunstfeltet vet at denne typen grensetrekking ikke bare er et spørsmål om ord eller tekniske definisjoner. Beskrivelser og definisjoner av kunst berører nemlig sentrale kontroverser innen kunst og kunstteori. Forsøk på å avgrense kunstpublikum, og derigjennom kunst, involverer uvegerlig sonderinger i forhold til det som er blitt beskrevet som kunstsistemets grunnleggende distinksjon, nemlig *skillet mellom kunst og ikke-kunst* (Luhmann 2000). Skillet kunst/ikke-kunst er igjen relatert til et annet essensielt omstridt begrep, nemlig begrepet *kunstnerisk verdi*, fordi skillet kunst/ikke-kunst vanligvis markerer en terskel for kunstnerisk verdi. Det «essensielt omstridte» i denne typen grensedragning kommer for eksempel til uttrykk i de forsøkene som nylig er gjort på å trekke distinksjoner mellom «kunst» (beskrevet som noe nyskapende og overskridende) og «kultur» (beskrevet som noe tradisjonsbærende).² Disse bestrebelsene viser med all tydelighet at slike tilsynelatende tekniske og deskriptive begrepspresiseringer indirekte uttrykker kulturpolitiske posisjoner, og ofte er eufemistiske omskrivninger av gamle og problematiske distinksjoner, som skillet mellom «høy» og «lav» kultur.

I forhold til slike og lignende kontroverser som følger med bruken av essensielt omstridte begreper har jeg i dette arbeidet stort sett fulgt Bøygens råd og valgt en «gå-utenom-strategi». Det vil si at jeg i stedet for å gå inn i endeløse og ørkesløse diskusjoner om hva som skal kalles kunst og kultur, har valgt å forholde meg til noen av de offisielle avgrensninger som er operative innenfor kunstfeltet. Det innebærer blant annet at når det her er snakk om «publikum på kunst- og kulturarrangementer», har jeg i deler av undersøkelsen tatt utgangspunkt i arrangementer som har fått en offisiell anerkjennelse som kunstnerisk verdifulle, enten ved å være støttet *qua* kunst direkte over statsbudsjettet, eller gjennom støtte fra Norsk kulturråd (det er gjort nærmere rede for utvalgsriterier i Appendiks 1: *Noen refleksjoner over metoder og data*).

Hva er publikum?

Begrepet *publikum* (uten forstavelsen *kunst-*) er ikke «essensielt omstridt» på samme måte som begrepet *kunst*, men det er til gjengjeld konturløst og derfor ikke uten videre velegnet som utgangspunkt for undersøkelser. Alle har på en eller annen måte vært publikum, og alle er derfor kompe-

² Se avisartiklene til Meyer 2001; Persen 2002.

tente til å mene noe om hvordan det oppleves å være publikum, hva som kjennetegner publikum, hva man holder på med når man er publikum, og så videre. Alle har dessuten opplevd å være publikum på ulike typer arrangementer og i ulike sosiale sammenhenger. Dersom vi blir oppfordret til å fortelle om våre erfaringer som publikum, vil mange av oss med rette spørre: «Publikum? – I hvilken sammenheng?» Våre erfaringer som publikum avhenger selvfølgelig av innholdet i det vi opplever, og dessuten av vår egen motivasjon og dagsform. Vi kan altså gå ut ifra at det finnes en rekke individuelle erfaringer av det å være publikum, og at erfaringene til den enkelte kan variere mye fra gang til gang. Å stille spørsmål om hva publikum er, hva som kjennetegner publikum, hvordan det erfarer å være publikum og så videre, kan derfor lett bli å stille spørsmål av en type som er like ubestemte og like ubesvarlige som spørsmål om hva det vil si, eller hvordan det erfares, å bo i Norge.

Sett mot denne bakgrunnen kan det virke fåfengt å forsøke å si noe generelt om publikum. Vil ikke det generelle som eventuelt kan sies lett koke ned til noen selvfølgeligheter som alle kjenner til på forhånd? Sikker nok, dersom ambisjonen er å si noe generelt som alle umiddelbart kan kjenne seg igjen i og som oppsummerer alle individuelle erfaringer. Men ambisjonen bak dette arbeidet har ikke vært å skape maksimal gjenkjennelse, eller å oppsummere alle individuelle erfaringer. Ambisjonen har vært å rendyrke og stilisere noen vesentlig sider ved det som ligger i begrepet publikum, og videre å forsøke å si noe om hvordan bestemte forestillinger om publikum preger forståelsen av hva publikum er og bør være. Den viktigste ambisjonen med arbeidet er med andre ord *teoretisk*.

Det er gjort en del empiriske undersøkelser av kunst og kulturpublikum i norsk sammenheng.³ Til tross for dette er det slående at spørsmål om hva publikum er, hva publikum erfarer og hva publikum gjør, i liten grad har vært tema for systematisk refleksjon.⁴ Det er derfor ikke først og fremst mer empiri som savnes på dette området, men mer systematisk refleksjon og teoretisk begrunnede tolkninger. Ambisjonen er å bidra til å gi noe av dette.

3 Statistisk sentralbyrås kulturbruksundersøkelser er her den sentrale referansen. Disse undersøkelsene har vært ledet av Odd Frank Vaage i SSB; se henvisningene til Vaage i litteraturreferansene.

4 Bourdieus undersøkelser innenfor dette feltet er blant de få bidragene til grundig og systematisk analyse; se spesielt Bourdieu 1984; Bourdieu og Darbel 1991. I norsk sammenheng finnes det også interessante bidrag hos Gripsrud og Hovden 2000 og Hovden 2002.

«Publikum» er et ord som brukes rutinemessig i dagligspråket uten at det kreves noen nærmere definisjon eller presisering. Når kjennetegn ved publikum blir tema for en undersøkelse, melder det seg et behov for å klargjøre hva som ligger i begrepet. Men forsøk på å presisere hva publikum er, reiser lett nye spørsmål. Ofte er det nettopp sånn; det å reflektere over noe vi pleier å ta for gitt skaper ikke mer entydighet, men heller mer kompleksitet og uoversiktighet.

På engelsk er *audience* den vanligste betegnelsen på en forsamling som følger et kulturarrangement. Vi har lignende betegnelser på norsk, nemlig *lyttere* og *tilhørere*, men disse uttrykkene viser til auditiv oppmerksomhet, og er ikke blitt generelle betegnelser på alle forsamlinger som følger kunst- og kulturarrangementer. Begrepet *publikum* – som er det generelle norske begrepet for en slik forsamling – rommer også noe mer enn det som ligger i begreper som *lytter*, *tilhører*, *leser*, *seer* og (spesielt) *tilskuer*. Dette supplementet har å gjøre med begrepets latinske røtter: I romersk statskikk betegnet «*res publica*» en sfære for det som ikke kunne annekteres av den enkelte, men som var til for alle borgere, og som alle borgere derfor kunne ha interesse av å mene noe om.⁵ I sin studie av *Borgerlig offentlighet* viser Habermas hvordan denne sfæren for offentlige anliggender etter hvert danner et rom for meningsutveksling og meningsdanning som er uavhengig av Staten (Habermas 1971). Dette gir opphav til ideen om *publikum som bærer av den offentlige mening*.

I opplysningstidens politiske tenkning utvikles forestillingen om publikum som en kilde til kritisk meningsdanning, og som en motvekt mot kongemakt, kirkemakt og statsmakt. Mye av den såkalt modernistiske kunsten har bygd opp profesjonsbevissthet rundt en forståelse av kunst som noe som nettopp bidrar til en slik kritisk offentlighet.

Å beskrive publikum som en særegen offentlighetsform basert på kritisk meningsutveksling fanger likevel bare en del av det begrepet publikum henviser til. Det er vanlig å snakke om at publikum kan ha kvaliteter som gjør det til «et godt publikum» eller «et dårlig publikum», «et entusiastisk publikum» eller «et kritisk publikum», osv. Mange henviser til «stemningen» og opplevelser av samvær med andre, når de snakker om sine erfaringer som publikum. Det viser seg at når folk oppsøker et kunst- og kulturarrangement, forholder de seg ikke bare til de spesifikke kultur-

5 Se Habermas 1971. Romerretten definerte et særskilt sett av regler for «*res publica*» (offentlige ting), og dette skillet mellom «offentlig rett» og «privatrett» er som kjent videreført opp til i dag.

produktene og/eller kunstuttrykkene som blir formidlet, eller til den mulige *kunstoffentligheten* disse inngår i, men også til *sosiale kontekster*. Disse kontekstene er i høy grad med på å gi mening til de kulturproduktene og kunstuttrykkene som blir formidlet.

Den konteksten rundt kulturprodukter og kunstneriske uttrykk som tradisjonelt har fått størst oppmerksomhet, er den kulturhistoriske og kunsthistoriske meningssammenhengen og «intertekstualiteten» de inngår i. Men selv eksperter på kunst og kultur har gjerne sine kunstopplevelser i en mer umiddelbar sosial sammenheng, og denne sosiale konteksten bidrar også til å gi mening til opplevelsen. For mange vil den meningen som springer ut av den sosiale sammenhengen rundt opplevelsen, danne den primære meningskonteksten som kulturproduktene og kunstuttrykkene inngår i. Skal vi studere publikum, må vi derfor også fokusere på det sosiale aspektet ved det å være publikum, noe som blant annet handler om hvilke brukssammenheng kunst- og kulturarrangementer er en del av.

Avhengig av hvilket av de to perspektivene vi anlegger, kan vi altså forstå publikum som en form for offentlighet og som særegne sosialitetsformer. Disse perspektivene sier likevel ikke noe om de markedsmessige relasjonene som svært ofte er en forutsetning for at noen kan opptre i rollen som publikum. Sett fra et økonomisk synspunkt er publikum personer som tilegner seg kulturelle goder, og som dermed er med på å skape etterspørsmål etter disse godene. I mange sammenhenger forutsetter tilegnelsen en type kundeforhold, der publikum betaler for å få levert godet. Men ofte foregår det ingen direkte økonomiske transaksjoner mellom publikum og leverandører, enten det skyldes at godene leveres gratis av idealistiske grunner eller som ledd i en markedsføring; at de er offentlig finansierte og derfor levers uten noen direkte betaling, eller at mange nyter godt av gratisbilletter, presseakkreditering, bekjentskaper, osv. Det markedsmessige ved forholdet mellom publikum og kulturformidler blir i noen sammenhenger også nedtonet ved at det etableres mer stabile tilknytningsformer som medlemskaps- og abonnentsordninger. Men i et økonomisk perspektiv vil det å være publikum uansett innebære å etterspørre noe på et marked for kulturelle goder, selv om godene i mange sammenhenger kan leveres til en utsalgspris som er lik null.

Et kjennetegn ved markedene for kunst og kulturelle goder, er at det dreier seg om «segmenterte markeder», det vil si markeder der ulike sjikt av konsumenter etterspør ganske ulike tilbud. Denne segmenteringen er ikke bare et spørsmål om pris, og den er heller ikke bare et sett av tilfeldige

kjennetegn ved distribusjonsformen som ikke angår innholdet i det som formidles. Segmenteringen av markedene for kunst og kultur er tvert imot nært knyttet til innholdet i det som tilbys, og bidrar til å definere meningskonteksten rundt tilegnelsen. Dette er i hvert fall en viktig antagelse i denne studien, og analyser og tolkninger av markedssegmenter utgjør derfor en vesentlig del av den.

For å oppsummere har jeg i det foregående skissert tre ulike synsmåter på hva som ligger i begrepet publikum, nemlig *publikum som en særegen offentlighetsform*, *publikum som former for sosialitet*, og *publikum som et konglomerat av markedssegmenter*. Denne tredelingen innebærer en bevisst stilisering av ulike perspektiver.⁶ Dette har sammenheng med at begrepet publikum, som tidligere nevnt, er konturløst og derfor må spesifiseres i bestemte retninger for å kunne danne utgangspunkt for nærmere analyser og empiriske undersøkelser. Denne studien er bygd opp rundt denne stiliseringen og er altså organisert i tre hoveddeler.

Den første og største delen presenterer og utdyper markedspektivet på publikum. Den fokuserer på *hvem* som er publikum på kunst- og kulturarrangementer, og hvordan dette eventuelt endrer seg. Det dreier seg altså om publikum forstått som *markedssegmenter*. Selv om begrepet «markedssegmenter» ofte ikke blir brukt i omtaler av kunst og kultur, dreier det seg om mønstre som er kjent fra andre undersøkelser av publikum. Utfordringen ligger i å forstå hva disse mønstrene betyr, og i det følgende er det lagt vekt på å diskutere mulige fortolkninger.

Andre del tar opp de sosiale rammene rundt tilegnelse av kunst og kultur. Det er altså snakk om publikum som *sosialitetsformer*. Det er mange eksempler på at kunst og kultur har fungert som samlingspunkt for grupper, og som noe personer kan knytte sin identitet til. Hvordan kunst og kultur kan symbolisere sosiale kategorier og uttrykke den sosiale identiteten til grupper og personer, er derimot ikke opplagt. Spørsmålet om hvordan kunst og kultur kan få denne typen sosiale funksjoner er derfor et hovedtema i del II av undersøkelsen.

Tredje del diskuterer ideen om publikum som del av en *offentlighet*. Det generelle spørsmålet om kunstens og kulturens offentlige rolle er et stort tema som går langt ut over rammene for en studie av publikum. Del III av

6 Denne formen for stilisering eller rendyrking av noen tendenser som antas å være til stede i virkeligheten, men som aldri opptrer i «ren form», står (selvfølgelig) i gjeld til den «idealtypiske» tilnæringsmåten som Max Weber og Alfred Schutz anbefalte som forskningsstrategi for samfunnsvitenskapene; se Weber 1971, Schutz 1972.

denne undersøkelsen fokuserer derfor på mer avgrensede spørsmål: For det første spørsmålet om hvilken rolle publikum har innenfor det som kan kalles kunstoffentligheten. For det andre spørsmålet om hvilke prinsipper publikum bruker for å beskrive og klassifisere sine erfaringer som publikum. Det sistnevnte er et spørsmål som berører viktige forutsetninger for at publikum skal kunne fungere som en kritisk offentlighet.

Som nevnt er dette arbeidet først og fremst ment som et bidrag til å skape en bedre teoretisk forståelse av det vi kaller publikum. Men teorier og fortolkninger som ikke inngår i et nært vekselvirkningsforhold med empiri blir lett abstrakte, i den negative betydningen av ordet: tomme for innhold og uten relevans for erfaringer eller praksis. Forhåpentligvis blir denne tendensen motvirket ved at de teoretiske perspektivene som blir presentert og diskutert i denne studien stort sett blir knyttet til fortolkninger av empiriske forhold. Det empiriske materialet omfatter både observasjoner og informantintervjuer, men primært statistiske fordelinger hentet fra bearbeiding av SSBs materiale om kulturbruk, og ikke minst fra en egen spørreskjemaundersøkelse som ble gjennomført i tilknytning til prosjektet. Et avsluttende appendiks diskuterer fremgangsmåter og metodebruk i forhold til de empiriske dataene som blir presentert.

Tittelen på denne studien – *Behaget i kulturen* – er, som den kulturelt kompetente leser, sikkert har merket seg, en parafraze over Freuds *Ubehaget i kulturen* (Freud 1966). Psykoanalytikeren fortolket kulturelle ytelser som resultat av en form for kultivert asketisme, en systematisk forsakelse som utspilte seg i spenningsfeltet mellom individuell behovstilfredsstillelse og sosiale regler. Denne fortolkningen kan leses som et psykologisk supplement til Kants estetiske filosofi, der det trekkes et skille mellom de subjektive fornemmelsene av lyst og glede som estetiske objekter kan vekke, og den dypere tilfredsstillelsen som bunner i «interesseløs anskuelse» av formale aspekter ved estetiske objekter. Bare den sistnevnte formen for tilegnelse kan ifølge Kant gi opphav til estetisk dømmekraft med allmenne pretensjoner (Kant 1995). Høyere former for estetisk resepsjon forutsetter derfor en viss selvtukt og disiplinering av det umiddelbare og naive følelseslivet. I en del modernistisk estetisk teori, som for eksempel hos Adorno, blir denne asketismen transformert et spørsmål om vilje og mot til å konfrontere det ubehaget som ledsager det sanne, «ikke-identiske» kunstverkets påminnelser om at vi er kastet ut i en splittet eksistens (Adorno 1998). I *Distinksjonen* gir Bourdieu en sosiologisk fortolkning av den «aristokratiske asketismen» han hevder er typisk for den distingverte tilegnelsen av kulturgoder. Han tolker denne «aristokratiske asketis-

men» som et svar på den kulturelt distingvertes erfaringer av egen posisjon og betydning vis-à-vis de økonomiske og administrative kreftene som dominerer moderne samfunn. «Askesen» vitner om en tvetydig relasjon til verden som er typisk for personer med tilgang på mye kulturell kapital, men lite økonomisk kapital, en relasjon som uttrykker kulturell selvsikkerhet kombinert med maktesløshet. Kants og Adornos estetikk bærer ifølge Bourdieu preg av å være generaliseringer fra erfaringer som kjennetegner denne særegne sosiale konstellasjonen (Bourdieu 1984). Men uansett hvordan man velger å fortolke den påståtte asketismen og selvkontrollen som sies å kjennetegne kompetent resepsjon av estetiske objekter, kan det være grunn til å sette spørsmålstegn ved om dette er en utbredt grunnstemning blant kunstpublikum. Er det ikke heller ulike varianter av umiddelbar tilfredshet og glede (og noen ganger ergrelse) som preger kunstresepsjon? Og er det ikke *behaget*, heller enn *ubehaget*, som tjener som ledetråd for publikum? De praktiske klassifikasjonsprinsippene som blir beskrevet mot slutten av denne publikumsundersøkelsen peker i hvert fall i den retningen. Selv om det er behaget, eller jakten på glede og gode erfaringer, som er ledetråd for de fleste som søker estetiske erfaringer, så er dette behaget sosialt formet og strukturert. De neste kapitlene tar sikte på å undersøke noen sider ved denne sosiale strukturen av behaget i kulturen.

DEL I

PUBLIKUM SOM
MARKEDSSEGMENTER

KAPITTEL 1

Segmenterte markeder

Distanseringen fra det markedsmessige

Med forvitringen av patronatsystemet skjer det en historisk overgang som gjør at produksjon og distribusjon av kunst blir vevet inn i kretsløp som har mange fellestrekk med de kretsløpene som organiserer vanlige varemarkeder. Dermed blir det mulig å betrakte publikum som summen av de ulike markedssegmentene kunst- og kulturdistribusjonen henvender seg til.

Markedstenking blir sjelden møtt med entusiasme i de sektorene av kunst- og kulturlivet som etterstreber seriøsitet og autentisitet. Å være utlevert til markedsmekanismen strider mot idealer om *kunstnerisk autonomi*. Spesielt etter modernismens fremvekst har mange kunstnere, og deres assosierte støttespillere, rutinemessig distansert seg fra alt som bærer preg av handel og kommers. De markedsrelasjonene som kunst og kultur er involvert i blir derfor gjerne underkommunisert overfor omgivelsene. I en rekke kultursosiologiske undersøkelser har Bourdieu analysert hvordan kunstnerisk legitimitet forutsetter avmålt distanse til det økonomiske (Bourdieu 1979; Bourdieu 1993). Dette gjelder ikke minst i distribusjonsleddene som forholder seg mest direkte til transaksjoner på markedet. Distanse til det økonomiske kan her fungere som en prøvestein på kunstnerisk integritet og legitimitet, og det utøves ofte et «eufemiseringsarbeid» for å nedtone kommersielle interesser. Selv om enkelte kunstnere og formidlere kan ha komfortable inntekter uten å bli diskreditert innenfor kunstverdenen, vil mistanke om at produksjon og formidling er til-

passet etterspørsel på markedet lett kunne undergrave all kunstnerisk legitimitet (med mindre markedsorienteringen også blir definert som ledd i et kunstnerisk prosjekt; jamfør for eksempel deler av arbeidene til Andy Warhol).

Denne distanseringen fra det markedsmessige har ledet til motstand mot å bruke uttrykk som «kunst- og kultur*konsum*» eller «*forbrukere* av kunst og kultur», annet enn i en lett nedsettende betydning. Begrepene *kulturkonsum* og *kunstkonsum* dukker gjerne opp i sammenhenger der noen vil antyde at tilegnelsen av kunst er overflatisk og lettvin, for eksempel i omtaler av en del former for «kulturisme», mens genuin kunsttilegnelse antas å forutsette fordypelse over tid. *Konsum* forbindes med standardisering og tilrettelagte tilbud av «lokkevarer», i motsetning til kunsttilegnelse som antas å skape nye og unike erfaringer hos den som har vilje til å møte det uforutsigbare. Mens *kommers* og *forbruk* forbindes med forgjengelighet og «materialistiske verdier», er det en utbredt oppfatning at kunst og kultur rommer varige verdier med tilknytning til det sjelelige og åndelige («*vita brevis, ars longa*» osv.). Denne forståelsen av kunsten har mye til felles med idealer som tradisjonelt har vært knyttet til religion, og det er ikke tilfeldig at forsøk på å bruke markedsføringsteknikker i forbindelse med religionsformidling møter motargumenter fra teologisk hold som har mye til felles med den motstanden kunstfaglig ekspertise kan mobiliserer mot «kommersialisme». I mer filosofiske termer er denne typen motstand blitt formulert via betraktninger som kontrasterer «det inautentiske varesamfunnet» med «den autentiske kunsten», eller «tingliggjort varelogikk» med «ikke-identiske kunstverk». Estetiske filosofer som Adorno har gjennom slike formuleringer bidratt til å gjøre *distansen fra det pengeøkonomiske* til et sentralt moment i den modernistiske kunstens selvforståelse og selvpresentasjon. I dette perspektivet blir den sanne Kunsten fremstilt som et lysglimt av håp i den ellers grå tristessen som hviler over en gjennomrasjonalisert verden av instrumentell fornuft der varebytte styrer de fleste relasjoner (Adorno 1998; Horkheimer og Adorno 1972). Og selv om mange innenfor kunst- og kulturfeltet ikke fullt ut deler den pinsestemningen som preger Adornos perspektiv, er det en gjengs oppfatning at kunstformidling lett blir besudlet av markedet (det er dette som ligger i beskrivelsen av forlagsvirksomhet som kunsten å balansere mellom «børs og katedral»).

På tross av tradisjonen for distanse fra det markedsmessige, har det i løpet av de siste tiårene etter alt å dømme skjedd en dreining i retning av at stadig flere kunstnere, utøvere og formidlere – og dermed også en stadig

større del av publikum – blir involvert i kunstnerisk og kulturelle virksomhet via sammenhenger der markedsrelasjoner spiller en betydelig rolle. Dette har ikke minst sammenheng med at stadig flere ønsker å drive med kunstnerisk virksomhet, uten at det har vært en tilsvarende vekst i ledige posisjoner innenfor den institusjonaliserte kunstverdenen, eller en tilsvarende vekst i statlige støtteordninger. I takt med denne utviklingen har mange kunstnere fått et mindre anstrengt forhold til det markedsmessige, og spesielt til mulighetene for sponing fra kommersielle interessenter.

Publikum og det markedsmessige

Det ligger selvfølgelig utenfor rammene for denne undersøkelsen å ta opp finansiering av kunstnerisk produksjon, eller å analysere de intrikate kanalene for distribusjon av kunst og kultur. Det som står i fokus er kunst- og kulturpublikum, og i dette kapitlet kunst- og kulturpublikum forstått som markedssegmenter innenfor et mer omfattende system av distribusjon og omsetning.⁷

Sett fra et økonomisk utgangspunkt kan den enkelte blant publikum beskrives som en markedsaktør som tilegner seg et kulturelt gode. Publikum som helhet kan beskrives som summen av alle aktører på etterspørsels-siden i markeder der kunst- og kulturgoder blir formidlet. Dette kan innebære en type kundeforhold der publikum betaler, for eksempel kjøper ei bok eller løser en billett eller tegner en form for abonnement. I en rekke sammenhenger foregår det likevel ikke noen direkte økonomiske transaksjoner mellom publikum og de som leverer godene. Godene kan være betalt indirekte via det offentlige og derfor bli tilbudt gratis til alle interesserte. Det kan også være mange blant publikum som nyter godt av gratisbilletter og spesielle akkrediteringer. I slike sammenhenger kan det å være publikum likevel betraktes som en relasjon på et marked for kulturelle goder, der spesielle forhold gjør at enkelte goder levers til en utsalgspris lik null.

En mulig grunn til å anlegge et markedsperspektiv på distribusjon og tilegnelse av kunst og kultur er at det kan gi en tilsiktet «fremmedgjørings-effekt» i forhold til kunstverdenens selvforståelse. En slik tilsiktet distanse fra rådende definisjoner av situasjonen kan tenkes å gi nye innsikter (dette er noe av bakgrunnen for Bourdieus bruk av økonomiske begreper i analyser av forhold innenfor kulturlivet). Men et markedsperspektiv på kunst- og kulturformidling trenger ikke å innebære noen tilsiktet «fremmedgjør-

⁷ Se Arnestad 1996 for en generell diskusjon av økonomiske perspektiver på kulturlivet.

ringseffekt». Det kan være begrunnet ut ifra «saken selv», altså ut ifra at markedspregede distribusjonsformer faktisk spiller en betydelig rolle innenfor kunst- og kulturfeltet. I tillegg til dette kan også resepsjonsteoretiske betraktninger støtte opp om et markedsperspektiv på rollen som publikum. På tross av den nevnte tradisjonen for «distanse fra det markedsmessige», har beskrivelser av kunsttilegnelse – spesielt beskrivelser som anlegger et *postmoderne* perspektiv – ofte klare fellestrekk med markedsteoriens perspektiv på konsumenter: Kunstopplevelser fremstilles som strengt individuelle erfaringer innenfor et kunstfelt der det er mulig å tilegne seg et utall av former og uttrykk som stadig er i endring. Smaken beskrives som individualisert og uoversiktlig, noe som gjør at den enkelte i tiltagende grad velger på tvers av etablerte konvensjoner og genrer. Tilegnelsen av verker tenkes derfor å være en dynamisk og uferdig aktivitet, der publikum preges av økende oppfinnsomhet og uforutsigbarhet. Disse karakteristikkene av kunsttilegnelse sammenfaller i høy grad med forbruksforskeres beskrivelser av *moderne konsumenter* (Miller 1987), og er også i tråd med et par av den økonomiske konsumentteoriens vanlige antagelser om forbrukeratferd, spesielt med prinsippet om *konsument-suverenitet* som postulerer at folks smak og preferanser er strengt individuelle og uforklarlige, i tillegg til antagelsen om at markedet blir til som resultat av de ikke-koordinerte ønskene til en rekke enkeltaktører.

Det finnes likevel særegenheter ved distribusjon og tilegnelse av kunst og kultur som tilsier at vanlige markedspektiver må modifiseres for å gripe viktige trekk ved de relasjonene kunst- og kulturpublikum inngår i. For det første kan ikke det økonomiske prinsippet om «maksimering av nytte» uten videre overføres. For det andre kan det være problematisk å opprettholde den vanlige markedsøkonomiske antagelsen om at tilbudet er et resultat av publikums etterspørsel. Videre kan det være grunn til å spørre om den enkelte blant publikum virkelig opptrer som et suverent og uforutsigbart individ, eller om det typiske er at den enkelte orienterer seg innenfor bestemte markedssegmenter og at tilknytning til segmenter ikke bare dreier seg om likeartede preferanser, men også er med på å skape en større meningskontekst rundt kunst- og kulturopplevelsene til den enkelte.⁸ Det kan videre være interessant å reflektere over hvilken betydning det som i markedsføring kalles «merkeloyalitet» kan ha blant kunst- og kulturpublikum. Men før vi ser nærmere på spørsmål om «merkelo- ja-

8 Det kan også være situasjonen på en rekke vanlige varemarkeder.

litet» og publikumssegmenter, kan det være grunn til å reflektere over noen særtrekk ved distribusjonen av kunst og kulturgoder.

Offentlige goder og tilbudsideøkonomi

En åpenbar innvending mot å betrakte publikum som aktører på en serie markeder er at kunst- og kulturformidling ofte foregår på måter som ikke involverer vanlige markedstransaksjoner. Som allerede nevnt, blir en betydelig del av den kunsten og kulturen som er tilgjengelig for publikum formidlet i form av offentlige goder. Publikum inngår da i særegne «markedsrelasjoner» hvor tilegnelsen foregår uten noen direkte betaling, men der publikum – sammen med andre parter som ikke benytter seg av tilbudene – indirekte er med på å finansiere godene via skattesystemet. En slik form for redistribusjon er vanlig på områder der det bringes til veie goder som et politisk flertall mener bør være tilgjengelige for alle, uavhengig av kjøpekraft. Systemer av denne typen blir brukt for å opprettholde institusjoner som kanskje angår en begrenset del av befolkningen, men som like fullt ivaretar noe som anses som betydningsfulle samfunnsanliggender. Å opprettholde «et variert kunst- og kulturtilbud», har lenge vært ansett som en forpliktelse en *kulturnasjon* må ivareta. På tross av innvendinger fra liberalistisk hold, har det vært bred politisk enighet i Norge om at det er en offentlig oppgave å finansiere kulturgoder som anses som spesielt verdifulle. Hva som skal regnes som tilstrekkelig verdifulle kulturgoder er fra tid til annen et tema for offentlig debatt, men uansett utfallet av disse debattene forholder den offentlige kulturpolitikken seg til andre kriterier enn etterspørsel i et marked. Dersom kunst- og kulturpublikum beskrives som markedsaktører, så er det viktig å være oppmerksom på at de markedene disse aktørene inngår i ofte er markeder der *tilbudssiden* setter avgjørende premisser. Vi kan med andre ord snakke om en form for *tilbudsideøkonomi*.

Lignende forhold gjør seg gjeldende i den store sektoren av kunst- og kulturformidling som delfinansieres gjennom offentlige støtteordninger. En begrunnelse for slike ordninger er at formidling av kvalitetskultur ikke kan overlates til vanlige markeder fordi kvalitet ofte ikke etterspørres i tilstrekkelig grad til den prisen det koster å levere. Det blir antatt at en stor del av publikum som vet å verdsette kvalitet, og som har en legitim rett til å denne typen goder, ikke har tilstrekkelig kjøpekraft til å tilegne seg dette til markedspris. På grunn av såkalte *markedsimperfeksjoner* kan mar-

kedssystemer ikke opprettholde kulturtilbud som svært mange ønsker at skal finnes, selv om bare et fåtall regelmessig benytter seg av dem. Offentlig støtte kan altså begrunnes ut fra et ønske om å frembringe kvalitetsprodukter som ikke kan leveres via markedet til en akseptabel pris. Det finnes en lang historisk tradisjon for ordninger av denne typen. Svært mange kunstneriske arbeider og kulturuttrykk som nyter høy anseelse er ikke blitt produsert for salg på et marked (selv om det finnes rikelig med eksempler på det motsatte innenfor billedkunst).

Temaet for denne studien er ikke offentlig kulturpolitikk og støtteordninger, eller diskusjon av kvalitetskriterier. Det foregående har like fullt viktige implikasjoner for publikums markedssituasjon: Før det første innebærer det at *kjøpekraft* ikke spiller noen avgjørende rolle for tilgang til viktige kulturgoder. Kjøpekraft har selvfølgelig betydning for ervervelser (f.eks. kjøp av malerier og skulpturer), og økonomiske forhold vil også kunne begrense mulighetene til å holde seg à jour med det som foregår innenfor en sektor, fordi dette kan kreve et svært høyt aktivitetsnivå (selv tilbud som er gratis kan innebære utgifter til transport osv.).⁹ Men for vanlige norske hushold er økonomi neppe en avgjørende beskrankning når det gjelder å oppnå rimelig god tilgang på kunst og kulturgoder. Det betyr at praktiske forhold og sosiale og kulturelle skillelinjer etter alt å dømme har større betydning enn kjøpekraft for tilegnelsen. Videre innebærer det at en betydelig del av kulturøkonomien er en *tilbudssideøkonomi*, altså en økonomi preget av markeder der forbruket i høy grad avhenger av hva som tilbys, og altså ikke i samme grad som på mange varemarkeder er styrt av konsumentenes etterspørsel.

Betrakter vi publikum som aktører innenfor en serie markeder, kan det være rimelig å skille mellom en *konkurransesektor* der vanlige markedsmekanismer antas å dominere og hvor etterspørsel fra forbrukere har stor betydning for hva som tilbys, og en *skjermet sektor* der tilbudssiden setter de viktigste premissene og betydningen av kjøpekraft er nedtonet. I og med at kunstneriske kvalitet og kulturell verdi skal være seleksjonskriterier innenfor den skjermede sektoren, kan tilhørighet til denne sek-

9 Resultatene fra regresjonsanalysene som er gjengitt i Appendix 2 viser at det kreves forskjeller i årsinntekt på rundt 1 million kroner i for å få statistiske effekter på kunst- og kulturbruk som tilsvarer effekten av ha utdanning fra videregående skole kontra ungdomsskole, eller utdanning på lavere høyskole/universitetsnivå kontra videregående skole. Med andre ord har inntekt en statistisk effekt på kulturbruk, men det skal relativt store inntektsforskjeller til for at dette slår merkbart ut.

toren også bli oppfattet som et kvalitetsstempel. I praksis kan likevel ulike forhold bidra til at forskjellene mellom de to sektorene blir mindre enn man i utgangspunktet skulle forvente. Med bakgrunn i erfaringer fra USA har Paul DiMaggio analysert flere forhold som bidrar til ensartethet på tvers av sektorer (DiMaggio 1991). Han peker på at institusjoner og ordninger som får offentlig støtte er avhengige av *politisk legitimitet*. Institusjoner med svært liten oppslutning og ordninger som interesserer svært få, vil lett kunne miste politisk legitimitet. Det oppstår derfor ofte et press i retning av å ha en akseptabel publikumsoppslutning («ingen kan argumentere mot høye besøkstall»), et press som altså virker i samme retning som det presset som av økonomiske grunner gjør seg gjeldende i de mer konkurranseutsatte sektorene. Det finnes eksempler på institusjoner med begrenset allmenn oppslutning som i utgangspunktet har høy politisk legitimitet fordi de er blitt til gjennom allianser mellom kjente kulturpersonligheter og entusiastiske politikere. Når disse grunnleggerne etter hvert forsvinner, kan spørsmålet om legitimitet bli et tema, og det kan oppstå et press i retning av å skape større publikumsoppslutning for å opprettholde den offentlige støtten. DiMaggio peker dessuten på at profesjonelle administratorer og formidlere innenfor den skjermede sektoren kan ha personlige interesser i å få sin institusjon og sin sektor til å vokse, og at disse aktørene derfor ofte følger strategier som ligner mye på det som preger lignende aktører i den konkurranseutsatte sektoren. De kvalitetsstandardene som fungerer som seleksjonskriterier i den skjermede sektoren, vil derfor lett få mange fellestrekk med de seleksjonskriteriene som gjelder innenfor deler av den konkurranseutsatte sektoren, spesielt innenfor de delene av den konkurranseutsatte sektoren som også profilerer seg på kvalitet.

Informasjonsøkonomi, nettverk og kretsløp

I innledningen til dette kapittelet ble det skissert noen likhetstrekk mellom det som antas å være typisk for moderne (eller postmoderne) konsumenter, og det som hevdes å være kjennetegn ved det moderne (eller postmoderne) kunst- og kulturpublikum. Denne skissen tok utgangspunkt i beskrivelser av disse gruppene som legger vekt på det omskiftelige, uferdige og oppfinnsomme. Men disse beskrivelsene gir verken en dekkende fremstilling av alle sider ved moderne forbruk, eller av viktige trekk ved kunst- og kulturpublikum. I de senere årene har det kommet en rekke

studier av transaksjoner mellom produsenter, distributører og konsumenter som viser at relasjonene mellom disse aktørene ofte er annerledes enn det man får inntrykk av i tradisjonelle beskrivelser av det åpne og anonyme markedet der forbrukere «shopper rundt» etter de beste tilbudene. Det er for eksempel blitt påpekt at konsumenter gjerne opparbeider *lojalitet* og *tiltro* til bestemte leverandører og merker, og at det ofte dannes relativt stabile *nettverk* mellom leverandører og konsumenter. Alt tyder på at relasjoner av denne typen særlig gjør seg gjeldende innenfor områder der det er stor usikkerhet, det vil si der transaksjoner er vanskelige på grunn av uoversiktighet og lite tilgjengelig informasjon. Dette gjelder ikke minst på spesialiserte markeder det kreves mye kompetanse for å orientere seg (Granovetter 1985).

I vanlig økonomisk markedsteori blir det forutsatt at forbruker har *full informasjon* om sine egne ønsker og om de tilbudene som finnes på markedet. Kulturgoder er goder med en høy informasjonskomponent (Lash og Urry 1994), og den informasjonen som gir mening og innhold til kulturelle goder vil ofte ikke være fullt ut tilgjengelig og forståelig for alle interesserte (ofte vil kunstverk tvert imot være kjennetegnet ved at de unndrar seg klart definerte betydninger for den som søker å tilegne seg verkene). Utgangspunktet for kunst- og kulturformidling er derfor svært annerledes enn den økonomiske teoriens forestilling om «fullstendig informasjon» hos alle markedsaktører.¹⁰ Å skaffe informasjon er ikke bare tidkrevende, å holde seg à jour med det som foregår innenfor ulike kunst- og kulturfelt krever spesialkunnskap. Kritikere og kulturjournalister kan til en viss grad avhjelpe dette, men kulturkonsumenter vil også ofte etablere et tillitsforhold til bestemte formidlere som antas å ha den nødvendige oversikten og kompetansen. Bånd av denne typen bidrar også til at *tilbudssiden* får en avgjørende innflytelse innenfor kunst og kulturformidling, særlig innenfor den skjermede sektoren, men også innenfor mange spesialiserte segmenter som er mer konkurranseutsatte.

I sin analyse av relasjonene mellom arrangører og publikum på Oslo-klubben *Blå* viser Therese Dalsgaard-Rørvik hvordan klubbens oppbygging av kulturell troverdighet blant publikum, og publikums tillit til klubbens kompetanse når det gjelder å formidle kvalitet og foregripe «det nye», legger grunnleggende premisser for denne scenens

10 Det er også et kontroversielt spørsmål om den tradisjonelle forutsetningen om *full informasjon* kan forsvares, selv når det dreier seg om forbrukeratferd på helt vanlige varemarkeder.

betydning.¹¹ Relasjoner av denne typen fører til at kunst- og kulturpublikum kan utvikle sterk lojalitet overfor bestemte produsenter, distributører og genrer. Det forklarer også at kunst- og kulturgoder ofte blir distribuert via *nettverk*. Lojalitetsforhold og nettverk spiller en stor rolle innenfor kunst- og kulturlivet, fordi det bidrar til å redusere noen av informasjonsproblemene som opptrer når man skal orientere seg i uoversiktlige tilbud. Det kan være grunn til å spørre om slike lojalitetsforhold og nettverk er blitt svekket i løpet av de siste tiårene, men før vi går inn på dette spørsmålet skal vi se på noen former som relasjoner av denne typen tradisjonelt har antatt.

Mye kunst og kultur blir primært formidlet innenfor *en krets av spesielt interesserte*. I utgangspunktet er det altså ikke noe som blir distribuert til et anonymt publikum på et uoversiktlig marked. Bourdieus analyser av hvordan ideen om «ren kunst» vokser frem i Frankrike på midten av 1800-tallet, viser hvordan forestillingen om *Kunsten som en verden for seg* kommer i omløp innenfor et nettverk av kunstnere, kritikere og spesielt interesserte. Dette skjer gjennom et dobbelt brudd: På den ene siden et brudd med den kunstformidlingen som foregår på de etablerte markedene for kunst og kultur, der det som tilbys appellerer til et betalingsdyktig publikum. På den andre siden et brudd med den kunsten som ønsker å være direkte forståelig, samfunnsengasjert og politisk relevant (Bourdieu 1996a). I opposisjon til dette etableres det et nettverk for sirkulasjon av en kunst som etter hvert kommer til å presentere seg under slagordet «kunst for kunstens skyld». Formidling og tilegnelse via slike nettverk er fortsatt et kjennetegn ved den formen for produksjons- og distribusjonskretsløp som kultursosiologer har omtalt som *det dannede kretsløp* eller *det eksklusive kretsløpet* (se Escarpit 1971; Solhjell 1995). En betydelig del av publikum innenfor denne typen produksjons- og sirkulasjonsnettverk er andre kunstnere og utøvere. Distribusjonen dreier seg derfor i høy grad om formidling til, og vurderinger fra, et publikum av likemenn (eller kanskje «likekvinner»). Personlige bekjentskaper og personlig kommunikasjon spiller derfor en vesentlig rolle. Deltakere i slike kretsløp eller nettverk vil, til forskjell fra den typiske konsumenten på et marked, ofte opptre som en slags sponsorer som ikke bare investerer penger og tid, men også en del av sin egen identitet i forhold til en bestemt produsent eller

11 Therese Dorothea Dalsgaard-Rørvik 2004: *Kunsten å være et sted: En sosiologisk studie av relasjonen mellom publikum og konsertscenen* Blå; Masteroppgave, Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo.

leverandør, og som til gjengjeld kan erfare å bli oppildnet av den auraen som kan omgi kunstnere og kunstverk. Nettverk av personlige relasjoner har også betydning for eventuell videre formidling til opinionsledere, for eksempel til kritikere og kulturjournalister som sprer informasjon fra avgrensede kretsløp til et større publikum. I tillegg til det som er blitt omtalt som «dannede kretsløp» eller «eksklusive kretsløp», finnes det en rekke andre kretsløp eller nettverk, for eksempel basert på kontakter mellom entusiaster og/eller samlere innenfor spesialiserte segmenter. Forekomsten av slike nettverk gir et helt annet bilde av kunst- og kulturformidlingen enn forestillingen om publikum som en masse av individuelle aktører på et anonymt marked.

Også andre forhold enn uformelle distribusjonskretsløp og nettverk bidrar til å modifisere bildet av kunst- og kulturpublikum som ustadige «shopper» på et uoversiktlig og omskiftlig marked: Institusjoner for kunst- og kulturformidling tiltrekker seg gjerne et lojalt kjernepublikum som har *tillit* til at det som formidles fra institusjon er interessant og verdifullt. Tradisjonelt har relasjonen mellom institusjonen og «eget publikum» typisk vært organisert gjennom abonnementsordninger, vennskapsforeninger, klubbmedlemskap eller andre former for fast tilknytning. Foruten å gi en følelse av tilhørighet (et tema vi kommer tilbake til i neste kapittel), kan dette fungere som et bevisst eller ubevisst tiltak for å redusere den risikoen og de kostnadene som er forbundet med usikre valg.¹² Tilknytninger med en viss stabilitet og varighet gjør det ikke bare lettere for publikum å opparbeide tillit til at det som formidles har ønsket kvalitet. Tilknytninger av denne typen vil også kunne fungere som informasjonskanaler fra produsenter og distributører til publikum, og via disse kanalene kan institusjonen derfor lede publikums interesser og smak i retninger som samsvarer med de forventningene institusjonen har til «sitt publikum».

Dalsgaard-Rørviks studie av relasjoner mellom Oslo-klubben *Blå* og dens publikum viser at flere av medlemmene som ble intervjuet ga uttrykk for at de så på klubben som en slags kvalitetsgaranti i forhold til et potensielt uoversiktlig tilbud av konserter innen nyere jazz og beslektede musikkgenrer. De hadde tillit til at klubben kunne veilede dem i «hva som er det nye» innenfor disse musikkformer, og at den kunne garantere at det som ble presentert hadde høy kvalitet. Klubben har bidratt aktivt til dette gjennom å distribuere et ambisiøst programhefte

12 Med andre ord det som i nyinstitusjonell økonomisk teori kalles *reduksjon av transaksjonskostnader*.

med fyldige omtaler av konserter og andre aktiviteter. Gjennom bevisst *merkevarebygging* – blant annet med egne arrangementer på jazzfestivalene i Molde og Kongsberg – har klubben langt på vei lyktes med å gjøre *Blå* til noe mer enn en klubb. Innen enkelte musikkgenre er *Blå* blitt et «varemerke» som oppfattes som en garanti for seriøsitet og kvalitet.

Det finnes eksempler på denne typen tillitsrelasjoner og «merkevarebygging» innenfor de fleste segmenter av kunst- og kulturlivet. For eksempel kan være grunn til å anta at medlemskap i Oslo-Filharmoniens Venner, og abonnement på konserter med dette symfoniorkesteret, kan ha en tilvarende betydning for denne institusjonens faste publikum. En mer «utvannet» utgave av det å binde seg i et tillitsforhold til bestemte produsenter og distributører finner vi innen forlagsbransjen, der medlemskap i bokklubber som Bokklubben Nye Bøker kan fungere på en lignende måte.

Hvis man tøyer de markedsøkonomiske begrepene om «merkevarebygging» og «merkeloyalitet» litt, kan betegnelsen Kunst forstås som en type «metamerke» som kan utløse sterke forventninger, sterke affekter og sterk lojalitet blant et publikum som betrakter seg som *kunst*publikum. I en situasjon der stadig flere kulturtilbud konkurrerer om oppmerksomheten blant publikum, er det grunn til å anta at begrepet Kunst har fått økende betydning som markør for en egen kategori kulturelle uttrykk som sirkulerer i andre kretsløp enn de kretsløpene der hovedtyngden av kulturgoder som tilbys på markedet sirkulerer (DiMaggio 1991).

Det er gode grunner til å anta at bokklubbene får færre medlemmer, og som kjent er ikke denne utviklingen drevet frem av publikum, men av endringer rammebetingelsene som forlagene operer innenfor. Noe som derimot i det store og hele må være publikumsdrevet, er nedgangen i andelen blant publikum som abonnerer på arrangementene til bestemte kunst- og kulturinstitusjoner. Det ser ut til å være en historisk utvikling i retning av at en stadig lavere andel av plassene i viktige konserthus og teatre blir omsatt via abonnementer. Med andre ord kan det se ut til at tradisjonen med et integrert og lojalt «fast publikum» viker for mer ustabile publikumsrelasjoner. Dersom det å ha abonnement kan tolkes som en form for tillitsrelasjon til institusjonen som leverer abonnementet, og dersom oppbygging av denne typen tillit har sammenheng med publikums behov for informasjon og veiledning i forhold til komplekse omgivelser, må det finnes andre tendenser som gjør at *behovet* for tillit og kompleksitetsreduksjon er blitt mindre. Det kan ikke komme av at omgivelsene er blitt mindre komplekse og forvirrende, siden kulturtilbudet er større og mer uoversiktlig enn noen gang. Det kan derimot tenkes at økende utdanning og en tendens til tiltagende indivi-

dualisme i «den utdannede middelklassen», har ført til at en stor del av det mest aktive publikummet i mindre grad er innstilt på å binde seg til noen form for «pakkeløsninger», inkludert abonnemeter. Hvis individuell kompetanse, dømmekraft og valgfrihet dyrkes som overordnede verdier, kan det tenkes at teater- og konsertabonnemeter ved etablerte institusjoner fremstår som en litt gammeldags og konvensjonell måte å innrette seg på. Kanskje kan det til og med bli betraktet som et uttrykk for uselvstendighet. Selv om det å være medlem i en moderne og mindre etablert klubb som Blå kan fylle lignende funksjoner som et abonnement, så kan medlemmer i denne typen klubber mye lettere fortolke klubbmedlemskapet som noe ganske annet, for eksempel som et uttrykk for vilje til å være oppdatert på «det nye». Men også andre forhold enn økende individualisme og kulturell selvtillit må trekkes inn for å forklare den relative nedgangen i abonnemeter. En viktig årsak kan være at det totale kulturtilbudet har vokst mer enn etterspørselen og at det dermed ikke lenger er et så sterk behov for å sikre seg en plass gjennom å abonnere. Videre er det sannsynlig at det har skjedd endringer i sosiale konvensjoner blant deler av befolkningen som tidligere hadde faste besøk på velrenommerte kunst- og kulturarenaer som en del av sin livsstil. Som også denne undersøkelsen viser, er fortsatt klare sammenhenger mellom sosial identitet og kulturbruk, men i dagens samfunn artikuleres disse sammenhengene på mer komplekse måter, og forbindelsene mellom sosial status og kulturbruk er ikke i samme grad som for noen generasjoner siden krysstallisert rundt noen få foreskrevne sosiale arenaer.

Markedssegmenter

Det er vanlig å snakke om *prissegmentering* hvis et varemarked er preget av lagdeling mellom ulike prisnivåer, der hvert nivå har sine typiske konsumenter. Mønstre av denne typen finner vi også innenfor formidling av kunst og kultur. Prismessig ligger som kjent originalmalerier av feirede billedkunstnere et stykke utenfor budsjetttrammene til et vanlig norsk hushold, og ervervelser på dette nivået er som regel forbeholdt institusjoner og noen få velbemidlede samlere. Besøk ved utenlandske opera- og konsert- hus, der billettprisene ikke er subsidierte, kan også være en betydelig belastning for den kulturelle velviljen til personer som ikke hører hjemme i de høyere inntektsgruppene. I den motsatte enden av disse prissegmentene finner vi det store mangfoldet av kunst og kulturtilbud som formidles gratis, eller som formidles vederlagsfritt på grunn av offentlige overføringer,

eller som formidles til en pris som er overkommelig selv for personer med svært lav kjøpekraft. Dette store og varierte «lavprissegmentet» er tilgjengelig for personer i alle inntektsgrupper. Det betyr ikke at alt som finnes i dette prissegmentet benyttes like mye av alle. Det er tvert imot påfallende at offentlige overføringer og lav pris i så liten grad har påvirket sammensetningen av publikum som gjør bruk av ulike tilbud. Dette viser at det eksisterer *andre prinsipper for markedssegmentering enn pris og kjøpekraft*.

Det er mulig å peke på en rekke slike prinsipper for markedssegmentering. Disse prinsippene er ofte knyttet til kulturelle og sosial skillelinjer som differensierer mellom ulike subkulturer i befolkningen. Det kan dreie seg om sosiogeografiske prinsipper som definerer urbane og rurale segmenter, eller mer avgrensede regionale segmenter; det kan dreie seg om etnisk identitet som definerer bestemte kulturelle segmenter; det kan dreie seg om normative prinsipper som for eksempel differensierer mellom «tradisjonsbærende», «samfunnsbyggende» og «subversive» segmenter; det kan dreie seg om religiøse prinsipper som for eksempel definerer segmenter for kristen, jødisk eller islamsk kunst og kultur; eller det kan dreie seg om langt mer spesifikke segmenter, for eksempel segmenter av personer med profesjonelle interesser i kunst og kultur; segmenter av turister og personer som reiser mye; segmenter av samlere innenfor ulike kulturelle genrer, og så videre.

Langt fra å danne en heterogen masse av enkeltindivider, kan dermed markedet for kunst og kultur beskrives som oppdelt i en rekke segmenter av ulik størrelse og betydning for den totale etterspørselen. Spesielt innenfor musikk, men også innenfor litteratur og billedkunst, har det oppstått en mengde spesialiserte smaskulturer som alle utgjør spesialiserte markedssegmenter. Teoretisk går det an å forstå publikum som summen av alle disse markedssegmentene, men denne teoretiske bestemmelsen gir ikke noen holdepunkter for innholdsmessige beskrivelser. Det sier seg selv at det er umulig å gi en oversikt over alle de aktuelle segmentene. Det ser likevel ut til å være noen prinsipper for markedssegmentering som stadig går igjen og som derfor kan sies å fungere som generelle segmenteringsprinsipper. Det dreier seg om *alder, kjønn og utdanning*.¹³ De tre neste kapitlene vil fokusere på empiriske analyser og tolkninger av disse prinsippene for markedssegmentering.

13 Dette er forhold som også har stått i fokus i SSBs analyser av kulturbruk – se for eksempel Vaage 2001 – men med en noe annen innfallsvinkel og andre analytiske tilnæringsmåter og tolkninger enn det som presenteres her.

Alderstrender

I dagligspråket finnes det en rekke uttrykk som beskriver sammenhenger mellom aldersgrupper og kulturinteresser, for eksempel «barnslig smak», «voksen smak», «ungdommelig uttrykk», «modent uttrykk» – og ikke minst «barnekultur», «ungdomskultur» og muligens «voksenkultur» (men neppe «eldrekultur»). Siden aktivitetsnivå og aktivitetstyper varierer med alder på de fleste områder av livet er det ikke overraskende at vi kan observere sammenhenger mellom alder og bruk av ulike kulturtilbud. Til forskjell fra aktiviteter som forutsetter rørlighet og god fysikk, er det mulig å være publikum på kunst- og kulturarrangementer i de fleste stadier i livsløpet. Det er likevel vanlig å anta at kulturelle preferanser er preget av aldersrelaterte endringer i *psyken* og at dette kan forklare de observerte sammenhengene mellom livsfase og kulturinteresser. Vanlig visdom tilsier at barn og unge er mer utålmodige og rastløse enn eldre, mens akkumulert livserfaring tenkes å dreie interessene i mer kontemplativ retning. Barn oppfattes gjerne som følsomme, spontane og øyeblikksorienterte, men også som naive og kategoriske. Det er derfor en vanlig oppfatning at barn har mest utbytte av kulturelle former som pirrer fantasien innenfor trygge og gjenkjennelige rammer. Ungdom blir typisk beskrevet som opptatt av å utforske verden og etablere sin egen identitet. På bakgrunn av dette er det forståelig at de ofte er tiltrukket av kulturelle uttrykk som underbygger erfaringer av generasjonstilhørighet og forskjell fra det forgangne, noe som kan innebære

å utforske områder som bryter med den vanlige tradisjonsformidlingen i samfunnet. Middelaldrende mennesker tenkes gjerne å være preget av at tidligere livserfaringer fungerer som veivisere i dagliglivet og gir retning i nye situasjoner. Det er derfor forståelig dersom personer i dette alderssjiktet utviklet en forkjærlighet for kulturelle uttrykk som underbygger, utdyper og eventuelt problematiserer de verdimønstrene som de over tid har fått affinitet til. Det er videre vanlig å anta at eldre mennesker har behov for ro og forutsigbarhet, og på bakgrunn av dette er det forståelig dersom de foretrekker kulturelle former som gir rom for ettertanke og som gir tilknytning tradisjoner med en viss bestandighet.

«Alderspsykologiske» tolkninger i tråd med det foregående kan opplagt gi noen holdepunkter for å forstå sammenhenger mellom alder og kulturaktiviteter, men det er problematisk å oppfatte dette som entydige sammenhenger. «Alderspsyken» er åpen for ulike fortolkninger, og forestillingene om hvilke kulturelle former som passer best for bestemte aldersgrupper kan derfor variere avhengig av epoke, sosial situasjon og fortolkningsmiljøer. Det er også grunn til å spørre om observerte sammenhenger mellom alder og kulturelle interesser skyldes at kulturelle preferanser blir tilpasset bestemte «alderspsykologiske forhold», eller om sammenhenger av denne typen heller bør forstås som resultat av prosesser der folk aktivt konstruerer sin sosiale alder gjennom å knytte an til bestemte kulturelle uttrykk; med andre ord at kulturelle preferanser er en viktig ingrediens i folks konstruksjon av aldersrelaterte identiteter.

Det går an å nærme seg spørsmålet om hvilken betydning alder har for kulturinteresser og kulturaktiviteter på en indirekte måte. Ved å undersøke publikum som benytter ulike kulturtilbud kan vi danne oss et bilde av hvordan alderssammensetningen blant publikum bidrar til å definere den sosiale konteksten rundt bestemte kulturaktiviteter. Kunnskap om svært aldersspesifikke aktiviteter kan i neste omgang danne utgangspunkt for generelle tolkninger av alderens betydning for bruk av kulturtilbud. Det er grunn til å understreke at selv om «alderspsykologiske forhold» kan prege folks kulturelle interesser og orienteringer, så kan andre aldersrelaterte forhold ha vel så stor betydning for den faktiske bruken av kulturtilbud. En ting er å ønske og ville, noe annet er å kunne: *Tilgjengelighet* har betydning både for kulturbruk og kulturinteresser, og tilgjengelighet er gjerne relatert til alder. Men forholdet mellom alder og tilgjengelighet er ikke bare et spørsmål om fysisk nærhet til kunst og kulturarrangementer og om den enkeltes muligheter for å bevege seg. Alder er også korrelert med *tilgang på ressurser*. Indirekte formidler aldersfordelinger også forde-

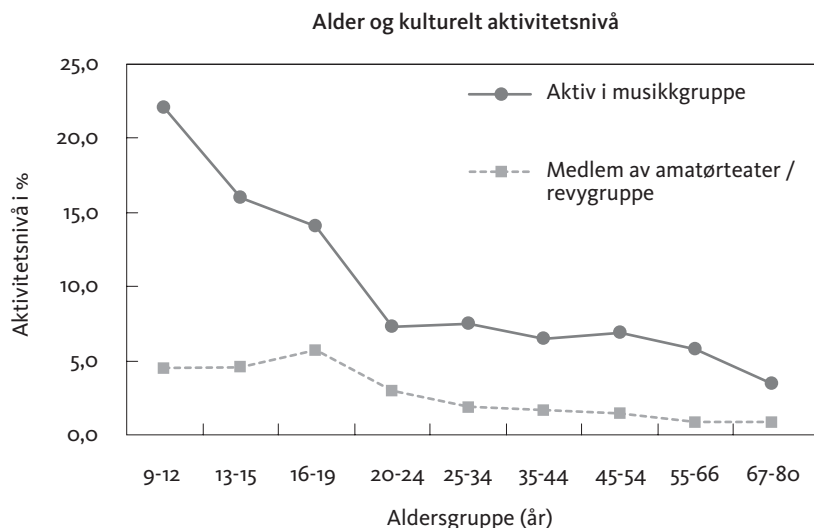
ling av ressurser som utdanning, kjøpekraft, sosial status, disponibel tid og ikke minst tilgang på informasjon.

Alder, registrert kulturbruk og kulturelt aktivitetsnivå

Et utgangspunkt for å vise sammenhenger mellom alder og kulturaktiviteter er å analysere aldersfordelinger i datamaterialet om kulturbruk som SSB samlet inn i løpet av 1990-tallet. Den enkleste fremgangsmåten for å undersøke disse sammenhengene er å beskrive alderssammensetningen blant dem som har besøkt ulike kulturtilbud. Disse aldersfordelingene – som jeg her vil kalle *brutto aldersfordelinger* – er presentert i publikasjonene fra SSB (se f.eks. Vaage 2001). Dette kan gi et bra bilde av sammenhenger mellom alder og kulturaktiviteter, men slike sammenhenger vil ikke bare vise «aldersbestemte kulturpreferanser», de vil også vise indirekte effekter av andre forhold som samvarierer med alder. Dersom vi bare forholder oss til brutto aldersfordelinger som kjennetegner publikum ved ulike kulturaktiviteter kan vi få et skjevt bilde av alderens betydning, fordi alder også uttrykker sosiale forhold som generasjonstilhørighet, og fordi alder som nevnt kan formidle personers tilgang på ressurser som har betydning for kulturinteresser og kulturaktiviteter. Dersom vi ønsker å beskrive *rene alderseffekter* – altså betydningen av alder som sådan – må vi gjøre bruk av statistiske modeller som viser effekten av alder etter at vi har nøytralisert innflytelsen fra andre forhold som vi antar har betydning for fordelingene. Slike modeller gir en svært forenklet representasjon av sammenhengen mellom ulike faktorer som påvirker kulturinteresser og kulturaktiviteter, og de kan ikke forklare mye av den totale variasjonen i interesser og aktiviteter. Modellene kan likevel gi et brukbart bilde av hvordan en bestemt variabel som vi er interessert i – for eksempel alder – er relatert til interesser og aktiviteter når vi kontrollerer for effekten av andre variabler. De aldersfordelingene som fremkommer etter en slik kontroll for andre variabler, vil jeg her kalle *netto aldersfordelinger*.¹⁴

14 For å presisere: *Bruttofordelinger* viser til ukorrigerede sammenhenger, mens *nettofordelinger* viser til sammenhenger som er korrigeret for innflytelsen fra en del andre variabler som antas å påvirke de statistiske sammenhengene mellom alder og kulturbruk. Disse andre variablene er: utdanning, yrkesstatus, inntekt, kjønn, familiefase og bosted. Denne kontrollen for innvirkning fra andre variabler er gjennomført ved hjelp av to ulike former for *regresjonsanalyse*, som er mye brukte teknikker i multivariat statistisk analyse.

Temaet for denne undersøkelsen er *publikum* ved kunst- og kulturarrangementer, ikke utøvere. Før vi går nærmere inn hvilken betydning alder har for å være publikum ved ulike typer arrangementer, kan det likevel være nyttig å kaste et sideblikk på sammenhengen mellom alder og *egenaktivitet* innenfor et par områder av kulturlivet. Som nevnt varierer aktivitetsnivå med alder på de fleste områder av livet, og selv om kulturaktiviteter ikke er like avhengig av fysiologisk funksjonsnivå som for eksempel idrettsaktiviteter, vil deltakelse i mange typer kulturaktiviteter også avta med alderen. Dette kan illustreres ved å se på sammenhengene mellom alder og det å være aktiv deltaker i en musikkgruppe eller teater- og revygruppe. Figur 1 viser at disse aktivitetene har høyest oppslutning blant tenåringer.



Figur 1 Diagrammet viser de aldersbetingede fordelingene (i %) av personer som er (1) aktive i musikkgruppe og (2) medlemmer av amatørteater/revygruppe. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.¹⁵

Utover i 20-årene mer enn halveres oppslutningen til et typisk «voksennivå», for så igjen å halveres i 60-årsalderen. Det er ikke overraskende at

¹⁵ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

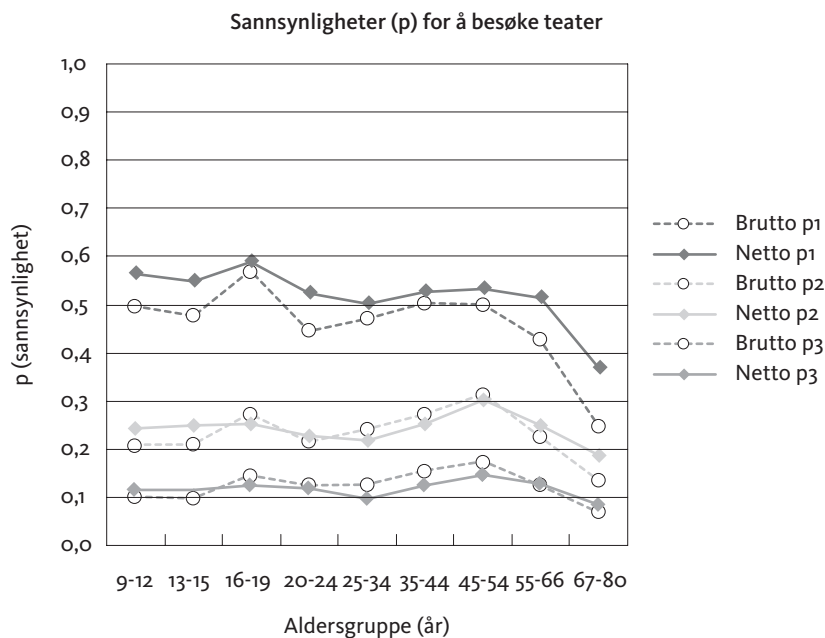
det er en ungdomsaktivitet å delta i en musikkgruppe (spesielt «band») eller teatergruppe, selv om dette i utgangspunktet ikke dreier seg om eksklusive ungdomsaktiviteter. Det er sånn vi er blitt vant til at det er. Fordelingene viser et aldersbetinget fall i aktivitetsnivå etter tenårene som også kjennetegner en rekke andre aktiviteter, og vi kan anta at slike endringer i aktivitetsnivå indikerer overganger i livsløpet fra faser preget av mye ledig fritid, «ungdommelig engasjement» og utprøving av aktiviteter og, til faser preget av mer pressede tidsrammer, og kanskje strengere selvkritikk og mindre tro på egne anlegg og ferdigheter. Det er nyttig å ha aldersfordelinger som denne i bakhodet når vi ser på publikumsoppslutning om ulike kunst og kulturtilbud, fordi disse «aldersbestemte aktivitetsfordelingene» visualiserer et utbredt mønster når det gjelder sammenhengen mellom alder og sannsynlighet for å delta i ulike aktiviteter. Ser vi på publikumsoppslutning finner vi en tilsvarende tendens til aldersbetinget nedgang, men denne tendensen er langt svakere enn den vi observerte når det gjaldt kulturell egenaktivitet.

Aldersmessig homogenitet: teaterpublikum

Den aldersbetingede fordelingen av personer som opplyser at de har vært på teater siste år, slik dette er registrert i SSBs kulturstatistikk, tyder på at teaterbesøk fordeler seg ganske jevnt på de ulike aldersgruppene. Som det fremgår av grafene i figur 2, viser sannsynlighetene for å ha besøkt teater siste år, og for å være blant dem som oftest har besøkt teater, en svakt økende tendens for personer rundt 50 år og en nedgang fra og med pensjonsalderen. Disse fluktuasjonene, og den lille toppen rundt slutten av tenårene, jevner seg ut dersom vi rendyrker alderseffekten gjennom å holde effekter av utdanning, yrkesstatus, inntekt, kjønn, familiefase og bosted «i sjakk».¹⁶ Forskjellene mellom de ukorrigerede bruttoeffektene,

16 Når det står at effektene er «holdt i sjakk», er dette en billedlig uttryksmåte som viser til det som i statistisk sammenheng kalles «simultan kontroll for effekter av andre variable». Effektene av alder som fremkommer etter denne kontrollen – det vil si det som kalles *nettoeffekter* i figuren – er basert på beregninger – eller *estimater* – av hvordan alderseffektene hadde artet seg dersom det ikke hadde vært noen innvirkning fra de variablene det er kontrollert for (dvs. fra utdanning, yrkesstatus, inntekt, kjønn, familiefase og bosted). Disse nettoeffektene – eller estimerte effektene – er beregnet ved hjelp av to former for multipl regresjonsanalyse: Der fordelingene viser til *sannsynligheter* er det benyttet *logistisk regresjon*, og der fordelingene viser til *hyppigheter* er det benyttet *lineær regresjon*.

som viser en del aldersbetingede variasjoner, og de korrigerte nettoeffektene, skyldes et sammenfall av ulike forhold: Det viktigste er nok at teaterinteressen avhenger av *utdanning*, og at nettoeffektene tar hensyn til det lavere utdanningsnivået i de eldste aldersgruppene. Videre korrigerer nettoeffektene for betydningen av *bosted* (her operasjonalisert som på grunnlag av folketall i respondentens bostedskommune). Forskjellen mellom brutto- og nettoeffekter kan her indikere at bosted har størst betydning for de yngste og eldste aldersgruppene (noe som vel er i tråd med hva vi vet hvilke muligheter personer i ulike aldersgrupper har for å forflytte seg).



Figur 2 Diagrammet viser aldersbetingede sannsynligheter for å ha besøkt teater siste år (p1), for å være blant de 25 % som besøkte teater oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som besøkte teater aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der netto sannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av utdanning, inntekt, kjønn, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.¹⁷

¹⁷ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

Dataene fra SSB kulturbruksundersøkelser viser altså en aldersmessig nokså homogen fordeling av teaterpublikum. Dette mønsteret er i tråd med egne observasjoner og egeninnsamlede data om aldersfordelingen blant publikum på noen forestillinger ved Nationaltheatret og Festspillene i Nord-Norge.¹⁸ Med alle forbehold om begrensningene ved disse observasjonene, og ved statistikk basert på noen enkeltforestillinger (med stykker av Ibsen og Dario Fo), støtter det egeninnsamlede datamaterialet opp under inntrykket av at det er en nokså vid aldersspredning blant teaterpublikum, noe som ikke minst kan ha sammenheng med at det ofte er to eller tre generasjoner familiemedlemmer som går på teater sammen (et forhold vi kommer tilbake til del II av denne undersøkelsen). Mye tyder på at teatrenes repertoar bærer preg av en tilsvarende satsing på et bredt publikum. Selvfølgelig vil aldersfordelingen likevel variere en del avhengig av hva slags forestillinger det er snakk om.¹⁹ Statistisk sentralbyrås begrep «teaterforestilling» omfatter svært ulike oppføringer som henvider seg til ulike alderssegmenter. Besøkhyppheteter som er registrert i SSBs kulturbruksundersøkelser inkluderer alle former for sceneoppføringer – fra drama, til revy og musikaler til barneforestillinger – og det er ikke mulig å skille mellom ulike typer forestillinger. I tillegg inneholder undersøkelsene til SSB et spørsmål om hva slags type forestilling – fra en nærmere angitt liste – man så *sist man var på teater*. Aldersfordelingene for de ulike typene forestillinger, fra de mest populære som «revy» og «komedie/farse» (som over 50 % opplyste at de så sist de var på teater),²⁰ til det antatt mest seriøse (nemlig «drama», som 15 % opplyste at de så sist de var på teater), er ganske lik. Det som skiller seg ut er, naturlig nok, «barneforestilling» og «dukketeaterforestilling» (som 14 % opplyste at de så sist de var på teater). Slike forestillinger, som typisk samler barnefamilier, viser en utpreget *bi-modal aldersfordeling* med en topp i den yngste

18 Det dreier seg altså om materialet som er innsamlet i forbindelse med denne publikumsundersøkelsen som inngår i Norsk kulturråds prosjekt *Kunststoffentligheter*.

19 En forskjell mellom SSB-materialet og det egeninnsamlede datamaterialet, er at de yngste aldersgruppene ikke er så godt representert i det materialet jeg har samlet inn, noe som opplagt har sammenheng med at utgangspunktet her var stykker med begrenset appell til barn (i mitt materiale er derfor sammenhengen mellom alder og publikumsoppslutning snarere kurvilineær enn flat).

20 Prosenttallene viser her til den samlede fordelingen i de fire undersøkelsene fra perioden 1991–2000.

aldersgruppen og en annen topp i foreldgenerasjonen (mer om dette i neste avsnitt).²¹

Har tilbøyeligheten til å oppsøke teater endret seg i de ulike aldersgruppene? Dette er et omfattende spørsmål som er umulig å besvare uten mer informasjon om utviklingen på tilbudssiden. Den eneste klare endringen som kan registreres i SSBs kulturbruksundersøkelser er en markert nedgang i besøkshyppigheten i den yngste aldersgruppen (9–12 år) fra 1991 til de påfølgende årene når det gjaldt andelen som opplyste å ha vært på teater siste år (nedgangen er på ca. 15 %-poeng). Om dette skyldes en kombinasjon av tilfeldigheter eller et dårligere tilbud når det gjelder barneforestillinger og skoleteater er vanskelig å si.

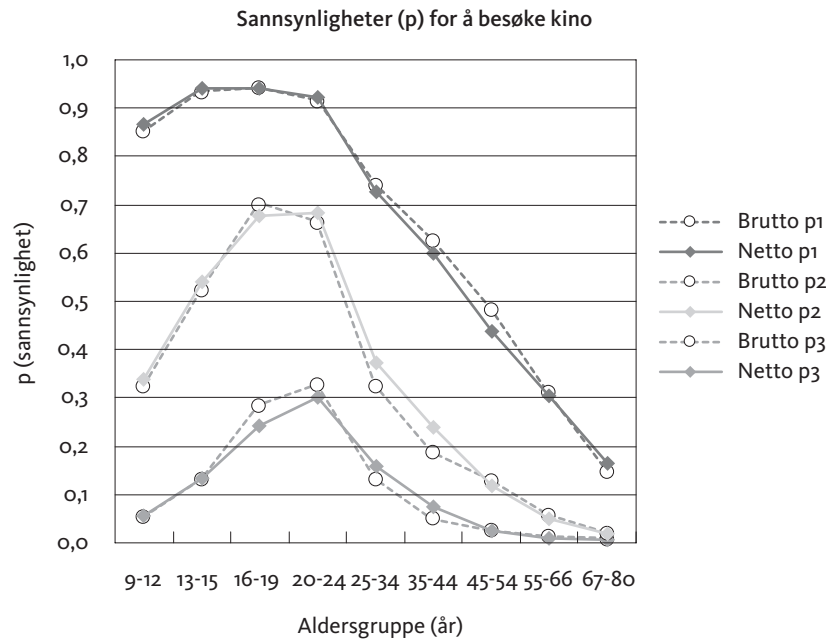
Ungdomskultur 1 – kinopublikum

Begrepet ungdomskultur (og særlig flertallsformen ungdomskulturer) betegner ofte særegne aldersrelaterte subkulturer som vekker oppsikt gjennom synlige tegn på distanse fra etablerte kulturelle tradisjoner. Til tross for stor oppmerksomhet i massemediene involverer subkulturer av denne typen likevel bare et mindretall innenfor en ungdomsgenerasjon. Bruker vi derimot begrepet ungdomskultur som en generell betegnelse på kulturelle interesser og aktiviteter med særlig appell blant ungdom, er det åpenbart at *film* i høy grad kan beskrives som ungdomskultur. Kinobesøk har i generasjoner vært en ungdommelig aktivitet, og i den grad kinofilm anerkjennes som kultur må tilegnelse av film regnes som en sentral ungdomskulturell form. Her er det rimelig å snakke om en *allmenn* ungdomskultur, fordi tilknytningen mellom ungdom og kino ikke bare gjelder avgrensede miljøer eller grupper, men omfatter de fleste innenfor dette alderssjiktet. SSB-dataene for kinobesøk viser at i aldersgruppen 15–24 år var det bare 7 % som sa at de *ikke* hadde vært på kino siste år, mens den tilsvarende andelen i aldersgruppen 55–64 år var 68 %.²²

21 Hadde det vært mulig å fokusere på aldersfordelingen blant den delen av publikum som oftest oppsøkte forestillinger klassifisert som «drama», ville vi trolig ha sett en aldersfordeling mer lik den jeg registrerte i mitt materiale fra Nationalteatret og Festspillene i Nord-Norge. Måten SSBs data er registrert på umuliggjør dessverre denne typen fokuserte dataanalyser.

22 Prosenttallene viser også her til den samlede fordelingen i de fire undersøkelsene fra perioden 1991–2000.

Grafene i figur 3 viser den typiske aldersprofilen for kinopublikum. For i størst mulig grad å få frem de rene alderseffektene er eventuelle effekter av utdanning, yrkesstatus, inntekt, kjønn, familiefase og bosted holdt konstant (se noten i foregående avsnitt om det tekniske i dette).



Figur 3 Diagrammet viser aldersbetingede sannsynligheter for å ha besøkt kino siste år (p1), for å være blant de 25 % som besøkte kino oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som besøkte kino aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der netto sannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av utdanning, inntekt, kjønn, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.²³

Det mest slående ved fordelingen er selvfølgelig den sterke effekten av alder. Den viser en utpreget tilbøyelighet til å gå på kino i 16–24-årsalderen, en tilbøyelighet som raskt avtar etter midten av 20-årene. Det er særlig slående at sannsynligheten for å ha vært på kino siste år (p1) i

23 Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

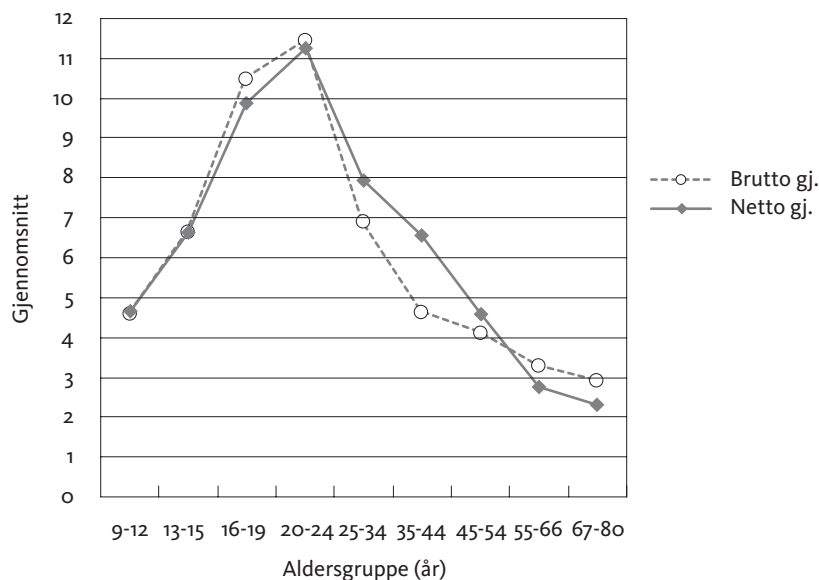
aldersgruppene mellom 13 og 24 år er over 0,9. For personer i disse aldersgruppene det er dermed nærmest å regne som obligatorisk å ha vært på kino minst en gang i året. Ser vi på gruppen som går ofte på kino (p2, her definert som den fjerdedelen i hele utvalget som går oftest på kino) finner vi et lignende mønster, bortsett fra at besøkshyppigheten nå ikke er så høy i de to laveste aldersgruppene. Dette kan ha sammenheng med at det er et langt større tilbud for personer over 15 år. Mønsteret avspeiler sikkert også at personer i de laveste aldersgruppene ennå ikke har kommet inn i de ungdommelige sosialitetsformene rundt kinobruk. Når det gjelder den delen av publikum som kan kalles kinoentusiaster eller storforbrukere (p3, her definert som de 10 % i hele utvalget som går aller oftest på kino), ser vi et lignende mønster som i de foregående fordelingene, men nå med en klar topp i aldersgruppen 20–24 år.²⁴ Dette mønsteret forteller at det tar noen år å opparbeide den motivasjonen som kreves for å være en filmentusiast, og videre at de som befinner seg i aldersgruppen 16–19 år ikke har økonomi til å operere på samme forbruksnivå som 20–24 åringer.

Før vi går inn på det generelle spørsmålet om hvorfor kinopublikum har preg av å være ungdomskultur, kan det være nyttig å se på et par grafer som indikerer hvor ofte de som var på kino siste år benyttet seg av dette tilbudet. Grafene i figur 4 viser at det gjennomsnittlig antall kinobesøk per år varierer mellom drøyt 2 til drøyt 11 besøk, avhengig av aldersgruppe (utgangspunktet er netto gjennomsnitt for de som har vært på kino). Gjennomsnittstallene følger altså det samme aldersbetingede hovedmønster som vi fant når det gjaldt sannsynligheter for å tilhøre de ulike segmentene av kinobrukere.²⁵

24 På grunn av den lave utgangssannsynligheten kan her være lett å få et inntrykk av at det har skjedd en utflating av alderseffekten, men det er bare tilsynelatende: Sammenligner vi forskjellen mellom aldersgruppen 20–24 år og 25–34 år, er det en halvering av sannsynligheten fra den første til den siste av disse gruppene både for p3 og p2, mens den relative forskjellen er mindre for p1.

25 Noe annet ville ha vært inkonsistent, fordi disse grafene uttrykker den samme underliggende fordelingen. Forskjellen er at grafene for sannsynligheter viser andelen blant ulike kategorier av forbrukere i de ulike aldersgruppene, mens grafene for gjennomsnittsbesøk gir et bilde av hvilket nivå besøkstallene ligger på i de ulike aldersgruppene.

Gjennomsnittlig antall besøk for de som har besøkt arrangementet siste år



Figur 4 Diagrammet viser gjennomsnittlig antall kinobesøk siste år for de som har vært på kino, fordelt på aldersgrupper. Det er skilt mellom brutto- og nettogjennomsnitt, der nettogjennomsnitt er estimert ved hjelp av lineær regresjonsanalyse med kontroll for effekter av utdanning, yrkesstatus, inntekt, kjønn, familiefase og bosted. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.²⁶

I de foregående statistiske fordelingene er det som nevnt skilt mellom brutto- og nettofordelinger. Gir de «renere» alderseffektene (nettoeffektene) som fremkommer når andre variabler holdes konstant, et annet bilde enn det man får ved å studere ukorrigerede effekter (bruttoeffekter)? Grafene for brutto- og nettoeffekter har i hovedsak samme form, men kontrollen for andre variabler tyder på at det rent aldersbetingede fallet i interesse for kino fra slutten av 20-årsalderen i realiteten ikke er så markert som de ukorrigerede bruttoeffektene kan gi inntrykk av. Detaljene fra regresjonsanalysene viser at det ved siden av *alder* særlig er variablene *utdanning*, *bosted* og *forsørgeransvar for barn* som påvirker tilbøyeligheten

²⁶ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

til å oppsøke kino.²⁷ Disse forholdene kan forklare forskjellen mellom brutto- og nettoeffekter: De ukorrigerede bruttoeffektene av alder inkluderer også effekter av det å bo i urbane versus mindre urbane områder, og det å ha eller ikke ha forsørgeransvar for barn, samt effekter av interaksjon mellom disse variablene. Kontrollerer vi for bosted og forsørgeransvar, ser vi altså at alderseffekten på kinobesøk ikke lenger faller så markert i aldersgruppene fra 24 til 44 år.

Urbanitet og videreutdanning forsterker statistisk sett tilbøyeligheten til å gå på kino, og det er lett å se hvordan disse variablene kan være korrelert med alder: Ungdom under utdanning bor ofte i byer, og en direkte effekt av å bo i by er økt tilgjengelighet til kino. Videre er det rimelig å anta at livet som elev eller student kan disponere for å gå på kino fordi erfaringer fra kinosalen ofte er et viktig samtaleemne i grupper av skoleelever og studenter.²⁸ Alle som vi delta i denne typen diskursive fellesskap er avhengige av jevnlig kinobesøk. I en del studentmiljøer er også filmklubb en populær beskjeftigelse.²⁹ Det kan dessuten tenkes at noen typer utdanning stimulerer interessen for kinobesøk og andre kulturtilbud, fordi innholdet i utdanningen gir større forståelse for filmmediet og andre kulturelle former. Men en slik direkte effekt av utdanning burde også gjøre seg gjeldende i aldersgruppene mellom 25 og 44 år, der utdanningsnivået er markert høyere. Noe som derimot gjør personer i de sistnevnte aldersgruppene mindre tilbøyelige til å besøke kino er at mange i denne livsfasen har *forsørgeransvar for barn*. Forsørgeransvar legger beslag på både tid og interesser, og behovet for å være hjemme bidrar nok til at mange i denne aldersgruppen erstatter kino med TV og/eller hjemmekino. Denne effekten av forsørgeransvar blir etter alt å dømme forsterket gjennom interaksjon med bosted, ved at mange barnefamilier slå seg ned i mindre sentrumsnære områder der kino ikke er like lett tilgjengelig.

Det blir hevdet at utviklingen de siste tiårene i retning av kinoer med flere småsaler og flere parallelle filmvisninger har resultert i et bredere repertoar som har gjort kinobesøk mer attraktivt for folk over midten av

27 For å forenkle fremstillingen er ikke de enkelte parameterestimaterne fra regresjonsanalysene gjengitt her, men interesserte kan finne dem i tabell 5–8 i Appendix 2.

28 Slike prosesser blir diskutert nærmere i del II av denne undersøkelsen.

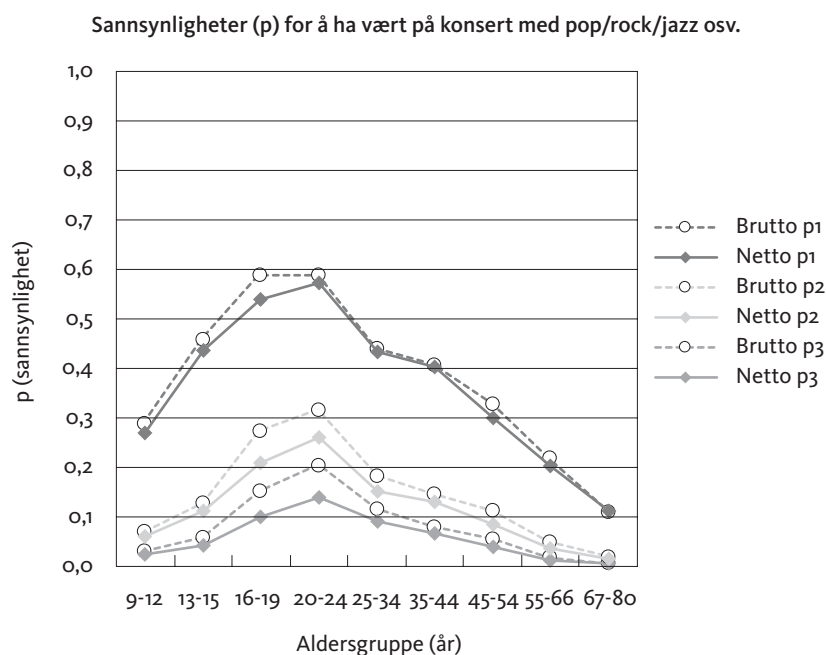
29 Her kan det skytes inn at datamaterialet fra SSB inneholder opplysninger om medlemskap i filmklubb. Det var bare 154 (eller 1,9 %) av de til sammen 7931 spurte som svarte at de er medlemmer i filmklubb. Aldersfordelingen blant filmklubbmedlemmene viser at hovedtyngden, 70 av de 154 (altså 45 %), er å finne i aldersintervallet 25–44 år, mens 49 av de 154 (32 %) befinner seg i aldersintervallet 16–24 år.

20-årene. Et annet utviklingstrekk er at kino blir utfordret av konkurranse fra hjemmekino, og det kan tenkes at publikumssvikt som følge av denne konkurransen er mest merkbart blant ungdom fordi unge personer trolig er blant de første til å adaptere dette mediet og skape nye private møteplasser for å se film. Disse tendensene – bredere repertoar og konkurranse fra hjemmekino – kan dermed tenkes å bidra til en mer heterogen alderssammensetning blant dem som fortsatt foretrekker å se film på kino. Hvis det er tilfelle, kan vi anta at det over tid vil bli en utflating i den markerte alderseffekten på kinobesøk. Alternativt kan det tenkes at konkurranse fra hjemmekino – både i form av DVD og satellitt- og kabel-TV – har størst innflytelse på kinobesøket til personer som er noe eldre, fordi investeringer i ny teknologi av denne typen krever en mer etablert økonomi og boligsituasjon enn det som kjennetegner ungdommelige kinogjengere. Hvis det sistnevnte er situasjonen, kan vi anta at den skjeve aldersfordelingen når det gjelder kinobesøk blir ytterligere forsterket. Hva kan kulturbruksundersøkelsene fra 1990-tallet fortelle om dette? Analysene av dataene om kinobesøk viser at de statistiske modellene som er brukt i de foregående analysene – som inkluderer variablene utdanning, yrkesstatus, inntekt, kjønn, forsørgeransvar for barn, bosted og alder – kan redegjøre for 20–30 % av variasjonen i kinobesøket (noe som regnes som et ganske brukbart forklaringsnivå i denne typen analyser). Hvis undersøkelsesår – altså 1991, 1994, 1997 og 2000 – i tillegg blir inkludert i analysen, endrer det i liten grad modellenes forklaringskraft, og det viser heller ikke noen klar og entydig tendens i utviklingen gjennom dette tiåret. Hovedkonklusjonen blir dermed at det ikke er noen utpreget endring i den aldersbestemte søkningen til kino. Det er en viss nedgang i det gjennomsnittlige antallet besøk i 1997, men dette ser ut til å rette seg noe opp i 2000. Hvis vi tillater oss å spekulere litt med utgangspunkt i tall som det knytter seg stor usikkerhet til, finnes det likevel noen tendenser i datamaterialet som støtter antagelsen om at ungdom i begynnelsen av 20-årene erstatter kinobesøk med for eksempel hjemmekino. Det er nemlig en viss nedgang i storforbruket av kino i denne aldersgruppen.

Ungdomskultur 2 – konserter med «populærmusikk»

Når begrepet ungdomskultur blir nevnt, dreier det seg gjerne om en eller annen form for musikk. I løpet av det 20. århundre er musikk blitt det viktigste kulturelle uttrykket for ungdommelighet, i et idiom som er forståelig på tvers av kontinenter. Bånd som knyttes til bestemte musikkut-

trykk i løpet av ungdomsårene og tidlig voksen alder, viser seg svært ofte å bli varige. Det som i en epoke var ungdomsmusikk vil derfor etter hvert ofte få preg av å være generasjonsmusikk (Mannheim 1952). Denne prosessen har satt sitt merke på ulike segmenter av jazz siden 1930-tallet, og er etter hvert blitt et viktig kjennetegn ved epoker innen rock 'n' roll, pop, rock, country, soul, punk, visesang, osv. Alt tyder på at den samme prosessen vil gjenta seg for nyere musikkgenrer som hip-hop, techno, elektronika, osv. Men en ting er å like bestemte musikkuttrykk og knytte seg til disse. En annen ting er å gå på konserter med denne typen musikk.



Figur 5 Diagrammet viser aldersbetingede sannsynligheter for å ha vært på konsert med «populærmusikk» siste år (p1), for å være blant de 25 % som har vært på konsert med «populærmusikk» oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som har vært på konsert med «populærmusikk» aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av utdanning, inntekt, kjønn, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.³⁰

30 Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

Dataene fra SSBs undersøkelser av kulturbruk tyder på at besøk på konserter med det som betegnes som «populærmusikk» fortsatt i stor grad er en ungdommelig beskjeftigelse, men alderseffekten er ikke så sterk som for kinobesøk (se figur 5).

Selv om mønsteret ser tydelig ut, er det svært uklart hva disse fordelingene uttrykker, og det er her på sin plass å ta opp noen generelle problemer og innvendinger mot deler av SSBs statistikk om kulturbruk.

Betraktninger om klassifisering av musikk i Statistisk sentralbyrås kulturstatistikk

Det er noe grunnleggende forfeilet ved deler av SSBs kulturbruksstatistikk, i hvert fall hvis hensikten med den er at den skal gi relevant informasjon om ulike publikumssegmenter. Problemene, som har å gjøre med det som i metodespråket kalles *meningsadekvans* og *definisjonsmessig validitet*, kommer spesielt tydelig frem i behandlingen av musikk. I SSBs kulturbruksundersøkelser er konserter delt inn i to hovedtyper, nemlig (1) «konserter med klassisk musikk og samtidsmusikk», og (2) «konserter med pop/rock/jazz og visemusikk» (kulturstatistikken bruker også betegnelsen «populærmusikk», oversatt fra latin betyr det som kjent «folkets musikk»). Denne inndelingen kan umulig være laget på grunnlag av hva som gir god mening for musikkinteresserte. Inndelingen innebærer en grovsortering og sammenblanding av former som burde vært holdt fra hverandre når det gjelder den første typen musikk (1). Inndelingen gir knapt mening når det gjelder den andre typen musikk (2). Det er kanskje ikke helt uvanlig at noen sier at de liker «klassisk musikk og samtidsmusikk», men det er høyst uvanlig, for ikke å si merkelig, om noen påberoper seg å like «pop/rock/jazz og visemusikk» (en samlekategori som i tillegg ser ut til å inkludere country & western, etnisk musikk og korps/janitsjar-musikk!). Dette er ikke på noen måte en meningsadekvat kategorisering sett fra publikums synsvinkel. Det ser også ut til at konserter med musikk av type (1) ikke bare inkluderer «klassisk musikk og samtidsmusikk», men også kirkekonserter og kor. Dette innebærer at for eksempel gospel-konserter med kor blir klassifisert som «type (1)-konserter», mens gospel-konserter med band må klassifiseres som «type (2)-konserter». Dette gir neppe god mening sett fra publikums synsvinkel. Hvis denne inndelingen ikke fyller et minimumskrav til meningsadekvans når det gjelder vanlige oppfatninger om musikkformer, hva slags kategorisering er det da?

Logikken bak klassifikasjonen bærer preg av å være utformet på bakgrunn av en bestemt kulturpolitisk interesse som dreier seg om å evaluere publikumstilstrømningen til musikkformer som har et særlig omfattende system for offentlig finansiering (dvs. «type (1)-konserter»), kontra musikkformer som tradisjonelt ikke kom inn under disse støtteordningene.³¹ Det dreier seg altså om «kulturadministrative kategorier». Selvfølgelig vil den norske staten, med sitt store system av støtteordninger, med god grunn være opptatt av å evaluere virkninger av disse ordningene, og selvfølgelig er SSB et viktig redskap i denne sammenheng.

Men denne typen pragmatiske motiver gir ikke treffsikre kategorier sett fra synspunktet til et musikkinteressert publikum.

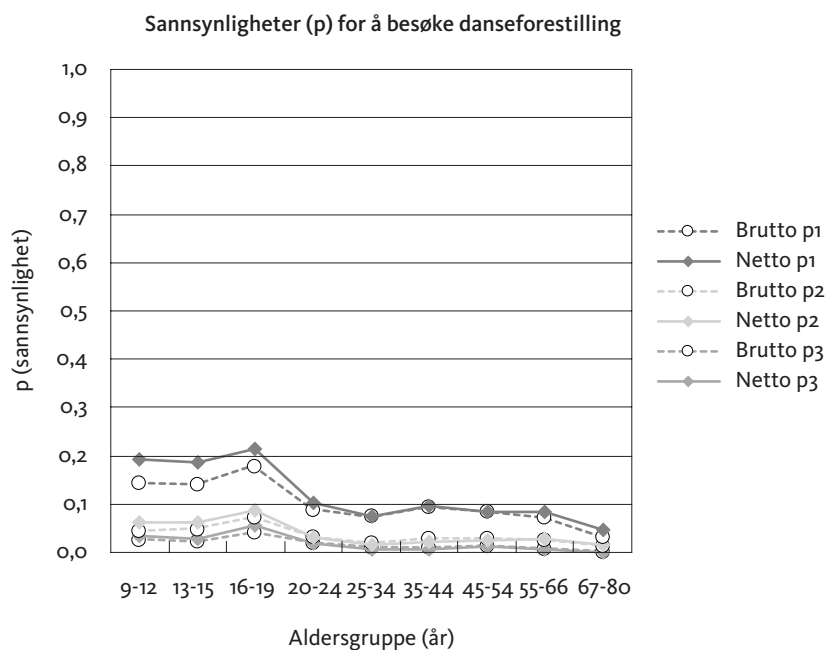
Datamaterialet inneholder også enkelte opplysninger som bygger på en mer findelt klassifikasjon av musikkgenrer (nå med den uklare hybrid «pop/rock» som en hovedgenrer). Denne noe mer findelte klassifikasjonen brukes i forbindelse med spørsmål om man har vært på konsert med den eller den typen musikk siste år. Det er altså spørsmål om atferd («Har du vært på konsert med ...?»), ikke om smak («Liker du ...?»). Denne behavioristiske tilnæringsmåten er kanskje egnet til å gi et bilde av den aggregerte etterspørselen etter visse musikkgenrer i befolkningen, men den kan ikke gi noe bilde av preferansene til individer, eller til grupper av individer. Det skyldes at denne fremgangsmåten ikke gir informasjon om hva slags konserter en person *pleier å gå på*, eller hva slags konserter en person *foretrekker å gå på*.³²

De foregående betraktningene er relevante i forhold til hva slags informasjon det er mulig å få ut av data om konsertbesøk. I sammenheng med analysene i dette kapittelet ville det blant annet vært interessant å vurdere musikkgenrer i forhold til alderseffekter og generasjonseffekter, for eksempel hvilke musikalske genrer som fungerer som «integrasjonsmusikk» på tvers av generasjoner, i hvilken grad bestemte genrer forblir «ungdomsmusikk», og i hvilken grad de som tilhører en bestemt generasjon fortsetter å oppsøke konserter med en type musikk som preget denne generasjonen i skjellsettende ungdomså. For å kunne analysere forhold av denne typen, må musikkformene klassifiseres i kategorier som er langt mer meningsadekvate fra et publikumsperspektiv enn den todelingen SSBs kulturbruksundersøkelser bruker for å registrere opplysninger om antall konsertbesøk.

Ser vi på den aldersbetingede sannsynligheten for å ha vært publikum på forestilling med «dans» viser dette også et aldersrelatert mønster, der sannsynligheten for deltagelse er høyest blant de yngste og lavest blant de eldste (se figur 6).

31 Et lignende klassifikasjonsprinsipp ser ut til å legge til grunn for kulturstatistikkens klassifikasjon av litteratur, der skillet mellom *norsk* og *utenlandsk* skjønnlitteratur står sentralt.

32 Også dette problemet dukker opp igjen når det gjelder data om boklesing og litterære genre.



Figur 6 Diagrammet viser aldersbetingede sannsynligheter for å ha vært på forestilling med «dans» siste år (p1), for å være blant de 25 % som har vært på forestilling med «dans» oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som har vært på forestilling med «dans» aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av utdanning, inntekt, kjønn, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.³³

Det er overraskende at SSB presenterer denne aktiviteten («dans») under *overskriften* ballett (se f.eks. Vaage 2001). Ser vi på hva dette faktisk omfatter viser det seg at det ikke bare inkluderer «klassisk ballett», men også den svært vide kategorien «moderne ballett/dans», samt «folkedans/etnisk dans», «selskapsdans» og «annen type dans». Igjen har vi altså et eksempel på at SSBs klassifikasjonspraksis tar utgangspunkt i svært heterogene og upresise kategorier, mens SSB i presentasjonen av oversikter bruker langt mer spesifikke betegnelser (her «ballett») som kan gi svært villedende assosiasjoner. Når det har vært en viss økning mot slutten av

³³ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

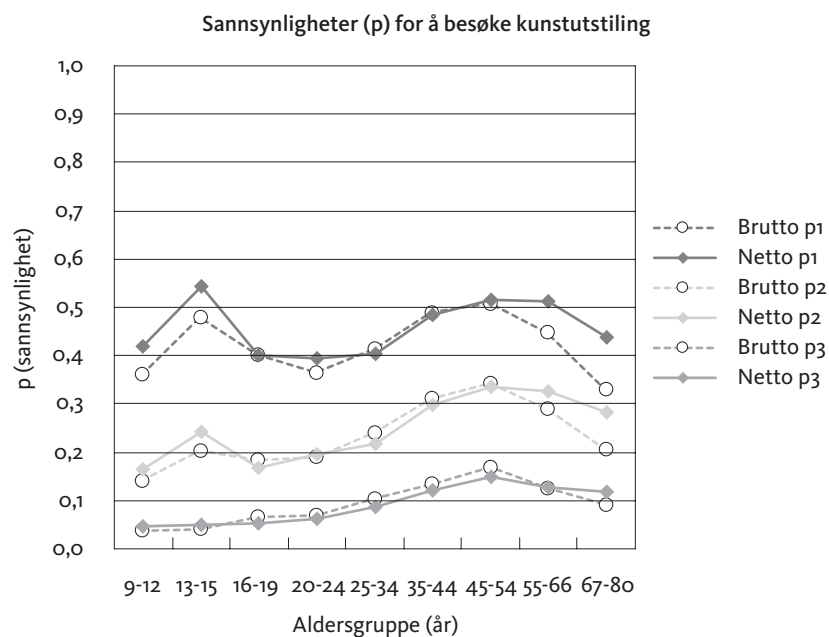
1990-tallet i andelen respondenter som opplyser at de har vært på forestillinger med det SSB kaller «ballett», er det mer sannsynlig at dette henger sammen med økende oppmerksomhet om showdance og breakdance, enn økende interesse for det som vanligvis kalles «ballett». Hvis dette er situasjonen, blir det også mer forståelig hvorfor sannsynligheten for å være publikum på disse arrangementene er høyest blant de yngre aldersgruppene. Et annet forhold som også spiller inn er at en betydelig del av publikum på slike forestillinger sannsynligvis selv er utøvere, og at disse rimeligvis er unge.

Godt voksen kultur: kunstutstilling

Finnes det eksempler på den motsatte typen aldersskjevhet blant publikumsgrupper? Publikumstilstrømningen på kunstutstillinger viser seg å følge noe i retning av et motsatt mønster, med økende sannsynlighet for å være publikum i godt voksen alder (se figur 7). Men denne generell påstanden krever et par presiseringer. Det finnes opplagt kunstutstillinger med et publikum som fordeler seg annerledes. Publikum på Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst inngår også i observasjons- og datamaterialet for denne publikumsstudien, og gjennomsnittsalderen for dem som besvarte spørreskjema der var 38 år. Det finnes også andre arenaer for billedkunst som ikke er med i denne undersøkelsen, der det er en kobling mellom ungdommelighet og bevissthet om å representere «det nye». Ser vi derimot på publikum ved den spesialutstillingen på Nasjonalgalleriet som inngår i observasjons- og datamaterialet for denne publikumsundersøkelsen,³⁴ viser det seg at gjennomsnittsalderen for respondentene der var 58 år. Det er mer i tråd med de aldersfordelingene for publikum på kunstutstillinger som fremkommer av SSBs kulturbruksundersøkelser. Ser vi på den samme typen sannsynlighetsfordelinger som vi har anvendt i de foregående avsnittene, finner vi tegn til det som med et statistisk begrep kalles en bi-modal fordeling, det vil si en fordeling der det er to markerte toppunkter (se neste avsnitt for en nærmere diskusjon av denne typen fordelinger). En god del av denne «bi-modaliteten» forsvinner hvis vi forholder oss til de korrigerede nettoeffektene. Ser vi på den delen av kunstpublikum som går relativt ofte på utstilling (p2 og p3), viser nettoeffektene en markert tendens til en rent lineær økning i den aldersbetin-

34 Det dreier seg om betalingsutstillingen «Svermeri og virkelighet. München i norsk maleri».

gede sannsynligheten for å gå på kunstutstilling. Når disse alderseffektene vurderes er det også viktig å ha den tidligere diskusjonen om alder og aktivitetsnivå i bakhodet. På de fleste områder er det som nevnt sånn at aktivitetsnivå viser en fallende tendens med høyere alder. Vi må også regne med at aldersbetingede forhold som hemmer utfoldelsen gjør seg gjeldende i forhold til det å gå på kunstutstilling. Desto mer bemerkelsesverdig er det at sannsynlighetsgrafene bare viser en svakt fallende tendens i den eldste aldersgruppen når det gjelder oppslutning om kunstutstillinger (se figur 7).

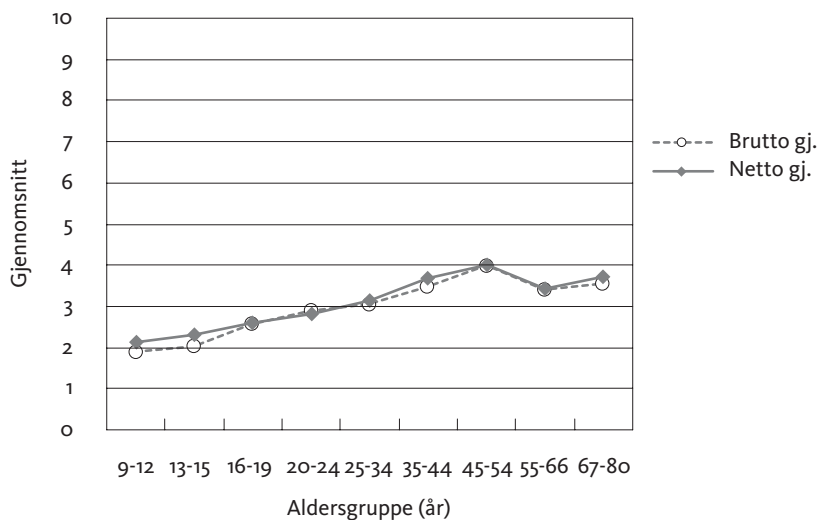


Figur 7 Diagrammet viser aldersbetingede sannsynligheter for å ha besøkt kunstutstilling siste år (p1), for å være blant de 25 % som besøkte kunstutstilling oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som besøkte kunstutstilling aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av utdanning, inntekt, kjønn, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.³⁵

35 Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

Ser vi på grafene for gjennomsnittlig antall besøk på kunstutstilling siste år (for de som har vært en eller flere ganger på utstilling), viser disse en ganske entydig tendens til aldersbetinget stigning (se figur 8).

Gjennomsnittlig antall besøk for de som har besøkt kunstutstilling siste år



Figur 8 Diagrammet viser gjennomsnittlig antall besøk på kunstutstilling siste år for de som har vært på en slik utstilling, fordelt på aldersgrupper. Det er skilt mellom brutto- og nettogjennomsnitt, der nettogjennomsnitt er estimert ved hjelp av lineær regresjonsanalyse med kontroll for effekter av utdanning, yrkesstatus, inntekt, kjønn, familiefase og bosted. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.³⁶

De aldersbetingede sannsynlighetene for å ha vært publikum på opera danner et lignende mønster som for kunstutstilling. De viser altså økende sannsynlighet for besøk med økende alder, i hvert fall frem til pensjonsalderen. Det er likevel mindre grunn til å legge vekt på aldersfordelingen blant operapublikum fordi det dreier seg om en aktivitet som ganske få deltar i (samlet sett opplyser 5,5 % av respondentene i de fire undersøkel-

³⁶ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

sene at de har vært på opera siste år, mens det tilsvarende tallet for kunstutstilling er 43 %).³⁷

Integrasjonskultur: konserter med «klassisk musikk» og museumsbesøk

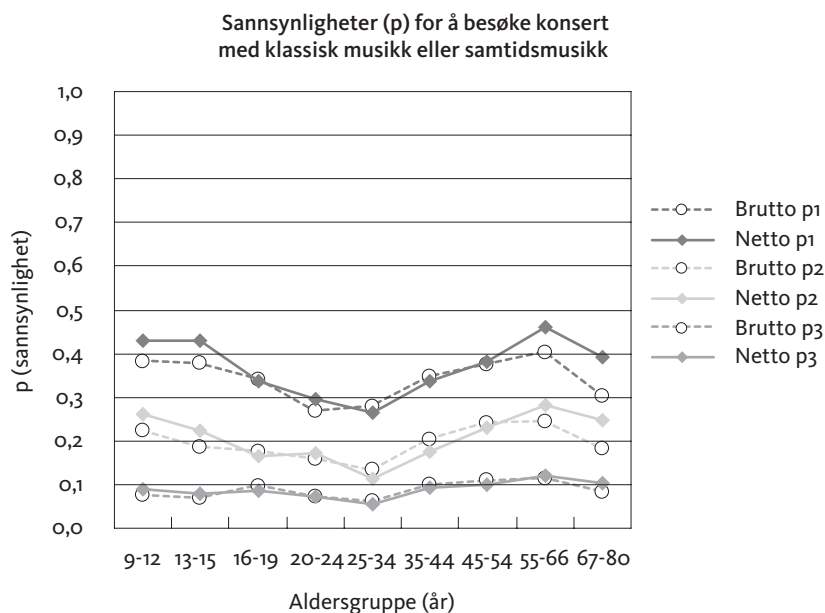
Ser vi på den registrerte alderssammensetningen blant publikum på konserter med musikk av den typen som SSB rutinemessig kaller «klassisk musikk» viser aldersfordeling en form vi finner varianter av også i andre sammenhenger, for eksempel blant publikum som besøker museer, blant publikum på forestillinger med barneteater (se avsnittet om aldersmessig homogenitet), og til dels blant publikum på kunstutstillinger (se sannsynlighetskurvene p1 og p2 i figur 7). Det dreier seg om en såkalt bi-modal fordeling. Bi-modalitet indikerer her at sannsynligheten for å høre med blant dem som har benyttet et tilbud, eller som benytter det ofte, er høy i de yngste aldersgruppene, for deretter å avta utover i 20-årsalderen, for så å stige igjen frem mot godt voksen alder.

Ser vi for eksempel på sannsynligheten for være blant dem som har gått «ofte»³⁸ på konsert med «klassisk musikk» siste år (p2 i figur 9), er denne praksisen omtrent dobbelt så sannsynlig for personer i aldersgruppene 9–15 år og 45–80 år, som den er for personer i aldersgruppen 25–34 år. Her er det også en klar forskjell mellom brutto- og nettosannsynligheter. Forskjellen viser betydningen av kontroll for utdanning og inntekt, som begge deler er positivt korrelert med det å gå på konsert med «klassisk musikk». Siden både utdanning og inntekt er høyest i de midlere aldersgruppene vil en korleksjon for effekten av disse variablene bidra til å tydeliggjøre u-formen som skyldes de rene alderseffektene. For den 10-delen som går oftest på denne typen konsert (noe som vil si fire eller flere

37 De statistiske modellene forklarer bare et par–tre prosent av variasjonen i fordelingen når det gjelder operabesøk. Beregningene av gjennomsnittlig antall besøk på opera siste år (for dem som har vært en eller flere ganger på opera), viser overhodet ikke noen alderseffekt, og grafene er derfor heller ikke gjengitt her (grafene viser nær horisontale linjer i nederste del av diagrammet).

38 «Ofte» er her definert som å være blant de 25 % som oftest benytter tilbudet, noe som i forhold til konserter med «klassisk musikk» innebærer å ha vært på slike konserter minst to ganger siste år.

ganger i året) er aldersfordelingen noe mer homogen, men fortsatt kjen-
netegnet ved en slags u-form.³⁹



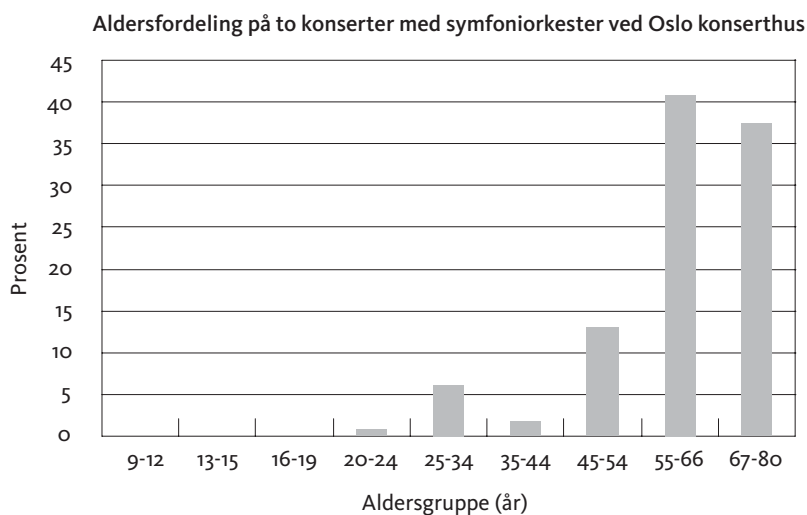
Figur 9 Diagrammet viser aldersbetingede sannsynligheter for å ha besøkt konserter med «klassisk musikk» siste år (p1), for å være blant de 25 % som besøkte konserter med «klassisk musikk» oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som besøkte konserter med «klassisk musikk» aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av utdanning, inntekt, kjønn, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁴⁰

De bi-modale aldersfordelingene kan tolkes som det samlede resultatet av to ulike alderseffekter: For det første en positiv alderskorrelasjon, for det andre en alderseffekt av «tradisjonsformidling». Den første av disse effek-

39 Siden utgangssannsynligheten her er lav kan grafen lett gi et villedende inntrykk fordi den ser nokså flat ut. Men i realiteten skjer det en dobling av sannsynligheten for å være blant de 10 % som går oftest på konsert med klassisk musikk eller samtidsmusikk hvis vi går fra aldersgruppen 25–34 år og over til aldersgruppen 55–66 år.

40 Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

tene er en alderskorrelert økning i sannsynligheten for å gå på konsert med «klassisk musikk» – en tendens av samme type som den vi fant når det gjaldt sannsynlighet for å gå på «kunstutstilling». Denne alderseffekten skaper en topp i de eldre aldersgruppene. For å illustrere denne effekten ytterligere er det nok å se på aldersfordelingen for et utvalg av publikum på to konserter med henholdsvis Oslo-Filharmonien og Göteborgsymfonikerne i Oslo Konserthus høsten 2003 (se figur 9). Dette var kveldskonserter, og i dette utvalget av publikum fra Oslo Konserthus var de yngste aldersgruppene fraværende mens de to eldste aldersgruppene inkluderte til sammen 90 av de 115 personene (dvs. 78 %) i utvalget. Egne observasjoner av publikum ved disse konsertene støtter opp under det bildet de kvantitative dataene viser, altså en høy konsentrasjon av publikum i de eldste aldersgruppene.



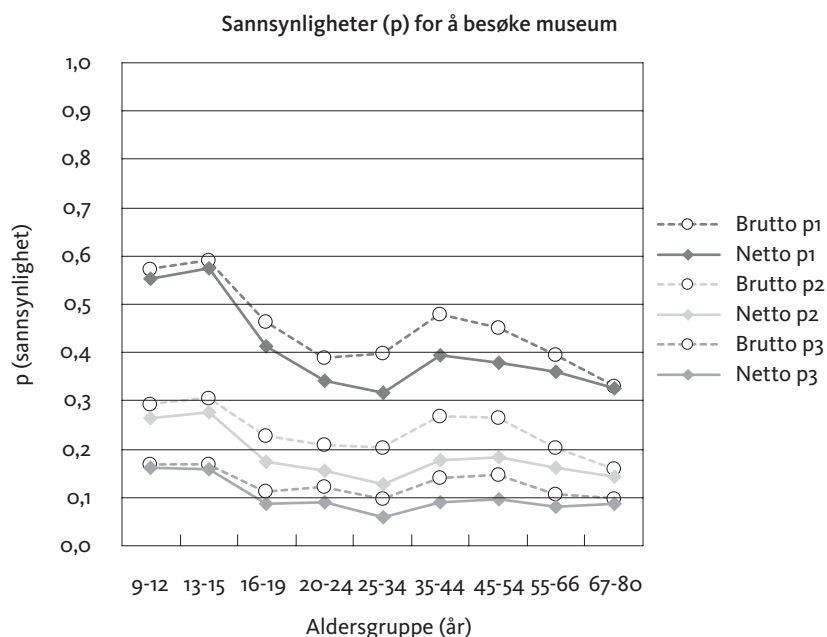
Figur 10 Diagrammet viser aldersfordelingen blant et utvalg blant publikum på to konserter med henholdsvis Oslo-Filharmonien og Göteborgsymfonikerne i Oslo Konserthus høsten 2003. Stolpediagrammet viser prosentfordeling, utvalgsstørrelsen n=102 personer.⁴¹

⁴¹ Aldersfordelingene er basert på opplysninger fra spørreskjemaet som er brukt i forbindelse med denne publikumsundersøkelsen. Spørreskjemaet ble, sammen med beskrivelse av undersøkelsen og frankert svarikonvolutt, distribuert i annenhver gruppe av personer som passerte to tilfeldig valgte billettører i inngangen til konsertsalene i Oslo Konserthus.

Den andre av disse alderseffektene er en høy sannsynlighet for at barn og ungdom i grunnskolealder skal være publikum, og en økende sannsynlighet for å være publikum etter 35-årsalderen. Dette u-formede fordelingsmønsteret kan tolkes som resultat av to former for tradisjonsformidling, former som kan beskrives med begrepene *integrasjonskultur* og *pedagogiske prosjekter*. Dels dreier det seg om kulturelle praksiser som forener to generasjoner ved at foreldre tar med familiens yngre på sosiale sammenkomster som er organisert rundt et kulturelt samlingspunkt (de statistiske beregningene underbygger dette ved at de viser at forsørgeransvar for barn ikke minsker sannsynligheten for å gå på denne typen konserter). Dels dreier det seg om kulturelle praksiser som har et klarere pedagogisk siktemål, der konsertbesøk og andre kulturelle praksiser som museumsbesøk, ikke bare skaper sosiale samlingspunkter og gir kulturelle opplevelser der og da, men også bidrar til å gjøre barna kjent med kunst og kulturverdier. Pedagogiske siktemål av denne typen blir til en viss grad ivaretatt av skolen, og det er rimelig å anta at mange av 9–15-åringene som har besøkt konserter av denne typen har deltatt på utflukter i regi av skolen, eller har hatt besøk fra for eksempel Rikskonsertene eller fylkesmusikere. Videre kan vi anta at besøkshyppigheten på slike konserter blir lavere når de pedagogiske instansene blir svekket, det vil si etter at barna har utviklet seg til mer egenrådige ungdommer, og er ferdige med den obligatoriske skolegangen. Dermed dannes det en u-formet aldersfordeling.

Sannsynlighetene for museumsbesøk viser et lignende u-formet mønster, men her finner vi ikke tegn til den første av de to alderseffektene, dvs. økende av sannsynlighet for deltakelse i de eldre aldersgruppene. Det er altså ingen tendens til at oppslutningen stiger med alderen for de som er over 50 år (figur 11).

Går vi nå tilbake og ser på den aldersbetingede sannsynligheten for å være publikum på kunstutstillinger, ser vi at styrken på de to alderseffektene (alderskorrelasjon og effekt av tradisjonsformidling) her er motsatt: Tendensen til at oppslutningen stiger med alderen dominerer, men vi ser også tegn til bi-modalitet som antagelig skyldes det som ovenfor er omtalt som *integrasjonskultur* og *pedagogiske prosjekter*. Mønsteret tyder altså på en viss tilstedeværelse av «pedagogiske instanser» som ønsker å formidle billedkunst til barn (vi kan f.eks. se for oss skoleturer til Nasjonalgalleriet eller Munch-museet) og foreldre som tar med barn på søndagsutflukt til kunstgalleri (en svært vanlig foreteelse f.eks. på Galleri F15, i natur-skjønne omgivelser på Jeløya).



Figur 11 Diagrammet viser aldersbetingede sannsynligheter for å ha besøkt museum siste år (p1), for å være blant de 25 % som besøkte museum oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som besøkte museum aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av utdanning, inntekt, kjønn, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁴²

Alder og kunst- og kulturinteresser

De foregående avsnittene har fokusert på aldersrelaterte markedssegmenter. Utgangspunktet har vært opplysninger om hvilke kunst- og kulturtilbud personer i ulike aldersgrupper har benyttet. Dette er en velprøvd fremgangsmåte for å kartlegge markedssegmenter innenfor en sektor. Opplysninger om besøkshyppighet ved ulike typer arrangementer kan selvfølgelig si noe om folks praksis i forhold til kunst- og kulturtilbud. Men forteller det noe om hva folk er interessert i? Enkelte behavioristiske retninger innen

⁴² Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

økonomisk teori hevder at interesser og preferanser per definisjon alltid viser seg gjennom de valgene konsumenter gjør på markedet, men det kan være flere grunner til å sette spørsmålsteget ved dette. En opplagt innvending er at det folk gjør i høy grad bærer preg av de tilbudene som til enhver tid finnes, og at det derfor kan finnes en latent etterspørsel som ikke blir dekket. En annen innvending er at folk ikke nødvendigvis har tid, penger, muligheter, tiltakslust eller kapasitet til å oppsøke arrangementer de i utgangspunktet er interessert i. Alt i alt kan det derfor være interessant å forsøke å kartlegge hva folk er interessert i, uavhengig av hvilke type arrangementer de faktisk har vært på. Det kan også være interessant å vurdere om folks interesser samsvarer med det de gjør.

Kulturbruksundersøkelsene til SSB inneholdt i 1994, 1997 og 2000 spørsmål om interesse for ulike kunst- og kulturformer, og respondentene ble i denne sammenhengen også bedt om å gradere kulturinteressene. Tabell 1 viser *variablene* som beskriver de kulturinteressene som søkes kartlagt (en variabel for hver linje i tabellen), og *verdiene* som beskriver graden av interesse (en verdi for hver kolonne i tabellen).

Denne typen skjematisme reiser en rekke spørsmål: Hva vil det egentlig vil si å være interessert i noe? Hvor går skillene mellom å være «meget», «ganske» eller «litt» interessert? Hva slags bøker, filmer, teaterstykker, utstillinger og konserter er det her snakk om? Stilt overfor det omtrentlige i disse svaralternativene er det ikke vanskelig å slutte seg til den vanlige kritikken mot slike undersøkelser som går ut på at de ikke gjengir annet enn omtrentligheter, og at de ikke gir noe realistisk beskrivelse av folks virkelige interesser. Men kunne det vært særlig annerledes? Er ikke det vi vet om folks interesser som regel nokså omtrentlig? Vi vurderer det folk sier om sine interesser i lys av det de gjør, og det de gjør, i lys av det de sier om sine interesser.⁴³ Vi kan for eksempel slutte oss til at en skuespiller med stor sannsynlighet er interessert i teater, men å spørre om vedkommende er mer eller mindre interessert i teater enn en teaterelsker som bruker all tilgjengelig fritid på sin lidenskap, blir lett meningsløst: Meningsløst fordi det ikke finnes noen målestokk for å sammenligne interesser på dette detaljeringsnivået. Mengden tid og penger som brukes på en interesse, og den kunnskapen den interesserte har om sin interesse, indikerer noe, men det dreier seg like fullt noen annet enn selve interessen. Jo mer presist man forsøker å måle interesser opp mot hverandre, jo mer ser interessen ut til å oppløse seg i noe

43 Med andre ord kan det sies å være en *indre relasjon* mellom interesser og handlinger; se Østerberg 1980.

Tabell 1 Kunst- og kulturinteresser – variabler og verdier

Variabler	Verdier				
	1	2	3	4	5
Interessert i å lese bøker	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke
Interessert i å lese ukeblader	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke
Interessert i kino	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke
Interessert i teater	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke
Interessert i opera	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke
Interessert i ballett	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke
Interessert i bibliotek	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke
Interessert museum	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke
Interessert i kunstutstilling	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke
Interessert i idrettsarrangement	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke
Interessert i klassisk konsert	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke
Interessert i annen konsert	Meget interessert	Ganske interessert	Litt interessert	Ikke interessert	Ubesvart/ Vet ikke

annet. Betyr det at *interesse* er et meningsløst begrep, eller et begrep som bare bør brukes i forhold til personer vi kjenner på en måte som det verken er mulig eller ønskelig å kjenne en hel befolkning? Først og fremst viser dette at *interesser* ikke er noe personer har, på lignende måte som de kan ha et bankkort eller en attest på plettfri vandel. Hvorvidt noe er en persons interesse, og hvor sterk denne interessen er, må forstås i sammenheng med hva vedkommende ellers er opptatt av, og lar seg fascinere av. Det må videre sees i sammenheng med hva personen bruker tid på, og hvordan vedkommende forholder seg til andre.

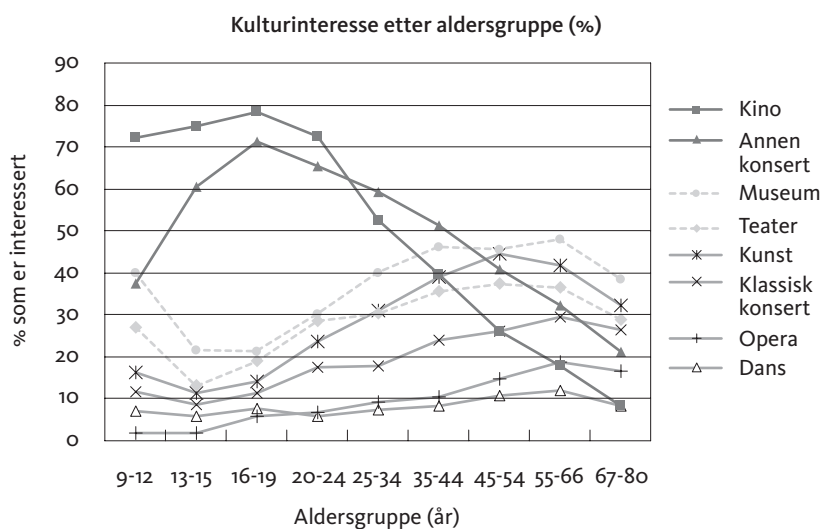
De forgående betraktningene om interesser viser at prinsipper for meningsfortolkning kan sette ganske uoppnåelige standarder så lenge utgangspunktet bare er informasjon fra en spørreskjemaundersøkelse.

Skal vi analysere de statistiske opplysningene om kulturinteresser som finnes i SSBs kulturstatistikk bør vi derfor ikke ha illusjoner om at svar på denne typen spørsmål kan gi et dekkende bilde av respondentens dypeste interesser. Valg av alternativer og rangeringer i et spørreskjema kan likevel ha en viss informasjonsverdi dersom svarene tolkes *relasjonelt*, det vil si i forhold til de andre alternativene i spørreskjemaet som respondentene kunne ha valgt. Det går altså an å tolke avkrysningene og rangeringene som spor etter valg der det snarere har dreid seg om å velge bort alternativene som absolutt ikke passer, enn om å finne det ene alternativet som helt presis uttrykker personlige og dyptfølte interesser. I tråd med dette kan for eksempel det å krysse av at man er «Meget interessert» i den ganske upresise kategorien «Klassisk konsert», og «Lite interessert» i den svært omtrentlige kategorien «Annen konsert», sees som respondentens posisjonering og selvpresentasjon i forhold til disse alternativene, og det å uttrykke stor interesse for begge typer konserter kan sees som et uttrykk for en generell «kulturell velvilje» i forhold til musikk.

Ser vi på de aldersbetingede fordelingene av uttrykte interesser for de ulike kunst- og kulturaktivitetene som er tatt opp tidligere i dette kapitlet, slik disse er fremstilt i figur 12, viser fordelingsmønsteret to tydelige aldersprofiler: På den ene siden har vi de yngre aldersgruppene som uttrykker kulturell velvilje overfor «Kino» og «Annen konsert», på den andre siden de eldre aldersgruppene som uttrykker kulturell velvilje overfor «Museum», «Teater», «Kunst», «Klassisk konsert» og «Opera». Når det gjelder «Museum» og «Teater» ser vi også tegn til en bi-modal fordeling. Alt i alt viser disse grafene at de aldersbetingede fordelingene av opplysninger om interesser i grove trekk følger de samme mønstrene som fordelingen av *aktivitet*. Dette er ikke overraskende, folk er tilbøyelige til å si at de er interessert i den typen arrangementer de oppsøker, og til å oppsøke arrangementer som de sier seg interesserte i (se figur 12).

Tolkning av alderseffekter

Å påpeke at det finnes sammenhenger mellom alder og oppslutning om bestemte kulturaktiviteter er verken nytt eller overraskende. At enkelte av disse sammenhengene er velkjente bidrar likevel ikke i seg selv til å forklare dem, snarere tvert imot. En av «den sunne fornufts» vanlige feilslutninger er at det vi tar for gitt ikke trenger noen ytterligere forklaring. Hvordan kan de tydelige sammenhengene mellom alder og tilbøyelighet til å oppsøke kunst- og kulturarrangementer fortolkes?



Figur 12 Diagrammet viser prosentandelene som opplyser at de er interessert i ulike former for kunst og kultur, etter alder. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1994, 1997 og 2000, og omfatter data om til sammen 5937 personer fra 9 til 80 år.⁴⁴

Aldersprogrammering

En innlysende bakgrunn for alderseffektene er at bestemte kulturelle former blir produsert og distribuert med tanke på bestemte aldersgrupper. Dette gjelder selvfølgelig alt som begynner med forstavelserne «barne-» og «ungdoms-». Det at også voksne med forsørgeransvar tilegner seg barnebøker, barneteater og barnefilm, bidrar dessuten til noen u-formede aldersfordelinger blant publikum, altså fordelinger av den typen som her er blitt tolket som uttrykk for «integrasjonskultur». «Ungdomsbøker» er en genrebeteignelse som indikerer at det dreier litteratur som er ment å appellere til personer som vil lese om tidlige forelskelser, problemer med foreldre og lærere, nysgjerrighet på livet, og så videre. Mye film og musikk produseres og markedsføres med sikte på ungdom, selv om «ungdoms»-beteignelsen ikke brukes som merkelapp. Denne formen for «alderprogrammering» gjelder likevel bare en avgrenset del av kulturformidlingen, og kan neppe forklare aldersfordelinger innenfor andre segmenter. Hvor-

⁴⁴ «% som er interessert» omfatter prosentandelen som hevder å være «Meget interessert» og «Ganske interessert». Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

for finner vi alderseffekter som ikke har noen sammenheng med en slik «aldersprogrammering»?

Alderspsykologiske forhold

I innledningen til dette kapitlet ble det skissert noen vanlige svar, knyttet til det som ble kalt «alderspsykologiske forhold». Disse tolkningene av alderseffekter forutsetter to former for *essensialisme* som kan betegnes som «aldersessensialisme» og «kulturessensialisme»: For det første en antagelse om at folks psykiske konstitusjon er formet av den livsfasen de befinner seg i, og for det andre en antagelse om at kulturelle former har iboende egenskaper som gjør at de appellerer til personer med en bestemt psykisk konstitusjon. For eksempel kan vi tenke oss at mye film som vises på kinoene særlig appellerer til ungdom, fordi film er et medium der hendelser og følelser utfolder seg i raskt tempo, noe som kan tenkes å tilfredsstille ungdommelige behov for fart og spenning. Filmmidiet gir ofte lite tid til refleksjon underveis, og dette forholdet kan tenkes å distrahere voksne mennesker som i større grad ønsker rom for egne vurderinger og ytringer. Resonnementer av denne typen vil nok kunne hente en viss støtte fra psykologi og hjerneforskning, men står svakt innenfor kulturteori der essensialisme lenge har vært et «fy-ord». Kulturteori kan neppe tillegges stor vekt når det gjelder nevrofysiologiske og alderspsykologiske forhold, men kan med større faglig tyngde bestride at bestemte kulturelle former har iboende egenskaper som predisponerer dem for bestemte aldersgrupper. Som tidligere antydte kan «alderspsykologiske sammenhenger» lett omtolkes i en mer eksistensialistisk eller konstruktivistisk retning: Heller enn å forutsette at det er en type årsaksforbindelse mellom alder og kulturuttrykk går det an å anta at folk aktivt skaper sine aldersidentiteter ved å knytte an til kulturelle former som tenkes å uttrykke bestemte idealer og livserfaringer. Vi kan for eksempel se for oss at ungdomlighet kan uttrykkes gjennom symboler på utålmodighet og respektløshet i forhold til det etablerte, mens «modenhet» kan uttrykkes gjennom kulturelle former som formidler erfaring, ettertenksomhet og visdom. At det etableres meningssammenhenger og aldersidentiteter av denne typen er utvilsomt viktig for å forstå noen av de observerte sammenhengene mellom alder, kulturinteresser og kulturell praksis.

Kulturell kompetanse

Det er vanlig å rangere kunst og kultur i forhold til om det dreier seg om «krevende», «tunge», «avanserte» og «utilgjengelige» former og uttrykk,

eller «enkel», «lette», «populære» og «tilgjengelige» sådanne. Det er videre vanlig å mene at de førstnevnte forutsetter høy kompetanse blant publikum, og at dette er noe som bare kan tilegnes over tid. Kunst og kultur for barn må være lett å tilegne seg. Det samme gjelder mye av filmene, populærmusikken og litteraturen som er myntet på ungdom, og som ungdom i stor grad ser ut til å foretrekke. Kanskje har vi her forklaringen på kontrasten i kulturelle preferanser mellom unge og eldre? Det kan være et visst hold i dette, men det kan ikke tjene som noen universalforklaring. Det kan være gode argumenter for å hevde at tilegnelse av «Konsserter med klassisk musikk, samtidsmusikk, osv.» og «Kunstutstillinger» krever kompetanse på et høyere nivå enn det som er nødvendig for å tilegne seg de typene film og musikk som mange ungdommer liker, og at dette forklarer de aldersfordelingene som finnes i SSBs materiale. Slike sammenligninger blir likevel alt for grovmaskede, fordi de sammenstiller praksiser som har oppslutning blant omtrent halvparten i en aldersgruppe med praksiser som har oppslutning blant nesten alle i en annen aldersgruppe.⁴⁵

Gjør vi en mer spesifikk sammenligning, for eksempel mellom publikum på ulike typer kunstutstillinger, viser datamaterialet som ble samlet inn til vår publikumsundersøkelse aldersforskjeller av en noe annen type: 50 % av publikum på utstillingene med modernistisk/postmodernistisk kunst i Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst var i alderen 20–34 år, mens 50 % av publikum på utstillingen i Nasjonalgalleriet om innflytelse fra München på norsk 1800-tallskunst var i alderen 55–66 år. Dette står i motsetning til forestillinger om at personer i de yngre aldersgruppene på grunn av mangel på erfaring og kulturelle kompetanse, foretrekker de formene som er «lettest tilgjengelig».

Spesifikk kulturell kompetanse er etter alt å dømme sterkest konsentrert i de midlere aldersgruppene, ikke i de eldre. Tilegnelse av denne typen kompetanse foregår hovedsakelig gjennom studier, og andelen personer med høyere utdanning er størst i de midlere aldersgruppene. Uspesifikk kulturell kompetanse som ofte blir akkumulert over lang tid innenfor et miljø der det kultiveres fortrolighet med den mest legitime kulturen, er sannsynligvis sterkest konsentrert blant godt voksne. Dette disponerer for å vektlegge kulturelle tradisjoner heller enn innovasjoner. En rimelig hypo-

45 Blant de 7938 personer som var med i SSBs undersøkelser om kulturbruk i 1991, 1994, 1997 og 2000, opplyste i alt 51 % av respondentene i aldersgruppen 45–54 år at de hadde vært på kunstutstilling siste år, mens 94 % i aldersgruppen 16–19 opplyste at de hadde vært på kino siste år.

tese er derfor at de eldste aldersgruppene er overrepresentert blant publikum på utstillinger med kanoniserte kunstnere og kunstverk, og derfor ved veletablerte institusjoner som tradisjonelt har høy kulturell legitimitet.

Identifikasjon og gjenkjennelse

I fortolkningen av alderseffekter kan det også være grunn til å reflektere over betydningen av gjenkjennelse og identifikasjon mellom publikum og kunstnere. Uten å gå inn på vidløftige psykodynamiske forutsetninger, kan det være grunn til å anta at en vesentlig komponent i resepsjonen av kunst og kultur er en form for publikumsidentifikasjon med kunstnere, og en erfaring av å kjenne seg igjen i deres prosjekter. Dette er trolig en viktig bakgrunn for den store etterspørselen etter biografier og anekdoter om kunstnere og kulturprodusenter. Det er rimelig å anta at et ungdommelig publikum lettere identifiserer seg med prosjektene og ytelsene til kunstnere og kulturprodusenter som er på samme alder eller noen år eldre. Motsatt er det grunn til å tro at godt voksne mennesker ofte kan ha problemer med å gjenkjenne seg i prosjektene til unge kunstnere og kulturprodusenter, spesielt hvis de yngre ikke bare er unge, men også vender ryggen til det som foregående generasjoner har stått for. Motsetningen mellom de etablertes dominans og nykommernes utfordringer er ifølge Bourdieu en grunnleggende dimensjon ved kulturproduksjonsfelt, og denne strukturen uttrykkes også gjennom skillet mellom ulike fraksjoner blant publikum som gjenkjenner seg i ulike segmenter av kulturfeltet (Bourdieu 1993). Selvfølgelig kan det finnes mange eksempler på relasjoner som bryter med dette hovedmønsteret, for eksempel «unge tradisjonister,» som uten nevneverdig opposisjon følger standardene som allerede er etablert innenfor en genre, eller personer i de eldre publikumsgruppene som ikke bare behersker tradisjonen innenfor feltet, men som også er genuint interessert i å følge med på «alt nytt som rører seg». Kunstnere og utøvere som var unge da de skapte sine viktigste bidrag, men som nå er døde eller inaktive, kan ofte få en mer tvetydig betydning når det gjelder gjenkjennelse og anerkjennelse fra publikum i ulik aldersgrupper: På den ene siden vil de gjerne være inkorporert i en tradisjon som blir forvaltet av godt vokse formidlere, og som tiltrekker seg et godt voksent publikum. På den annen side vil unge mennesker ikke sjelden identifisere seg med «unge døde», og noen ganger gi nytolkninger av deres prosjekter. Identifikasjon og gjenkjennelse kan altså være et moment i fortolkningen av alderseffekter, selv om det ikke alene kan forklare de observerte statistiske variasjonene.

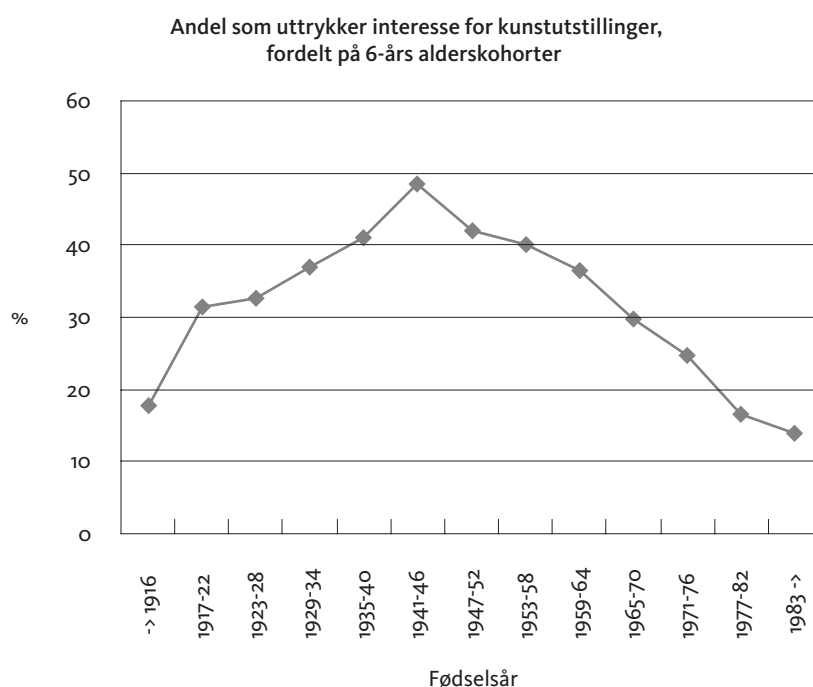
Generasjonseffekter og periodeeffekter

I de foregående avsnittene er alderseffekter stort sett blitt forstått med utgangspunkt i at kulturinteresser og -aktiviteter endrer seg gjennom livsløpet.⁴⁶ Et grunnprinsipp i tolkning av alderseffekter er at man må vurdere om effektene skyldes endringer gjennom livsløpet, eller om det skyldes forskjeller mellom generasjoner (eller *kohorter*, dvs. personer som er født i en bestemt tidsperiode). Generasjonsforskjeller kan illustreres med et aktuelt eksempel: Kulturinteresserte har med bekymring registrert en nedgang i lesehyppighet blant ungdom, særlig blant unge gutter (selv om de siste årenes interesse for fantasy-litteratur kan ha bidratt til å snu noe på denne trenden). Når denne nedgangen i lesehyppighet vekker bekymring, er det ikke bare fordi det regnes som en verdifull erfaring for ungdommer å lese skjønnlitteratur, ikke minst som en motvekt mot TV og dataspill. Det er vel så mye fordi man antar at mangel på tidlig leseerfaring kan skape nye generasjoner som ikke er disponert for å bli gode lesere senere i livet. Hvis det har skjedd en slik endring kan vi snakke om en generasjonseffekt. Det er en situasjon der registrerte forskjeller mellom aldersgrupper ikke skyldes forskjeller mellom livsfaser alle gjennomløper. Forskjellene mellom aldersgrupper skyldes tvert imot at nye generasjoner skaper nye kulturelle praksiser. Registrerte alderseffekter skyldes ofte en kombinasjon av livsfaseeffekter og generasjonseffekter, men det kan være vanskelig å vurdere hvorvidt den ene eller andre effekten dominerer.

En av alderseffektene som ble diskutert ovenfor var oppslutningen om kunstutstillinger blant godt voksne personer. Dette ble tolket som uttrykk for variasjon i kunstinteresse mellom personer i ulike *livsfaser*. Men denne alderseffekten kan også tolkes som en *generasjonseffekt*. Med dette utgangspunktet blir det interessant å spørre om dagens «unge voksne» vil utvikle en sterkere interesse for billedkunst når de er i 60-årsalderen. For å forsøke å vurdere en mulig generasjonsforskjell går det an å omgruppere alderskategoriene i datamaterialet fra SSBs kulturbruksundersøkelser, slik at vi i stedet for å operere med felles alderskategorier for alle respondenter som var i samme alder på de fire undersøkelsestidspunktene, heller samler alle respondenter som ble født innenfor et gitt tidsrom og regner disse til samme kohort. De alderskohortene som da fremkommer kan brukes som utgangspunkt for å studere generasjonsspesifikke variasjoner i interesse for kunstutstillinger.

⁴⁶ Unntaket er diskusjonen omkring endringer i besøkshyppighet på kino, der det også er noen betraktninger om forskjeller mellom generasjoner.

(Det er her mest interessant å sammenligne opplysninger om interesser, fordi det å indikere interesser ikke er underlagt de samme praktiske og økonomiske begrensninger som deltagelse i aktiviteter, og derfor lettere lar seg sammenligne på tvers av generasjoner.) Figur 13 viser andeler respondenter som uttrykker interesse for kunstutstillinger, fordelt på tolv alderskohorter.⁴⁷ Fordelingen viser en slående topp når det gjelder å uttrykke interesse for kunstutstillinger blant respondenter som ble født i perioden 1941–46.



Figur 13 Diagrammet viser prosentandelene som opplyser at de er interessert i kunstutstillinger, fordelt på 6-årskohorter. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 5937 personer fra 9 til 80 år.⁴⁸

47 En kohort er definert som personer som er født innenfor en avgrenset tidsperiode. Den første og den siste av disse kohortene er ganske ufullstendige, inneholder få respondenter, og bør derfor ikke tillegges noen stor vekt.

48 «% som er interessert» omfatter prosentandelen som hevder å være «Meget interessert» og «Ganske interessert». Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

Tolkninger av hva denne toppen skyldes, kan – i mangel av grundigere data – ikke bli annet enn spekulasjon. Det virker lite trolig at det å være født under eller rett etter 2. verdenskrig i seg selv skulle gjøre folk disponert for å uttrykke interesse for kunstutstillinger. Vi bør da heller rette blikket mot den perioden hvor de som ble født under 2. verdenskrig gjorde viktige ungdomserfaringer, erfaringer som kan tenkes å prege mange i denne generasjonen videre i livet.⁴⁹ Den generasjonen som ifølge materialet fra kulturbruksundersøkelsene peker seg ut ved å uttrykke sterkest interesse for kunstutstillinger, er generasjonene forut for den berømte babyboom-generasjonen fra etterkrigstida (som noe misvisende også omtales som 68-er-generasjonen). Hva preget situasjonen da de som ble født i perioden 1941–46 var rundt 20 år gamle, det vil si første halvdel av 1960-tallet? I Norge var dette en periode der TV var i sin spede barndom, mens billedkunstfeltet fikk relativt mye offentlig oppmerksomhet på grunn av kontroverser omkring «moderne kunst», «figurativ» versus «nonfigurativ» kunst, osv. Billedkunstfeltet ble etter hvert dominert av det som enkelt i dag omtales som «klassisk modernisme» eller «høymodernisme». Det er ikke utenkelig at for mange av dem som var rundt 20 år tidlig på 1960-tallet, og som da var opptatt av å orientere seg i verden, fremsto billedkunst som en viktig formidler av, og et viktig symbol på, «det nye». «Moderne kunst» inntok en synligere og mer kontroversiell posisjon i offentligheten og var etter alt å dømme viktigere for offentlig meningsdanning enn det billedkunsten er for dagens 20-åringer. En del av den alderseffekten vi har observert når det gjelder interesse for kunstutstillinger og tilbøyelighet til å besøke kunstutstillinger, kan med andre ord tenkes å henge sammen med generasjonserfaringer som er mest påtakelige for 1941–46-generasjonen, men er også merkbar i generasjonen før og etter. Dette er selvfølgelig en post hoc-tolkning (med alt det innebærer av vilkårlighet), og i mangel av longitudinelle data er det umulig å vurdere hvilken rolle en slik generasjonseffekt spiller, sammenlignet med de tidligere nevnte livsfaseeffektene.

Med utgangspunkt i datamaterialet fra SSBs kulturbruksundersøkelser er det foreløpig vanskelig å vurdere om flere av de observerte alderseffektene kan tolkes som generasjonseffekter. Til det har undersøkelsene

49 En viktig referanse for dette resonnetet er Mannheims klassiske artikkel om generasjonsspesifikke erfaringer (Mannheim 1952), der Mannheim er opptatt av hvordan historiske hendelser som inntreffer mens personer er i slutten av tenårene og begynnelsen av 20-årene, lett kommer til å prege disse personenes verdensanskuelse videre i livet.

pågått over for kort tid (ca. 10 år), og utvalget av respondenter er heller ikke gjort med sikte på denne typen sammenligninger.

Registrerte alderseffekter kan også skyldes forhold som i en periode var noe særegent for en bestemt aldersgruppe, men som over tid er blitt mindre aldersspesifikt; det som i faglitteraturen gjerne kalles en periodeeffekt. Det kan dreie seg om innovasjoner som ofte plukkes opp av ungdommer, men senere blir allment utbredt. Dersom vi for eksempel hadde hatt mulighet til å sammenligne interesse for rockemusikk over noen generasjoner, ville dette for noen tiår siden fremstått som en typisk ungdomsinteresse, mens det i dag kan interessere personer som nærmer seg pensjonsalderen (noe som utvilsomt har gjort rock til en genre med økende kulturell legitimitet).

Brukssammenhenger

Brukssammenhengene rundt tilegnelse av kunst og kultur er hovedtema for del II i denne studien, men det er rimelig å foregripe et poeng her. Det er nemlig spesielt relevant å legge vekt på brukssammenhengen rundt tilegnelsen av kultur for å forstå hvorfor ungdom tiltrekkes av kino, og hvorfor kino mister sin tiltrekningskraft på dem som er noe eldre. Kino er et vanlig samlingspunkt for vennegjenger, og det er en arena for det som i USA, og etter hvert i Norge, kalles «dating». Den høye besøksfrekvensen på kino blant personer i slutten av tenårene er bare forståelig dersom vi tar i betraktning kinoens bidrag til å innlede og opprettholde parforhold og vennskap blant ungdom. Selv om parforhold også innledes i andre aldersgrupper, og selv om også personer i andre aldersgrupper kan gjøre kinobesøk til en ramme rundt stevnemøter, er flere personer i slutten av tenårene og begynnelsen av 20-årene engasjert i denne typen aktiviteter, og det har bidratt til å definere meningssammenhengen rundt kinobesøk. Kino er blitt en arena for møter mellom unge mennesker, og filmselskapene har tilpasset seg denne situasjonen i mange av sine produksjoner. Hvorfor er kino en arena som egner seg for denne typen bruk? At det skyldes at kino-salen er et sted der det går an å utveksle uforstyrrede kjærtegn i mørket, er antagelig mer en klisjé enn en realitet. Flere andre forhold spiller trolig en vel så stor rolle: Kino er et sted der det går an å tilbringe tid sammen, uten noe annet felles prosjekt enn å se en film og uten noe at det oppstår behov for konversasjonskunst eller spørsmål om hva relasjoner skal gå ut på. Film skaper et felles fokus og felles opplevelser, som også kan gi felles samtaleemner og en følelse av felles erfaringer. En del filmer inngår også i en form

for «overgangritualer» mellom barn og voksen, både fordi de gir glimt inn i en voksen verden, og fordi de kan fungere som en type «manndomsprøver» (enten det skyldes innslag av sex, vold eller skrekk og gru). Kino er også et sted å bli sett sammen, og på den måten fremstå som et par eller en gruppe overfor andre. Dette er antagelig også en viktig motivasjon for vennegjenger som ser filmer sammen.

Det at noe over tid har utviklet seg til å bli en arena for ungdom vil i seg selv kunne bidra til at eldre mennesker føler at de er havnet på feil sted. Motsatt er de ikke utenkelig at arenaer som tiltrekker seg godt voksne mennesker ofte er attraktive for disse aldersgruppene, nettopp fordi de *ikke* er samlingssteder for ungdom og preget av ungdommelige omgangsformer.

KAPITTEL 3

Kjønnen publikum

I kultur- og samfunnsteori har det de siste tiårene vært gjort en rekke analyser av «kjønnede» eller kjønnsrelaterte oppfatninger og praksiser innenfor ulike felt. Et synspunkt som har vokst ut av denne typen studier er at betydningen av kjønn er situasjonell, og at det er store variasjoner i hvorvidt, og på hvilken måte, kjønn gjøres relevant i forskjellige situasjoner (Moi 1998). Det er en vanlig erfaring at kjønn kan være relevant innenfor kunst- og kulturlivet. Med dette utgangspunktet er det gjort studier av begrensninger i kvinners tilgang til kunstnerrollen (Pollock 1988; Annfelt 2002), og det er også publisert studier av kjønnsrelaterte ulikheter i produksjon av litterære tekster og andre kunstneriske uttrykk (Tuchman 1989). Mye av interessen på dette feltet har dreid seg om hvordan kjønn og kjønnsrelasjoner blir representert og reproduisert på innholdsplanet. Spørsmål angående kjønnede kunstformer og kjønnede uttrykk, for eksempel spørsmålet om hva som kjenner tegner kvinnelige og mannlige skrivemåter, er også blitt viet oppmerksomhet. Studier av kjønnsforskjeller når det gjelder tilgang på kulturelle goder blant publikum, og av «kjønnede markedssegmenter», har ikke påkalt tilsvarende interesse.⁵⁰ En grunn kan være at kjønnsforskjeller her har vært mindre markerte, eller markerte på en annen måte, enn

50 Ansatser til analyser av kjønnsforskjeller blant publikum finnes hos Hovden og Gripsrud 2000 og Hovden 2002.

innenfor felt som er preget av maskulin dominans. Kunst og kultur har tradisjonelt vært et felt hvor kvinner har følt seg vel så hjemme som menn. Leserundersøkelser viser at en stor del av det boklesende publikum er kvinner (spesielt gjelder dette «poesielskere»).

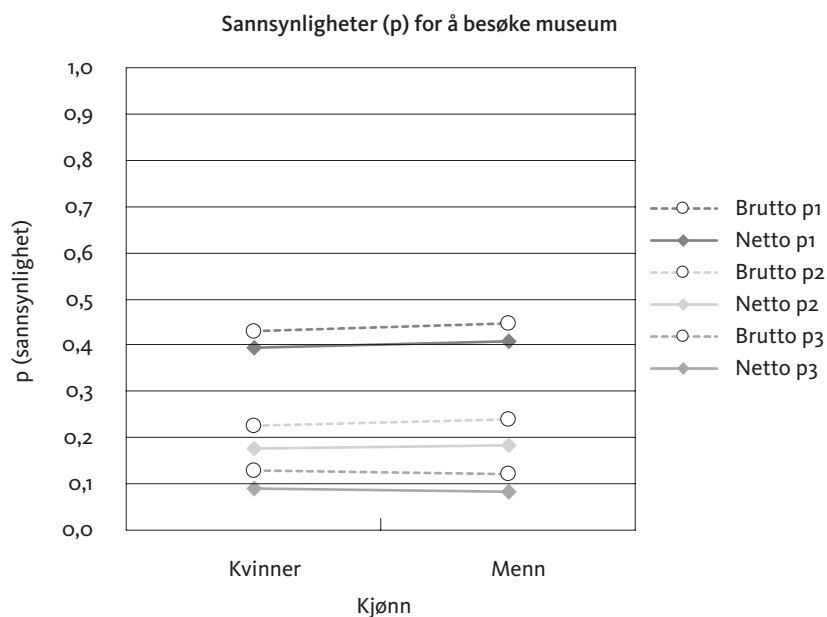
I flere samfunnsvitenskapelige studier er det blitt hevdet at det er en tendens til at felt der kvinner dominerer, eller der det er høy rekruttering av kvinner, får lavere samfunnsmessig anseelse.⁵¹ Dette ser ikke ut til å være tilfellet innenfor viktige deler av kulturlivet, i hvert fall ikke dersom vi tar utgangspunkt i publikum. Ser vi på skjønnlitteratur, er det ikke bare sånn at kvinner er i flertall blant det boklesende publikum, men det ser også ut til å være en tendens til at kvinner i større grad leser den litteraturen som har høyest anseelse. Dette gjelder særlig blant yngre mennesker, der tendensen ser ut til å være at unge kvinner i større grad leser forfattere som er anerkjente innenfor det litterære systemet, mens unge menn i større grad foretrekker «urene» genrer som fantasy- og science fiction-litteratur. Det er også en lang tradisjon for å betrakte kvinner som eksperter på dagliglivets estetikk, og dette samsvarer med en generell tendens til at kvinner er mer interessert i kunst og kultur. Disse forholdene har gjort at kulturlivet noen ganger beskrives som et felt som står i et komplementært forhold til tekniske og økonomiske områder, der den maskuline dominansen fortsatt er fremtredende. Sammenhengene er likevel ikke så enkle. Innenfor felt der kunst og kultur blir *produsert* og *distribuert* har det tradisjonelt vært en påtagelig mannlig dominans (selv innenfor et felt som dans, der kvinnelige utøvere er i klart flertall, har ledende instruktørene ofte vært menn).

Det er altså variasjoner i kjønnsfordelingen blant kunst- og kulturpublikum, for eksempel i forhold til genre og uttrykk. Et utgangspunkt for å studere i hvilken grad og på hvilken måte publikum er «kjønnet», er å analysere de kjønnsfordelinger i som fremkommer SSBs publikumsundersøkelser. Dette er tema for de neste avsnittene.

Kjønnsmessig likevekt

Det klareste eksempelet på «ukjønnet publikum» – dvs. publikum der det alt i alt ikke er noen overrepresentasjon av kvinner eller menn – finner vi hvis vi ser på kjønnsfordelingen blant publikum på museer. Fordelingene

51 Teigen 1990 diskuterer påstanden: «Der kvinner kommer inn forsvinner makten ut», og er kritisk til at denne generaliseringen er holdbar.

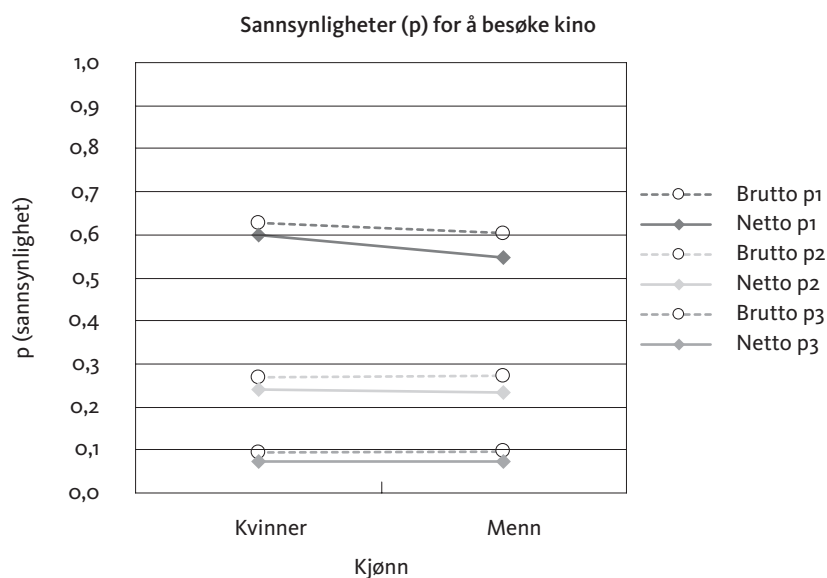


Figur 14 Figuren viser kjønnsbetingede sannsynligheter for å ha besøkt museum siste år (p_1), for å være blant de 25 % som besøkte museum oftest siste år (p_2), og for å være blant de 10 % som besøkte museum aller oftest siste år (p_3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁵²

i SSBs kulturstatistikk beskriver noe nær kjønnsmessig likevekt blant museumspublikum, både i gruppen som har besøkt museer minst en gang siste år, og blant dem som oppsøker museer ofte eller svært ofte (se figur 14). De svake kjønnsforskjellene som vises ved at grafene ikke følger eksakt horisontale linjer, er statistisk sett ubetydelige. Det samme gjelder forskjellene mellom brutto- og nettoeffekter. Det er lett å tenke seg i hvert fall tre grunner til at vi finner denne homogeniteten. For det første foregår museumsbesøk – som nevnt i avsnittet om alderstrender – ofte i regi av «pedagogiske instanser» som skole, foreldre eller foreninger. Dette bidrar til kjønnsmessig heterogene grupper. For det andre er museumsbesøk gjerne et innslag i feriereiser og søndagsutflukter, og

⁵² Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

denne typen «kulturisme» forgår ofte i regi av familiegrupper som også har en kjønnsmessig blandet sammensetning. For det tredje finnes det en «kjønnsmessig komplementaritet» i tilbudet av museer. Datamaterialet fra SSB skiller ikke mellom ulike typer museer, så det er ikke mulig å gi noe statistisk belegg for dette, men det er grunn til å anta at tilbudet av billedkunstmuseer, som har særlig appell til kvinner,⁵³ balanseres av et relativt stort tilbud av teknisk orienterte museer, som tradisjonelt appellerer mest til menn.



Figur 15 Figuren viser kjønnsbetingede sannsynligheter for å ha besøkt kino siste år (p1), for å være blant de 25 % som besøkte kino oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som besøkte kino aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁵⁴

53 At billedkunstutstillinger alt i alt har størst appell til kvinner, fremgår av fordelingen som blir gjengitt nedenfor, i avsnittet om «feminin dominans».

54 Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

Kinopublikum viser også en klar tendens til kjønnsmessig likevekt (se figur 15). Når det gjelder sannsynlighet for å ha vært på kino siste år tyder bruttoeffekten på likhet, men viser en svak feminin overvekt hvis vi ren-dyrker effekten av kjønn ved å kontrollere for andre relevante variabler.⁵⁵ Den kjønnsmessige balansen forteller selvfølgelig at både (unge) kvinner og menn liker å gå på kino. Dette er i tråd med det bildet som ble tegnet i forrige kapittel av alder og kulturelle brukssammenhenger, der kino ble omtalt som en velkjent sosial arena for stevnemøter mellom unge mennesker, og ofte av motsatt kjønn.

Maskulin dominans?

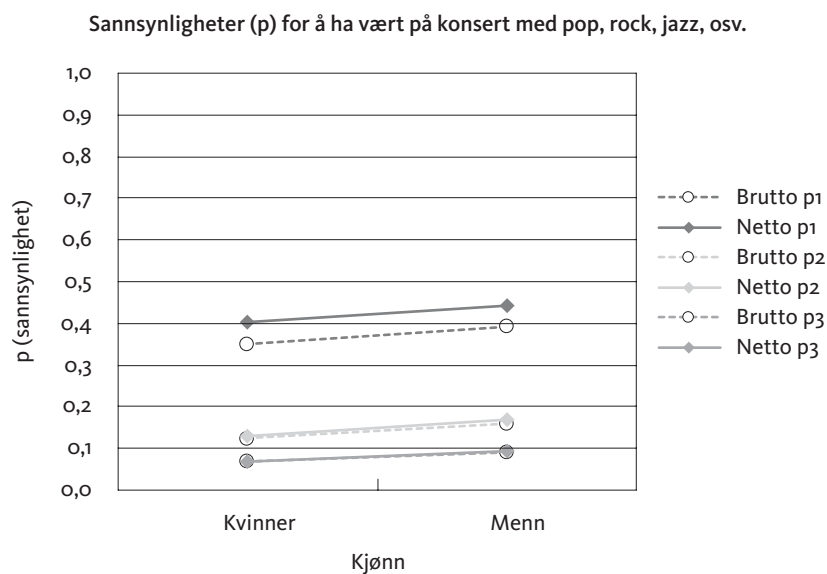
Blant de kunst- og kulturformene som tas opp i SSBs kulturbruksundersøkelser er det bare et felt som ser ut til å appellere mer til ett mannlige enn til et kvinnelig publikum, og som dermed har et visst preg av å være et mannsdominert markedssegment. Det dreier seg om det som i «SSB-terminologi» kalles konserter med «populærmusikk». Overskriften «maskulin dominans» overdriver de statistiske tendensene som viser seg i dataene fra SSB om kjønnsfordelingen blant publikum på slike konserter. Det er snakk om en nokså svak mannlige overvekt (se figur 16). Fordelingen viser dessuten sammensetningen av publikum på svært ulike typer arrangementer.⁵⁶

Det er grunn til å tro at fordelingen kunne gitt en av overvekt av unge kvinner dersom konserter med «pop» i betydningen «listepop» hadde vært skilt ut som en egen kategori, og at den maskuline overvekten ville vært mye klarere dersom for eksempel rock, «metal», blues, rap og moderne jazz hadde vært skilt ut som egne kategorier. Det er ikke noe statistisk belegg for disse påstandene, de bygger på observasjoner og skjønnsmessige vurderinger. Observasjonene har også bidratt til å korrigere fordommer om en fullstendig maskulin dominans innenfor enkelte av de nevnte genrene. «Svart metall» er en genre som ofte oppfattes som en «gutteklubb» for dystre unge menn. Publikum på Inferno-festivalen inngikk i observasjons- og intervjugrunnlaget for denne

55 Trolig har denne forskjellen mellom bruttoeffekt og nettoeffekt sammenheng med kontroll for familiefase (barnefamilie vs. ikke-barnefamilie). Forsørgeransvar for småbarn virker trolig mest begrensende på aktivitetsnivået blant kvinner.

56 Alle kritiske innvendinger som ble reist mot den konturløse kategorien «populærmusikk» i forrige avsnitt, er fortsatt gyldige og relevante.

publikumsundersøkelsen. Etter alt å dømme var den maskuline overvekten blant publikum på dette arrangementet neppe mer markert enn tilfellet er på vanlige rockefestivaler, eller på konserter med nyere norsk jazz. Uavhengig av hvordan den nøyaktige kjønnsfordelingen blant publikum er innenfor spesialiserte genrer av «populærmusikk», er det rimelig å konkludere med at publikum i deler av «populærmusikkfeltet» danner markedssegmenter som i noen grad er dominert av menn.



Figur 16 Figuren viser kjønnsbetingede sannsynligheter for å ha vært på konsert med «populærmusikk» siste år (p1), for å være blant de 25 % som var på konsert med «populærmusikk» oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som var på konsert med «populærmusikk» aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familie-fase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁵⁷

⁵⁷ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

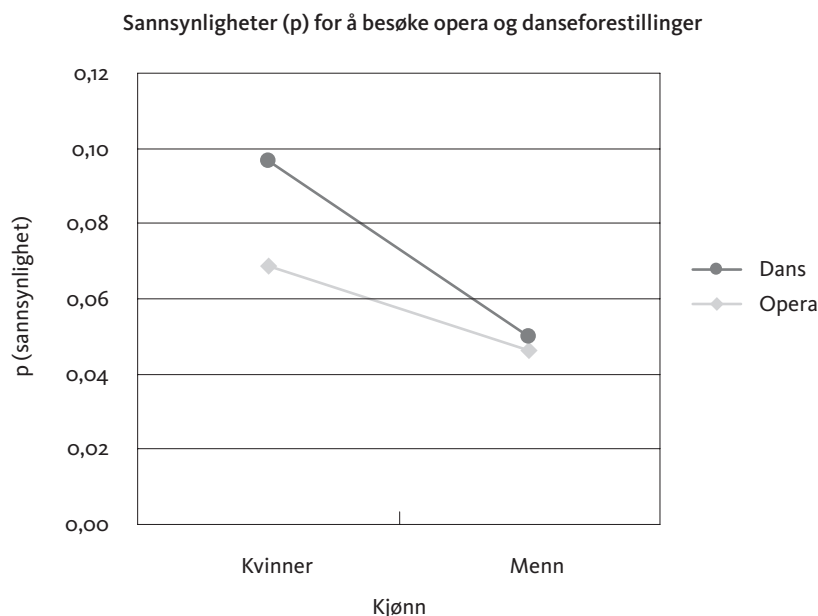
Feminin dominans?

Innenfor alle de andre feltene som inngår i SSBs kulturbruksundersøkelse er det en overvekt av kvinnelig publikum, og innenfor noen felt er denne overvekten så stor at det kan være berettiget å snakke om «feminin dominans». Å sammenligne rent kvantitative sannsynlighetene for kvinnelig overvekt innenfor de ulike feltene kan lett virke villedende, fordi det dreier seg om praksiser som har svært varierende oppslutning. Under 5 % av mennene hadde vært på danseforestilling siste år, og det ekstra antallet kvinner på disse forestillingene trenger derfor ikke være så stort før det er dobbelt så sannsynlig for kvinner som for menn å oppsøke arrangementer av denne typen. Nesten 40 % av mennene i utvalget hadde vært minst en gang på teater siste år, og selv om kvinner er i overtall også blant teaterpublikum, måtte det ha vært en massiv oppslutning om teater blant kvinner hvis det skulle ha kommet opp i en dobling av sannsynligheten i forhold til menn. Dette kan være nyttig å ha i bakhodet når vi når ser nærmere på kjønnsfordelingen innenfor de feltene der kvinner er i flertall blant publikum.

Figur 17 viser den kjønnsbetingede fordelingen av sannsynligheter for å ha vært på opera og på forestillinger med dans siste år, relatert til en skala for sannsynlighet som går fra 0 til 0,12.⁵⁸ Fordelingen viser, ikke uventet, at den feminine dominansen er særlig stor når det gjelder forestillinger med dans. Det siste bekreftes av egne observasjoner. Publikum på noen forestillinger med moderne dans ved Black Box Teater i Oslo inngikk i observasjons- og intervjugrunnlaget for denne publikumsundersøkelsen, og publikum her var gjennomgående dominert av unge kvinner. Ved å slå sammen alle typer dans (og kalle det «ballett»!), nedtoner kulturbruksundersøkelsen til SSB den feminine dominansen blant publikum på den typen danseforestillinger som har høyst kulturell legitimitet (dvs. det som vanligvis kalles «ballett» eller «moderne dans»). En del av respondentene som svarer at de har vært på forestillinger med dans kan ha vært på oppvisninger i showdance, selskapsdans, eller forestillinger med breakdance, og i den sist-

58 For å illustrere den markerte kjønnseffekten i forhold til sannsynlighet for å ha vært publikum på opera og på forestillinger med dans, er det, på grunn av den lave utgangssannsynligheten for disse aktivitetene, mest illustrerende å bruke en annen målestokk i diagrammet som viser sannsynligheter enn skalaen fra 0 til 1 som er brukt i alle de andre sannsynlighetsdiagrammene. Det er her også mest interessant å se på fordelingene for de som har vært minst en gang på denne typen arrangement siste år, dette fordi andelene i utvalget som har vært «ofte» og «svært ofte» på denne typen arrangement er svært lav.

nevnte gruppen er det grunn til å tro at innslaget av unge menn er langt høyere enn på forestillinger med kunstdans.



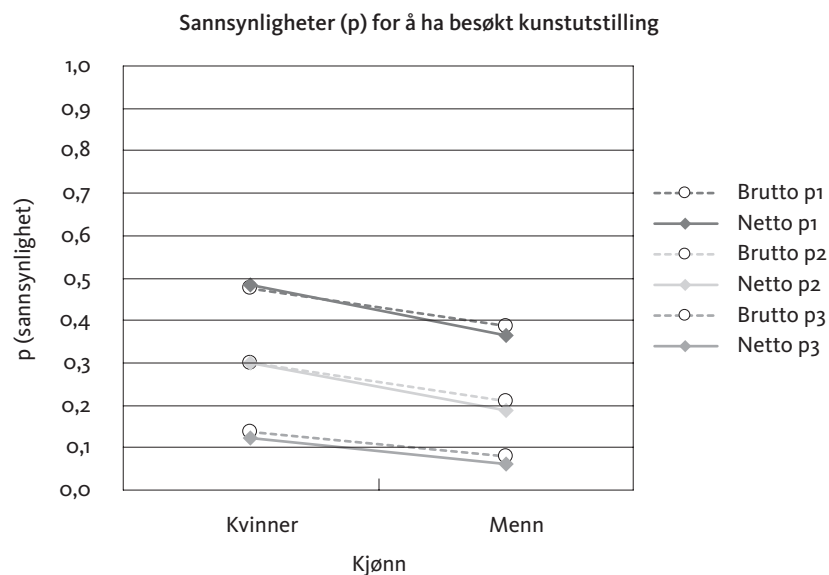
Figur 17 Figuren viser kjønnsbetingede sannsynligheter for å ha vært på opera og på forestillinger med dans siste år. Grafene viser bare nettosannsynligheter som er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁵⁹

Når det gjelder de andre feltene som er inkludert i SSBs kulturbruksundersøkelser, dvs. kunstutstillinger, teater og konserter med klassisk musikk / samtidsmusikk, viser det seg at kvinner har en klar og statistisk signifikant tendens til å oppsøke slike tilbud oftere enn menn. Men det dreier seg ikke om noen overveldende og entydig «feminin dominans», noe som også ville ha vært overraskende ut fra hva man kan observere på denne typen arrangementer.

Kjønnsfordelingen blant publikum på kunstutstillinger og teater er svært lik. Grafene som indikerer kjønnsfordelingen blant publikum på

⁵⁹ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

kunstutstilling viser et er nær eksakt sammenfall mellom brutto- og nettoeffekter, noe som forteller at effekten av kjønn på besøkhypighet forblir uforandret etter kontroll for andre relevante variabler (se figur 18).



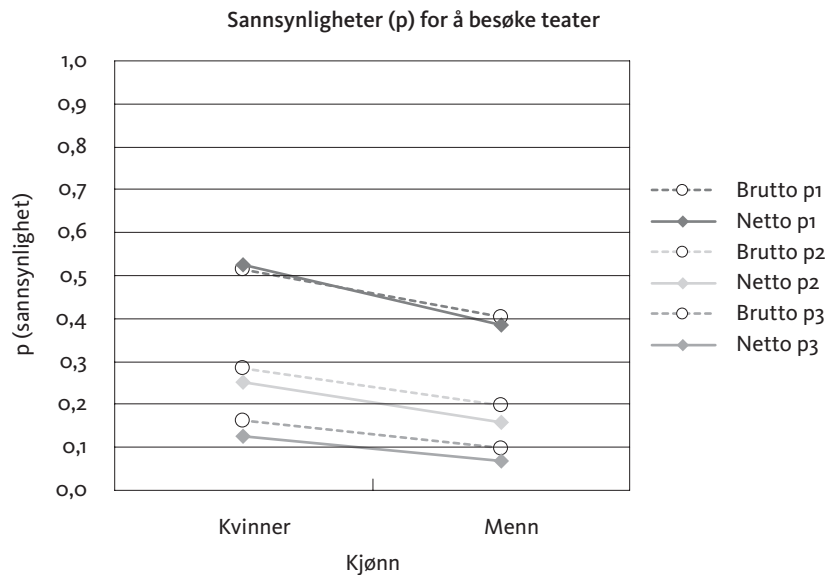
Figur 18 Figuren viser kjønnsbetingede sannsynligheter for å ha vært på kunstutstilling siste år (p1), for å være blant de 25 % som var på kunstutstilling oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som var på kunstutstilling aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁶⁰

Egne observasjoner av publikum på kunstutstillinger peker i samme retning som SSBs kulturbruksundersøkelser. Kjønnfordelingen blant publikum på kunstutstillinger som besvarte vårt spørreskjema bekrefter også denne tendensen. Av de til sammen 390 respondentene blant publikum ved F15, Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst og Nasjonalgalleriet, var 66 % kvinner og 34 % menn. Selv når vi korrigerer for den usikkerheten som kan ligge i at kvinnene blant publikum på kunst-

⁶⁰ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

utstillinger kan være mer «pliktoppfyllende» når det gjelder å besvare spørreskjemaer, viser dette et «kvinneoverskudd» på kunstutstillinger på minst samme nivå som det som fremkommer i SSBs kulturbruksundersøkelser.

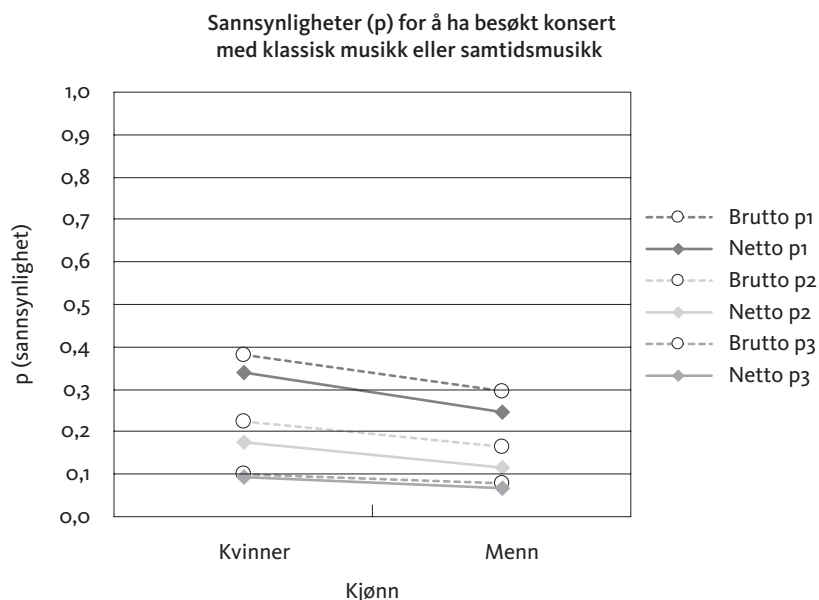
Grafene som viser kjønnsbetingede sannsynligheter for å ha besøkt teater indikerer en viss forskjell mellom brutto- og nettoeffekter for de som går ofte og oftest på i teater (se figur 19). Dette kan skyldes kontrollen for bosted, fordi det er en sammenheng mellom bosted og nærhet til teater, men denne forskjellen er uavhengig av kjønn og har derfor ingen betydning i vår sammenheng.



Figur 19 Figuren viser kjønnsbetingede sannsynligheter for å ha vært i teater siste år (p1), for å være blant de 25 % som var i teater oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som var i teater aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁶¹

⁶¹ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

Også kjønnsfordelingen blant publikum fra Nasjonalteateret som besvarte spørreskjemaet i vår publikumsundersøkelse, bekrefter tendensen til «feminin dominans» blant teaterpublikum. Her var fordelingen 74 % kvinner og 26 % menn (men også disse tallene er ganske usikre, fordi den kan være grunn til å anta at en del kvinner besvarte skjemaet i egenskap av å være «representant» for en familie). En lignende fordeling ble resultatet fra den tilsvarende spørreskjemaundersøkelsen av publikum på teaterforestillinger under Festspillene i Nord-Norge, der 67 % av respondentene var kvinner og 33 % menn (tallmaterialet her er ganske lite, men denne fordelingen samsvarer med observasjoner fra et par av forestillingene).



Figur 20 Figuren viser kjønnsbetingede sannsynligheter for å ha vært på konsert med klassisk musikk eller samtidsmusikk siste år (p_1), for å være blant de 25 % som var på konsert med klassisk musikk eller samtidsmusikk oftest siste år (p_2), og for å være blant de 10 % som var på konsert med klassisk musikk eller samtidsmusikk aller oftest siste år (p_3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁶²

⁶² Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

Til slutt i dette avsnittet kan det være verd å reflektere litt over kjønnsfordelingen på konserter med det som i SSB-språk kalles «klassisk musikk og samtidsmusikk».⁶³ Grafene viser også her en overvekt av kvinnelig publikum, men ikke så utpreget som på de foregående feltene (se figur 20).

Det bildet som tegnes av disse grafene, og de mentale bildene dette fort kan produsere, stemmer ikke uten videre overens med resultatene fra analyser basert på egne publikumsundersøkelser. Dette har utvilsomt sammenheng med de slappe klassifikasjonene av musikk som SSB anvender. På grunnlag av egne undersøkelser som gir presis informasjon om hvilke konserter publikum har vært på, har det vært mulig å skille mellom publikum på konserter med «klassisk eller tradisjonsorientert verk», og publikum på konserter med «samtidsmusikk» eller det noen kanskje vil kalle «avantgardistisk musikk». Tabell 2 viser en oversikt over konsertene og kjønnsfordelingen blant utvalget av publikum. (Det dreier seg om et utvalg på til sammen 210 personer, der 2/3 var publikum på konserter av den førstnevnte typen, og 1/3 på konserter av den andre typen.

Tabell 2

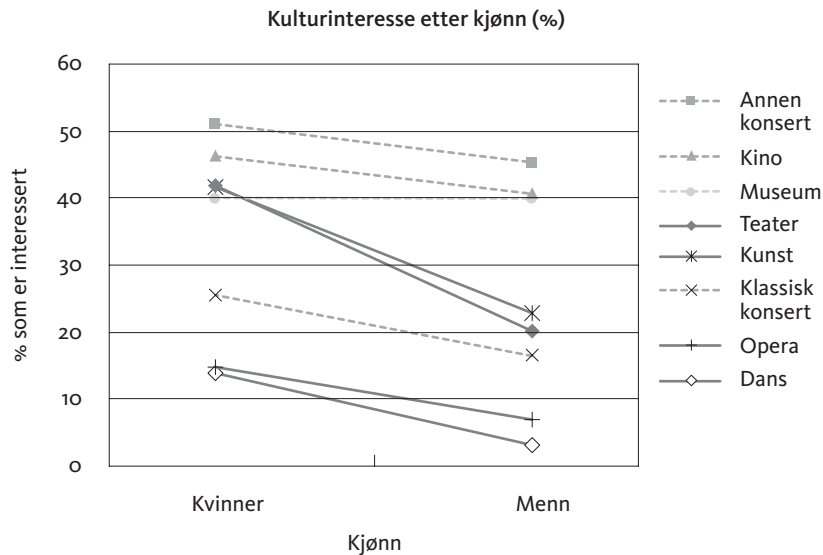
Klassisk/tradisjonsorientert musikk	Samtidsmusikk / avantgardistisk musikk		
Utvalg fra publikum ved to konserter i Oslo Konserthus med henholdsvis Oslo-Filharmonien og Göteborg-symfonikerne.	Publikum på to konserter under Ultimafestivalen i Kulturkirken Jakob, med henholdsvis Ensemble Ernst og verk av Salvatore Sciarrino.		
Publikum ved to konserter under Festspillene i Nord-Norge, med henholdsvis Opera Nord og Trio Mædival.	Publikum på to konserter under Ultimafestivalen: En konsert på Blå med japansk støymusikk En konsert på Parkteatret med POING og SISU		
Kjønnsfordelingen blant publikum på disse konsertene			
Kvinner: 59 %	Menn: 41 %	Kvinner: 34 %	Menn: 66 %

Kjønnsfordelingen viser altså et nær inverst forhold mellom andeler kvinnelig og mannlig publikum på henholdsvis *konserter med klassisk / tradisjonsorientert musikk* og *konserter med samtidsmusikk / avantgardistisk musikk*. Dette kan indikere at kvinner i større grad slutter opp om tradisjonelle musikkformer, mens menn er i overvekt blant dem som interesserer seg for «samtidsmusikk». Dersom de to kjønnsfordelingene over blir slått sammen, slik SSB i praksis gjør med sin kategorisering av musikk, blir fordelingen omtrent 50/50, og dermed tilsløres en interessant forskjell.

63 Alle tidligere nevnte innvendinger mot det upresise i denne kategorien er fortsatt gyldige og relevante.

Kjønn og kunst- og kulturinteresse

Av grunner som allerede er diskutert i kapittelet om alderseffekter, kan det være interessant å supplere analysene av folks kulturaktiviteter med informasjon basert på spørsmål om kulturinteresser. Ikke minst kan dette være interessant for å vurdere i hvilken grad det er konsistens mellom uttrykte interesser og de aktivitetene respondentene opplyser å ha vært med på. I prinsippet kan den enkelte tenkes å være fri til å velge sine interesser, uavhengig av praktiske begrensninger som lav tilgjengelighet, dårlig tid, problemer med barnevakt osv. Men, som tidligere nevnt, vil de interessene en person uttrykker i realiteten ofte være preget av de aktivitetene som tilbys, og gjerne fungere som begrunnelse for aktiviteter vedkommende allerede er engasjert i.



Figur 21 Figuren viser prosentandelene som opplyser at de er interessert i ulike former for kunst og kultur, etter kjønn. Heltrukne linjer viser sterke effekter av kjønn, brutte linjer viser moderate effekter av kjønn, mens den stiplede linjen viser ingen signifikant effekt av kjønn. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 5937 personer fra 9 til 80 år.⁶⁴

⁶⁴ «% som er interessert» omfatter prosentandelen som hevder å være «Meget interessert» og «Ganske interessert». Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

De prinsipielle og tekniske sidene ved dette ble tatt opp i forrige kapittel, så jeg skal her nøye meg med å vise et diagram over den kjønnsbetingede fordelingen av interesser for de ulike typene kulturaktiviteter (se figur 21). Fordelingene av interesser ligger ganske nær opp til fordelingene av aktiviteter, men det viser seg at kvinner også uttrykker større interesse for kino og konserter med «populærmusikk». Det at kjønnsrelasjonen når det gjelder *interesser* er den motsatte av det vi så når det gjaldt *aktiviteter*, kan innby til spekulasjoner om at kvinner egentlig ønsker å gå mer på denne typen konserter, men lar det være fordi det ofte er mannsdominerte arenaer. Dette er som sagt spekulasjon, og det kan også tenkes andre forklaringer som for eksempel har å gjøre med tilbudet av konserter. Det kan også henge sammen med at kvinner generelt er tilbøyelige til å uttrykke større *kulturell velvilje* (et tema vi kommer tilbake til nedenfor).

Tolkninger av kjønnseffekter

De foregående fordelingene har altså vist noen markerte, og noen moderate, effekter av kjønn på kulturaktiviteter og -interesser. Hvordan skal disse kjønnsforskjellene tolkes?

En vanlig tolkning av ulikheter mellom kvinner og menn når det gjelder forhold til kunst og kultur, er at kvinner har spesielle anlegg og tilbøyeligheter som disponerer for nærhet til estetiske objekter. Det finnes mange måter å formulere dette synet på, fra mytologiske inspirerte ideer om kvinner som livgivende og derfor skapende; over til et romantisk syn som fremstiller kvinner som preget av en særegen følsomhet og flyktighet som blant annet kommer til uttrykk som estetisk sans; til bevissthetsfilosofiske ideer om en spesiell kvinnelig rasjonalitet som er mer orientert mot helhetlige mønstre; samt nevrofysiologiske betraktninger om kjønnsspesifikk utforming og bruk av de to hjernehalvdelen. Plassen tillater ikke noen grundig diskusjon av disse ideene, men betraktningene i avsnittet om «alderspsykologiske forhold» har også relevans her: I stedet for å anta at det er en form for årsaksforbindelse mellom kjønn og estetikk, går det an å anta at dyrking av det estetiske er en måte kvinner aktivt kan skape sin kjønnsidentitet på. Ideer om at dette skyldes egenskaper ved kvinnenaturen eller ved kvinner psykologiske konstitusjon – ideer som ikke sjelden blir presentert som fasttømrede vitenskapelige sannheter – kan betraktes som utkast til hvordan den kulturelle betydningen av kjønn skal fortolkes og legitimeres. Noe som underbygger at den kvinne-

lige dragningen mot det estetiske ikke er et essensielt uttrykk verken for kvinnenaturen, den kvinnelige psyken eller kvinnelig rasjonalitet, er at kjønnsfordelingen er ganske annerledes innenfor de feltene der kunst og kultur blir produsert. Det er også viktig å understreke at kjønnsforskjellene varierer mellom ulike felt og at det på flere områder bare er snakk om en moderat overrepresentasjon av kvinner.

Hvis vi like fullt holder fast ved at det finnes kulturelt betingede konvensjoner som gjør at mange oppfatter det estetiske som noe som passer særlig godt for kvinner, og som et felt der kvinner kan uttrykke noe feminint, hvorfor er det sånn?

En mulig fremgangsmåte for å belyse dette spørsmålet, er å spørre noen som selv er publikum. Temaet ble derfor tatt opp i de personlige intervjuene som ble gjort som del av forarbeidet med å utvikle spørreskjemaet til vår publikumsundersøkelse. Av praktiske grunner ble disse intervjuene gjort med besøkende ved Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst og Galleri F15, og spørsmålet som ble stilt var: «Det ser ut til å være flere kvinner enn menn blant publikum på dette stedet, har du noen meninger om hvorfor det er sånn?» Det viste seg, litt overraskende, at dette ikke var noe informantene hadde observert eller reflektert særlig over. Noen av de mannlige informantene virket en tanke brydd over opplysningen. Etter en tenkepause forsøkte flere informanter spontant å bedrive en slags «legmannssamfunnsvitenskap», og repliserte med den typen begreper som samfunnsforskere ofte har for vane å slå om seg med.⁶⁵ Det dreier seg om svar av typen: «Det er vel en del av kvinnerollen» eller «Det har vel noe å gjøre med kvinnelige verdier», som dukket opp flere ganger. Men forteller referanser til «kjønnsroller» noe mer enn det som var utgangspunktet, altså at kvinner oppsøker denne typen arrangementer oftere enn menn? Og hvordan kan «kvinnelige verdier» tenkes å forklare denne sammenhengen?

Kjønnsrett og det estetiske blikk

Før jeg diskuterer disse spørsmålene nærmere vil jeg kort komme inne på en mulig tolkning av forholdet mellom kjønn og kunst- og kulturinteres-

65 Dette kan forstås som eksempler på en type «sense-making» fra informantens side, som lett får et sirkulært preg: Informanter som blir intervjuet av samfunnsforskere uttrykker seg i begreper de antar er passende fra et samfunnsvitenskapelig synspunkt. Det er dette etnometodologiske kritikere av vanlig samfunnsforskning har påpekt at ofte kommer ut av informantintervjuer; se Cicourel 1964: kap. 3; Garfinkel 1967.

ser som kan virke søkt, men som er i tråd med innflytelsesrike feministiske perspektiver på kjønnsmaktsystemer. Hvis rådene samfunnsforhold og kulturelle tradisjoner gjør kvinnen til «det annet kjønn» (de Beauvoir 2000), kan det innebære at kvinner forstår seg selv gjennom menns prosjekter og derfor ser seg selv og verden ut ifra mannlige standarder. Alternativt kan det tenkes å ha konsekvenser av den typen som Bourdieu skisserer i sin analyse av Virginia Wolfs roman *To the lighthouse* (Bourdieu 2000): Fordi kvinner ikke blir definert og godtatt som fullverdige deltakere i de spillene som strukturerer de prestisjetunge felt der menn dominerer, blir kvinner disponert for å betrakte disse forholdene fra et utvendig, distansert perspektiv. Denne tilskuerposisjonen, som heller ikke er underlagt de dominerende spillereglene i de mannsdominerte feltene, gir en viss frihet til refleksjon og muliggjør et estetisk blikk på verden.

Et bidrag til å fortolke hvorfor kvinner er mer tilbøyelige enn menn til å oppsøke og interessere seg for kunst og kultur er altså at kvinners plassering innenfor rådende kjønnsmaktsystemer, og gjør at kvinner i større grad enn menn blir disponert for å konstituere omgivelsene som en verden av estetiske objekter.

«Kvinnerollen» og kulturell godvilje

Begrepet «kvinnerolle» er uinteressant og overflødig dersom det bare fungerer som en samlebetegnelse på det som kvinner flest pleier å gjøre. Skal rolleteori bidra med noe mer enn omstendelige nybeskrivelser av handlinger, må det være ved å studere hvordan institusjonaliserte handlingsmønstre og væremåter har oppstått som tilpasninger til bestemte forventninger, arbeidsoppgaver og autoritetsforhold. Videre bør rolleanalyser vise hvordan disse mønstrene over tid er blitt nedfelt som generelle og anonyme forventninger til aktører som fyller en rolle, forventninger som også opptrer i andre sammenhenger enn det som var utgangspunkt for utformingen av rollen. I forhold til den aktuelle problemstillingen må vi derfor spørre: Kan det forhold at kvinner er overrepresenterte blant publikum på mange typer kunst og kulturarrangementer, og at kvinner uttrykker størst interesse for slike arrangementer, forstås på bakgrunn av hvordan bestemte oppgaver i samfunnet rutinemessig er blitt fordelt mellom de to kjønnene?

I en analyse av fordeling av oppgaver mellom kvinner og menn innenfor ulike sosiale sjikt, gir Collins et bidrag til en slik forståelse (Collins 1988a). Collins peker på at det er en lang tradisjon, spesielt innenfor pri-

vilegerte samfunnssjikt, at kvinner har hatt oppgaver knyttet til å innrede og dekorere, samt å planlegge og regissere ulike «hverdagsritualer».⁶⁶ Både innenfor arbeidsliv og familieliv har kvinner gjerne blitt tildelt og tatt å seg oppgaver som dreier seg om å organisere presentasjoner overfor omgivelsene, «være et ansikt utad», representere.⁶⁷ Selv om det ofte kan være menn som formelt leder presentasjonsritualer, har kvinner gjerne tatt hånd om iscenesettelse av en representativ fasade («det står kvinner bak», osv.). Kvinners ansvar for slike hverdagsritualer har gjort at kvinner – særlig kvinner fra privilegerte sosiale lag – har opparbeidet en spesiell kompetanse når det gjelder konvensjoner, formgivning og estetiske kvaliteter. Kompetanse innenfor de skjønne kunster har vært en del av denne generelle kompetansen innenfor dekorasjon, formgivning og estetisering (noe som tidlige ikke minst ble rendyrket i det britiske aristokratiet og i den øvre middelklassen gjennom unge kvinners dannelsesreiser til Italia, men har vært opprettholdt opp til nyere tid for eksempel gjennom praksisen med å gi unge kvinner undervisning i pianospill). Alt i alt har dette skapt en tradisjon for hvordan feminitet kan uttrykkes, og disposisjoner i denne retningen er over til blitt en del av en generell kvinnerolle, altså en del av de anonyme forventningene som rutinemessig stilles til kvinner.

Noe som gjør dette mer komplekst, er at kjønn i kulturell forstand har en helt annen «elastisitet» enn kjønn i fysiologiske forstand. Å skille kategorisk mellom «kvinner» og «menn» kan være misvisende fordi det gir inntrykk av at kjønns skillet er noe konstant, mens det kan vise seg å være ganske tøylig over tid og mellom ulike sosiale grupper. Dette er ikke en påstand om noe spesielt oppsiktsvekkende. De er vanlig akseptert at kjønns skiller i tradisjonelle jordbrukssamfunn definerte kjønnsbestemte arbeidsoppgaver i husholdet på måter som i dag kan fremstå som gammeldage og rigide. Videre er det vanlig å mene at det i viktariatidens Storbritannia ble definert dyder og idealer for kvinner fra i høyere sosiale lag som selvstendige kvinner ikke er tjent med. I vår type samfunn finnes det også variasjoner i betydningen av kjønn, og dette gjør at generelle påstander om sammenhenger mellom kjønn og kulturbruk må modifiser-

66 Collins (1988) omtaler dette som «goffmaniansk arbeid», et begrep som henviser til den canadiske sosiologen Goffman, som særlig er kjent for studier av de ulike formene for usynlig «rituelt arbeid» som former dagliglivet moderne samfunn, se f.eks. Goffman 1967.

67 Det er her nødvendig å gå inn på at i et mannsdominert samfunn har en svært viktig del av disse representative oppgavene gått ut på «å være representativ for sin mann», dvs. «å være en representativ kvinne» når det gjelder utseende, klær og smykker.

res. I *Distinksjonen* viser for eksempel Bourdieu at dersom vi beveger oss fra sosiale posisjoner der folk generelt har lite ressurser, eller fra sosiale posisjoner der folk primært har tilgang på økonomisk kapital, over mot sosiale posisjoner der folk har mye utdanning og stor tilgang på kulturelle ressurser og kulturell kapital, finner vi også en tiltagende femininisering av menn (Bourdieu 1984). Oversatt til de temaene som er diskutert her vil dette kunne bety at betydningen av kjønn for kulturbruk er mer markert blant folk med lav utdanning og manuelt arbeid.

Videre kan vi se for oss at den kjønnete strukturen som ble omtalt ovenfor, med kjønnsroller preget av at kvinner typisk bedriver en form for presentasjons- og representasjonsarbeid som befordre et estetisk forhold til verden, har endret seg mye de senere årene. Stadig flere personer av begge kjønn arbeider i funksjonæryrker og har oppgaver knyttet til tjenesteyting og service. Delvis som en følge av dette har det skjedd en viss omdefinering av arbeidsdelingen i husholdene, i forhold til hva som defineres som mannlige gjøremål og mannlige kvaliteter, noe ikke minst den økende mannlige interessen for kokekunst, husgeråd og hjemmeinnredning viser. Mye tyder på at det parallelt med dette har foregått en tiltagende estetisering av dagliglivet.

Sett i forhold til de temaene som blir diskutert her, kan dette innebære at betydningen av kjønn for kulturbruk generelt er blitt svakere i løpet av 1990-tallet, og at dette er en utvikling som vil fortsette så lenge en økende andel av befolkningen blir sysselsatt i «funksjonær- og serviceyrker».

«Kvinnelige verdier» og det ikke-instrumentelle

Det at kvinner jevnt over ser ut til å være mer interessert i kunst og kultur enn menn, kan også fortolkes med utgangspunkt i en tese om kjønns-spesifikk fordeling av *verdier*. Kjønns-spesifikk fordeling av verdier kan bety to ulike ting: Enten at det finnes et sett av kvinnelige verdier som har en spesiell tilknytning til kunstens verdigrunnlag, eller at noen av de verdiene som menn tradisjonelt har vært eksponenter for, og som kvinner i mindre grad har vært forpliktet av, har et anstrengt forhold til kunstens verdigrunnlag. Det er vanskelig å se at verdier som gjerne fremheves som særs kilt kvinnelige, for eksempel verdsetting av omsorg, trygghet og sosialitet, har noen sterk indre sammenheng med kunstverdenens grunnleggende verdier. Det andre alternativet virker derfor mer plausibelt: Tradisjonelt har menns plassering i den samfunnsmessige arbeidsdelingen bidratt til at menn har vært forvaltere av idealer om formålsrettet produk-

tivitet, mens kunsten ofte beskrives som en verden for seg, og et mål i seg selv (jf. «*l'art pour l'art*»), altså som noe som ikke må underlegges vanlig nyttekraav. Selv om realitetene i den samfunnsmessige arbeidsdelingen i dag er endret, kan denne tradisjonen ha skapt historisk presedens for at menn i større grad er tilbøyelige til å vurdere kunst og kultur som en type «ledighetsbeskjeftigelse», som noe som må komme i annen rekke etter «nyttige ting». Den tradisjonelle borgerlige familien plasserte kvinnen i en sosial posisjon som var komplementær til den mannlige verden av nytte. Hun skulle ikke arbeide eller være involvert i den typen formålrettet virksomhet som kjennetegnet menns verden. Dette la grunnlag for ideer om at kvinner hadde «ledig tid» til å engasjere seg i veldedighet og kunst og kultur, og at dette var et uttrykk for kvinnelige verdier. Som sagt er mye av det samfunnsmessige grunnlaget som skapte denne fordelingen av verdier endret. Men dette verdimønsteret kan like fullt ha fått en egendynamikk, og dette kan ha bidratt til asymmetri når det gjelder hvilke forventninger som rettes til personer av de to kjønn om å være forpliktet overfor krav om formålsrettethet og nytte. På denne måten kan det ha utviklet seg standarder for hvor mye tid og anstrengelser kvinner og menn legitimt bør bruke på aktiviteter som i sitt vesen står i motsetning til det nytteorienterte.

Hvis disse strukturene fortsatt er virksomme, kan det også kaste lys et visst lys over hvorfor kjønnsfordelingen endrer seg som den gjør når vi beveger oss fra publikumsfeltet og over i feltene for produksjon av kunst og kultur. Å være publikum kan kreve aktiv oppmerksomhet, men det er også forenlig med en kontemplativ, betraktende og passiv orientering. Kulturproduksjonsfeltene er derimot gjerne preget av en sterk orientering mot ytelse og prestasjoner (selv om dette i mange sammenhenger blir underkommunisert). Det samme gjelder de ekspertsystemene som har som formål å reflektere over kunsten, og dens ulike uttrykk og genrer. Viktige aktører på disse feltene har tradisjonelt vært menn.

Kvinneplikt

I flere studier av kjønnsforskjeller i skolen er det blitt påpekt at jenter er mer pliktoppfyllende og flinkere til å gjøre skolearbeid enn gutter. Der- som dette er en disposisjon som også preger kvinner i andre sammenhen- ger og aldersgrupper, kan det tenkes å ha relevans for fortolkningen kjønnsforskjeller når det gjelder kulturbruk og kulturinteresse. Å avse tid til kunst og kultur regnes i mange miljøer for å være noe man *bør* gjøre

for å være et opplyst og dannet menneske. Kunst- og kulturarrangementer bygger ofte på anstrengelsene til ildsjeler som legger ned mye arbeid, og det er derfor noe man *bør* støtte hvis man ønsker at denne typen tilbud skal finnes. Dersom kvinner faktisk har en tidlig innlært disposisjon for å være mer *pliktoppfyllende* enn menn, kan det være grunn til å anta at kvinner med interesse for kunst og kultur også er mer mottakelige for at man *bør* delta på denne typen arrangementer.

En delforklaring på den høyere oppslutningen blant kvinner kan altså være at det er uttrykk for en form for pliktetikkk som kvinner i større grad har internalisert. Kvinner kan tenkes å oppleve en sterkere grad av plikt til å delta i aktiviteter som regnes som oppbyggelige, og til å støtte støtteverdige tiltak.

Utdanning og kulturbruk

Det har lenge vært kjent at det er sammenheng mellom utdanningsnivå og tilbøyelighet til å benytte ulike kunst- og kulturtilbud. Høyere utdanning disponerer for et mer aktivt forhold til kunst- og kulturlivet og for mer spesialiserte interesser. En betydelig del av publikum på mange kunst- og kulturarrangementer har utdannelse langt over gjennomsnittet. Disse sammenhengene er klare og har vist seg å være stabile over tid. At høyere utdanning disponerer for mer spesialiserte kulturinteresser gjør at utdanning må regnes som en av de viktigste faktorene bak segmenteringen av markeder for kunst og kultur. Fordi det nære forholdet mellom utdanning og kunst- og kulturinteresser stadig vedvarer, kan det gi inntrykk av at vi har å gjøre med en slags «lovmessig» sammenheng. Her, som ellers, er det grunn til å være skeptisk overfor forestillingen om «lovmessigheter» i samfunnslivet. Selv sosiale mønstre som kan virke svært stabile er blitt til under bestemte historiske betingelser og bygger på spesielle fortolkninger av disse betingelsene. Kunst og kultur er i stadig endring, og utdanningssystemet har i løpet av de siste tiårene vokst kraftig og blitt mer differensiert. Det er derfor grunn til å spørre om sammenhengene mellom utdanning og bestemte kunst- og kulturtilbud vil vedvare. Det er også grunn til å reflektere nærmere over hvordan disse sammenhengene har oppstått, og hvilken betydning de har.

En vanlig antagelse er at den sterke sammenhengen mellom utdanning og interesse for kunst og kultur har sammenheng med det som tradisjonelt kalles dannelse. Såkalt «klassisk dannelse» innebærer å være fortrolig med

viktige bidrag innen kunst, litteratur, språk og deler av vitenskapen. Et visst nivå av dannelse, særlig et visst kjennskap til kunst- og kulturhistorie, regnes som en grunnleggende forutsetning for å kunne fortolke kunst og kultur på høyt nivå. Det er åpenbart at nyere idealer om dannelse legger større vekt på kjennskap til globale historiske, politiske og kulturelle forhold, enn på fortrolighet med klassiske europeiske språk. I tillegg til uformell læring i dannede omgivelser forutsette dannelse i dagens samfunn som regel solid formell utdanning. Utdanning bidrar til allmenndannelse, og dette ser ut til å være bindeleddet mellom utdanning og kunst- og kulturinteresser. At utdanning fungerer som et viktig prinsipp for segmentering av markeder for kunst og kultur virker da nærmest selvinnslysende.

Men det tilsynelatende selvinnslysende kan skygge for innsikt. Det kan derfor være grunn til å reflektere nærmere over disse antatte sammenhengene. For det første er ikke dannelse et entydig begrep. Dannelse refererer ikke bare til fortrolighet med «kulturarven», men kan også bety grunnleggende beherskelse av kultiverte omgangsformer, og kompetanse i skikk og bruk. For det andre formidler moderne utdanningsinstitusjoner som regel ganske lite av det som kalles dannelse i betydningen «fortrolighet med de skjønne kunster». Det er derfor nødvendig å vurdere andre fortolkninger av forholdet mellom utdanning og kunst- og kulturinteresser. Det er tema for siste del av kapittelet.

Men før vi går nærmere inn på tolkninger av hvilken betydning utdanning kan ha for tilegnelse av kunst og kultur, skal vi som i de to foregående kapitlene nærme oss hva som ligger i sammenhengene på en indirekte måte, ved først å se på noen statistiske fordelinger fra undersøkelser av kulturbruk.

Den utdannede dominans

Som det sikkert har fremgått av kapittelet om alderseffekter, er det relativt komplisert å gi et bilde av de statistiske sammenhengene mellom alder og kunst- og kulturbruk. Det skyldes at disse sammenhengene ikke viser noen enkel stigende eller fallende tendens, og at mønstrene varierer fra genre til genre. Når det gjelder utdanningseffekter er situasjonen langt mer entydig og oversiktlig, og fremstillingen av disse effektene kan gjøres tilsvarende enklere: Uansett genre viser det seg å være en positiv statistisk sammenheng mellom utdanning og kunst- og kulturbruk. Høyutdanningssegmenter er også høyforbrugssegmenter. Styrken i disse sammenhengene varierer fra

genre til genre, men det gjennomgående mønsteret er at utdanning er positivt korrelert med kunst- og kulturbruk. Dette er i hvert fall et mønster som går igjen for de feltene som omfattes av SSBs kulturbruksundersøkelser, og det er grunn til å tro at dette også er tendensen innenfor mange andre felt.

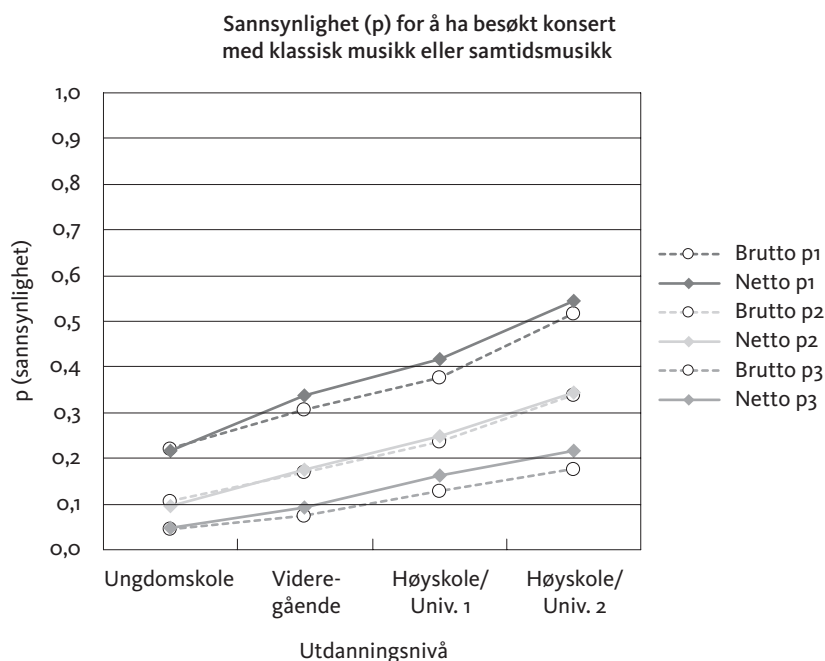
Utdanning samvarierer med andre egenskaper, for eksempel er det en større andel høyt utdannede personer i de midlere aldersgruppene, i funksjonæryrkene og i byene. Er sammenhengen mellom utdanning og tilbøyelighet til å oppsøke kunst- og kulturarrangementer like klar og entydig dersom vi kontrollerer for disse andre variablene? Svaret på dette spørsmålet er et klart ja. Dersom vi rendyrker netto utdanningseffekter gjennom simultan kontroll for effektene av alder, yrkesstatus, inntekt, bosted, kjønn og familiefase, viser det seg at den monotont oppadstigende statistiske sammenhengen mellom alder og kunst- og kulturaktiviteter vedvarer, og ofte blir enda mer markert.

For å få et overblikk over sammenhengene kan det være nyttig å se på noen diagrammer. De mest markerte effektene av utdanning finner vi når det gjelder tilbøyelighet til å besøke opera, kunstutstillinger, og konserter med klassisk musikk / samtidsmusikk. Som tidligere nevnt er utgangssannsynligheten for å besøke opera så lav at variasjoner i denne aktiviteten slår svært kraftig ut på de statistiske målene. For å få et godt bilde av sammenhengene er det derfor bedre å se på forholdet mellom utdanning å besøkshyppighet på kunstutstillinger, og konserter med klassisk musikk / samtidsmusikk, der utgangssannsynlighetene er høyere. De to følgende diagrammene (figur 22 og figur 23) gir en oversikt over disse forholdene.

Det mest slående ved denne og den neste fordelingen er selvfølgelig de sterke og nærmest lineære sammenhengene mellom utdanning og besøkshyppighet.

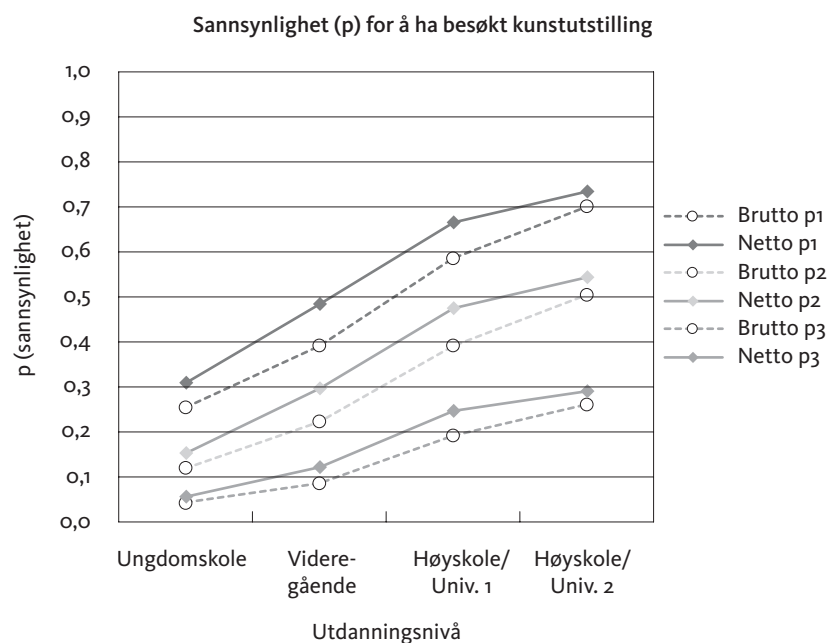
En annet forhold som er verd å merke seg er at disse fordelingene viser en betydelig økning i besøkshyppigheten mellom «Gymnasnivå» og «Universitet / høyskolenivå I», og mellom «Universitet/høyskolenivå I» og «Universitet/høyskolenivå II». Det er seg altså snakk om en klar effekt av *høyere* utdanning, ikke bare av *noe* utdanning. Dette er enda mer markert dersom vi ser på fordelingen for «forestillinger med dans»⁶⁸ (figur 24). Utgangssannsynligheten er her så lav at skalaen som brukes for å vise sannsynlighet må justeres (skalaen for sannsynlighet er 0–0,2 i stedet for 0–1 som i de fleste andre diagrammene over sannsynligheter som er vist her).

68 «Forestillinger med dans» blir, som tidligere nevnt, rutinemessig blir omtalt som «ballett» i SSBs kulturstatistikk.



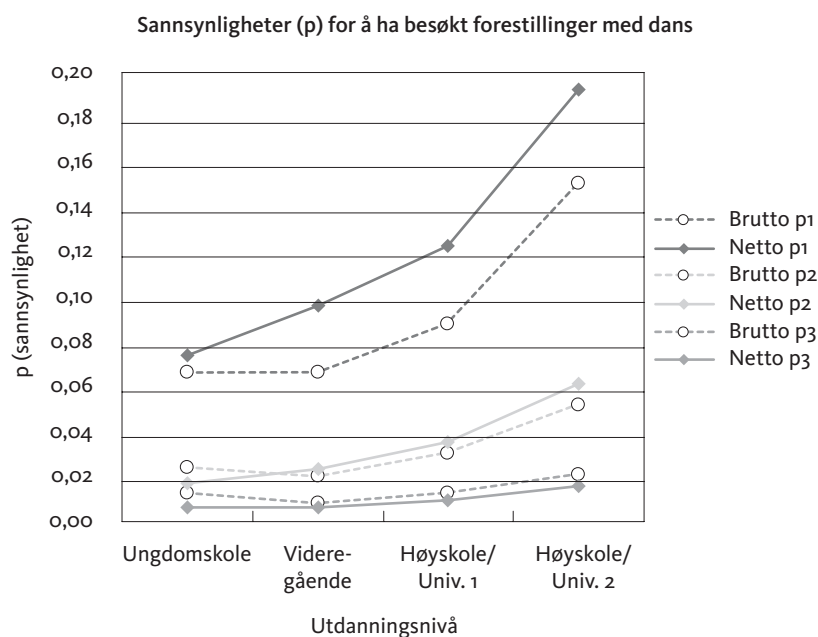
Figur 22 Diagrammet viser utdanningsbetingede sannsynligheter for å ha vært på konsert med klassisk musikk eller samtidsmusikk siste år (p₁), for å være blant de 25 % som var på konsert med klassisk musikk eller samtidsmusikk oftest siste år (p₂), og for å være blant de 10 % som var på konsert med klassisk musikk eller samtidsmusikk aller oftest siste år (p₃). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁶⁹

⁶⁹ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.



Figur 23 Diagrammet viser utdanningsbetingede sannsynligheter for å ha besøkt kunstutstilling siste år (p_1), for å være blant de 25 % som besøkte kunstutstilling oftest siste år (p_2), og for å være blant de 10 % som besøkte kunstutstilling aller oftest siste år (p_3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁷⁰

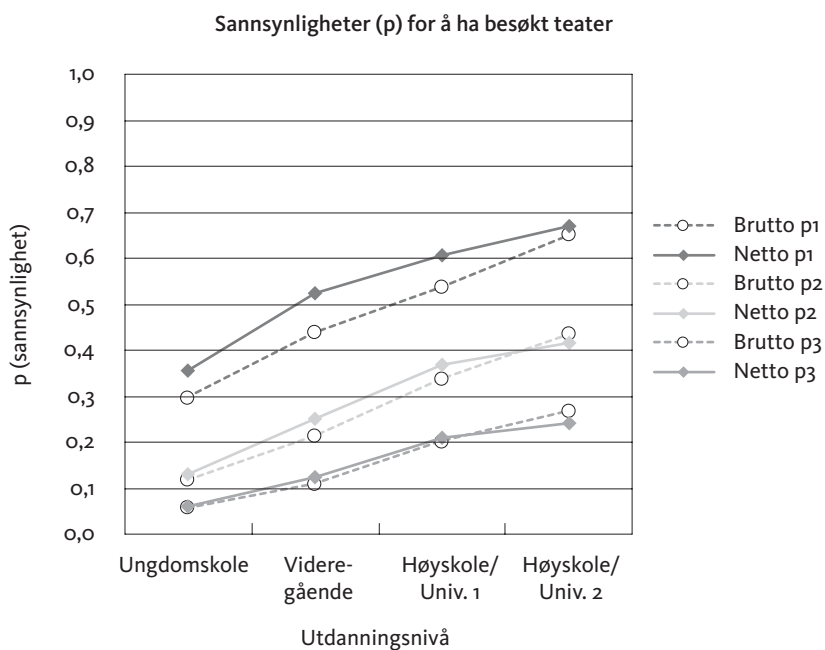
70 Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.



Figur 24 Diagrammet viser utdanningsbetingede sannsynligheter for å ha vært på forestilling med dans siste år (p_1), for å være blant de 25 % som var på forestilling med dans oftest siste år (p_2), og for å være blant de 10 % som var på forestilling med dans aller oftest siste år (p_3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁷¹

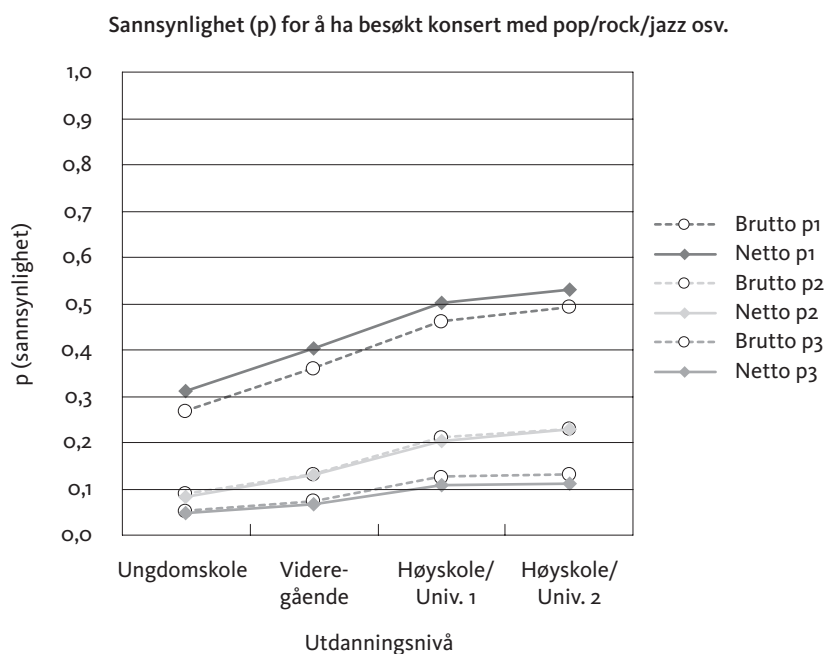
De utdanningsbetingede besøkshyppighetene for teater, og for de to «populærkulturelle» kategoriene pop/rock/jazz og visemusikk og kino, viser et annet mønster. Her er det i første rekke effekten av *noe* utdanning, ikke av *høyere* utdanning, som gjør seg gjeldende. De følgende diagrammene (figur 25–27) viser flere detaljer.

⁷¹ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.



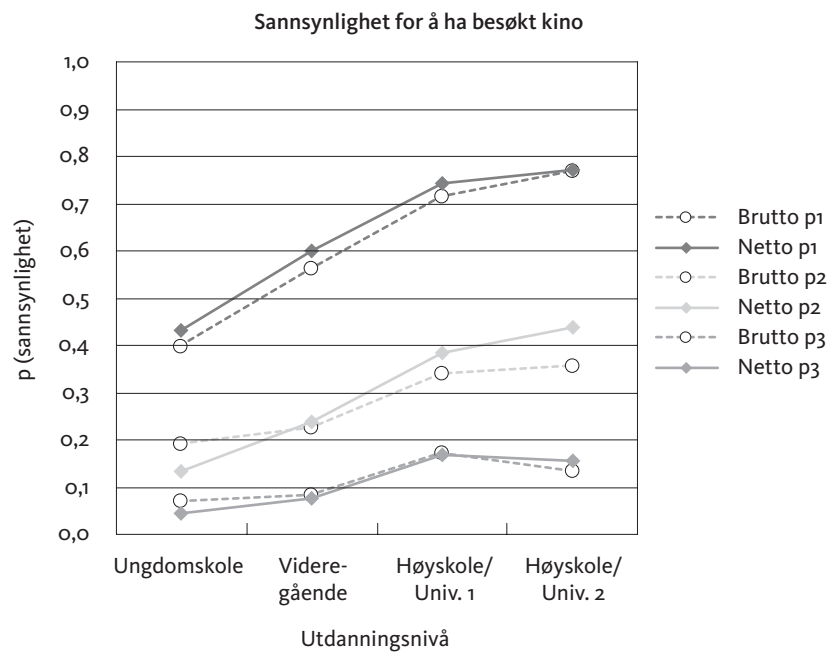
Figur 25 Diagrammet viser utdanningsbetingede sannsynligheter for å ha besøkt teater siste år (p1), for å være blant de 25 % som var på teater oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som var på teater aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁷²

⁷² Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.



Figur 26 Diagrammet viser utdanningsbetingede sannsynligheter for å ha vært på konsert med «pop/rock/jazz osv.» siste år (p1), for å være blant de 25 % som var på konsert med «pop/rock/jazz osv.» oftest siste år (p2), og for å være blant de 10 % som var på konsert med «pop/rock/jazz osv.» aller oftest siste år (p3). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁷³

⁷³ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

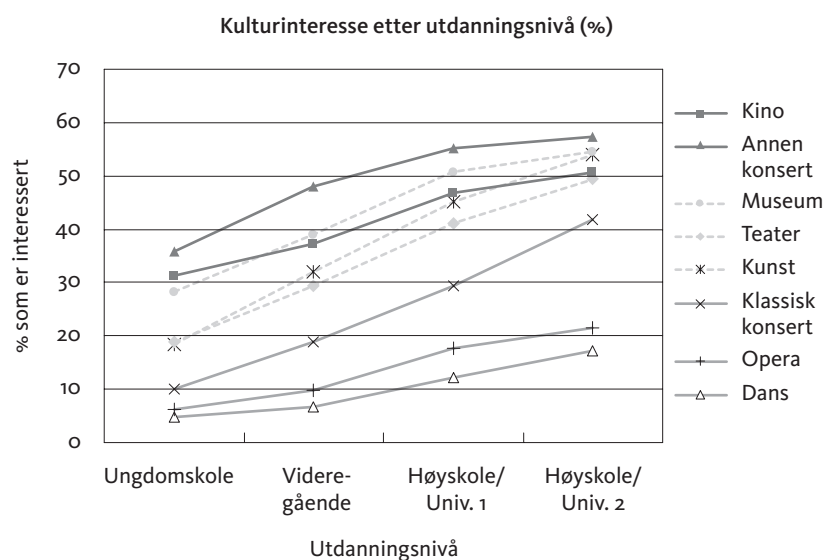


Figur 27 Diagrammet viser utdanningsbetingede sannsynligheter for å ha vært på kino siste år (p₁), for å være blant de 25 % som var på kino oftest siste år (p₂), og for å være blant de 10 % som var på kino aller oftest siste år (p₃). Det er skilt mellom brutto- og nettosannsynligheter, der nettosannsynligheter er estimert ved hjelp av logistisk regresjonsanalyse med kontroll for effekter av alder, utdanning, inntekt, bosted, yrkesstatus og familiefase. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år.⁷⁴

⁷⁴ Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

Utdanning og kunst- og kulturinteresser

På tilsvarende måte som i kapitlene om alderseffekter og kjønnseffekter er det også her interessant å supplere dataene om aktivitet med opplysninger om hvilke kulturinteresser respondentene gir uttrykk for. I figur 28 er forholdet mellom utdanningsnivå og kunst- og kulturinteresser plottet inn i et diagram av samme type som det som ble brukt for å gi oversikt over interesser i de to foregående kapitlene. Fordelingen av interesser følger i stort sett de samme mønstrene som vi fant når det gjaldt aktiviteter. De sterkeste effektene av utdanning på den registrerte kunst- og kulturinteressen finner vi når det gjelder interesse for kunstutstillinger og konserter med klassisk musikk / samtidsmusikk. Et annet forhold som er verd å merke seg er at det er en ganske markert effekt av utdanning på interesser også når det gjelder såkalte «populærkulturelle» eller «lavkulturelle» former.



Figur 28 Diagrammet viser prosentandelene som opplyser at de er interessert i ulike former for kunst og kultur, etter alder. Fordelingene bygger på data om kulturbruk i Norge i årene 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 5937 personer fra 9 til 80 år.⁷⁵

⁷⁵ «% som er interessert» omfatter prosentandelen som hevder å være «Meget interessert» og «Ganske interessert». Fordelingene er basert på data fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kulturbruk, se Vaage 2001.

Tolkninger av utdanningseffekter

Sammenhengene mellom utdanning, kulturbruk og kulturinteresser er altså tydelige og veldokumenterte, og tilsvarende mønstre er også beskrevet i andre land. Hvordan skal vi forstå disse sammenhengene? Det finnes flere mulig tolkninger, som dels er konkurrerende, dels utfyllende.⁷⁶ I innledningen til dette kapittelet ble det antydnet at dannelse kan tenkes å være en underliggende fellesnevner mellom utdanning og kunst- og kulturinteresse. Som vi skal se er ikke dette den eneste muligheten. En annen mulighet er at sammenhengene ikke skyldes noen underliggende fellesnevner, men at det heller dreier seg om en direkte påvirkning fra det å ta utdanning til det å være opptatt av kunst og kultur. Vi skal først se nærmere på denne muligheten.

Utdanning som opphav til kunst- og kulturinteresse

En nærliggende tolkning av sammenhengene mellom utdanningsnivå og kunst- og kulturinteresse er at det finnes en årsaksforbindelse, der utdanning påvirker interesser og aktiviteter (en årsaksforbindelse den andre veien, fra kunst- og kulturinteresse til utdanning er også fullt mulig, men det er neppe kandidat til å være en generell forklaring). Hvis utdanning har en positiv statistisk effekt på kunst og kulturinteresser bør vi spørre hva det er ved utdanning som bidrar på denne måten.⁷⁷

En mulig grunn til at utdanning kan ha en slik effekt er *kunnskapstilegnelse*. Hvis kunnskap formidlet gjennom utdanningssystemet gir mer solid kulturell kompetanse er det forståelig at de som får del i denne kunnskapen også fatter større interesse for kunst og kultur og får mer ut av å oppsøke kunst- og kulturarrangementer. Denne forklaringen passer uten vider på forholdet mellom utdanning i estetiske fag og tilegnelse av kunnskap som gir økt interesse for å oppsøke kunst- og kulturtilbud. Vi forventer at utdanning innen estetiske fag gir kunnskaper som leder til

76 Dataene fra SSBs kulturbruksundersøkelser gir ikke mulighet til å skille mellom ulike typer høyere utdanning (f.eks. tekniske fag, estetiske fag, naturvitenskapelige fag, humanistiske fag, samfunnsfag). Dette gjør at det ikke er mulig å gå i detalj når det gjelder statistiske fordelinger som kan tenkes å underbygge eller svekke ulike tolkninger av utdanningseffektene.

77 Mye variabelanalyse nøyer seg med å med å konstatere at for eksempel «utdanning påvirker kunst- og kulturinteresser i positiv retning», uten å spørre hvilke prosesser som ligger bak denne typen observerte sammenhenger. Et minimumskrav til samfunnsvitenskap bør være å gå et trinn videre, og fokusere på slike prosesser.

større interesse for kunst og kultur.⁷⁸ Sammenhenger som dette kan også gjøre seg gjeldende for studenter i andre humanistiske fag, og til en viss grad for studenter med bakgrunn i enkelte samfunnsfag, i allmennlærerutdanning og allmennfag på videregående nivå. Her må det skytes inn at kritiske røster fra humanistisk hold ofte har bemerket at norsk allmennutdannelse formidler lite kunnskap om kunst og estetikk. Dermed kan det være grunn til å spørre om sammenhengen skyldes tilegnelse av spesifikke kunnskaper i kulturfag, eller om det heller er snakk om tilegnelse av holdninger i retning av å tillegge kunst og kultur høy verdi. Formidling av denne typen «kulturell godvilje» kan være en viktig indirekte læring i fag som gir generelle oversikter i kulturhistoriske emner, uten at det er snakk om spesialisert kunnskapsformidling i disse emnene.

Kunnskapstilegnelse innenfor estetiske fag og kulturfag, samt overføring av verdier og holdninger som disponerer for «kulturell godvilje», kan være viktige delforklaringer på sammenhengen mellom utdanning og kunst- og kulturinteresse. En annen mulig direkte effekt av utdanning – spesielt av høyere utdanning («universitet/høyskole II»-nivå) – er at det å tilegne seg kunnskap og teorier på et visst abstraksjonsnivå kan gi større åpenhet og interesse for ulike kulturelle uttrykksformer og symbolske universer. For eksempel hender det at forskere med spesialkompetanse i kosmologi eller molekylærbiologi trekker paralleller fra sine forskningsfelt til kunst og religion. Teoretisk refleksjon, også på et mer beskjedent nivå, kan skape en «utvidet horisont». Dette kan bidra til større åpenhet og interesse for ulike kulturelle former og nye symbolske universer, noe som kan tenkes å lede til økt interesse for kunst og kulturelle uttrykk som fremstår som særegne meningsfærer.

Å oppholde seg innenfor utdanningssystemet har også mer dagligdagse og prosaiske sider som indirekte kan øke interessen for å følge med i kulturlivet og for å oppsøke kunst- og kulturarrangementer. Utdanningsinstitusjoner er møtesteder for unge mennesker som etablerer nye relasjoner, og som gjerne er i ferd med å omdefinere og rekonstruere sin egen identitet. Som svar på denne situasjonen har det utviklet seg bestemte koder for samhandling og kommunikasjon innenfor utdanningsinstitusjonene. Det kan dreie seg om lokale tradisjoner som det ikke er noen grunn til å gå inn på her. Det kan også dreie seg om mer generelle tradisjoner som særlig kjennetegner høyere utdanningsinstitusjoner.

78 Samtidig kan vi regne med at alle som velger estetiske fag allerede har interesser i denne retningen, interesser som forsterkes og spesialiseres gjennom utdanningen.

Noen av disse tradisjonene er fagspesifikke, andre er del av en gammel universitetskultur (en kultur som til dels er ved å forsvinne i takt med utbyggingen av masseutdanningen). Kunst og kultur har tradisjonelt vært en del av det kommunikative fokuset i mange universitetsmiljøer, og denne tradisjonen blir videreført også i dag, selv om innholdet er modifisert og innslaget av det som tidligere ble kalt «massekultur» – og som nå ofte omtales som «populærkultur» – er blitt betydelig større (se Hovden og Gripsrud 2000; Hovden 2002). En grunn til at kunst og kultur ofte er fokus for samtaler og samhandling i universitets- og høyskolemiljøer er trolig at dette lett kan etablere generelle kommunikasjonskoder som kan forflyttes mellom ulike kontekster (ofte på tvers av landegrenser). Kunst og kultur kan være egnede temaer for samtaler mellom studenter som ofte ikke har så mange felles referanser (for noen tiår siden kunne samtaler om politikk fylle noe av den samme funksjonen innenfor universitetsmiljøer). En viktig grunn til at nettopp kunst og kultur ofte blir fokus for samtaler og samhandling i universitets- og høyskolemiljøer er at dette er et felt som tradisjonelt har hatt høy status i intellektuelle miljøer, ikke minst fordi det er et felt som kan uttrykke åndfullhet og refleksiv bevissthet. Med Bourdieus kjente begrep er det her snakk om en del av den «institusjonaliserte kulturelle kapitalen» innenfor den tradisjonelle universitetsverdenen (Bourdieu 1986). Denne tradisjonen har gjort at det er knyttet prestisje til kompetanse i kunst og kultur, og at kulturfeltet derfor også kan være et felt for å fremvise *flinkhet* (en underkommunisert, men ikke undervurdert kvalitet i studentmiljøer). Den enkelte som befinner seg i høyere utdanningsinstitusjoner kan derfor oppleve et press i retning av å være «kulturelt oppdatert» for å kunne være en kompetent deltaker i institusjonens samhandlingsritualer.⁷⁹

Utdanning, sosial seleksjon og kunst- og kulturinteresse

I det foregående har det vært fokusert på at det å tilbringe tid i utdanningssystemet kan tenkes å ha tre typer effekter på kunst- og kulturinteresser og aktiviteter: For det første en direkte effekt av de kunnskapene og verdiene som formidles gjennom utdanningen. For det andre en indirekte effekt av å oppøve evne til abstrakt tenking. For det tredje en kontekstuell effekt av kommunikasjonsformer som preger en del universitetsmiljøer. Det er vanskelig å vurdere om dette er tilstrekkelig til å forklare de statis-

79 Se del II for en nærmere gjennomgang av generelle perspektiver på samhandlingsritualer.

tiske sammenhengene mellom utdanning og interesse for kunst- og kulturaktiviteter. Sannsynligvis er det ikke det, fordi de foregående forklaringene ikke har tatt opp betydningen av *seleksjon*.

Dannelse ble nevnt som en mulig fellesnevner bak både utdanning og interesse for kunst- og kulturaktiviteter. Dannelse kan også tenkes å være et seleksjonsprinsipp, altså noe som bidrar til «overlevelse» innenfor høyere utdanning. Dannelse forstås da som en *disposisjon* som går forut for utdanning og kulturinteresser. Det kan tenkes at allerede dannede mennesker søker utdanning for å utvikle sine anlegg og forhøye sitt dannelsesnivå. Videre kan det tenkes at dannede mennesker har følsomhet for det som uttrykkes i kunsten, og at nye erfaringer med kunst og kultur bidrar til å forhøye dannelsesnivået ytterligere. Men hva er i så fall dannelse? Er det en særegen medfødt disposisjon, eller er det bare et ord som beskriver summen av en del velkjente forhold som disponerer for «åndelige interesser»? Som tidligere nevnt er begrepet vagt og flertydig. Tradisjonelt er begrepet gjerne blitt brukt for å beskrive karaktertrekk i retning av det «aristokratiet av åndsmennesker» som Ibsen ville fremdyrke (Østerberg 1986a). Brukt på denne måten viser begrepet til åndsevner eller sjelelige kvaliteter som man kan ha eller ikke ha, og som man også kan anta at går i arv (på samme måte som andre aristokratiske kvaliteter). Det finnes mange eksempler på unge mennesker fra kultiverte hjem som gjør det eksepsjonelt bra innenfor utdanningssystemet, og som også viser spesielle anlegg for musikk, drama og billedkunst. Slike eksempler på tilsynelatende nedarvede og medfødte anlegg for lærdom, kunst og kultur kan kanskje tolkes som tegn på at det eksisterer et ibsenskt «aristokrati av åndsmennesker». Men dette er eksepsjonelle tilfeller, det er ikke noe som skaper statistiske sammenhenger mellom utdanning og kunst og kulturinteresser. Kan det likevel tenkes at slike kvaliteter finnes i en litt mer avdempet eller utvannet form, og at det finnes en ganske stor gruppe i befolkningen som både er disponert for å lykkes godt med utdanning og for å forstå kunst- og kultur? Dannelse i denne betydningen er i så fall et litt gammelmodig navn på disposisjoner som i dag heller går under betegnelsene *intelligens* og *motivasjon*.

Betraktninger om intelligens er dårlig likt i norsk pedagogisk kultur, men det trenger ikke å bety at det er en uvesentlig faktor. Pedagoger som bruker begrepet skiller ofte mellom ulike former for intelligens, for eksempel i forhold til abstraksjonsevne, praktisk sans og estetisk dømmekraft. Det er sannsynlig at noen av disse formene kan opptre i kombinasjoner. Hvis en tilstrekkelig stor andel av befolkningen har en kombina-

sjon av intelligens som både disponerer for rimelig gode skoleprestasjoner og for gode evner til å oppfatte former og bearbeide symboler, kan det resultere i den typen statistiske mønstre som ble gjengitt ovenfor. Vi har i så fall en seleksjonsforklaring, der fellesnevneren bak sammenhengen mellom høyt utdanningsnivå og kunst- og kulturinteresse er seleksjon av personer med et visst nivå og en viss kombinasjon av intelligens.

En annen seleksjonsforklaring går ut på å legge hovedvekt på *motivasjon*. Alle er ikke like motivert for å bruke tid og anstrengelser på skolearbeid og studier. Interesse for kunst og kultur er også et spørsmål om motivasjon. Hvorfor utvikler noen disse formene for motivasjon? En historisk viktig motivasjonsgrunn kan være at både utdanning og kunst har representert *frihet*. Det finnes en rekke beskrivelser av hvordan utdanning og kunst har vist vei ut av trykkende sosiale omgivelser og snevre kulturelle tradisjoner. Analysene til Émile Durkheim og Jean Paul Sartre av tendensen til at personer med jødisk bakgrunn har gjort stor suksess i europeiske akademiene og kunst, bygger på denne typen resonnementer. Men prosesser som dette kan bare i beskjeden grad forklare de observerte statistiske mønstrene.

En annen mulig sammenheng mellom motivasjon for utdanning og motivasjon for å oppsøke kunst- og kulturtilbud, er knyttet til det som kalles *sosial arv*. Grunnleggende motivasjon bygger i høy grad på tidlig innlærte vaner, vurderinger og verdsettinger. Tradisjonelt har store deler av det høyere utdanningssystemet og kunst- og kulturlivet vært dominert av et sosialt sjikt (eller en «klassefraksjon», for å bruke Bourdieus begrep) som vi gjerne kan kalle dannelsesborgerskapet. Det dreier seg om miljøer som har forvaltet en praktisk syntese av høy utdanning og høykultur, og som har bygd opp og videreført motivasjon i denne retningen over generasjoner. Disse miljøene eksisterer fortsatt, og de videreføres fortsatt over generasjoner. Dette er kjerneområdet for prosesser av den typen Bourdieu har kartlagt og analysert under overskrifter som «reproduksjon av kulturell kapital» og «konvertering av kulturell kapital til utdanningskapital».⁸⁰ Forekomsten av denne typen miljøer og reproduksjonsprosesser kan utvilsomt bidra til å forklare de statistiske fordelingsmønstrene som er beskrevet ovenfor. Samtidig er det klart at dette bare kan være en delforklaring fordi det dreier seg om relativt små miljøer innenfor det norske utdanningssystemet, og fordi disse miljøene har mistet mye av sin privi-

80 Bourdieu 1984; se også Danielsen og Hansen 1999 for en diskusjon av disse begrepene.

legerte tilgang til utdanningsinstitusjonene. Hvis dette var den eneste virksomme faktoren burde vi derfor ha observert en svekkelse av sammenhengen mellom utdanning og kulturinteresse i takt med økende masseutdanning. Det er ikke situasjonen.

Kunst og kultur som identitetsprosjekt for den nye, utdannede middelklassen

I kapitlene om alderseffekter og kjønneffekter ble det stilt spørsmål ved å tolke de statistiske sammenhengene mellom alder og kulturinteresser, og mellom kjønn og kulturinteresser, utelukkende som en type årsaks-sammenhenger. Det ble understreket at sammenhengene like gjerne kan forstås som tegn på at personer aktivt former og uttrykker sin aldersidentitet og sin kjønnsidentitet gjennom å knytte an til bestemte former for kunst og kultur. Et lignende resonnement kan brukes for å forstå sammenhengen mellom utdanningsnivå og tilbøyelighet til å oppsøke kunst og kulturarrangementer. Det krever en liten omvei: Norge ligger i verdensstoppen når det gjelder andel av befolkningen som kan sies å tilhøre den halv- og helutdannede middelklassen. Dette er et resultat av at høyere utdanning er blitt tilgjengelig for svært mange, at en rekke yrker og profesjoner har oppgradert sine utdanningskrav, og at det finnes en stor offentlig sektor som sysselsetter utdannet arbeidskraft. På mange måter er sett av goder, går det an å mene, men denne utviklingen har også utilsiktede konsekvenser. Den økende etterspørselen etter utdanning har bidratt til å endre universitetene i retning av å bli institusjoner for masseutdanning. Utviklingen har skapt inflasjon i utdanningskvalifikasjoner: Utdanning gir ikke lenger det samme utbyttet i form av status, lønn og fortrinn på arbeidsmarkedet som det gjorde for bare et par generasjoner siden. Mange som har slitt med å tilegne seg utdanningskvalifikasjoner som i foreldregenerasjonen kunne fortone seg som uoppnåelige, har etter hvert innsett at utdanningen ikke ga noen inngangsbillett til «kunnskapens republikk», men heller en vei inn i rutinemessig saksbehandling i offentlig forvaltning. Denne situasjonen kan lede til etterspørsel etter interesser og aktiviteter som tross alt kan bidra til å opprettholde en identitet som kulturell kompetent person med tilhørighet i den utdannede middelklassen. To aktiviteter peker seg ut: Reising, som bekrefter en kosmopolitisk orientering,⁸¹ og kunst- og kulturarrangementer som opprettholder en

81 Selvfølgelig ikke til masseturismens vanlige destinasjoner: heller «den moderne dannelsesreisen» som Jens A. Risnes så malende kaller det i NRKs reisemagasin Ut i verden.

vag forbindelse til tradisjonelle forestillinger om utdanning og «klassisk dannelse». Den sammenhengen mellom et inflatert utdanningssystem og etterspørsel etter kulturelle aktiviteter som kan bekrefte en identitet som profesjonelt, velutdannet yrkesmenneske, gir et alternativt inntak til å forstå den observerte statistiske sammenhengen mellom utdanningsnivå og interesser for kunst- og kulturaktiviteter.⁸²

Kulturell altetenhet som nytt dannelsesideal?

Det gjenstår å belyse ett forhold: Fordelingsmønstrene i diagrammene som viser sammenhenger mellom utdanningsnivå og sannsynlighet for å ha besøkt «konsert med pop/rock/jazz» og sannsynlighet for å ha besøkt kino, er umiddelbart overraskende. I de foregående avsnittene er det fokusert på en rekke momenter som kaster lys over den statistiske sammenhengen mellom utdanningsnivå og fortrolighet med «de skjønne kunster». Men hvorfor skulle det være noen statistisk sammenheng mellom utdanningsnivå og tilbøyelighet til å oppsøke det som ofte omtales som «populærkulturelle former»?

Det observerte mønsteret kan tolkes som en støtte til hypotesen om at «kulturell altetenhet» er ved å bli (eller er blitt) et nytt ideal for kulturell kompetanse.⁸³ En konsekvens av den kulturelle deklassiferingen som har forgått i de siste tiårene er at eksklusiv dyrking av tradisjonelle høykulturelle former i dag lett kan fortone seg sneversynt.⁸⁴ Et nytt ideal for kulturell kompetanse går ut på å være fortrolig med tradisjonelt høykulturelle former, men også å ha oversikt over og innsikt i såkalt populærkulturelle genrer. Kjennskap til disse kulturelle formene er for eksempel blitt en viktig del av kommunikasjonskodene blant ungdom i høyere utdanning. Det er derfor en tendens til ensidig utflating av det tradisjonelle kulturelle hierarkiet: Personer med høy utdanning og høy kulturell kompetanse viser tiltagende interessert for, og fortrolighet med, «populærkulturelle former». Det er derimot ikke noen tendens til utflating den andre veien, i retning av at personer med lav utdanning i større grad er blitt interessert i og fortrolige med det som tradisjonelt er blitt regnet som «høykulturelle former».

82 For en utdyping av disse av disse sammenhengene, se siste del i Danielsen 1998.

83 Se Peterson 1992.

84 Se DiMaggio 1987.

DEL II

PUBLIKUM SOM
SOSIALITETSFORM

Sosialiseringkunst

Når folk oppsøker et kultur- eller kunstarrangement forholder de seg ikke bare til de spesifikke kulturproduktene og/eller kunstuttrykkene som blir formidlet, men også til kulturelle og sosiale kontekster. Disse kontekstene er i høy grad med på å gi mening til de kulturproduktene og kunstuttrykkene som blir formidlet.

I en viss forstand er dette både anerkjent og verdsatt, noe som blant annet kommer til uttrykk gjennom kunsthistorikers iver etter å klassifisere arbeider i forhold til perioder, genrer og stiler, og gjennom den begeistringen for «intertekstualitet» og «sitater» vi finner i mange kulturstudier og tekstorienterte «lesninger» av kulturuttrykk.⁸⁵ I hovedsak dreier dette seg om en type tolkninger som plasserer verkene eller objektene i kontekster av andre verk og lignende objekter, samt i forhold til kunstnere og andre sentrale aktører innenfor feltet for kulturproduksjon. Forsøk på å sette verk inn i en mer omfattende sosial sammenheng har ofte fokusert på forhold ved kunstnerens biografi. Tolkninger som inkluderer andre kontekster enn det rent intertekstuelle (eller «interobjektuelle») og biografiske, vil ofte relatere verkene til omgivelser som på grunn av avstand i tid og rom bare blir en svært forenklet rekonstruksjon av den kulturhistoriske konteksten som verkene en gang befant seg i (jf. formu-

85 Den populære substitueringen av termen «tolkning» med «lesning» ser ut til å signalisere at det er de tekstaktige sidene ved konteksten som har interesse.

leringer av typen «kunstscenen i New York på begynnelsen av 1960-tallet var preget av ...»). Et kontroversielt alternativ til disse verk- og biografisentrerte tolkningene, har vært tokninger som med utgangspunkt i den marxistiske tradisjonen forsøker å relatere kulturell mening til bestemte klasseinteresser og generelle sosioøkonomiske samfunnsendringer.

Til tross for alle disse bestrebelsene på kontekstualisering av kulturelle objekter, er det en banal, men samtidig kompleks, side ved konteksten som i liten grad blir tematisert i disse tolkningene av kontekstens betydning. Det som mangler, er et perspektiv på hvordan kulturelle objekter får mening gjennom den måten de brukes på i ulike sosiale grupper. Publikum, i allmenn forstand, er ikke en sosial gruppe eller noe sosialt fellesskap. Men innenfor den relativt konturløse kategorien «publikum» finnes det en rekke avgrensede sosiale grupper som danner *konkrete fellesskap*, og det finnes mer diffuse referansegrupper som er utgangspunkt for *forestilte fellesskap*. Fellesskap av denne typen kan vokse frem gjennom at deltakerne har kunst- og kulturuttrykk som samlingspunkt. Ofte kan slike fellesskap være preget av intense former for sosialitet, og de kan ha stor betydning for deltakernes selvforståelse og identitet. Fellesskap og sosialitetsformer av denne typen kan derfor indirekte bli en viktig motivasjon for å dyrke de kunst- og kulturuttrykkene man samles om.

Konkrete og forestilte fellesskap

Vanlig sosiologisk (snus)fornuft tilsier at i alle sammenhenger hvor mennesker møtes finner vi former for sosialitet, dvs. samhandling mellom deltakere som er involvert i hverandres aktiviteter, som stiller gjensidige forventninger til hverandre, og som forholder seg til disse forventningene. En hovedform for sosialitet er *fellesskap*, der deltakere både gjenkjenner hverandre og identifiserer seg med hverandre. Fellesskap kan anta ulike former, fra intime relasjoner der personer tenker og føler ganske likt, til temmelig abstrakt identifikasjon mellom personer som antar at de har lignende opplevelser og interesser. Dette spennet mellom ulike former for fellesskap finner vi også når det gjelder fellesskapene som oppstår rundt tilegnelse av kunst og kultur.

Et ytterpunkt er former for fellesskap der deltakerne møtes ansikt til ansikt og oppfatter seg som et «vi» med ganske klare grenser overfor omverdenen. Tette nettverk som ofte etableres rundt produksjon og distribusjon av kunst og kultur er utgangspunkt for det som kan kalles

et assosiert publikum, det vil si et publikum som for en stor del består av andre likesinnede kunstnere og kunstspesialister, samt venner og bekjente. Enkelte kunstnere omtaler, lett ironisk, det assosierte publikummet som en «menighet», noe som kan være en god metafor for det tros- og skjebnefellesskapet som kan forene aktører innenfor små kunstmiljøer.⁸⁶ Et assosiert publikum utgjør et konkret fellesskap der deltakerne ikke bare deler kunstneriske preferanser og estetiske opplevelser, men gjerne danner en krets av omgangsvener. Kjente og feirete kunstnere har selvfølgelig, per definisjon, et mye større publikum enn det assosierte. For kunstnere som dyrker det som ofte kalles «smale» genrer og uttrykk, kan derimot det assosierte publikummet ofte utgjøre hovedtyngden av publikum.

En annen form for fellesskap, som det også finnes en rekke eksempler på blant kunst- og kulturpublikum, er organiserte grupper som kunstforeninger, dramatiske selskap, musikklubber og ulike typer venneforeninger. Til forskjell fra det assosierte publikummet, er det her snakk om fellesskap som er dannet med utgangspunkt i en planlagt virksomhet. Ofte er slike organisasjoner bygd opp på en tilnærmet formell måte, med medlemskap og fordeling av bestemte verv. Det dreier seg altså om sosialitetsformer som ikke trenger å involvere så mange sider ved personene som deltar, og som kanskje bare angår dem i deres rolle som deltakere i den organiserte virksomheten. Men selv der rammene er formelle, vil deltakere gjennom felles erfaringer som publikum gjerne utvikle et mer diffust og omfattende fellesskap med hverandre. Aktiviteter av denne typen kan ofte bli en svært viktig del av den enkeltes identitet, dvs. inngå i de selvbeskrivelsene som personer kommuniserer over andre og overfor seg selv.⁸⁷ Et trekk ved moderne samfunn er at personlig og sosial identitet kan være like sterkt knyttet til deltagelse i denne typen aktiviteter som til familie, slektskap, yrke, stand, og andre sosiale koordinater som er grunnleggende i mer tradisjonelle samfunn.

En tredje form for sammenslutning, som er løst organisert enn de foregående, er grupper av mennesker som opplever et visst interessefelles-

86 Denne språkbruken kan f.eks. dukke opp i forbindelser med vurdering av publikum på utstillinger, og lede til spørsmål av typen: «Var det andre enn menigheta som kom på utstillingen?» og «Har dette noen interesse utenfor menigheta?»

87 Kommunikasjon med eget selv, gjerne formidlet via ytre objekter og aktiviteter, kan forstås som en av de grunnleggende prosessene som bidrar til å skape og opprettholde egen identitet.

skap i forhold til å være kunstens og kulturens støttespillere. Det dreier seg om sosialitetsformer som oppstår i situasjoner der flere ønsker å gjøre felles sak for å støtte opp om formidlere eller institusjoner som kan trenge publikums støtte. Dette er særlig aktuelt i sammenhenger hvor det har oppstått en presset økonomisk situasjon, for eksempel på grunn av offentlige innsparinger, eller hvor grunnleggende verdier i feltet for kulturproduksjon blir utsatt for angrep, som i situasjoner der noen truer kunstens autonomi gjennom sensur eller ved å legge innholdsmessige føringer på det som formidles. De sosialitetsformene som kan oppstå blant publikum på grunnlag av denne typen kulturpolitiske interesser inkluderer som regel også kunstnere og kulturformidlere. Ofte kan det dreie seg om midlertidige allianser som forener personer og grupper som står langt fra hverandre når det gjelder kunstsyn og estetiske preferanser.

Graderer vi sosiale fellesskap med utgangspunkt i hvor nær deltakerne står hverandre, både sosialt og geografisk, finner vi på den ene enden av skalaen grupperinger av likesinnede som omgås ansikt til ansikt, og på den motsatte enden av skalaen det som er blitt omtalt som «forestilte fellesskap».⁸⁸ Dette er en fjerde form for fellesskap, som ikke forutsetter tilhørighet til en konkret gruppe, men heller er basert på tilknytning til det som i sosiologien kalles «referansegrupper», dvs. grupper av personer man sammenligner og identifiserer seg med, men som man ikke nødvendigvis har noen direkte kontakt med. Ofte eksisterer ikke referansegruppene som konkrete grupper i det hele tatt. De finnes bare som imaginære entiteter som personer identifiserer og sammenligner seg med.⁸⁹ De er ikke dermed uten betydning eller konsekvenser. Tvert imot kan referansegrupper ha stor betydning for identitetsdannelse i moderne samfunn. Dette gjelder ikke minst innenfor kunst- og kulturlivet, der entusiaster innen ulike genrer kan finne en type samhörighet som går på tvers av landegrensener og andre skillelinjer. Moderne massemedier, og datanettverk, har åpnet helt nye muligheter for utvikling av slike fellesskap. Selv om samhörighet av denne typen fra tid til annen kan være utgangspunkt for reelle fellesskap der folk med samme interesser møter hverandre og dan-

88 Begrepet forestilte fellesskap stammer fra Andersons studier av hvordan nasjonal identitet utvikles – se Anderson 1983 – men tankegangen, og begrepet, kan lett overføres til andre felt.

89 Ofte kan slike forestilte fellesskap inkludere miljøer som aldri kan inngå i noen reell gruppe fordi de for lengst er blitt historie; jf. for eksempel det imaginære fellesskapet med «Kristianiabohemen» som mange har dyrket.

ner konkrete grupper, dreier det seg i hovedsak om forestilte fellesskap der den enkelte har følelsen av å være del av et større vi.

De foregående fire formene for publikumsfellesskap er eksempler sosialitetsformer som kan oppstå med utgangspunkt i tilegnelse av bestemte kunst- og kulturuttrykk. De er med andre ord basert på felles estetiske interesser og opplevelser. Mange sosialitetsformer som opptrer i tilknytning til kunst- og kulturtilegnelse er av en annen art. Det dreier seg om grupper eller fellesskap som har oppstått med et annet utgangspunkt enn estetisk interesse, men hvor deltakerne like fullt samles mer eller mindre regelmessig rundt tilegnelse av kunst og kultur. Historisk sett er selvfølgelig religiøse seremonier et svært viktig eksempel på denne formen for sosialitet rundt kunst og kulturuttrykk. I disse sammenhengene er publikum også menigheter, i ordet opprinnelige forstand. Selv om det kan være vanskelig å vite noe definitivt om religioners historiske opphav, er det rimelig å anta at ritualer og erfaringer med det hellige utgjør opprinnelige erfaringer som i neste omgang er blitt materiale for kunstnerisk bearbeiding. Etter hvert kan de kunstneriske uttrykkene og representasjonene ha fått en mer sentral betydning gjennom å symbolisere og anskueliggjøre åndskrefter, og dermed skape praktiske holdepunkter for gruppens religiøse liv. I mange tilfeller – som for eksempel den ortodokse kirkes ikoner – er de kunstneriske uttrykkene og symbolene blitt en del av det som helligholdes.

Det finnes en rekke andre eksempler på fellesskap som samles rundt kunst- og kulturuttrykk. Noen av disse fellesskapene kan ha et lignende preg av kult og menighet som det vi finner i religiøse grupper, men oftere er det snakk om løst forente grupper og miljøer. Vi kan se på noen eksempler her.

Politiske bevegelser og grupperinger kan noen ganger utforme estetiske prosjekter der de kultiverer egne symbolsystemer og kunstformer, for eksempel en særegen litteratur, billedkunst, skulptur og musikk som er «organisk» knyttet til bevegelsen.⁹⁰ Kjernepublikummet for denne typen kunst og kultur er den politiske bevegelsen, og bevegelsen utgjør den grunnleggende sosialitetsformen. De estetiske uttrykkene fungerer

90 Den italienske kommunistiske samfunnsteoretikeren Antonio Gramsci bruker betegnelsen «organiske intellektuelle» om filosofer og forfattere som slutter seg nært til en politisk bevegelse (Gramsci 1973). Analogt til dette kan betegnelsen «organiske kunstnere» beskrive kunstnere som er tilknyttet en politisk bevegelse, og som søker å uttrykke denne bevegelsens verdensanskuelse i sin kunst.

da som gruppesymboler og bidrar til å forme og forsterke bevegelsens identitet. Dette er en form for sosialitet som kan ligge nær opp til de religiøse gruppene som ble nevnt ovenfor, men de bygger på formidling av mer spesifikke ideer og verdier, selv om generelle livsanskuelser og følelsesmessige opplevelser også kan spille en vesentlig rolle. Et kjent og dystert eksempel på en politisk-estetisk konstellasjon av denne typen finner vi i den nazistiske bevegelsens estetiske prosjekter (Karlsson og Ruth 1999; Spotts 2003). I perioder fantes det også lignende tilløp innenfor kommunistiske bevegelser, for eksempel i første tiårene etter revolusjonen i Sovjet (Arvidsson og Blomqvist 1987), og i forbindelse med kulturrevolusjonene i Kina. Også mindre dramafylte politiske bevegelser og grupperinger – for eksempel bevegelser som har arbeidet for nasjonal selvstendighet – har skapt sammensveidde tilhengerskare der sympatisørene har dannet kjernepublikummet for en revitalisert nasjonal litteratur, billedkunst, dans og musikk (Østerberg 1986b). Denne typen konstellasjoner av politisk aktivisme, organisk tilknyttede kunstnere og et publikum av meningsfeller, finnes det også en rekke eksempler på fra studentradikalismens glansdager på 1970-tallet, og i tilknytning til bevegelsene for kvinners rettigheter, og bevegelsene for lesbiske og homofile rettigheter.

Religiøse og politiske grupper av denne typen representerer spesielle sosialitetsformer som ofte utvikler og dyrker helt særegne kulturelle uttrykk. I moderne samfunn er andre former for gruppedannelser og fellesskap knyttet til bestemte former for kunst- og kulturbruk mer typisk. Det kan dreie seg om familiegrupper som samles rundt høytlesning av romaner, som hører på musikk sammen, og som arrangerer familieutflukter til kunst- og kulturarrangementer. Det kan dreie seg om vennegrupper som oppsøker kulturarrangementer som del av en sosial sammenkomst, eller som reiser på festivaler sammen. Det kan videre dreie seg om arbeidsplasser som arrangerer gruppereiser til kunst- og kulturinstitusjoner, eller som på andre måter oppretter en forbindelse til bestemte kunst- og kulturprodusenter. Slike arrangementer kan være med på å skape samhold blant medarbeidere og tilhørighet til arbeidsplassen, men det er ikke uvanlig at slike arrangementer bare appellerer til bestemte undergrupper eller klikker. Arrangementer som dette kan dermed også være med på å utdype skiller mellom ulike statusgrupper, yrkesgrupper eller uformelle grupperinger på en arbeidsplass. Denne dobbeltheten – altså det at en sosial gruppe skaper et indre fellesskap, men samtidig distanse til dem som er utenfor – er en viktig side ved publikum som sosialitetsform, og derfor noe vi kommer tilbake til i mer detalj nedenfor.

Et videre eksempel på sosiale enheter der tilegnelse av kunst- og kulturaktiviteter kan være for å skape felles identitet, er det som kan kalles sosiogeografiske fellesskap. Denne typen fellesskap kan bestå av en rekke konkrete grupper, men også av mer omfattende segmenter som har klare innslag av å være forestilte fellesskap. Ut ifra ideer om lokal identitet og regional samhörighet kan folk oppleve fellesskap med en nokså diffus samling personer som utgjør en bygd, en bydel, en by eller en region. Ofte blir tilhörighet til slike fellesskap utviklet i opposisjon til andre like diffuse regionale fellesskap, for eksempel gjennom mild rivalisering mellom byer og landsdeler. Kunst og kultur blir i slike situasjoner ofte trukket aktivt inn for å bygge opp og stryke regional identitet. En by kan for eksempel ha et teater eller konserthus eller en festival som et av sine kulturelle kjennemerker, og publikum kan erfare at det å slutte opp om arrangementer på et slikt sted også bidrar til å forsterke identiteten som byborger (paradigmatiske eksempler er Festspillene i Bergen og Moldejazz). Men også i slike sammenhenger kan den formen for dobbelthet som ble nevnt i det foregående avsnittet gjøre seg gjeldende: Det som gir felles identitet til en bydel eller til bestemte grupper i en by, kan også bidra til å understreke forskjeller overfor andre bydeler eller overfor andre grupper i byen. Mange steder, særlig i små og halvstore byer, eksisterer det arenaer for formidling av kunst som fungerer som samlingspunkter for det som med et noe anakronistisk uttrykk kan kalles det lokale «dannelsesborgerskapet», det vil si et sjikt av relativt veletablerte personer som ofte har høyere utdannelser og yrkesmessig tilknytning til det øvre funksjonærsjiktet i offentlige og større private virksomheter. Kulturarrangementene kan ofte være med på å gi en tydeligere gruppeidentitet til sosiale sjikt av denne typen. Det finnes også eksempler på at andre sosiale sjikt eller klassefraksjoner samler seg rundt andre og alternative kulturelle uttrykk.

Sist, men ikke minst finnes det en rekke sosialitetsformer rundt tilegnelse av kunst og kultur som oppstår relativt spontant, og som vanligvis har begrenset varighet. Slike spontane og kortvarige fellesskap kan raskt få en ganske høy intensitet, for så og oppløses og kanskje aldri gjenoppstå. Denne typen kortvarige fellesskap mellom ukjente er en spesifikt moderne sosialitetsform som særlig får utbredelse gjennom det moderne storbylivet. Personer som har lest samme bok kan for eksempel komme i snakk om dette, og for en kort stund danne et lite sosialt fellesskap basert på innforståthet rundt noe som antas å være likeartede estetiske erfaringer. Folk som er på kunst- og kulturarrangementer kan utveksle blikk, gester og kommentarer med utgangspunkt i estetiske opplevelser, og nå og da også bli

involvert i hverandre. Mer typisk er det nok at erfaringer som publikum leder til en opplevelse av et diffust fellesskap med de tilstedeværende. Sosialitetsformer som dette er en vanlig erfaring blant deltagere på festivaler, og det kan også være en viktig motivasjon for å oppsøke festivaler.

Kunstens og kulturens sammenbindende kraft

Det er vanlig å si at mennesket er et sosialt vesen, men det er også en innsikt at sosialitet kan bli utvannet eller tørke inn dersom det ikke finnes noen felles oppgaver eller felles samlingspunkter som forener deltakerne.⁹¹ Det er lett å finne eksempler på sosialitetsformer knyttet til kunst og kultur. En grunntese i dette kapitlet er at kunst og kultur er spesielt egnet til å skape samlingspunkter som kan være utgangspunkt for sosialitet, og som kan underbygge eksisterende sammenslutninger. Dette er i seg selv en kunst, og med et par ordspill (eller blødmer) kan vi si at sosialiseringkunst er en av kunstens ytelser, og at kunsten forener langt flere enn medlemmene av kunstforeninger. Slike ytelser er ikke noe som kan planlegges og iverksettes ut ifra en oppskrift eller rasjonell kalkyle. Tvert imot er det grunn til å tro at dette er noe som kan komme i stand så lenge det skjer på underforståtte måter, og ikke er fullt ut erkjent blant deltakerne.

For å balansere det generelle bildet av kunst- og kulturpublikum og sosialitet som skisseres i denne delen av undersøkelsen, er viktig å skyte inn at det å oppleve en form for sosialitet ikke er noe som automatisk følger med rollen som publikum. Det finnes individuelle måter å tilegne seg kunst og kultur på, der det sosiale ser ut til å være fraværende.⁹² Det finnes sikkert også kunst- og kulturarrangementer som ikke skaper noen form for sosialitet fordi de overhodet ikke skaper interesse, eller engasjerer noe

91 Dette forholdet har vært mye diskutert i relasjon til moderne parforhold, som har gjensidig intimitet som sitt hovedinnhold, se f.eks. Giddens 1992; Beck og Beck-Gernsheim 1995.

92 Vi forbigår her spørsmålet om hvor fullstendig individuelle såkalte individuelle erfaringer er. En prinsipiell diskusjon av forholdet mellom det individuelle og det sosiale ligger utenfor rammene for denne studien. Innflytelsesrike sosiologiske bidrag til analyser av individet og selvet har lagt vekt på at individet i utgangspunktet er sosialt konstituert, slik at f.eks. individers tenkning foregår som en indre dialog med en virtuell annen eller med et virtuelt publikum. Selv en ekspert på Midtøstens historie som fordyper seg i Gilgamesj-eposet, vil sannsynligvis være del av et mer eller mindre reelt miljø av forskere, og vil kanskje også oppleve et imaginært fellesskap med grupper av summerere og hetitter ...

publikum. Det sistnevnte må ikke forveksles med dårlige eller mislykkede arrangementer, fordi slike arrangementer ofte kan frembringe et kritisk-ironisk eller humoristisk fellesskap blant publikum. Det må heller ikke forveksles med arrangementer som etterlater følelser av fremmedhet eller meningsløshet, fordi slike arrangementer kan skape sterke følelser blant publikum; noen ganger følelser av kollektiv irritasjon, men antagelig oftere følelser av tilfredshet over å dele en innforstått kunnskap og av å være assosiert i et «avantgardistisk fellesskap».

Kunst- og kulturinteresser, verdiorienteringer og sosialitet

Hvis det alt i alt er riktig at kunst og kultur er spesielt egnet til å skape samlingspunkter som kan forene en gruppe eller et mer diffust fellesskap, er det grunn til å spørre: Hvorfor? Hva er det med kunst og kultur som virker på denne måten? For å gi et mulig svar på dette spørsmålet er det interessant å gå veien om noen teoretiske perspektiver på hvorfor sosialitet oppstår. En rekke forhold kan ligge til grunn for at mennesker danner grupper og andre sosialitetsformer, og i praksis vil ulike årsaker og motiver være vevd sammen. For oversiktens skyld kan det like fullt være nyttig å trekke noen distinksjoner. Hvis vi skal forstå bakgrunnen for gruppedannelser og andre sosialitetsformer blant kunst og kulturpublikum kan det være nyttig å skille mellom på den ene siden situasjoner der deltakerne samler seg om felles *verdier*, og på den andre siden situasjoner der deltakerne har likeartede *interesser*. Interesser er et tvetydig ord som må presiseres nærmere. En betydning av ordet viser til noe man ser seg tjent med, altså noe man håper skal gi en form for vinning eller nytte (jf. uttrykket «å ha interesser i en virksomhet»). En annen betydning av ordet viser til noe man er nysgjerrig på, eller oppslukt av, og gjerne vil ha mer kunnskap om (jf. uttrykket «å ha interesse for samtidskunst»).

Interesser, i den første betydningen, kan tenkes å ha en viss effekt på danning og gjendanning av sosialitetsformer blant publikum. Personer kan tenkes å ha nytte av å være del av et bestemt publikumssegment; for eksempel er det mulig at noen kan ha interesser i å høre med blant kjernepublikummet ved et bestemt kunstgalleri fordi dette tenkes å gi innpass i et privilegert sosialt sjikt.⁹³ Bestrebelse av denne typen er likevel neppe det vanligste utgangspunktet for sosialitetsformer blant kunst- og kulturpublikum.

93 Aktiviteten som publikum kan i så fall være et element i det Veblen kaller «iøynefallende forbruk»; Veblen 1976.

Interesser, i den andre betydningen av ordet, kan derimot ofte være utgangspunkt for gruppedannelser og sosialitetsformer. Mange blant kunst- og kulturpublikum har spesialiserte interesser i forhold til kunstnere, stiler, epoker, uttrykk, teknikk og så videre, som interesse for barokkmusikk spilt på originale instrumenter, interesse for amerikansk seriell musikk, interesse for symbolismen i fransk poesi, interesse for tidlig europeisk progrock, osv. Det finnes en rekke eksempler på at grupper av spesielt interesserte innenfor bestemte kunst- og kulturfelt etablerer mer eller mindre faste nettverk, ofte med et tidsskrift eller en seksjon i et større tidsskrift som felles informasjonskanal. Slike nettverk kan også være utgangspunkt for samlinger og festivaler. Med utbyggingen av Internett og Webressurser er det blitt mulig å utvikle nye typer nettverk rundt svært spesialiserte kunst- og kulturinteresser. Løse sosialitetsformer som dette åpner for intensivering av de interessebaserte sammenslutningene blant publikum.

Felles verdier kan også gi grunnlag for gruppedannelser. Personer som er interessert i bestemte kunst- og kulturformer vil ofte forsvare verdier som bygger opp under disse formene. Det kan dermed være en glidende overgang mellom det å være interessert i noe og det å forfekte bestemte verdiorienteringer. Verdiorienteringene kan for eksempel dreie seg om å være «tro mot tradisjoner», «autentisitetssøkende», «orientert mot nyskapning», «seriøs», «anti-konform». Til tross for kontroverser og ulikheter i smak finnes det også grunnleggende verdier som forener grupper blant publikum på tvers av genre og uttrykk. For eksempel er overbevisningen om at kunstnerisk og kulturell verdi må vurderes ut fra andre målestokker enn de som definerer økonomisk verdi en vanlig oppfatning. Det er også en ganske utbredt oppfatning at kunst og kultur representerer verdier som må forsvares mot ytre press, et press som særlig antas å true såkalt «smale» former og det verdigrunnlaget disse formene forplikter seg på (for eksempel «autentisitet» og «antikonformisme»).

Med utgangspunkt i de foregående betraktningene går det an å skille mellom to typer grunner som er viktige for å forstå tilbøyeligheten blant kunst- og kulturpublikum til å danne grupper, allianser og andre sosialitetsformer:

Den første typen grunner bygger på interesser (i betydningen «å være interessert i noe»). Den spesialiserte kunnskapen som er akkumulert i ulike deler av kunst- og kulturfeltet, samt publikums interesse og godvilje når det gjelder å opparbeide kompetanse i forhold til dette, kan danne grunnlag for en type interessefellesskap. Å kultivere denne typen kompetanse kan gi en egen innforståthet blant deltakerne som virker samlende

og som markerer en forskjell i forhold til omgivelsene. I miljøer som dyrker såkalte «smale» genrer og uttrykk, er det som regel akkumulert mye kompetanse på områder som per definisjon er lite tilgjengelige for andre. Dette kan gi innforståtte en erfaring av å ha del i en nærmest esoterisk innsikt, og derfor gi tilegnelsen av kunnskap et preg av innvielse (det rituelle grunnlaget for gruppedannelser er tema for neste avsnitt).

Den andre typen grunner har å gjøre med de verdiene som kan ligge innbakt i estetisk prosjekter. Som nevnt opplever mange at disse verdiene er under press. Erfaringen av å være del av et eget publikumssegment kan derfor også være en erfaring av skjebnefellesskap. Opplevelser av ytre press er vanligvis en sterk motivasjon for indre samhold. I henhold til dette opposisjonsprinsippet kan det å være del av et dedikert kunst- og kulturpublikum oppleves som å være deltaker i en pågående kamp mellom kunstens verdier og de økonomiske og byråkratiske verdiene som definerer rammene for mye av det som ellers foregår i samfunnslivet. Dermed kan den serielle eksistensen som preger de markedsrelasjonene publikum også er en del av bli omformet til erfaringer av et felles prosjekt, og gi grunnlag for å opptre som en gruppe (Sartre 1976).

Det foregående har lagt vekt på grunner og motiver for å belyse hvorfor kunst og kultur er spesielt egnet til å skape samlingspunkter som kan danne utgangspunkt for ulike former for sosialitet, og som kan underbygge eksisterende sammenslutninger. Men det finnes også andre prosesser som bidrar til dette, og som gjør det på en mer underforstått og ubevisst måte. Dette er tema i neste avsnitt.

Sosiale ritualer og kunst- og kulturopplevelser

En innflytelsesrik tradisjon i sosiologien har vært opptatt av å vise at folks handlinger er strukturert ut ifra andre prinsipper enn rasjonell beregning, og at *ritualer* kan gi en modell for å studere noen av disse prinsippene.⁹⁴ Det finnes et stort spekter av samhandlingsformer som kan beskrives som

94 Det dreier seg om en teoritradisjon som går tilbake til den franske sosiologen Emile Durkheim, og som den britiske sosialantropologen Mary Douglas videreførte gjennom en teori om samfunnstyper, klassifikasjonsformer og rituell renhet og urenheter, og som den nordamerikanske sosiologen Erving Goffman videreførte gjennom analyser av mikroritualer i moderne storbyssamfunn. Pierre Bourdieu og Randall Collins har på litt ulike måter syntetisert og utviklet disse ideene i retning av en teori om symbolsk makt. Collins 1988b: kap. 6, gir en kort og oversiktlig presentasjon av denne teoritradisjonen.

ulike former for ritualer, fra de mest omfattende og rigide seremonier, for eksempel i forbindelse med kongelige begravelser, til kortvarige og uformelle hverdagsritualer, som i forbindelse med unnskyldninger og hilsing. Et fellestrekk ved alle typer ritualer er at de for en stund skaper et felles fokus hos en større eller mindre gruppe. Dette skjer ved at alle deltakerne retter oppmerksomheten mot et samlingspunkt, gjerne et konkret eller abstrakt objekt. Et annet kjennetegn ved ritualer er at de definerer en type emosjonelle omgivelser for dem som er involvert. Dette gjelder vel å merke oppriktige deltakere, ikke observatører eller kritikere som betraktere ritualet fra et utenforstående synspunkt. De som tar del i et ritual vil ikke bare rette oppmerksomheten mot det samme konkrete eller abstrakte objektet, men også ledes inn i et mer eller mindre klart predefinert stemningsleie. I noen former for ritualer som begravelser, religiøse vekkelsseremonier og enkelte typer politiske møter er bestemte emosjoner klart foreskrevet, og blir ikke sjelden frembrakt gjennom prosesser som utenforstående kan kalle suggesjon. På den motsatte ytterligheten finnes det kortvarige og ganske løst strukturerte ritualer der den emosjonelle orienteringen er underforstått, og der det skjer lite som foreskriver en bestemt sinnsstemning blant deltakerne.

Uavhengig av hvor på skalaen et ritual plasserer seg i forhold til disse ytterpunktene er det en tendens til at oppriktige deltakere stiller seg inn på en type stemningsleie, og at det etter hvert skjer en synkronisering av oppmerksomhet og emosjoner blant dem som er med. Ulike prosesser kan tenkes å bidra til denne synkroniseringen. En viktig prosess kan være at mennesker som omgås hverandre og er oppmerksomme på hverandre, også er disponert for en spontan, men ganske subtil og umerkelig, koordinering av bevegelser, gester og uttrykksmåter, og at dette leder deltakerne inn i et felles stemningsleie.⁹⁵ En annen viktig prosess kan ha å gjøre med menneskers kapasitet til å veksle mellom ulike perspektiver, og til å forstå seg selv gjennom å gjenkjenne egne reaksjoner i andres måter å forholde seg på.⁹⁶ Sist, men ikke minst, kan en viktig prosess være at personer som følger et ritual eller en forestilling som utfolder seg i *tid*, opplever en gradvis synkronisering av sin indre, subjektive tid, og dermed, for en kort stund, opplever å flyte med i en

95 Se Collins 1988b: 201–203 for en nærmere omtale av disse antagelsene.

96 Denne prosessen står sentralt i den pragmatiske meningsteoriens analyser av signifikante symboler; se f.eks. Mead 1934.

felles tidsstrøm.⁹⁷ Uansett detaljene i disse prosessene, så hevder sosiologiske teorier om ritualer at dette har tre effekter:

For det første leder det til at deltakernes emosjoner blir intensivert. Deltakere som kommer inn i den stemningen et ritual legger opp til, vil ikke bare motta en emosjonell bekreftelse, men oppleve en forsterkning av sine egne emosjoner. Den enkelte deltaker som går opp i ritualen, vil kunne oppleve et emosjonelt intensitetsnivå som vedkommende ikke er i stand til å frembringe på egen hånd. For eksempel vil den som går inn i en rituell sammenheng med en følelse av oppmerksom respekt, gradvis kunne bli hensatt i en følelse av andektighet; et anstrøk melankoli kan gjennom deltagelse i en større gruppe av likesinnede vokse til smerte; mens den som med lattermild entusiasme hengir seg i humorens ritualer lett vil la seg rive med i lystige stemningsbølger (et forhold komikere vet å benytte seg av).⁹⁸

For det andre skapes det følelser av samhørighet mellom deltakerne. Den som deltar i et ritual og erfarer intensiverte emosjoner gjennom felles fokus og felles opplevelser, vil også oppleve sterkere tilknytning til de andre deltakerne. I hvilken grad dette skjer, avhenger selvfølgelig av hvordan situasjonen var i utgangspunktet, men selv kortvarige og relativt flyktige hverdagsritualer som «å hilse», «å prate om været», «å si farvel», vil bidra til å knytte folk sammen i det Goffman omtaler som «samhandlingsordenen».⁹⁹

For det tredje kan vellykkede erfaringer fra deltagelse i ritualer fungere som en såkalt «vitamininnsprøytning». Litt mer presist dreier det seg om at den enkelte, gjennom å gjenkjenne seg i andres prosjekter og oppleve emosjonell intensivering i samvær med andre, kan få fornyet tiltro til egne prosjekter og egen identitet. Ritualer kan med andre ord gi «opplevelser å leve videre på», det vil si erfaringer som bidrar til fornyet selvtilit

97 Dette perspektivet på forholdet mellom tid og sosialitet er sentralt i fenomenologiske analyser av koeksistens; se Schutz 1972: del 2-4.

98 Morsomme eksempler på det sistnevnte finner vi også i situasjoner – både i virkelige og eksperimentelle – der en gruppe tror at den er samlet rundt inntak av alkoholholdige drikker som vil bidra til å skape «feststemning», mens deltakerne uten å være klar over det drikker noe alkoholfritt som utelukkende kan bidra til denne «feststemningen» gjennom gruppens kollektive tro og rituelle samværsform.

99 F.eks. hevder Goffman at det å «ta avskjed» er et hverdagsritual som uttrykker et slags løfte om at relasjonen mellom deltakerne skal være vennskaplig når de møtes igjen etter et avbrudd i tid; se Goffman 1967.

og tro på en meningsfull verden. Men i dette ligger det også en dobbelthet: Mislykkede erfaringer med å delta i ritualer kan ha motsatt effekt. Hvis mislykkede erfaringer ikke bare kan overses eller omtolkes som uinteressante, vil de lett kunne bidra til å svekke den enkeltes selvtrillit og gi en følelse av meningstap.

Har dette relevans for å forstå de sosialitetsformene som preger kunst- og kulturpublikum? I høyeste grad, ja. Mange erfaringer folk gjør som publikum kan analyseres ved hjelp av samhandlingsmodeller som omfatter rituelle strukturer av den typen som ble skissert ovenfor. Svaret på spørsmålet om hvorfor kunst og kultur kan skape samlingspunkter som kan forene grupper eller mer diffuse fellesskap, er at tilegnelse av kunst og kultur ofte inngår i ritualisert former for samvær. Dette perspektivet på publikum kan få frem forhold som ikke fanges opp av de markedsmodellene som ble diskutert i del I.

Noen vil sikkert mene at det er absurd å bruke modeller av samhandlingsritualer som utgangspunkt for å forstå kunst- og kulturtilegnelse. Selv om tradisjonell kunst ofte inngikk i en kultisk og rituell sammenheng, er det vanlig å fremheve at moderne kunst er radikalt anti-ritualistiske. Mange er opptatt av å understreke den moderne kunstens åpenhet for flertydige og individuelle fortolkninger, altså forhold som slett ikke kan reduseres til et kollektivt ritual. Men her er det viktig å understreke at analyser av den sosiale organiseringen av publikum ikke er ment å skulle gi en resept for fortolkning av kunstverk. At den sosiale organiseringen av kunst- og kulturtilegnelse har sosiale effekter, angår ikke uten vider de verk-sentrerte fortolkningene av kunsten (selv om det kan finnes indirekte sammenhenger mellom sosial organisering og kunstens meningsinnhold).¹⁰⁰ Men også kunst som forstås som overskridende og anti-ritualistisk, blir ofte formidlet via samhandlingsritualer som ligner de som preger tilegnelsen av tradisjonell kunst.¹⁰¹ Publikum på kunst- og kulturarrangementer inngår ofte i sosiale sammenhenger med en struktur som samsvarer godt med modellen av ritu-

100 Dette er kanskje noe av grunnen til at Kant ønsket å skille radikalt mellom estetiske dommer og emosjoner; se Kant 1995.

101 «Overskridelse» og «anti-ritualisme» kan dessuten skape sine egne genremessige konvensjoner og ritualer for tilegnelse; se Martin 1981. Forsøk på å omdefinere rollen som publikum og gjøre *publikum til deltaker*, resulterer gjerne i en rituell form for deltakelse, jf. f.eks. Yoko Onos installasjon på Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst sommeren 2002, der publikum ble tildelt oppgaven å slå inn spiker i en hvit tavle, og der mange lydig fulgte denne oppfordringen eller instruksjonen.

aler som ble skissert ovenfor: Tilegnelsen foregår gjerne i sammenhenger der det er fysisk nærhet med mange personer, og der det som blir formidlet overfor publikum skaper felles fokus blant de tilstedeværende. Svært ofte går dette sammen med institusjonaliserte forventninger om visse typer emosjonell orientering. De klareste eksemplene på denne konstellasjonen finnes i tilknytning til scenekunst og konserter. Publikum på en forestilling er fysisk nær hverandre og har som regel oppmerksomheten rettet mot det som foregår på scenen, det forventes oppmerksomhet, ofte stillhet, og forhåndstaler og anslag gir en pekepinn om hvilke emosjonell orientering som passer (drama, komedie, seriøst, krevende, livsbejaende, osv.). Hvor sterke følelser av tilhørighet og innforståthet som etter hvert fremkalles avhenger selvfølgelig av genre og kontekst. Uansett kan opplevelser av denne typen gi de tilstedeværende en følelse av å ta del i *kulturlivet*, og dermed bidra til å bekrefte deltakernes identitet som personer med interesse og forståelse for kunst og kultur.

En opplagt innvending mot dette perspektivet er at det finnes andre gener og uttrykk enn scenekunst og konserter, og at publikum der befinner seg innenfor en annen struktur. Mottakerne kan for eksempel være enkeltindivider som befinner seg i en privat sammenheng. Det klareste eksemplet på dette er litteraturpublikum. Selv om det finnes litteraturfestivaler, poesifestivaler og opplesningskvelder med forfattere, er lesing i hovedsak en individuell og privat aktivitet. Dette gjelder også andre gener og uttrykk, for eksempel formidles musikk i dag hovedsakelig via CD-er, mp3-filer, radio, TV og andre massemedier, og publikum kan da være separate individer. Det kan altså se ut til at mye kunst- og kulturtilegnelsen knapt har sosiale dimensjoner, og i hvert fall ikke er preget av å være viklet inn i sosiale ritualer.

Som sagt har ikke all kunst- og kulturtilegnelse en sosial dimensjon. Det er opplagt mest nærliggende å anvende teorien om interaksjonsritualer i sammenhenger der en forsamling overværer fremførelser på en scene. Men det er lett å overse ett forhold: Tilegnelse av litteratur dreier seg svært ofte om noe mer enn å lese i ensomhet. En viktig del av tilegnelsen er å snakke med andre om det man har lest, presentere egne tolkninger og respondere på andres vurderinger. Og selv om musikk for en stor del blir mottatt på en individualisert måte, for eksempel gjennom hodetelefonene til personer som forflytter seg i det offentlige rom, så er det å snakke om musikk, utveksle meninger og felle estetiske dommer, osv., for mange en svært viktig del av tilegnelsen. Slike samtaler og vurderinger skaper sekvenser av inter-

aksjonsritualer som kan gi emosjonell energi og generere en felles medverden.¹⁰² De estetiske objektene som samtalen kretser rundt skaper et felles fokus, og både samstemthet og divergenser kan gi deltakerne emosjonell energi. Selv en samtalesekvens der deltakerne utveksler sarkastiske kommentarer om «det rituelle» ved en vernissasje, kan, med utgangspunkt i de foregående betraktningene, analyseres som en form for ritual der det etableres innforståthet mellom deltakerne. Slike dagligdagse interaksjonsritualer har ikke den overveldende effekten som store seremonier kan ha. På den annen side forekommer de mye hyppigere, og er gjerne kjedet sammen i omfattende nettverk. Vi kan derfor se for oss at de rituelle sidene ved tilegnelse av for eksempel musikk foregår på to nivåer:

- (1) Et dagligdags nivå som består av kjeder av samhandlingsritualer der smakskulturer bygges ved at en rekke personer forholder seg med interesse, iver, intensitet osv., til de samme objektene og temaene, og et stykke på vei samstemmer i sine vurderinger.
- (2) Et mer ekstraordinært nivå som består av konserter som skaper et felles fokus som er i stand til å trollebinde en hel forsamling og gi et sterkt emosjonelt løft, og som i noen tilfeller gir «en opplevelse for livet».

Som tidligere omtalt i kapitlet om utdanningseffekter, kan estetiske objekter være spesielt egnet for å danne felles fokus i samhandlingsritualer som binder sammen små grupper av relativt mobile, velutdannede, personer, fordi kunst og kultur kan danne kommunikasjonskoder og kommunikative genrer som er tilstrekkelig generelle til å fungere på tvers av ulike miljøer i relativt anonyme, urbane omgivelser. Videre kan kunst og kultur formidle verdier knyttet til «tidsmessighet» og «symbolbeher-skelse», som er viktige kvaliteter for identitetsbyggingen til mange personer i «de nye mellomlagene».

Sosialiseringskunstens utside

Så langt i dette kapitlet har målet vært å reflektere systematisk over hvordan ulike sosialitetsformer oppstår rundt tilegnelse av kunst og kultur, og hvordan interessefellesskap, engasjement for kunstens verdier og

102 «Med-verden» kan kort beskrives som en situasjon der bevisstheten til flere aktører synkroniseres i tid. For en inngående fremstilling av hva som ligger i begrepet, se Schutz 1972.

deltagelse i ulike interaksjonsritualer, bidrar til dette. Gruppedannelsene og andre sosialitetsformer kan være selvforsterkende når de først har oppstått. Organisering av publikumsgrupper og informasjonsnettverk kan bidra til at det akkumuleres mer informasjon om det aktuelle kulturfeltet, og dermed mer informasjon å fordype seg i for den som er interessert. Kommunikasjon og deltagelse i feltets ritualer kan være med på å ytterligere styrke de kulturelle verdsettingene man samles om. Det eksisterer innarbeidede konvensjoner for å beskrive forhold av denne typen, som spesielt legger vekt på kunstens og kulturens bidrag til å skape «verdifulle fellesskap». Disse konvensjonelle beskrivelsene forsterkes av oppfatninger om at livet i moderne samfunn er fragmentert og retningsløst, og at mennesker derfor trenger noe å samles som peker ut over øyeblikket, og som rommer viktige verdier. Kunst og kultur ser ut til å kunne være nettopp det. Men alt som forener innad, har også en utside.

Som nevnt kan tilhørighet til bestemte publikumssegmenter skape sosialitetsformer gjennom å innstifte forskjell til det som er disse formenes utside. Samhandlingsritualer bidrar ikke bare til forhøyet emosjonell energi og internt samhold, men også til å trekke tydeligere grenser i forhold til omgivelsene. Det som skaper felles fokus innenfor grupper og nettverk kan, uten at det er tilsiktet av noen, komme til å markere distanse til det som er utenfor.¹⁰³ Sosialitetsformer knyttet til tilegnelse av kunst og kultur kan under bestemte betingelser være et bindeledd mellom det Bourdieu kaller «kulturell kapital» og «sosial kapital», for eksempel ved at et visst nivå av kulturell interesse og kompetanse fungerer som en nøkkel som gir tilgang til et større sosialt felt eller nettverk (Bourdieu 1986). Prosesser som dette kan kaste lys over den tidligere omtalte tendensen til at bestemte publikumssegmenter, særlig i småbyer og på mindre steder, i praksis kan fungere som en type sosiale klubber. Sosialitetsformer av denne typen er formelt sett ikke eksklusive, tvert imot er de i utgangspunktet åpne for alle interesserte. Men fordi kunst- og kulturinteresser er sosialt segmentert (som vist i del I), bygger disse sosialitetsformene opp under og forsterker samholdet blant dem som sogner til bestemte smakssegmenter, for eksempel personer med høyere utdanning. Dette resonnementet innebærer ikke at det må eksistere grunnleggende

103 I artikkelen «Ritualer som innstiftende handlinger» peker Bourdieu på at en av de viktigste performative ytelsene til et ritual, uavhengig av det konkrete innholdet i ritualet, er at det instituerer en grunnleggende distinksjon mellom et «oss» som rituallet angår og «de andre» som det er uaktuelt for (Bourdieu 1996b).

atskilte klasser og klassekulturer, slik det gjerne blir forutsatt fra marxistisk og populistisk hold. Utgangspunktet er heller at det finnes lokale statusgrupper som har affinitet til ulike kulturelle former, og at disse formene derfor kan komme til å fungere som en type gruppesymboler som differensierer mellom lokale «inne»- og «ute»-grupper (Douglas 1970; Bauman 2000). Hvorvidt disse gruppene uttrykker mer omfattende sosiale ulikheter og overlapper med økonomiske skillelinjer, er et åpent spørsmål. Det er også et åpent spørsmål om tilgang til, eller avstand fra slike grupper, har noen betydning for personers livsjanser, eller om det først og fremst har betydning for deltakernes sosiale identitet.

KAPITTEL 6

Sosialitet, familiaritet, tilhørighet og identitet

Et mye omtalt trekk ved moderne samfunn er at folk ikke lenger identifiserer seg med omfattende kollektiver eller organisasjoner. Folk bygger i mindre grad sin identitet rundt nasjonal tilhørighet, klassebakgrunn, standsære, religiøs tro og slektskap, og bygger i større grad sin identitet rundt ideen om individet.¹⁰⁴ Det er ikke entydig hvordan disse generelle trekkene påvirker den sosiale organiseringen av kunst- og kulturpublikum. Det er logisk sett to muligheter: Den ene er at kulturlivet følger det samme mønsteret som utviklingen i samfunnslivet for øvrig, og at kulturlivet derfor blir stadig mer preget av individuelle preferanser og tilegnelsesformer. Den andre er at kulturlivet representerer en motvekt mot det som er hovedmønsteret og opprettholder reminisenser av tidligere sosialitetsformer, til dels som en kompensasjon for noe som ellers er gått tapt. I praksis kan det selvfølgelig finnes mange mellomformer og kombinasjoner av disse mulighetene.

Noen trekk peker i retning av at kulturlivet kan fungere som en motvekt, eller komplementært. Deler av kunst- og kulturlivet dyrker en stil og stemning som bidrar til å bevare noe av den sakrale atmosfæren som tidli-

¹⁰⁴ Den franske sosiologen Émile Durkheim hevdet allerede for over ett århundre siden at «kulturn rundt individet» er et kjennetegn ved moderne samfunn.

gere var forbundet med religion, og som forsvinner med overgangen fra kollektive til personlige ritualer. Som tidligere nevnt kan scenekunst og konserter være strukturert på måter som gjør at evenementene fungerer som ritualer der deltakerne får fornyet emosjonell energi og bekreftelser på sin identitet. Den ganske utbredte interessen for å formidle ikke-sakral musikk via kirkekonserter, kan kanskje fortolkes som uttrykk for et ønske om at musikken skal fremføres i en kulturell enklave som viderefører en rituell forbindelse med det sakrale. Det er også ofte blitt bemerket at konserter med rock og beslektede musikkformer kan ha en rituell struktur som minner om det kultiske, og at dette kan bidra til noe i retning av ekstatiske erfaringer blant publikum (Danielsen 1986). Dyrking av kunstens og kulturlivets mestere og stjerner kan også anta halvreligiøse dimensjoner. På den annen side kan den idoldyrkingen som formidles gjennom moderne massemedier fortolkes som et tegn på tiltagende individualisering.

Hovedmønsteret innenfor kulturlivet ser da også ut til å være det samme som i samfunnslivet for øvrig. Det å ha en individuell smak og individuell dømmekraft i estetiske anliggender blir stadig fremhevet som etterstrebbelsesverdige idealer. Bruken av kunst og kultur i forbindelse med store offentlige ritualer fortøner seg ofte hul, og blir møtt med skepsis fra innflytelsesrike aktører i kunstfeltet. Norske nittenhundretalls-poeter kunne tjene til det daglige brød ved å skrive kantater til offentlige innvielsesseremonier, en praksis som i dag fortøner seg latterlig og kunstnerisk diskrediterende. Og selv om kunst og kultur som uttrykker nasjonal identitet fortsatt har betydelig oppslutning, er ikke dette noe som mobiliserer store grupper. Ideen om kunst og kultur som del av samfunnsklassers politiske prosjekter har stort sett mistet sin tilterkningskraft. De sterke koblingene mellom slekt, standsære og fast tilknytning til bestemte arenaer for kunst- og kulturformidling har også forvitret (faste plasser i teatre går for eksempel ikke lenger i arv i «kondisjonerte» slekter).

Det er likevel en feilslutning å tro at dette innebærer at alle erfaringer folk nå gjør som publikum er strengt individuelle erfaringer. Moderniteten leder ikke bare til økt individualisme, men også til en sterk vektlegging av intimitet, særlig intimitet knyttet til parforhold.¹⁰⁵ Parallelt med den svekkede tilknytningen til slekt, har det skjedd en intensivering av nære familiebånd, og ikke minst parforhold. Ved siden av det Durkheim kalte «kulten rundt individet», så må «kulten rundt parforholdet» regnes som en del av det moderne samfunnets «sivilreligion». Aldri, i noen tidligere

105 Se Giddens 1992; Beck og Beck-Gernsheim 1995.

epoke, har en så stor del av befolkningen levd i parforhold som i dag.¹⁰⁶ Hvis vi skal studere sosialitetsformer knyttet til kunst- og kulturbruk, er det derfor gode grunner til å se disse i sammenheng med de små og typisk moderne sosiale enhetene som dannes av par og av nærmeste familie.

Resepsjon og intimitetsritualer

Figur 29 viser opplysninger om et utvalg av «publikumsenheter» som oppsøkte en del kunst og kulturtilbud i Oslo og omegn sommer/høst 2002. Informantene ble bedt om å svare på om de var på stedet alene, eller sammen med andre. Hvis det siste alternativet passet, ble de bedt om å svare på hvor mange andre de var ifølge med, og spesifisere relasjonen til disse andre nærmere. På grunnlag av dette er det mulig å lage en oversikt over de ulike «publikumsenheterne» som informantene var del av. Begrepet «publikumsenheter» viser altså til den sosiale enheten som den enkelte blant publikum inngår i der og da, dvs. om informanten er der alene, er der som del av et par (av en eller annen type), eller er der del av en gruppe på 3 eller flere personer.

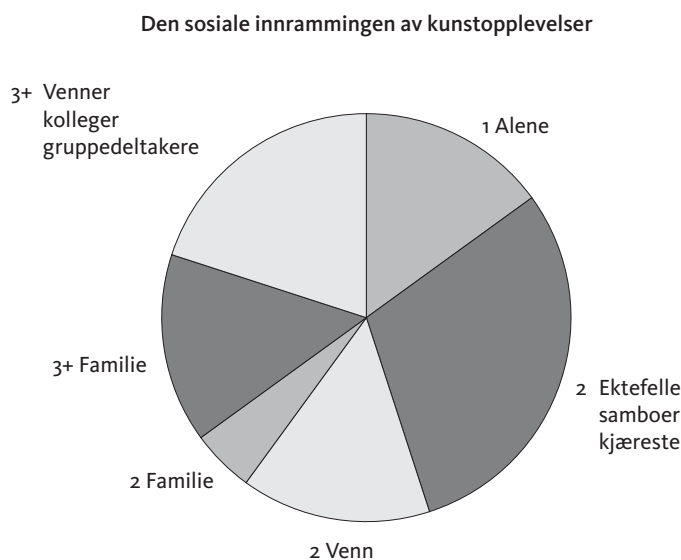
Som den fremgår av figur 29, er den største gruppen publikumsenheter «par» som klassifiserer seg som «ektefeller/samboere/kjærester» (30 % av respondentene var del av disse parene).¹⁰⁷ Den neste «par-kategorien», «familie» (der 5 % av respondentene hører med), består av par som tilhører samme familie, men som ikke er ektefeller eller samboere; som oftest mor og ett barn, eller far og ett barn, men kanskje også ett og annet søskenpar. Alt i alt var halvparten av respondentene til stede sammen med en annen person, altså som del av et par. Det var også en betydelig andel respondenter (15 %) som var der som del av en familiegruppe på tre eller flere personer, eller som del av en vennegruppe på tre eller flere personer (20 %). Blant respondentene var det 15 % som opplyste at de var på arrangementet alene.

Denne fordelingen indikerer en markert tilbøyelighet blant par, og da spesielt blant ektefeller, samboere og kjærester, til å oppsøke kunst- og

106 Økende antall skilsmisser indikerer ikke nødvendigvis at parforhold har fått mindre betydning. Tvert imot kan det tolkes som et uttrykk for større selektivitet når det gjelder å finne den rette. Bestrebelsene på å oppnå anerkjennelse for homofilt samboerskap kan også tolkes som et uttrykk for den generelle vektleggingen av parforhold.

107 Sannsynligvis er 30 % et moderat anslag, fordi noen av parene som er plassert seg i kategorien «venner» kan antas å være i ferd med å etablere seg som kjærestepar, uten at de er rede til å bruke denne betegnelsen eksplisitt. Det kan dessuten være enkelte homofile par som foretrekker betegnelsen «venner».

kulturarrangementer. Det kan selvfølgelig hevdes at par er noe man finner alle steder, men det er likevel grunn til å tolke denne høye andelen som noe mer enn en tilfeldighet. Spesielt supplert med observasjoner og informasjon fra informanter som ble intervjuet på F15 og Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst, er det gode grunner til å se dette som et uttrykk for at felles erfaringer med kunst- og kulturuttrykk kan fungere som *integrasjonsritualer i parforhold*, i hvert fall mellom personer som allerede har en viss interesse for kunst og kultur.



Figur 29 Figuren viser fordelingen av ulike «publikumsenheter» tilknyttet personer som oppsøkte ulike kunst- og kulturtilbud i Oslo og omegn. Tallene angir hvor mange personer «publikumsenhetene» besto av (1 betyr at respondente var alene, 2 betyr at respondente var del av et par, og 3+ betyr at respondente var sammen med 2 eller flere personer). Tallmaterialet er hentet fra svar på spørreskjemaer fra 920 personer som var publikum på Ultimafestivalen, F15, Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst, Blå, Nationaltheatret, Oslo Konserthus (Oslo-Filharmonien + Göteborg-symfonikerne) eller Nasjonalgalleriet sommer/høst 2002.

Hvis vi forsøker å gi litt fenomenologisk substans til realitetene bak disse tallene, er det for eksempel nærliggende å trekke frem den sosiale konteksten rundt teaterbesøk (11 % av respondentene i datamaterialet var teaterpublikum). Teaterbesøk er svært ofte del av et mer omfattende sosialiseringsseritual som gjerne inkluderer en viss oppdressing i forkant, og ofte restaurantbesøk i

etterkant. Teater er derfor en av de foretrukne kulturelle utspreidelsene blant arbeidskolleger fra firmaer eller etater som markerer noe, eller bare ønsker å ha en sammenkomst. I kontrast til dette er den avdempede og lett sakrale atmosfæren som ofte preger kunstutstillinger egnet til å skape en rituell ramme av mer kontemplativ art rundt parforhold, og er derfor en egnet arena for å underbygge og kanskje utdype denne sosialitetsformen. Dette gjelder ikke utstillingenes rituelle høydepunkt, vernissasjen, som ofte kan arte seg som en feiring blant det assosierte publikummet, men som også er et høydepunkt for utvekslinger i skjæringspunkter mellom kulturell og sosial kapital.

Hvorfor oppsøker ikke flere enn 15 % av respondentene disse kunst- og kulturarrangementer alene? Burde ikke strengt individuell tilegnelse vært en foretrukket form for resepsjon av kunst og kultur? Skal ikke kunsten nettopp være en formidler individuelle, ikke-identiske, erfaringer? Er ikke forsøk på sosiale innramminger av den høyst individuelle kunsttilegnelsen grunnleggende forstyrrende? En grunn til at så få oppsøker de aktuelle utstillingene, konsertene og forestillingene alene, kan selvfølgelig være at det oppleves som uforenlig med et ideal om være en sosialt vellykket person. Men det er mer trolig at tilbøyeligheten til å oppsøke arrangementene sammen med andre skriver seg fra at disse utstillingene, konsertene og forestillingene erfares som sosiale situasjoner, og at de taper noe av sin mening hvis opplevelsen ikke kan deles med andre.

I forlengelsen av dette kan det være interessant å spekulere litt rundt hvilke konsekvenser det kan ha for resepsjonsteori og estetisk teori at folk foretrekker å oppsøke slike arrangementer sammen med andre, og særlig som del av et par. Kritikere og spesialister på estetikk kan godt tenkes å være overrepresentert i den kategorien personer som oppsøker kunst- og kulturarrangementer alene. I den profesjonelle orienteringen ligger det i hvert fall føringer i retning av at det sentrale må være det estetiske materialet som presenteres, og ikke de sosiale rammene rundt presentasjonen. I tråd med dette ser det ut til å være en underforstått forutsetning i resepsjonsteori og estetisk teori at det er individuelle subjekter som tilegner seg verk, bearbeider dem og skaper assosiasjoner i sin individuelle psyke.¹⁰⁸

108 Det vil si, dette ser ut til å være en underforstått forutsetning i den grad en mottaker i det hele tatt tenkes å være involvert. Mange betraktninger om kunstens virkningshistorie, spesielt i forhold til resepsjon av billedkunst, er fullstendig «verk-sentrert». Konstitueringen av verkens mening fremstilles en slags dialektikk på objektsiden, som utfolder seg ganske uavhengig av hvordan disse verkene blir mottatt, fortolket og brukt av et subjekt eller av aktører.

Men dersom resepsjonsteori skal være et bidrag til å fortolke reelle resepsjonsprosesser – og ikke bare være en normativ teori, eller en teoretisk bearbeiding av teoretikerens egne, individuelle erfaringer – kan det være interessant å reflektere nærmere over at de enhetene som svært mye kunst og kultur i praksis henvender seg til ikke er individer, men små sosiale systemer. Dette har særlig relevans for resepsjon av billedkunst, fordi galleripublikum ofte består av personer i par som betrakter det som er stilt ut mens de samtidig er involvert i samtaler og annen kommunikasjon seg imellom. Det kan derfor være gode argumenter for at verkene bør fortolkes i forhold hvordan de intervensjoner og skaper forstyrrelser i en allerede pågående samtale innenfor et lite sosialt system. Verkenes måte å penetrere denne typen kommunikasjonssystemer på kan tenkes å være vel så interessant som deres evne til å produsere emosjoner og assosiasjoner i en individuell, meditativ bevissthet. Sett mot denne bakgrunnen kan en «kommunikativ vending» i resepsjonsteori tenkes å være mer interessant enn diverse «lingvistiske vendinger».

Resepsjonens sosiogeografi

En annen, og langt løsere, sosialitetsform som fortsatt har relevans i moderne samfunn er stedstilhørighet. Dette kan kanskje virke som en tvilsom påstand siden høy mobilitet regnes som et typisk trekk ved moderniteten.¹⁰⁹ Fra og med modernismens gjennombrudd i kunsten har ideen om en nyskapende kunst som opererer på tvers av geografiske og sosiale skiller vært toneangivende. Men idealet om en autonom og sosialt frikoblet kulturell sfære støter mot praktiske begrensninger. På tross av økende «kulturisme», har de fleste i praksis ikke mulighet til å være del av et sosial og geografisk frikoblet, kosmopolitisk, publikum, og er for en stor del henvist til massedias representasjoner av det som forgår rundt i verden. I realiteten legger derfor lokale, regionale og nasjonale rammer klare føringer på hvilke typer arrangementer ulike segmenter blant publikum oppsøker. Det er også tegn til at fysisk nærhet til institusjoner og arenaer for kunst- og kulturformidling kan gi et slags eieforhold til dem. Dette samsvarer med en antagelse om at visse former for stedstilhørighet fortsatt har stor betydning for folks identitet og aspirasjoner. Et par viktige indikatorer på hvilken betydning dette blir tillagt er boligstrukturen og eiendomsmarkedet, særlig i større byer. Blant deler av befolkningen er

¹⁰⁹ For ikke å snakke om ved det som i kiosklitteraturen kalles «postmoderne samfunn».

det for eksempel stor betalingsvilje for å kunne bosette seg i bestemte bydeler. Har dette relevans for de sosialitetsformene som preger kunst- og kulturpublikum? Ja, uten videre, siden nærhet til kunst- og kulturtilbud er et argument som ofte brukes for å begrunne at bestemte boligstrøk er «attraktive».

For å få et mer realistisk utgangspunkt for å diskutere noen av disse forholdene kan det igjen være nyttig å se på noen statistiske fordelinger: Hovedmønsteret som fremkommer i vår spørreundersøkelse når det gjelder publikumsgeografi, er at en anseelig andel, 41–87 %, av publikum ved arrangementene opplyser at de er bosatt i det fylket der arrangementer foregår (se tabell 3). Dette er ikke overraskende, fordi vi kan anta at de fleste kunst- og kulturtilbud tiltrekker seg folk som bruker ettermiddager eller fridager i helgen til å oppsøke noe som er innen rimelig rekkevidde. De arrangementene som foregår i feriemånedene (i denne undersøkelsen Fests spillene i Nord-Norge og Moldejazz) vil av praktiske grunner ha større muligheter for å tiltrekke seg tilreisende. Størst «selvrekuttering» finner vi, ikke overraskende, i Oslo og Akershus. Dette skyldes neppe at interessen for kulturtilbud er et overveiende urbant fenomen. I første rekke henger det nok sammen ned rent kvantitative forhold. Når ca. 1/5 av Norges befolkning er hjemmehørende i denne regionen må det en relativt stor kulturell valfarting til for at tilreisende skal kunne utgjøre en betydelig andel av publikum ved kulturarrangementene i hovedstaden. På den annen side er vel Oslo det stedet i landet hvor det er flest tilreisende og flest «kulturister», noe som til en viss grad kan virke utjevne i forhold til den geografiske rekrutteringen av publikum.

Ser vi på de to institusjonene i undersøkelsen som både i navnet og formelt sett regnes som nasjonale kunstinstitusjoner, nemlig Nasjonalgalleriet og Nationaltheatret, så viser resultatene en lokal (Oslo-basert) publikumsandel ved disse institusjonenes på henholdsvis 65 % og 58 %. Inkluderer vi nærområdet til Oslo, altså Akershus fylke, øker den lokale publikumsandelen til henholdsvis 83 % og 80 %. Dette er en lokal oppslutning som ligger noe høyere enn hva vi finner for en av de sentrale arenaene for samtidskunst i Oslo, nemlig Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst, der publikum fra Oslo og Akershus utgjør 78 %. Det nærmer seg nivået for Oslo-klubben Blå, der 91 % av dem som har svart på spørreskjemaet opplyser at de kommer fra Oslo eller Akershus. Alt i alt viser dette at «nasjonale kunstinstitusjoner» primært er nasjonale symboler og ikke nasjonale arenaer, selv om publikumsfordelingen kan være noe annerledes i sommermånedene.

Tabell 3 Geografisk tilhørighet for et utvalg av personer som var publikum ved ulike arenaer for kunst- og kulturformidling (sommer/høst 2002), fordelt på om respondentene har postadresse i kunst- og kulturarenaens «hjemfylket» og i «hjemfylket» samt nærmeste «nabofylke». Prosent (N= 1283).

	Publikumsandel(%)		(n)
	Publikumsandel(%) fra «hjemfylket»	fra «hjemfylket» og fra nærmeste «nabofylke»	
Litteraturfestivalen	53	58	(40)
Festspillene i Nord-Norge	66	79	(209)
Moldejazz	41	47	(123)
Ultimafestivalen	71 (81)*	86	(166)
Galleri F15	44	64 (94)**	(190)
Astrup Fearnley Museet	68 (72)*	78	(114)
Blå	87 (91)*	91	(140)
Nationalteatret	58 (73)*	80	(81)
Oslo-Filharmonien	53 (70)*	86	(118)
Nasjonalgalleriet	65 (75)*	83	(102)

* Tallet i parentes viser prosentsatsen dersom akershuskommunene Bærum og Akser også regnes med.

** Tallet i parentes viser prosentsatsen dersom både Akershus og Oslo regnes med som nabofylker.

To av festivalene viser et annet mønster når det gjelder publikumsgeografi. På Moldejazz og Litteraturfestivalen (også kjent som Sigrid Undset-festivalen, Lillehammer) er det et visst innslag av tilreisende fra andre landsdeler. Det er ikke snakk om noen massiv tendens, men fordelingene gir like fullt en viss støtte til den vanlige oppfatningen om at festivaler er happening som tiltrekker seg «kulturister» og andre reisende i kultur (et mønster som også ser ut til å prege de største rockefestivalene og f.eks. Infernofestivalen). Festspillene i Nord-Norge og Ultimafestivalen passer ikke inn i dette mønsteret, siden den geografiske rekrutteringen her i hovedsak er «lokal» (i den grad avstandene i Nord-Norge kan kalles «lokale»). Når det gjelder Festspillene i Nord-Norge, skyldes dette sannsynligvis at festivalen har en klar regional profil og satser mer på breddekultur enn tematisk spesialisering. Når det gjelder Ultimafestivalen, ser ut til at denne festivalen i enda større grad henter sitt publikum fra Oslo enn tilfellet er for Oslo-baserte institusjo-

ner som Nationaltheatret, Nasjonalgalleriet og Oslo-Filharmonien. Det henger etter alt å dømme sammen med to forhold, nemlig at Ultima-festivalen for en stor del er en profesjonsfestival med oppslutning fra et Oslo-basert profesjonsmiljø,¹¹⁰ og at festivalen i mindre grad enn de andre har preg av å være en happening, og for en stor del består av en koordinering av programmene ved etablerte Oslo-institusjoner, samt arrangementer med utgangspunkt Musikkhøyskolen.

Dersom vi konsentrerer oss om arrangementene som foregår i Oslo, og ser på hvor i Oslo og omegn publikum her kommer fra, gir tabell 4 en interessant oversikt.

Tabell 4 Fordeling av postadresser i Oslo, samt Bærum/Asker og «Annet», blant et utvalg personer som var publikum ved ulike arenaer for kunst- og kulturformidling i Oslo (sommer/høst 2002). Prosent (N= 732).

Adresser		Kunst- og kulturarena i Oslo						Total
		Ultima	Astrup Fearnley	Blå	National-theatret	Oslo-Filharmonien	Nasjonalgalleriet	
Oslo	Oslo 1	11	14	19	5	2	3	10
	Oslo 2	6	6	7	7	11	14	8
	Oslo 3	8	8	9	13	12	13	10
	Oslo 4	9	7	15	7	3	6	8
	Oslo 5	12	11	22	5	4	3	10
	Oslo 6	6	8	5	5	2	5	5
	Oslo 7	5	6	2	7	9	4	5
	Oslo 8	7	4	4	4	4	7	5
	Oslo 9	0	0	1	0	1	3	1
	Oslo 10	1	0	0	0	0	2	0
	Oslo 11	4	4	3	4	3	5	4
	Oslo 12	1	1	1	0	1	1	1
Bærum/Asker		10	10	4	4	15	17	10
Annet		23	22	27	9	28	32	26
Total	%	100	100	100	100	100	100	100
	(n)	(172)	(114)	(140)	(82)	(122)	(102)	(732)

¹¹⁰ Festivalen har også et visst innslag av tilreisende fra profesjonsmiljøer i utlandet, noe som ikke blir fanget opp i denne norskspråklige spørreundersøkelsen.

I tillegg til de vanlige områdene for postadresser i Oslo, er Bærum og Asker tatt med fordi deler av disse kommunene representerer en ytre bysone rundt Oslo vest, og fordi noen av de kunst- og kulturarenaene som er med i undersøkelsen har en betydelig del av sitt kjernepublikum i dette området. Det er en klar tendens til sosio-geografiske «klynger» i fordelingsmønsteret. For å gi et enkelt bilde av disse klyngene kan vi ta for oss hver av de seks arenaene for kunst- og kulturformidling og legge sammen prosenttallene til de tre postdistriktene som har høyest publikumsoppslutning på hvert av stedene. Vi finner da en tydelig klynge som består av områdene Oslo 2, Oslo 3 og Bærum/Asker og de tre institusjonene Oslo-Filharmonien (39 %), Nasjonalgalleriet (36 %) og Nationaltheatret (35 %). Prosenttallene viser hvor stor andel av publikum som kom fra de tre nevnte områdene, og gir med andre ord et uttrykk for hvor konsentrerte klyngene er. Nesten 40 % av utvalget av publikum som var på konserter med Oslo-Filharmonien, kom altså fra Oslo 2, Oslo 3 eller Bærum/Asker. I følge tallene i undersøkelsen har altså Oslo-Filharmonien, Nasjonalgalleriet og Nationaltheatret en tydelig tilknytning til vestlige bydeler.

En annen sterk geografisk klynge er knyttet til klubben Blå.¹¹¹ Hele 56 % av publikummet som var med i undersøkelsen herfra, opplyste at de hadde bosted i Oslo 1, Oslo 4 eller Oslo 5. Den Grünerløkka baserte klubben viser altså en tydelig tilknytning til sentrum-øst. De to institusjonene Ultimafestivalen og Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst, viser også en viss affinitet til sentrum-øst, men har et mer heterogent geografisk nedslagsfelt.

Hva betyr disse geografiske konsentrasjonene? De har selvfølgelig en viss relasjon til avstander i det fysiske rommet. Men bydeler er noe mer enn det fysiske rommet.¹¹² Det er også konsentrasjoner av personer med bestemte sosiale kjennetegn. Bydelene rundt musikk-klubben Blå er preget av en ung befolkning med relativt høy utdanning og urban identitet.¹¹³ Den store andelen av publikum på Blå med bosted i omkringliggende bydeler sier selvfølgelig noe om bekvemlighetshensyn blant publikum. Men det forteller også om betydningen av å ha et nærmiljø, og

111 *Blå* har, som tidligere nevnt, status som nasjonal jazz-scene; med vekt på ny jazz og beslektede musikkformer.

112 Se i denne forbindelse Bourdieus diskusjon av «Et steds betydning»; Bourdieu 1996b.

113 For nærmere detaljer om dette, se Dalsgaard-Rørvik 2004.

om betydningen av Blå som et sted for å bygge opp og bekrefte en identitet som ung, moderne, velorientert Grünerløkka-beboer. På lignende måte kan vi se for oss at tilknytning til Oslo-Filharmonien ikke bare er en anledning til å høre symfonisk musikk, men også til å bekrefte en identitet som et dannet, kulturinteressert menneske fra Oslos vestre bydeler.

Jeg har tidligere vært inne på at sosialitetsformer ikke bare integrerer, men også skaper skiller eller distinksjoner rundt det som er deres utside. Det gjelder også løse sosialitetsformer knyttet til løse sosio-geografiske identiteter. Et like slående trekk ved den geografiske fordelingen av publikum i Oslo som de tidligere omtalte klyngene, er den lave oppslutningen blant innbyggere fra østlige bydeler. Det gjelder spesielt bydelene Oslo 9 og Oslo 10. Dette innebærer ikke bare en geografisk og sosial avskalling fra viktige arenaer for kunst- og kulturformidling. Det innebærer også en grunnleggende etniske segregering. I en by der rundt 20 % av befolkningen har pakistansk bakgrunn, viser vår publikumsundersøkelse ingen tegn til deltagelse fra denne gruppen. Det ligger opplagt ikke noen slik plan bak, men i praksis fungerer viktige kunst- og kulturarenaer i Oslo som «etnisk rensede soner».

DEL III

PUBLIKUM
SOM OFFENTLIGHET

Kunstoffentlighet

Som nevnt i innledningen henviste begrepet *publikum* opprinnelig til det samfunnsmessige og politiske. Forstått på denne måten er publikum et felt for *offentlig meningsdanning*, og derfor en viktig forutsetning for *demokratisk kultur*. Kunsten står i et ambivalent forhold til denne typen kultur: På den ene siden har deler av kunsten bidratt til å åpne opp kommunikasjonen om samfunnsmessige problemer, til å utvide synet på hvem som regnes som tilregnelige og betydningsfulle mennesker og hva oppfattes som verdifulle menneskelige erfaringer. For eksempel har fremstillinger i litteratur og malerkunst av livet til bønder, industriarbeidere, marginaliserte kvinner, kolonialiserte folk, fanger, etniske minoriteter, seksuelle nonkonformister, osv. – kort sagt livet til verdens glemte, undertrykte og moralsk fordømte – bidratt til å utvide folks horisont, og derigjennom skape en mer inkluderende kultur. På den andre siden har deler av kunsten definert seg gjennom distanse til enighet og felles verdier, og etterstrebet ulike varianter av estetisk elitisme.¹¹⁴ Denne ambivalensen i forhold til demokratisk kultur preger også forståelsen av publikums rolle i forhold til kunsten.

114 Det finnes en rekke eksempler på hvordan kunstnere i den tidlige borgerlige epoken forfektet aristokratiske idealer i motsetning til «flertallets tyranni» eller «massens tyranni», se f.eks. Fosli 1994; Bourdieu 1993. Den elitistiske kunstoppfatningen har også hatt en rekke profilerte talsmenn, se f.eks. Ortega y Gasset 1964; Groth 1974.

Begrepet kunstoffentlighet

Hvis kunst og kulturpublikum skal forstås som deltakere i en offentlighet, hva slags offentlighet dreier det seg om? Det må i utgangspunktet være en særegen offentlighetssfære, som vi her omtaler som *kunstoffentligheten*. Begrepet *kunstoffentlighet* er ikke innarbeidet i vanlig norsk språkbruk, men i praksis er ideen om en slik offentlighet grunnleggende for den sosiale organiseringen av kunst og kultur: Det å henvende seg til en offentlighet er en mer eller mindre uttalt premiss for kunstnerisk produksjon. Komplementært til dette forutsetter rollen som publikum at det er mulig å tilegne seg noe som blir formidlet til en offentlighet. Sist, men ikke minst, henter virksomheten til kritikere, formidlere og kunst- og kulturfortolkere mye av sin eksistensberettigelse fra pretensjoner om å skape og opprettholder denne typen offentlighet. Selv om en slik kunstoffentlighet i sitt vesen er omskiftelig, har den også noen mer stabile forutsetninger.

Ideen om en kunstoffentlighet står i et gjensidig avhengighetsforhold til forestillinger om *kunstnerisk seriøsitet*.¹¹⁵ Det å inngå i en kunstoffentlighet innebærer å krysse en uformell «seriøsitetsterskel». Selv om kunstverdenens regler for seriøsitet ikke er formelt kodifisert, så blir det forutsatt at kunstoffentligheten utgjør sfæren der man i praksis trekker opp grensene mellom det seriøse og det useriøse, det talentfulle og det talentløse, det engasjerende og det uengasjerende, det ekte og det uekte, mellom profesjonalitet og amatørisme, og, generelt, mellom kunst og ikke-kunst. På denne måten gir reaksjoner i kunstoffentligheten betydning til de arbeidene som blir presentert. Et slikt perspektiv på kunstnerisk betydning og verdi kan tjene som en korreksjon til den såkalte «institusjonelle kunstdefinisjonen», dvs. påstanden om at «kunst er det som formidles via anerkjente kunstinstitusjoner».¹¹⁶ Problemet med dette «institusjonelle» perspektivet – som ofte fremstilles som det sosiologiske perspektivet på kunst – er at det er fastlåst i det rent deskriptive, tillegger etablerte institusjoner for stor betydning, og ikke gir noen tilgang til å forstå og forklare prosesser som ligger bak kontroverser i kunstfeltet og endringer i synet på hva som er kunst. En omskriving av den «institusjonelle kunstdefinisjonen» i retning av at «kunst er det som anerkjennes som kunst i kunstoffentligheten», gir et perspektiv som i større grad vektlegger de definisjons-

115 For en diskusjon av kvalitet, og dermed indirekte seriøsitet, i kunsten, se Bjørkås 2004.

116 Howard Becker regnes ofte som en talsmann for dette «institusjonelle kunstsynet»; se Becker 1982.

prosessene og kontroversene som former det blir formidlet via anerkjente kunstinstitusjoner.

I kunstoffentligheten settes altså standarder for kunstnerisk seriøsitet. Det er dermed også en sfære der aktører kan skape engasjement og ergrelse gjennom å utfordre rådende forestillinger om kunstnerisk seriøsitet. For at denne typen utfordringer skal bli tatt alvorlig som *kunstneriske* utfordringer, kreves det like fullt at de blir oppfattet som uttrykk for en seriøs intensjon. En kunstoffentlighet kan nemlig bare opprettholdes hvis det eksisterer en utbredt overbevisning blant deltakerne om at det som foregår der er *viktig*. Med andre ord er *kollektiv tro på kunstens og kulturens betydning* en nødvendig betingelse for at en kunstoffentlighet skal være mulig.¹¹⁷

Etableringen av en kunstoffentlighet er også en forutsetning for den sosiale organiseringen av *kunst som et eget gjenstandsfelt*. Det er dermed en forutsetning for den moderne differensieringen som tilkjenner kunst en særegen status, atskilt fra religiøs og kultisk staffasje, håndverk og ornamentikk. Historisk sett har som kjent mange kunstneriske uttrykk sprunget ut av en brukssammenheng knyttet til religiøse eller verdslige seremonier. Etableringen av en kunstoffentlighet har bidratt til å løsrive kunsten fra slike sammenhenger. Presentasjoner i kunstoffentligheten innebærer også en løsrivelse fra det private. Det er stadig kunstnere som hevder at det de skaper utelukkende stammer fra indre impulser og private motiver. For at kunst skal kunne utgjøre en egen menings sfære, og overskride tilknytninger til personlige ritualer og individuell terapi, så må det som presenteres som kunst inngå i en større kontekst der det lokale og private får mulighet til å pirre interessen til et større publikum og dermed bidra til en mer omfattende kulturell kommunikasjon. Kunstoffentligheten gir denne konteksten, altså en kontekst som muliggjør den moderne organiseringen av kunst og kultur som et *relativt autonomt system*.

Eksisterer det en overgripende kunstoffentlighet?

Så langt er kunstoffentligheten blitt omtalt i entall, altså som om det skulle finnes *en* felles offentlighet av denne typen. Eksisterer det en overgripende kunstoffentlighet? Det er et komplisert spørsmål som neppe kan, eller bør, ha noe entydig svar.

¹¹⁷ Se Bourdieu 1979 for en analyse av hvordan formidling av kunst går sammen med en «produksjon av tro» på den spesifikt kunstneriske verdien til det som formidles.

På den ene siden er det mye som peker i retning av at det ikke kan finnes noen overgripende kunstoffentlighet, men bare lokale deloffentligheter. En rekke forhold splitter kunst- og kulturlivet, og etterlater et bilde av publikum som et virvar av segmenter. For det første er tilegnelsen av kunst og kultur sammenvevd med sosiale distinksjoner (Bourdieu 1984). Det er veldokumentert at kulturlivet lenge har hatt en uformell sosial struktur organisert rundt prinsipper som sosial status, alder og kjønn (jf. analysene av markedssegmenter i Del I). Dette gjør kunstresepsjon til et sosialt stratifisert felt, med sterke kategorier for klassifikasjon og inndeling, og begrensninger på kommunikasjon og mobilitet på tvers av grensene mellom ulike strata.¹¹⁸ For det andre har det, relativt uavhengig av sosiale distinksjoner, foregått en tiltakende differensiering og spesialisering i genrer og uttrykksformer innenfor kunsten. Dette har ført til at selv profesjonelle formidlere og kritikere ikke makter å ha oversikt over mer enn avgrensede segmenter, retninger og «ismer». Det kan se ut til at forestillingen om en overgripende kunstoffentlighet sprang ut av idealer om kulturell allmenndannelse som det ikke er mulig å leve opp til en globalisert verden der kulturproduksjon er en stadig voksende sektor, og der tilgangen på bidrag som gjør krav på kunstnerisk verdi er enorm. Det kan dessuten argumenteres for at begrepet «kunstoffentligheter» (med vekt på *kunst*) i seg selv fungerer splittende og ekskluderende heller enn samlende, fordi begrepet *kunst* har konnotasjoner som gjør at det klinger best i forhold til bestemte genrer og uttrykk; for eksempel fungerer begrepet «kunstfilm» snarere som en genrebetegnelse på visse typer film, enn som en allmenn kvalitetsbetegnelse innenfor dette mediet. Alt i alt peker dette i retning av at det er villedende å snakke om *en* overgripende kunstoffentlighet (særlig hvis denne skulle tenkes å være realisert på nasjonalt nivå), og det indikerer at vi heller bør se for oss et sett av partikulære kunst- og kulturoffentligheter med sine særegne publikumssegmenter. Slike deloffentligheter kan være organisert rundt bestemte nøkkelpersoner, lokaliteter, institusjoner, tidsskrifter, osv., som alle er assosiert med særegne publikumssegmenter. Utviklingen av spesialiserte Internettisider og nettbaserte diskusjonsgrupper kan tenkes å bidra ytterligere til en slik fragmentering.

På den andre siden kan det hevdes at selv om kunsten og kulturlivet aldri har vært, og aldri vil bli, et enhetlig system, så inngår kunst og kultur

¹¹⁸ For en utdyping av dette perspektivet på klassifikasjoner i kunst og kultur, se DiMaggio 1987.

i en «stor samtale» innenfor et diskursivt univers der stadig nye uttrykk blir inkludert og vurdert. Vi kan anta at dette over tid skaper forestillinger om «kunstens verden», «kunstens enhet», «kunstneren» og «kunstkjenneren»; kort sagt om *Kunsten* som en egen verden for seg. Hva avgrenser i så fall denne verdenen, og hvordan preger denne avgrensningen kunststoffentligheten og publikums rolle innenfor denne? Dette er selvfølgelig omfattende spørsmål som ikke kan tas opp i full bredde her. Det er likevel nødvendig å se på noen sider ved disse spørsmålene som har relevans for diskusjonen omkring hvordan kunststoffentligheten er konstituert og hvilken rolle publikum kan ha innenfor denne.¹¹⁹ Klassiske og klassisistiske forsøk på å avgrense kunstens verden gjennom å stille opp bestemte normer og regelsystemer ble forkastet fra og med romantikken. I stedet ble forestillingen om *god smak* et organiserende prinsipp for å avgrense en autonom kunstverden.¹²⁰ *Det smakfulle* ble dermed et praktisk kriterium for å vurdere kunst. Evnen til å skape kunst, og til å gjenskjenne og tilegne seg kunstverk, ble forstått som uttrykk *den gode smak*. Men, som Luhmann påpeker, var forestillingen om god smak nøye knyttet sammen med et sosialt hierarki der konvensjoner i de «kondisjonerte klasser» definerte hva som skulle telle som god smak. Luhmanns fremstilling er på dette punktet helt i tråd med Bourdieus sosioanalyser av smaken. Dette reiste ifølge Luhmann spørsmålet om hvorvidt kunstverdenen utelukket objekter og former med opphav utenfor en nokså snever sosial ramme og kulturkrets. Med bakgrunn i dette spørsmålet oppsto det kontroverser om forholdet mellom den etablerte kunsten og kulturen, og uttrykk som ikke fikk innpass i de sosiale sirklene som omga dette etablissementet, jamfør kontroversene om statusen til folkekunst og folkekultur, klassespesifikk kunst og kultur, «uskjønn» kunst og kultur, etnisk kunst og kultur, regional kunst og kultur; osv. Luhmann hevder at forsøkene på å innramme høyverdig kunst og kultur med utgangspunkt i forestillingen om «god smak» brøt sammen fordi dette viste seg snevert og partikularistisk, og at det derfor måtte etableres alternative kriterier for å avgrense kunstens verden.¹²¹ Prinsipielt sett har Luhmann sikkert rett i at «god smak» som kriterium for kunst måtte overskrides. Det er likevel ikke tvil om at mange, slik Bourdieu viser, fremdeles holder fast ved forestillingen om «den gode

119 Den viktigste referansen for denne diskusjonen om kunstsystemets grenser er Luhmann 2000.

120 Luhmann 2000: 80–81, 164, 200–201, 240–241.

121 Luhmann 2000: 81, 275–276.

smak» som avgrensningskriterium for kunst, og går ut ifra at det er dette som må sette standarder i kunstoffentligheten.¹²²

Fins det alternativer til «den gode smak» for å avgrense hva som er relevant i kunstverdenen, og for å sette standarder i en overgripende offentlig diskurs omkring kunst og kultur? Mange kunstnere er kritiske til ethvert forsøk på å avgrense kunsten og kunstverdenen fordi dette oppfattes som hemmende for en kunst som stadig finner nye uttrykk og medier. Men denne skepsisen går paradoksalt nok ofte sammen et dypt engasjement i å kommunisere om hva kunst er og bør være. Det er også åpenbart at de fleste som engasjerer seg i denne typen kommunikasjon ikke ønsker at vurderingskriteriene innen kunst og kultur skal være et emne for folkeavstemninger eller vilkårlig synsing, men tvert imot være noe som defineres innenfor en kvalifisert kunstoffentlighet. Å skissere prinsipper som avgrenser kunstens verden fra andre sosiale systemer og meningssfærer, er da også noe ganske annet enn å forsøke å sette opp regler for kunstnerisk virksomhet.

I studien av *Kunsten som et sosialt system* peker Luhmann på hvordan fremveksten av ulike former for «2. ordens observasjon» av kunsten bidrar til å avgrense den som et eget system. Kunst- og kulturhistorie, estetisk teori og andre former for teoretisk refleksjon båret frem av spesialiserte *ekspertsystemer* har vist seg å skape et diskursivt felt som over tid har kunnet sammenstille, sammenligne og sidestille varierte bidrag fra ulike kunstformer.¹²³ På denne måten er det blitt skapt et felt som muliggjør møter mellom former og uttrykk som ellers ville forblitt atskilt i tid og rom, og av sosiale barrierer. Denne muligheten produserer ikke uten videre sammenheng og enhet. Det finnes mange eksempler på at forsøk på systematisering og refleksjon har bidratt til å bygge opp antagonistiske «skoler» og «ismer». Det er også mange eksempler på at bestemte genrer og uttrykk har utviklet en form for symbiose med ekspertsystemer, mens andre genrer og uttrykk har vært avskåret fra dette. Ekspertsystemer kan dessuten operere ut ifra ganske ulike forutsetninger (jf. hva som ser ut til å ha vært situasjonen innen musikklivet der det for eksempel har foregått lite kommunikasjon på tvers av de ekspertsystemene som er bygd opp rundt «folkemusikk», «samtidsmusikk» og «rock»). Men systematisering

122 Se Bourdieu 1984: Del I, for en kritisk analyse av det sosiale grunnlaget for forestillingen om «den gode smak» i forhold til kunstresepsjon.

123 For en analyse av rollen til ekspertsystemer i «sen-moderne samfunn», se Giddens 1990.

og teoretisk refleksjon åpner i prinsippet for en kommunikasjon som ville vært fullstendig blokkert i et system som fortsatt var organisert rundt forestillinger om «god smak».

Det er også grunn til å tro at institusjonelle forhold knyttet til den praktiske organiseringen av kunstformidling kan bidra til å bygge opp ideer om en felles kunstoffentlighet. F.eks. kan utdanningsinstitusjoner som samler ulike kunstutdanninger virke i denne retningen. Det samme gjelder kunstsentra som integrerer ulike typer kunstnerisk virksomhet. Et viktig tilskudd til dette er *festivaler* som legger opp til å inkludere ulike genrer og uttrykksformer, og presentere dette overfor et sammensatt publikum (spesialiserte festivaler kan tenkes å virke i motsatt retning, dvs. bidra til oppsplitting i ulike deloffentligheter, selv om spesialiserte festivaler sannsynligvis tiltrekker seg et mer heterogent publikum enn spesialiserte institusjoner). Statlige støtteordninger som følger universalistiske prinsipper kan også bidra til å bygge ideer om en overgripende kunstoffentlighet, dersom det over tid foregår en utvikling i retning av at ordningene inkluderer stadig flere genrer og uttrykk, slik at disse blir sidestilt og vurdert ut ifra felles kriterier (dersom støtteordningene ikke følger universalistiske prinsipper, men bygger på etablerte genreinndelinger og kvoteringer, så vil de kunne ha en motsatt effekt).

Den foregående skissen av prosesser som kan tenkes å bidra til å skape en overgripende kunstoffentlighet legger vekt på rollen til *ekspertsystemer*. Gjennom refleksjonsformer som kunst- og kulturhistorie, estetisk teori og resepsjonsteori kan ekspertsystemer bidra til å skape diskurser om kunst og kultur som, i hvert fall i tilbakeblikk, forener genrer og uttrykk som tidligere hadde et perifert forhold til hverandre. Det er selvfølgelig et spørsmål om slike diskusjoner og vurderinger vinner innpass i en større offentlighet som innbefatter et mer generelt publikum, eller om de bare kommer til å sirkulere i en kvalifisert offentlighet av eksperter og et allerede innforstått publikum. Historisk kan det se ut til å ha foregått en forskyvning fra en type kvalifisert kunstoffentlighet som var organisert rundt «dannelsesborgerkapets» forestillinger om «god smak», over mot en annen type kvalifisert kunstoffentlighet som er organisert rundt de kommunikative kodene som er utviklet innenfor noen dominerende ekspertsystemer.¹²⁴

Også andre forhold enn kommunikasjon om kunst innenfor og på tvers av kunstens ekspertsystemer kan tenkes å bidra til å skape en enhetlig kunstoffentlighet. En faktor som kan tenkes å virke denne retningen

¹²⁴ For en diskusjon av begrepet *kvalifisert offentlig*, se Habermas 1971.

er genreblandinger og de «praktiske syntesene» som enkelte kunstnere tilstreber. Men hvorvidt dette påvirker strukturen i kunstoffentligheten avhenger av hvordan det blir mottatt og fortolket i de etablerte ekspert-systemene og publikumssegmentene. En annen faktor er endringer i *publikums vurderinger og preferanser*. Selv om det har vist seg at publikum i praksis har en tendens til å være trofaste mot, og til dels lukket inne i, bestemte smakssegmenter, så kan det tenkes at endringer i mobilitetsmønstre og utdanningsbaner påvirker sammensetningen av publikum og derigjennom endrer det tradisjonelle oppdelingen i separate smakssegmenter. Kanskje endringer i sammensetningen av publikum kan lede til nyorienteringer og genreblandinger som også har konsekvenser for hvordan kunstoffentligheten konstitueres? Dersom nye publikumsgrupper beveger seg på tvers av etablerte skiller, kan de tenkes å bidra til praktiske synteser og sammensetninger som forgriper, og etter hvert preger, de vurderingene som sirkulerer i kunstens ekspertssystemer. Men dette forutsetter at publikum spiller en rolle i kunstoffentligheten, eller, i hvert fall, at kunstoffentligheten kommuniserer med en større offentlighet. Det siste reiser spørsmålet om hvilken rolle kunstoffentligheten(e) har i forhold til et mer generelt publikum, eller, for å sette det på spissen, om kunstoffentligheten(e) i det hele tatt trenger publikum.

Kunstoffentligheten som selvrefererende system?

I del I av denne studien ble det påpekt at kunst og kultur trenger publikum, forstått som *markedsaktører* med interesse og betalingsvilje. Selvfølgelig gjelder dette særlig den konkurranseutsatte sektoren, der produksjons- og distribusjonsforholdene krever umiddelbar oppslutning fra et betalingsvillig publikum. I del II av undersøkelsen ble det videre påpekt at resepsjon hos publikums ofte er formidlet via *sosiale enheter* som gjør kunstens og kulturens objekter til felles fokus, dermed gir praktisk mening til disse objektene gjennom interaksjonsritualer der det skapes emosjonell energi og styrket gruppeidentitet.

I dette kapittelet dreier det seg altså om publikum som *offentlighet*. I det foregående er det blitt fremhevet at kunstoffentlighet er en forutsetning for at kunsten skal kunne utgjøre en relativt autonom sfære. Men spiller publikum noen rolle innenfor en slik kunstoffentlighet? Selv om ordet «publikum» opprinnelig henviste til det offentlige, så kan det tenkes at kunstoffentligheten(e) etter hvert har skilt lag med et mer

allment publikum og en mer allmenn offentlig sfære. Sagt på en annen måte, kan det tenkes at selv om kunst kan fange interesse blant en ganske stor og heterogen del av befolkningen, så spiller reaksjonene fra disse befolkningssegmentene liten rolle i den offentligheten der kunstens betydning og grenser blir tematisert. Spesielt innenfor den skjermede produksjons- og distribusjonssektoren kan det se ut til at det har foregått en tiltagende *profesjonalisering* som har gjort et *ikke-kvalifisert publikum* overflødig.

En slik avsondring av kunstoffentligheten kan ha blitt forsterket gjennom tendenser innen estetisk teori til å betrakte kunst som en form for «filosofi med andre midler» (jf. Luhmann 2000: 248, 310). Vi må vel tilbake til den greske antikken for å finne særlig mange eksempler på filosofi som «tilskuersport».¹²⁵ Seriøs filosofi arbeider som kjent med å vinne ny erkjennelse, ikke med å vekke offentlig oppmerksomhet, eller å bli forstått i en større offentlig sammenheng. Profesjonell ontologi og erkjennelsesteori trenger ikke noe publikum, bare et lite samfunn av fagfeller. Kan ikke det samme gjelde for kunsten? Beskrevet i luhmannske, systemteoretiske, termer, kan vi tenke oss at kunstoffentlighetens spesialiserte kommunikasjonskoder gjør den til et *operativt lukket system*. Sett fra perspektivet til et slikt system kan «publikum» oppfattes som en term som henviser til en diffus omverden rundt systemet, en omverden som bare vekker interesse innad i systemet gjennom systemets interne referanser til et «noe» som finnes utenfor; et «noe» som kanskje eller kanskje ikke mottar output fra systemet. Den systeminterne betegnelsen på dette «noe» kan altså være «publikum».¹²⁶

Opp mot denne konseptualiseringen av forholdet mellom *kunstsystemet* og *publikum*, går det an å rette den tilsynelatende selvfølgelige innvendingen at *formidling* er en viktig verdi i kunstoffentligheten. Er ikke all den «utadrettede virksomheten» til kunst- og kulturinstitusjoner, og det at kritikere og fortolkere publiserer synspunktene sine offentlig, bevis gode nok på at publikum er en integrert del av kunstoffentligheten? Ikke nødvendigvis; uttrykk som «formidling» og «utadrettet virksomhet» viser bare at kunstsystemet forutsetter en omverden, og antar at denne omver-

125 Jeg tenker ikke her på forsøkene på å popularisere filosofi, jf. f.eks. suksessen til Sofies verden, eller NRK P2 serie om Jazz og filosofi.

126 I baudrillarske termer kan «publikum» analogt med dette beskrives som en *masse*, eller som *et sort hull*, der mening blir oppslukt og nøytralisert, eller som Baudrillard sier, der mening *imploderer*; se Baudrillard 1983.

dene mottar output fra systemet. Selv om kunstens og kulturlivets institusjoner er bygd opp rundt «formidling» som en sentral verdi, innebærer ikke det at en større offentlighet, eller «allmennheten», spiller noen rolle i kunstoffentligheten.

Men selv som det finnes tendenser til at kunstsystemet på denne måten lukkes i forhold til omverdenen, så støter både ideen om å konseptualisere kunst som «filosofi med andre midler», og forestillingen om kunstverdenen som et selvtilstrekkelig system, an mot hindringer: Til forskjell fra filosofi, som primært opererer med begreper, dreier det meste av kunsten (også konseptkunsten) seg om å skape og bearbeide objekter. Disse objektene kan iakttas av den som skaper dem, og bearbeides videre på grunnlag av slike iakttakelser (Luhmann 2000). Objektene (enten det nå dreier seg om håndfaste objekter som skulpturer eller malerier, eller flyktigere objekter, som litterære universer) kan også observeres og erfares av andre, for eksempel av andre kunstnere og kunstfortolkere, men også av dem som befinner seg utenfor kunstens ekspertsystemer. Selvfølgelig vil observasjoner og kommentarer fra et større publikum som ikke er del av ekspertsystemene rundt kunsten sjelden være à jour med den profesjonelle kunstfortolkingens koder og vurderinger. Sett fra kunstens ekspertsystemer er vurderingene fra utenforstående for en stor del av uinteressante, og blir ofte ignorert eller avvist som misoppfatninger. Men oppfatninger i en større offentlighet av ikke-innvidde vil likevel kunne sette premisser for kommunikasjon innenfor kunstens ekspertsystemer. Ofte kan de fungere som underforståtte negative referanser, for eksempel slik at verk som har glidd inn i allmennkulturen, samtidig glir ut i periferien av kunstens ekspertsystemer, dvs. mister interesse fordi de anses som «lite utfordrende» eller «affirmative». Rådende synspunkter i en større offentlighet kan dessuten inspirere profesjonelle fortolkere til nylesninger eller refortolkninger som tar sikte på å vise andre aspekter ved verkene, som et større publikum ikke har evnet å tilegne seg. Det finnes også en lang tradisjon i kunstverdenen for å tolke negative reaksjoner fra omgivelsene som et uttrykk for kunstens betydning. *Skandalen* et institusjonalisert ritual i den moderne kunstverdenens forhold til sine omgivelser.¹²⁷ En vanlig tolkning av skandalen er at det skandaløse vekker oppsikt fordi det forteller sannheten om det fortrenge, om «ubehaget i kulturen».¹²⁸ Det at noe oppleves som skan-

127 For en analyse av «grenseoverskridelse» som ritual, se Martin 1981.

128 Luhmann innvender at jakt på det skandaløse er et symptom på nyhetsjakt som substitutt for kompleksitet; se Luhmann 2000: 50.

daløst kan tolkes som tegn på motstand mot alt som bærer bud om «det nye», skandalen kan med andre ord forstås som forsvarsreaksjoner fra tradisjonsvoktere. Denne forståelsen av *skandalens forhold det nye* er verd å merke seg, fordi den kan betraktes som et spesialtilfelle av det som kan kalles «kunstsystemets store fortelling om forholdet mellom kunst og samfunn». Denne «store fortellingen» dreier seg om å beskrive kunsten som «en veiviser som forgriper det nye», og om kunstverkene som en *anvantsgarde* som innvarsler og fortolker kulturelle og sosiale endringer. Antagelsen er at kunsten kan vise det som ligger latent, uttrykke det som er i emning, men som ennå er usagt. Vi kommer tilbake til denne «*kunstsystemets nøkkelfortelling* om forholdet mellom kunstoffentligheten og en mer allmenn offentlighet» i neste avsnitt, men først noen ord om en annen side ved utvekslingen mellom kunstverdenen og et større publikum.

At kunstens ekspertssystemer for en stor del fungerer selvrefererende innenfor kunstverden er ikke overraskende, fordi disse systemene nettopp er bygd opp med sikte på å reflektere systematisk over kunsten. Men til forskjell fra naturvitenskapenes ekspertssystemer, der diskusjoner om gyldighet i dag stort sett er vitenskapsinterne anliggender, så har deler av kunstens ekspertssystemer lenge vært engasjert i å reflektere over kunstens forhold til samfunnet rundt, hva kunsten er påvirket av, hva den sier noe om og hva den kan bety i en større sammenheng. Forholdet til omgivelsene opptrer i mange sammenhenger som en uttalt begrunnelse for kunstens betydning og verdi, og dette er innreflektert i mange av de vurderingene som sirkulerer innenfor kunstens ekspertssystemer. Denne interessen for kunstens forhold til det som er utenfor kunsten, gjelder kanskje i enda sterkere grad for mange kunstneres vurdering av sin egen virksomhet. Kunstnerisk produksjon kan til en viss grad være selvrefererende, i den forstand at den henter sine temaer eller sitt materiale, fra kunstinterne kilder. Men svært mye kunst henter impulser fra andre kilder, og henvender seg gjennom sitt valg av materiale og motiver til et større publikum. Det finnes også en tradisjon i kunsten for å problematisere og kritisere tendenser til selvtilstrekkelighet i kunstverdenen. Videre er det lett å finne eksempler på kunstinstitusjoner som ikke bare har formidling som en sentral verdi, men som også hevder å ville ha publikum i tale, eller involvere publikum som deltakere når kunst skapes.¹²⁹ Heller enn å forutsette at kunstverde-

129 I mange tilfeller kan det være grunn til å spørre om slike prosjekter faktisk innebærer en utvidelse av kunstoffentligheten ved å inkludere et større publikum, eller om publikum snarere fungere som en form for statister i en intern virksomhet.

nen fungerer som et operativt lukket system (slik Luhmann gjør), kan spørsmålet om kunstverdenens åpenhet overfor omgivelsene, og kunstoffentlighetens sammenfiltrering med en større offentlighet, betraktes som spørsmål man diskuterer og strides om innenfor kunstverdenen. Dette er en type stridigheter som bidrar til å definere kunstens betydning i forhold til et større publikum og en større omverden.

Et forhold som er interessant for struktureringen av forholdet mellom kunstoffentligheten, publikum og en større offentlig sfære, er spørsmålet om hvilke begrepsskemaer og klassifikasjoner som organiserer diskurser innenfor kunstoffentligheten, og hvilke former for klassifikasjon grupper av publikum oppfatter som relevante. Skillet mellom «kunst» og «ikke-kunst» er allerede nevnt som eksempel på en grunnleggende klassifikasjon. Finnes det prinsipper for klassifikasjon som muliggjør meningsutvekslinger om kunstnerisk seriøsitet og verdi, og som muliggjør refleksjon over spørsmål og temaer utenfor kunsten, via kunstens uttrykk og former? Fra kunstfaglig hold er det ikke sjelden blitt ironisert over det utbredte, og folkelige, bruken av kategoriene «stygt» vs. «pent» for å beskrive og vurdere kunst og kultur. Kategoriene «stygt/pent» har utvilsomt en klar pragmatisk funksjon i forhold til å vurdere spørsmål om «hva man vil ha hengende på veggen», «hva man trives med å høre på», «hva det passer å ta med andre på», osv. Innvendingene fra kunstfaglig hold går selvfølgelig på at dette er et alt for snevert, anakronistisk og irrelevant sett av kategorier for å vurdere nyere kunst, og for å forstå hva denne kunsten kan yte. Men hva er alternativene, og i hvilken grad har nye kategoriseringer fått gjennomslag i kunstoffentligheten, og ikke minst, i en større «offentlig sfære»?

I denne sammenhengen er det også verd å neve en annen type utveksling mellom kunstens ekspertssystemer og et større publikum. Både kunstnere og deltagere i kunstens ekspertssystemer viser stadig interesse for kulturelle uttrykk som allerede er populære blant et større publikum, og har søkt å bruke disse uttrykkene som utgangspunkt for bearbeiding og fortolkninger. Det er ikke i seg selv noe nytt at kunsten henter impulser fra det som kunstens ekspertssystemer gjerne betegner som «populærkulturen», men i dag finnes det også egne ekspertssystemer bygd opp rundt mange av de «populærkulturelle» uttrykkene, og en kompetent tilegnelse av den såkalte «populærkulturen» vil måtte involvere en utvidet kommunikasjon med disse «populærkulturelle» ekspertsystemene. Det at kunstens etablerte ekspertssystemer ikke bare fortolker «populærkulturelle uttrykk», men også må forholde seg til de diskursene og ekspertsystemene

som etter hvert er blitt bygd opp rundt deler av «populærkulturen», kan over tid kan bidra til en utvidet kunstoffentlighet.

Et helt annet aspekt ved kunstverdenens og kunstoffentlighetens forhold til publikum, er at intensjonene om formidling og kommunikasjon overfor en større offentlighet har stor betydning for kunstinstitusjonens legitimitet i samfunnet. Dette gjelder særlig den skjermede sektoren, som i høy grad er avhengig av offentlige bevilgninger, og derfor må kunne sannsynliggjøre at kunsten har oppgaver ut over det å dekke rent kunstinterne interesser. Kunsten må antas å ha verdi for et større publikum, og kanskje også å fylle oppgaver innenfor en større offentlighet, for å forsvare sin historiske stilling som sosial institusjon. Det reiser spørsmålet om kunstoffentlighetens forhold til en større offentlighet (som den kan tenkes å være en del av). Det er dette spørsmålet som blir tatt opp i neste avsnitt.

Kunstoffentligheten og «den offentlige sfære»

Det ser ut til å være gode argumenter for å hevde at kunst- og kulturpublikum, direkte eller indirekte, er med på å forme kunstoffentligheten. Dette sier likevel ikke noe om hvilken betydning den meningsdanning som foregår innenfor kunstoffentligheten har for en mer allmenn offentlig meningsdanning. Sosialfilosofi og politisk teori har lenge fremhevet betydningen av at det finnes et «sivilt samfunn» og en «kritisk offentlighet» mellom det private og det statlige (Habermas 1971, Sennett 1974). Selv om *offentligheten* ikke er del av den formelle statskonstitusjonen, er forestillingen om «offentlig meningsdanning» grunnleggende for legitimiteten til alle politiske systemer som hevder å hente sitt mandat fra «folkeviljen». Det er samtidig mange indikasjoner på at det kan være stor avstand mellom idealer og realiteter når det gjelder dette prinsippet. Hvordan er forholdet mellom kunstoffentligheten og den mer allmenne «offentlige sfære»? Er de posisjonene som etableres i kunstoffentligheten viktige for meningsdanning i en større offentlighet? Har rollen som kunstpublikum noen relevans for meningsdanning i en større offentlig svære?

Historisk har kunstverdenen og kunstoffentligheten hatt stor innflytelse på det offentlige livet i stater som definerte seg som kultur nasjoner. I tilbakeblikk er det for eksempel slående hvilken rolle kunstoffentligheten spilte for den europeiske nasjonsbyggingen på 1800-tallet. For unge nasjonalstater som Norge, hadde meningsdanningen rundt kunst og kultur en avgjørende betydning for utformingen av forestillinger om nasjo-

nale særtrekk, for konsolidering av en nasjonal historie og for den allmenne politiske mobiliseringen rundt ideen om nasjonal uavhengighet. Kunsten fikk på denne måten en viktig plass i en representativ offentlighet og ble et viktig samlingspunkt for et publikum som sluttet opp om å bygge en kulturnasjon. Med modernismens gjennombrudd kom slike bidrag til kulturbygging i den offentlige sfære i vanry innen innflytelsesrike deler av kunstoffentligheten. De ble betraktet som en trussel mot kunstens autonomi. En sann kunst skulle definere sin egen problematikk, ikke være underlagt ytre føringer, og spesielt ikke fungere som leverandør av ornamentikk til offentlige ritualer. Denne omdefineringen av forholdet mellom kunstoffentlighet og politisk offentlighet førte til splittelser. Deler av kunsten fortsatte å levere «rituell ornamentikk», men ble samtidig marginalisert innenfor kunstoffentligheten. Andre deler av kunsten ble opptatt av utfordringer knyttet å bearbeide sitt eget materiale og utvikle sine egne former, og engasjerte seg i mindre grad i forsøk på kommunikasjon med en større offentlighet. En tredje fraksjon forsøkte å omdefinere kunstens bidrag til offentlig meningsdanning i en kritisk retning. Det sistnevnte la grunnlag for en lang og sammensatt tradisjon som tolker kunstens og kunstoffentlighetens betydning ut ifra et ideal om at kunsten ikke skal bekrefte og applaudere det som er rådende kulturverdier, men heller problematisere det vante og foregripe det nye. Den mest spektakulære versjonen av dette, er ideen om kunsten som en fortropp – eller *avantgarde* – som kan innvarsle og bane vei for «*det nye*».

Dette perspektivet på kunstens betydning kan støtte seg på flere historiske eksempler der kunsten, og meningsdanningen blant kunstpublikum, har spilt en sentral rolle for generell offentlig meningsdanning. Det har særlig forekommet i sammenhenger der offentlig kommunikasjon er blokkert på grunn av moralske tabuer, sosiale privilegier og/eller politisk sensur. Kunsten har – ofte indirekte via fiksjoner og symboler – kunnet tematisere det annen offentlig kommunikasjon ikke tar opp, og gjerne tildekker. Viktoriansk dobbeltmoral representerte nettopp en slik blokkering av kommunikasjon om forholdet mellom «private laster og offentlige dyder», og dette danner bakgrunn for mye av den realismen og naturalismen som kommuniserte om undertrykte og fortrenge erfaringer. Deler av surrealismen var skandaløs og vakte offentlig debatt fordi den utfordret den katolske kirkes kulturelle hegemoni. Kunstneriske manifestasjoner bidro også til å problematisere og undergrave de premissene for politiske ytringer og politisk ansvarlighet som «Den kalde krigen» satte. Musikk som blues, jazz og soul skapte et rom for å uttrykke erfaringer fra en del

av USAs befolkning som hadde svært begrenset tilgang til annen offentlig kommunikasjon. Et særlig interessant eksempel på kunstoffentlighetens betydning innenfor en større offentlighet, er situasjonen i Sovjet, der kunstnere og andre representanter for «intelligentsiaen», til prisen av en betydelig personlig risiko, kunne gjøre kritiske intervensjoner som fikk stor offentlig oppmerksomhet. Eksempelet er spesielt interessant fordi det hevdes at kunsten og «intelligentsiaen» i Russland har glidd ut av offentlighetens interesse i tak med de siste tiårenes systemendringer. Situasjonen skal nå være mer på linje med det som kjennetegner vestlige samfunn, nemlig at kunsten ikke lenger skaper store kontroverser og blir møtt med forsøk på represjon, men at den heller blir marginalisert i en situasjon preget av kommunikativ overflod. Det kan derfor se ut til at kunsten og kunstoffentligheten primært har betydning for den mer allmenne offentlige meningsdanningen i situasjoner der denne offentligheten er preget av fortregning, sensur og mangel på åpen kommunikasjon.

Hvis dette er situasjonen, er det kanskje god grunn til å snakke om en «marginalisering av kunsten», altså en prosess der kunsten blir fortregnet til det marginale og bare bidrar med randbemerkinger, eller der kunsten har gått i et selvvalgt indre eksil hvor den utfolder seg som en særinteresse for de få. Men uttrykket «marginalisering» er misvisende dersom den større «kritiske offentligheten» også har forvitret (eller dersom den alltid har vært en illusjon). I så fall finne det ikke noen «allmenn offentlighet» å være «marginal» i forhold til, og det er heller snakk om en ytterligere forstumming av tilløpene til «kritisk offentlig meningsdanning».

Et klassisk, og svært innflytelsesrikt bidrag til diskusjonen om offentlighetens status, er Habermas' studie av *Borgerlig offentlighet* (Habermas 1971). Habermas hever at det har foregått en historisk endring fra en situasjon i den tidlige borgerlige epoken hvor det fantes en kritisk, men sosialt segregert offentlighet, over til en situasjon der sosialt strukturerte hindringene for å delta i offentligheten ikke lenger kan opprettholdes, men der meningsdanningen rundt samfunnsspørsmål i tiltagende grad blir forbeholdt en byråkratisk organisert, teknisk-vitenskapelig ekspertise. Habermas beskriver dette som en overgang fra «borgerlig offentlighet» til «kvalifisert offentlighet». I det foregående har jeg pekt på en spesifisering av dette mønsteret innenfor kunstverdenen, hvor det ser ut til å ha foregått en utvikling fra en «borgerlig kunstoffentlighet» organisert rundt klassespesifikke forestillinger om «god smak», over mot en «kvalifisert kunstoffentlighet» organisert rundt det jeg har omtalt som noen av *kunstverdenens ekspertsystemer*. Hvis denne beskrivelsen av situasjonen har

noe for seg, kan det innebære at både kunstoffentligheten og den allmenne offentligheten får mindre betydning på grunn av økende oppsplitting og spesialisering.

Enkelt har antydnet at kunsten likevel befinner seg i en særstilling i forhold til andre former for kommunikasjon, og at dette gir kunsten en unik plass i en moderne, fragmentert kultur. Argumentet er at kunst danner former for refleksjon og kommunikasjon som kan formidle mellom ulike meningsuniverser. Dette fordi kunsten er åpen og grenseløs, og derfor kan forholde seg til, og bevege seg på tvers av, ulike spesialfelt og kommunikative genrer. Dette er selvfølgelig en mulighet, men det ser foreløpig ut til å være lite empirisk belegg for en slik tolkning av kunstens bidrag til en overgripende offentlighet. Det kan også være vanskelig å forestille seg hvordan kunsten skulle kunne kommunisere på måter som oppfattes som relevante innenfor spesialfelt og meningsunivers som er organisert rundt svært forskjellige problematikker og som benytter svært ulike kommunikasjonskoder.

I sin stort anlagte analyse av «kunsten som et sosialt system» gir Niklas Luhmann en tolkning av kunstsystemet som går i motsatt retning av ideen om at kunsten er et slags frittflytende metaspråk som kan kommuniserer med seg selv og med publikum om temaer som går på tvers av alle spesialiserte subsystemer. Luhmann forstår tvert imot kunsten som et særegent subsystem. Han hevder at dette systemet er grunnlagt på en svært spesialisert form for refleksjonen, som bunn og grunn dreier seg om å reflektere over skillet mellom persepsjon og kommunikasjon (Luhmann 2000). Forstått på denne måten, dreier kunsten seg i liten grad om det som foregår innenfor andre subsystemer av samfunnet, men den har likevel allmenn interesser fordi den utfordrer alle til å reflektere over hva som skiller det vi persiperer fra det vi kan snakke om.

Vurderingskategorier og offentlighet

Det ligger utenfor rammene for denne studien å gå nærmere inn på de fleste av spørsmålene som ble stilt i den foregående omtalen av kunstsyste-
met, kunstoffentligheten og forholdet mellom kunstoffentligheten og en
mer generell «offentlig sfære». For å utdype spørsmål av denne typen
trengs det mer spesifikke undersøkelser og refleksjon med utgangspunkt i
detaljerte kasuistiske studier. Det ville for eksempel vært interessant å stu-
dere i hvilken grad kunstnere, kritikere, eksperter og publikum operer ut
fra forutsetninger om at Kunsten (i bestem form, med stor K) utgjør en
enhet, og hvordan denne forutsetningen søkes virkeliggjort i praksis.
Videre ville det vært interessant å vurdere dette opp mot mulige tendenser
til at Kunsten oppløses i en rekke genrer og miljøer som utvikler seg i radi-
kalt ulike retninger og som appellerer til ulike publikumssegmenter. Det
ville også vært interessant å studere hvilke koder og klassifikasjoner for-
skjellige segmenter og grupperinger blant publikum bruker for å vurdere
kunst og kommunisere om kunst. Dette er interessant for å belyse forut-
setningene for at kommunikasjon rundt kunst og kultur skal kunne inter-
venere i en mer generell offentlig sfære, og prege offentlig meningsdan-
ning. I sammenheng med dette ville det vært interessant å studere
eksempler der kunstneriske bidrag har vært med på å prege oppmerksom-
heten i en større offentlighet og sette dagsorden for diskusjoner og offent-

lig meningsdanning. Det hadde vært interessant å følge spesifikke hendelsesforløp der bidrag fra kunsten påvirker eller intervensjoner i en større offentlighet, og se hvilke utfall disse prosessene får. Det hadde for eksempel vært interessant å vurdere innenfor hvilke områder dette forekommer, og hvor det ikke forekommer eller mislykkes. Det ville også vært interessant å vurdere om det er tegn til at denne typen intervensjoner eller inngrep blir sjeldnere, om det skjer en dreining fra noen områder av samfunnslivet til andre, om det er en tiltagende konsentrasjon rundt bestemte forhold, og så videre. På bakgrunn av slike undersøkelser hadde det gått an å reflektere nærmere over spørsmålet om kunsten foregriper nye tendenser og innvarsler endringer, om kunsten er preget av representasjoner som allerede sirkulerer i massemediene og i annen kommunikasjon i «den offentlige sfære», eller om kunsten opererer på måter som er og forblir fremmedartede i forhold til andre områder av samfunnslivet. Dette kunne gitt grunnlag for å vurdere om kunstens bidrag til en større offentlighet skjer på områder der viktige erfaringer ser ut til å være fortrenget eller forvrengt, og derfor ikke vinner frem via etablerte massemedier. Og sist men ikke minst kunne det gitt et utgangspunkt for å vurdere tendenser til at kunstverdenen er ved å bli «operativt selvrefererende», det vil si at den primært kommuniserer med seg selv, om seg selv, og om sin egen kommunikasjon, og selekterer informasjon fra omverdenen gjennom klassifikasjons-systemer og operasjoner som er spesifikke for kunstsystemet.

Dette er omfattende spørsmål som ikke kan tas opp innenfor rammene til denne undersøkelsen. I det følgende vil det bare bli fokusert på to avgrensede temaer som lar seg belyse med utgangspunkt i den typen data som allerede er samlet inn. Det første temaet har å gjøre med spørsmålet om publikum bidrar til å skape «kunstens enhet» gjennom en form for «praktiske synteser» av ulike genrer, eller om publikumsinteressen tenderer mot bestemte kombinasjoner av kulturelle former og genrer. Det andre temaet har å gjøre med spørsmålet om hvilke klassifikasjoner av kunst og kultur som er i bruk blant ulike segmenter av publikum.

Publikum som skaper av kunstens enhet

Hvis vi vender tilbake til spørsmålet fra SSBs kulturstatistikk om hvilke kulturelle former eller genrer respondenten sier seg mest interessert i, så går det an å analysere disse opplysningene om interesser med sikte på å finne ut om fordelingen viser noe klart mønster. Er det sånn at bestemte

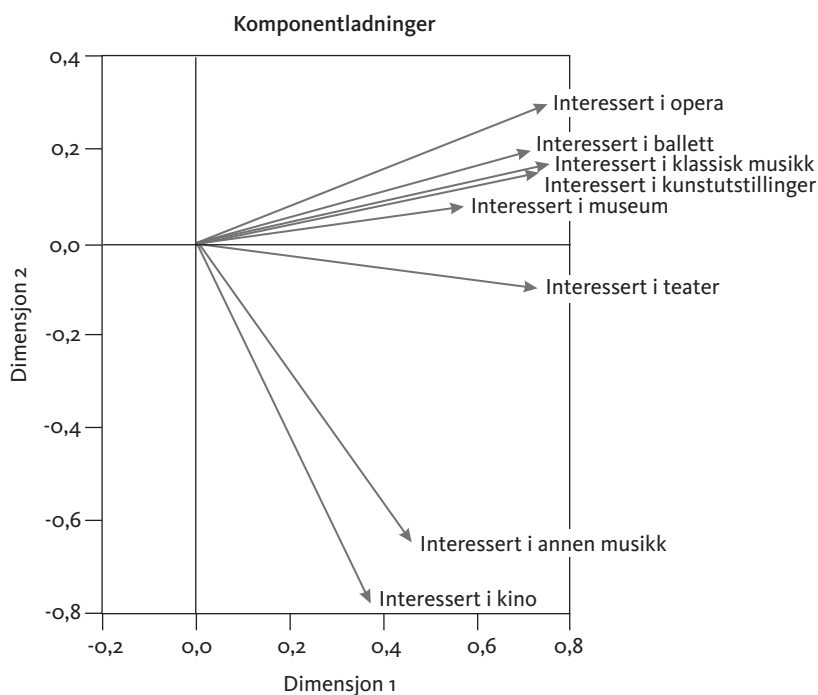
interesser, for eksempel interesse for teater og konserter med klassisk musikk er kjedet sammen, slik at det å uttrykke interesse for den ene aktiviteten med høy sannsynlighet går sammen med uttrykte interesse for den andre aktiviteten. For å vurdere dette spørsmålet er respondentens rangeringer av interesser i forhold til kunst og kultur analysert ved hjelp av en statistisk teknikk som viser fordelingsmønstre i variabelsett med flere rangerte kategorier.¹³⁰ En begrensning ved datamaterialet fra SSB er, som tidligere nevnt, at opplysningene om respondentenes interesser bygger på deres valg mellom et gitt, og ganske begrenset, sett av alternativer. Analysen kan bare gi oversikt over uttrykte interesser i forhold til svært vide og konvensjonelle kategorier.

Figur 30 viser en grafisk fremstilling av analysen av sammenhenger mellom interesser for opera, ballett, konserter med klassisk musikk, kunstutstillinger, museum, teater og konserter med annen musikk og kino. Pilene indikerer statistiske sammenhenger eller korrelasjoner på følgende måte: Retningen til pilene indikerer korrelasjoner. Piler som går i samme retning indikerer variabler som har en positiv sammenheng med hverandre, piler som står 90 grader på hverandre indikerer variabler som det ikke er noen statistisk sammenheng mellom, mens piler som står 180 grader på hverandre indikerer variabler som er negativt korrelert. Retningen til hele pilmønsteret i forhold til koordinatsystemet er arbitrær og skal ikke tillegges betydning. Pilenes nærhet til de to hovedaksene eller dimensjonene har derimot betydning, fordi dimensjon 1 forklarer det meste av variansen, men dimensjon 2 fanger opp varians som ikke er representert på den første dimensjonen. Lengden til pilene indikerer styrken på sammenhengene.

Mønsteret i figuren viser at den viktigste variasjonen i materialet går mellom de respondentene som uttrykker interesse for en eller annen form for kunst og kultur, og respondenter som ikke uttrykker slik interesse. Det er dette som fanges opp av dimensjon 1, der den generelle interessen øker mot høyre på x-aksen. Mønsteret viser videre en klar statistisk sammenheng mellom interesse for opera, ballett, konserter med klassisk musikk og kunstutstillinger. Interesser for disse formene kan sies utgjøre en klynge. En annen liten klynge dannes av interessene for konserter med annen musikk og kino. Interesser i retning av denne klyngen er bare svakt korrelert med interesser i retning av den første klyngen, noe som vises ved at de

¹³⁰ Den statistiske analyseteknikken som er anvendt kalles *kategorisk prinsippalkomponentanalyse*.

to klyngene er plassert i en vinkel på rundt 75 grader i forhold til hverandre. Interesser for museum og teater havner i en mellomstilling mellom de to klyngene og indikerer en viss korrelasjon i retning av begge de to klyngene, med klart sterkest korrelasjon i retning av den første klyngen. Alt i alt gjør dette at dimensjon 2 kan tolkes som et uttrykk for en motsetning mellom interesse for det som er blitt kalt «høykultur» (konsentrert øverst på y-aksen) og «lavkultur» (konsentrert nederst på y-aksen).



Figur 30 Kategorisk prinsippkomponentanalyse av selvrapportert interesse for ulike kunst- og kulturformer. Analyse av data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser fra 1994, 1997 og 2000. Analysen er basert på selvrapporterte opplysninger om kulturaktivitetene til 6237 kvinner og menn i alderen 9–80 år. Figurer viser fordelingen av komponentladninger på de 2 første prinsipale komponentene, eller dimensjonene, for 8 «interessevariabler». Diagrammet er basert på variabel prinsippal normalisering (se Appendix 2 for tabell over egenverdier og komponentladninger).

Hvilken innholdsmessig betydning kan dette mønsteret ha? Det går an å tolke det som uttrykk for at publikums interesser i ganske sterk grad er strukturert etter et mønster som samsvarer med det gamle – og ifølge

enkelte, anakronistiske – skillet mellom «høy» og «lav» kultur. Det tyder i så fall på at dette skillet ikke er mer anakronistisk enn at det fortsatt kan strukturere kunst- og kulturinteresser blant store grupper av publikum. At interesse for opera, ballett, konserter med klassisk musikk og kunstutstillinger danner en klynge kan også tolkes som en indikator på at en betydelig andel av publikum forholder seg til disse kulturelle formene ut fra en idé om at de utgjør en *enhet* – altså et slags praktisk utkast til å realisere Kunstens enhet – og at interessen for denne enheten dannes i en viss opposisjon til det som tradisjonelt kalles «populærkultur», «lavkultur», «low-brow kultur», «massekultur» og så videre. Om dette tilsier at teater og museum havner i kategorien «middle-brow», kan diskuteres. Hvis denne tolkningen av pilmønsteret er rimelig, kan dimensjon 2 (representert ved den vertikale akse) tolkes som uttrykk for det tradisjonelle skillet mellom «høykultur» og «populærkultur», mens dimensjon 1 (representert ved den horisontale akse) kan tolkes som et allment mål på interesse, uavhengig av genre.

Vurderingskategorier og klassifikasjonsarbeid

Deler av intervju- og spørreskjemaundersøkelsene som ble gjennomført i tilknytning til den delen av prosjektet Kunststoffligheter som handler om publikum, tok sikte på å beskrive hvilke kategorier for klassifikasjon og verdsetting informantene oppfattet som mest relevante for å beskrive kunst, og spesielt for å beskrive «god kunst». I forbindelse med informantintervjuene ble det brukt et stort repertoar av begreper organisert som motsetningspar, eller ytterpunkter på en skala (til sammen 40 begrepspar). Disse begrepene var for en stor del hentet fra presentasjoner og beskrivelser av kunst og kulturarrangementer, fra kritikker, og fra bidrag innen estetisk teori. I tillegg var flere av begrepene hentet fra vanlige «common sense»-beskrivelser av kunst og kultur. Informantene ble bedt om å vurdere hvilke ti av disse begrepsparene de syntes var best egnet til å beskrive og vurdere kunst og kultur, og hvilke ti begrepspar som etter deres syn var de mest irrelevante og/eller uinteressante vurderingskategoriene. På bakgrunn av resultatene fra disse intervjuene og klassifikasjonsøvelsene, ble listen med parvise begreper kortet ned og omformulert til tretten beskrivelser av «egenskaper ved god kunst». Respondentene som svarte på spørreundersøkelsen ble bedt om å velge de fem beskrivelsene av egenskaper fra listen som de syntes at «best beskriver god kunst», og å

nummerere disse i prioritert rekkefølge. Undersøkelsesopplegget tok altså utgangspunktet i et sett av faste svaralternativer som definerte et lite, avgrenset meningsunivers der respondenten ble bedt om å posisjonere seg i forhold til bestemte alternativer. I tillegg til dette var det mulig for respondentene å foreslå egne alternativer for å beskrive «egenskaper ved god kunst». En god del respondenter benyttet denne muligheten. Noen supplerte med alternativer som gikk i retning av det personlig meningsfulle, mens enkelte uttrykte kritikk overfor kunstbegrepet eller mot forestillingen om at det i det hele tatt er mulig å beskrive «god kunst», eller mot at dette spørsmålet kunne stilles i et spørreskjema. Det vanligste supplementet var likevel forskjellige formuleringer som viste til emosjonelle sider ved kunstopplevelsen.

På bakgrunn av rangeringene av beskrivelser av «god kunst» går det an å gi en oversikt over foretrukne alternativer, samt alternativer som fikk liten oppslutning. Videre går det an å sammenligne rangeringene til publikum fra forskjellige arenaer for kunst- og kulturformidling, for på denne måten å få et bilde av variasjoner i vurderingskategorier mellom ulike publikumssegmenter. Nedenfor følger først en oversikt over de tretten beskrivelsene av «egenskaper ved god kunst» som respondentene ble bedt om å ta stilling til.¹³¹ Deretter noen oppsummeringer av rangeringene.

Liste over beskrivelser av «egenskaper ved god kunst» (respondentene ble bedt om å velge og rangere de fem utsagnene som «best beskriver god kunst»).

- A God kunst krever kunnskap og fordypelse
- B God kunst viser hva som rører seg i tiden
- C God kunst er mer meningsfull enn vanlig underholdning
- D God kunst skaper undring
- E God kunst uttrykker noe allmennmenneskelig
- F God kunst gir vakre og gode opplevelser
- G God kunst uttrykker kunstnerens særegne virkelighet
- H God kunst kan ikke forstås ved hjelp av fornuften

¹³¹ Rekkefølgen er her omredigert i forhold til rekkefølgen i spørreskjemaet, f.eks. sto alternativ «I: Annet ...» på slutten av den opprinnelige listen. Grunnen til endringene i rekkefølge er at den omredigerte rekkefølgen egner seg bedre for å få frem kontrastene mellom alternativer i de grafiske fremstillingene som følger på de neste sidene.

- I Annet ...
- J God kunst er samfunnskritisk
- K God kunst reflekterer over måter å uttrykke seg på
- L God kunst problematiserer etablerte forestillinger og kategorier
- M God kunst er ubehagelig
- N God kunst er blitt anerkjent som god kunst

Hvilke av disse alternativene ble oftest rangert som første- og andrevalg, det vil si som de alternativene som gi den beste og den nest beste beskrivelsen av «egenskaper ved god kunst»? Og hvilke alternativer ble sjeldnest rangert som første- og andrevalg? Nedenfor følger en oversikt over dette (prosenttallene angir hvor stor andel av respondentene som rangerte alternativet som første eller andre valg):

Alternativene som *oftest* ble rangert som første- og andrevalg (prosenttallene angir hvor stor andel av respondentene som rangerte dette alternativet som første eller andre valg).

- C God kunst er mer meningsfull enn vanlig underholdning 36 %
- F God kunst gir vakre og gode opplevelser 29 %
- E God kunst uttrykker noe allmennmenneskelig 28 %
- D God kunst skaper undring 27 %

Alternativene som *sjeldnest* ble rangert som første- og andrevalg (prosenttallene angir hvor stor andel av respondentene som rangerte dette alternativet som første eller andre valg).

- M God kunst er ubehagelig 0,5 %
- N God kunst er blitt anerkjent som god kunst 1 %
- J God kunst er samfunnskritisk 2,5 %

Og på den andre side: Hvilke alternativer ble oftest utelatt, det vil si ble ikke regnet som egnede alternativer for å beskrive «egenskaper ved god kunst»? Og hvilke alternativer ble sjeldnest utelatt (prosenttallene angir her hvor stor andel av respondentene som *ikke* hadde med alternativet blant sine fem prioriterte).

Alternativene som *oftest* ble utelatt (prosenttallene angir hvor stor andel av respondentene som utelot dette alternativet).

- M God kunst er ubehagelig 96 %
- N God kunst er blitt anerkjent som god kunst 94 %
- A God kunst krever kunnskap og fordypelse 89 %

Alternativene som *sjeldnest* ble utelatt (prosenttallene angir hvor stor andel av respondentene som utelot dette alternativet).

- F God kunst gir vakre og gode opplevelser 40 %
- D God kunst skaper undring 34 %
- C God kunst er mer meningsfull enn vanlig underholdning 33 %

Som det fremgår av disse rangeringene, er det klare forskjeller mellom hvor hyppig de ulike alternativene blir foretrukket. De tre foretrukne alternativene er: «God kunst er mer meningsfull enn vanlig underholdning», «God kunst gir vakre og gode opplevelser» og «God kunst uttrykker noe allmennmenneskelig». De to første av disse alternativene er også de mulighetene som sjeldnest blir utelatt blant de fem alternativene respondentene velger. Det er altså et klart mønster i retning av at alternativer som åpner for å forstå kunst som preget av *meningsfylde*, *skjønnhet* (og kanskje *godhet*), og *allmennmenneskelighet*, får størst oppslutning. Dette samsvar på mange måter med det tradisjonelle meningskomplekset som er bygd opp rundt «de skjønne kunster». Utsagnet «God kunst er mer meningsfull enn vanlig underholdning» kan i en forstand nærme seg en platthet eller tautologi som det er vanskelig å si seg uenig i. Men de som har valgt dette alternativet har altså fremhevet det som en påstand som «beskriver god kunst». Valget kan derfor sees som tilslutning til at den gode kunsten representerer konsentrert meningsfylde. Det er dermed også et valg som ser bort fra muligheten av at god kunst kan innebære en problematisering eller destruksjon av forestillinger om mening. Tilslutning til påstanden om at god kunst gir «vakre og gode opplevelser», er i tråd med en lang tradisjon som knytter kunsten og estetikken til begrepet som «det skjønne». Når «god kunst» også knyttes til «det allmennmenneskelige», kan dette tolkes som en tilslutning til en lang humanistisk tradisjon som nettopp fremhever kunstens muligheter til å uttrykke viktige menneskelige erfaringer.

På motsatt side av «popularitetsskalaen» er de tre minst foretrukne alternativene: «God kunst er ubehagelig», «God kunst er blitt anerkjent som god kunst» og «God kunst er samfunnskritisk». De to første av disse alternativene er også de mulighetene som oftest blir utelatt blant de fem

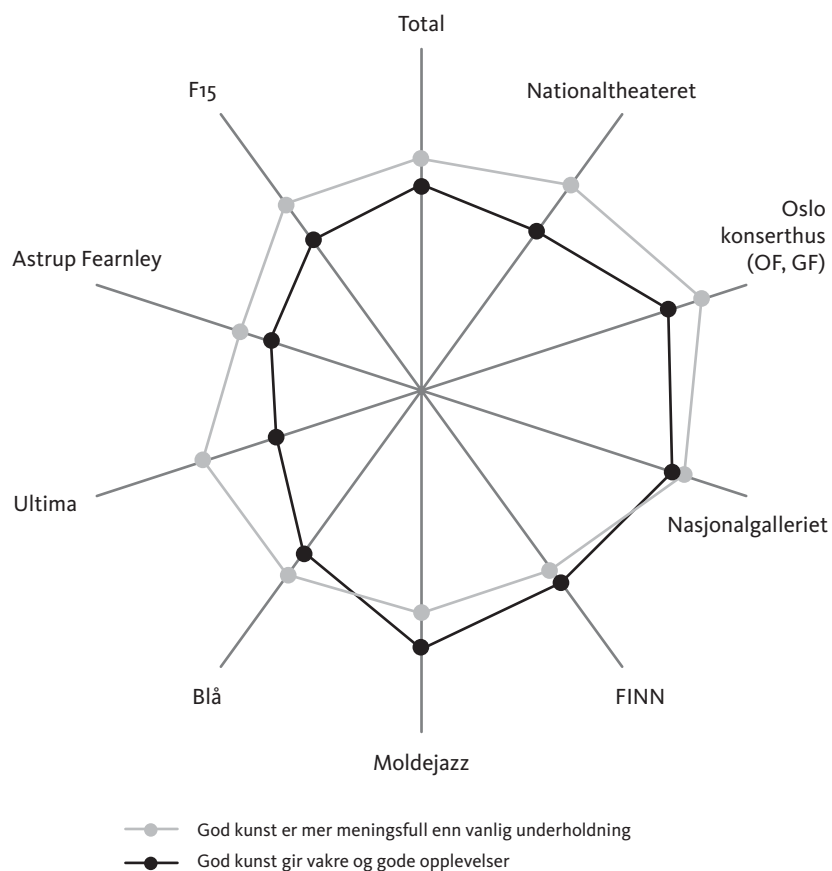
alternativene respondentene ble bedt om å velge. Disse «upopulære» alternativene er beskrivelser som ligger nær opp til måter å karakterisere kunst på som er i omløp innenfor kunstverdenens diskurser om kunstens uttrykksmåter, om kunstinstitusjonens legitimitet og om kunstens muligheter til å intervensere i en omverden utenfor kunsten. Det første, og minst populære, av disse utsagnene kan leses med Freuds betraktninger om «ubehaget i kulturen» som bakgrunn, og dermed som en påstand om at en av kunstens viktige funksjoner er å skape refleksjon rundt det ubehagelige som hverdagslivets kultur er tilbøyelig til å fortrenge. Det andre utsagnet kan sees som en tilslutning til den såkalte «institusjonelle kunstdefinisjonen», det vil si en måte å se kunst på som understreker den institusjonelle kontekstens betydning for å skape det som får status som kunst, og spesielt «god kunst». I utgangspunktet var det ingen grunn til å forvente at denne sosiologistiske tilnæringsmåten til kunstbegrepet skulle få særlig oppslutning fra store grupper blant publikum. Men en oppslutning på bare 0,5 % var overraskende lite, tatt i betraktning at dette er en måte å konseptualisere kunst på som – i takt med den tiltagende intellektualiseringen og teoretiseringen i deler av kunstverdenen – har vunnet et visst innpass i det som formidles fra læresteder innen kunstfag. Det siste av de «upopulære» utsagnene, «God kunst er samfunnskritisk», kan knyttes til idealer både fra naturalistiske, sosialrealistiske og avantgardistiske strømninger i kunsten. Dette er en måte å snakke om kunstens funksjoner på som ofte opptrer i sammenheng med argumenter for å legitimere kunstinstitusjonen og kunstnerrollen. Det kan være flere grunner til at dette alternativet får liten oppslutning. Blant de delene av publikum som dyrker kunstens dekorative funksjoner, har dette perspektivet aldri vært populært og aldri vært møtt med særlig interesse. Blant innflytelsesrike grupper av profesjonelle aktører i kunststoffentligheten er det en tendens til at alt som gir assosiasjoner til sosialrealisme og «politisk kunst» blir vurdert som anakronistisk og uinteressant. Det kan også tenkes at mange som faktisk mener at god kunst kan fungere samfunnskritisk, likevel vegrer seg for å gjøre dette til et kriterium for «god kunst».

Et slående trekk ved denne rangeringen av utsagn om «god kunst», er at kriterier som har vært viet stor oppmerksomhet i kunstverdenen oppnår svært lav tilslutning blant flertallet av respondentene. Blant store grupper av kunst- og kulturpublikum ser det dermed ut til å være liten forståelse for å applisere «kritiske» forståelsesformer i tolkning og vurdering av kunstens ytelser. Dette er ikke ment som noen innvending mot «kritiske», «ikke-populære» eller «elitistiske» vurderingskategorier (sna-

re re tvert imot). Det indikerer like fullt at diskurser innenfor kunstverdenen som kretser rundt temaene «kunst som kritikk av samfunnsforhold» og «kunst som formidler av det fortrenge og av ubehaget i kulturen,» ikke har de beste forutsetninger for å intervenere i en mer omfattende offentlig sfære utenfor kunstoffentligheten, eller bidra til å prege offentlig meningsdanning. I den grad «kritiske» diskurser om kunst får gjennomslag utenfor kunstverdenen, kan vi derfor anta at det oftest skjer ved at intellektuelle opinionsledere opptrer som formidlere mellom kunstoffentligheten, et begrenset kommunikasjonskretsløp for intellektuell meningsdanning, og et utvidet kommunikasjonskretsløp som gjør bruk av massemediene.

I det foregående har det vært henvist til variasjoner mellom forskjellige publikumssegmenter når det gjelder konseptualisering og vurderinger av kunst. Ulike arenaer for formidling av kunst og kultur tiltrekker seg ulike publikumssegmenter og skaper ulike kontekster rundt det som formidlers. Det er derfor interessant å se nærmere på om det er noen markerte forskjeller mellom vurderingene respondentene fra de ulike arenaene for kunst- og kulturformidling gjør i forhold til beskrivelser av «god kunst». I det følgende er det bruk to ulike grafiske fremgangsmåter for å visualisere slike forskjeller. De tre første diagrammene viser svarfordelingen for til sammen fire av de tretten påstandene om «god kunst», fordelt på de ni arenaene for kunst og kulturformidling som var med i undersøkelsen. De to neste diagrammene viser alle de tretten påstandene om «god kunst» sett i forhold til svarfordelingen ved to av de ni arenaene for kunst- og kulturformidling. Samtlige figurer er varianter av «edderkoppnett-diagrammer», der søylene viser prosentfordelinger organisert i en vifteform rundt et felles senter (langs en skala der midtpunktet av sirkelen representerer 0 %, mens periferien representerer 100 %).

Figur 31 viser hvordan tilbøyeligheten til å gi første- eller andreprioritet til utsagnene «God kunst gir vakre og gode opplevelser» og «God kunst er mer meningsfull enn vanlig underholdning», er fordelt på arenaer for kunst og kulturformidling. Kurvene viser at disse beskrivelsene har størst oppslutning på høyre side av diagrammet, altså blant respondenter som var publikum ved Oslo Konserthus (konserter med Oslo-Filharmonien og Göteborg-symfonikerne) og Nasjonalgalleriet. Lavest tilbøyelighet til å gi første- eller andreprioritet til disse utsagnene finner vi på venstre side av diagrammet, blant respondenter som var publikum på Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst, og i noe grad på Ultimafestivalen og Galleri F15.



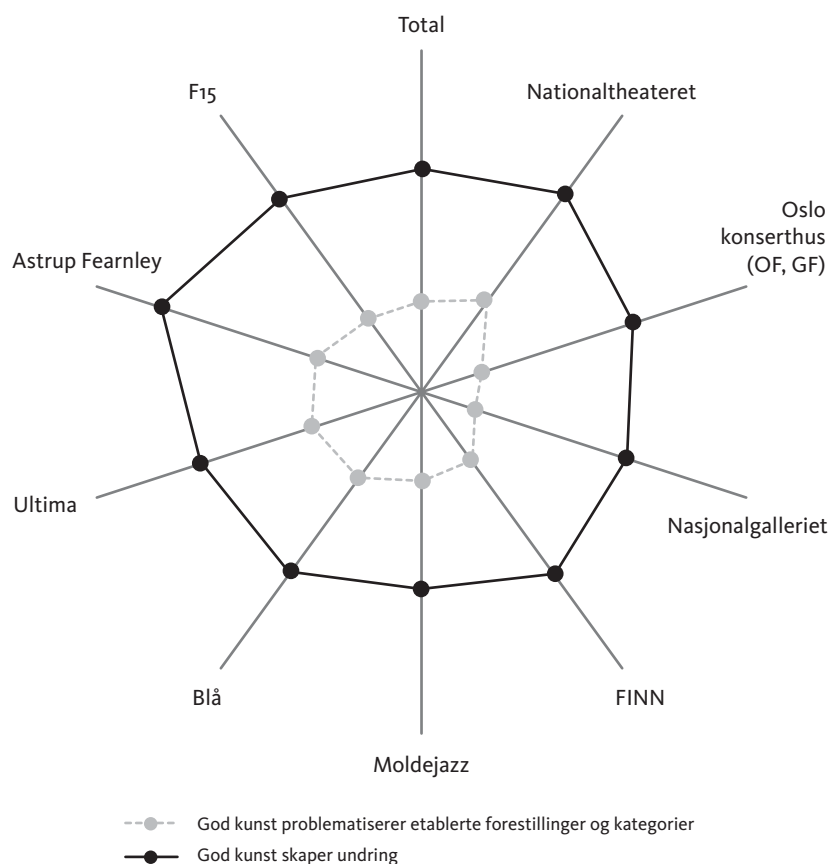
Figur 31 Diagrammet viser prosentandel respondenter som gir første- eller andreprioritet til beskrivelsene «God kunst gir vakre og gode opplevelser» og «God kunst er mer meningsfull enn vanlig underholdning», fordelt på de ulike arenaene for kunst og kulturformidling.¹³² I tillegg er den samlede eller totale prosentfordelingen plottet inn på den øverste vertikale linjen i figuren. Hver av sirkene i aksesystemet indikerer at 20 %, 0 % er i sentrum og 100 % ytterst (plasseringen av punktene viser f.eks. at totalt 60 % har alternativet «God kunst gir vakre og gode opplevelser» som første- eller andreprioritet).

¹³² Nærmere bestemt Nationaltheatret, Oslo Konserthus (Oslo-Filharmonien, Göteborg symfonikerne), Nasjonalgalleriet, Festsjellene i Nord-Norge (FINN), Moldejazz, Blå, Ultimafestivalen, Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst, Galleri F15.

Figur 32 viser på tilsvarende måte tilbøyeligheten til å gi første- eller andreprioritet til utsagnene «God kunst skaper undring» og «God kunst problematiserer etablerte forestillinger og kategorier», fordelt på arenaer for kunst og kulturformidling. Kurvene viser at disse beskrivelsene har størst oppslutning på venstre side av diagrammet, blant respondenter som var publikum ved Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst, Ultimafestivalen og Blå. Lavest tilbøyelighet til å gi første- eller andreprioritet til disse utsagnene finner vi på høyre side av diagrammet, blant respondenter som var publikum på Oslo Konserthus (konserter med Oslo-Filharmonien og Göteborg-symfonikerne) og Nasjonalgalleriet.

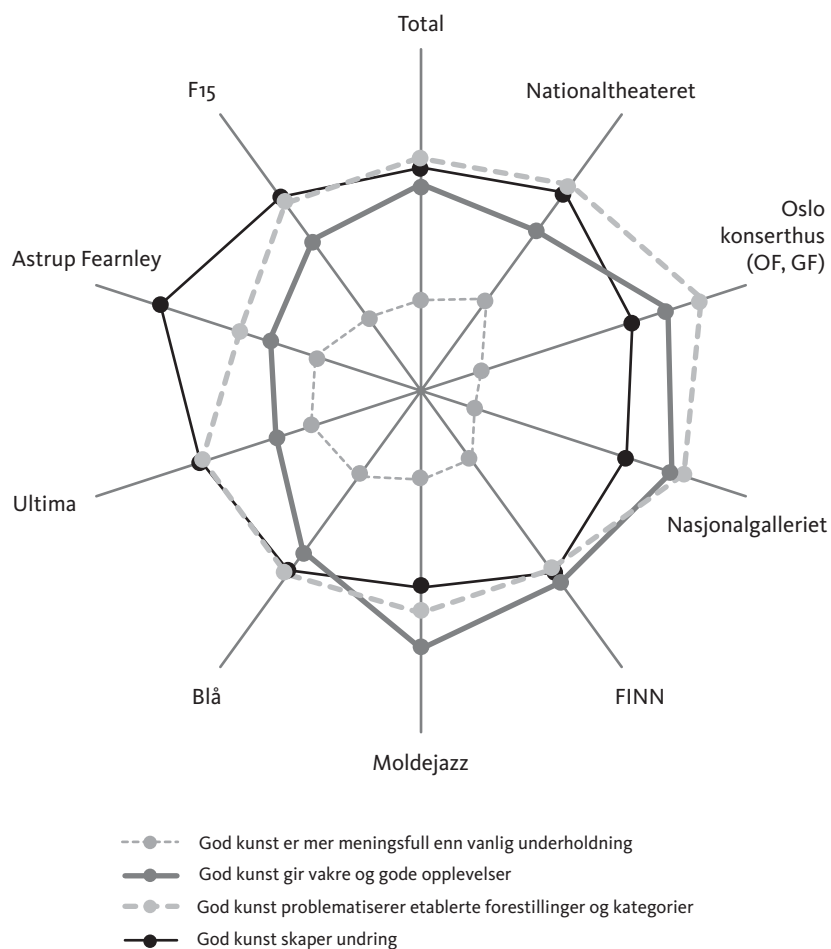
Det er altså en invers struktur i prioriteringen av svaralternativer mellom, på den ene siden, publikum ved Nasjonalgalleriet og på konserter med Oslo-Filharmonien og Göteborg-symfonikerne i Oslo Konserthus, og, på den andre siden, publikum ved Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst og Ultimafestivalen. Dette samsvarer grovt sett med et vanlig erkjent og beskrevet skille mellom «tradisjonelle» og «moderne» uttrykk. Det samsvarer også med et skille mellom et godt voksent publikum med tilhørighet på Oslos vestkant, og et yngre publikum med mer spredt sosiogeografisk tilhørighet. I figur 33 er fordelingen i av alle de fire alternativene fremstilt i et samlet diagram, forskjellene i fordelingsmønster mellom «høyresiden» og «venstresiden» side kommer tydelig frem. Uttrykt i tall er forskjellene 20–30 prosentpoeng. Det er en markert forskjell, men samtidig er det viktig å se at det også er betydelige likheter mellom prioriteringene, for eksempel får alternativet «God kunst problematiserer etablerte forestillinger og kategorier» alle steder den lavest scoren blant de fire alternativene.

For å gi et mer detaljert bilde av kontrastene mellom venstre og høyre side i disse diagrammene er to arenaer – eller mer presist, institusjonelle sammenhenger – for formidling av musikk valgt ut som representanter for «venstresiden» og «høyresiden» i diagrammet, nemlig Ultimafestivalen og konserter med Oslo-Filharmonien og Göteborg-symfonikerne i Oslo Konserthus. Andelen respondenter som gir første- eller andreprioritet til hver av de tretten foreslåtte beskrivelsene av «god kunst» er så plottet inn på hver sin akse i et «edderkoppnetttdiagram». Det første av de to følgende diagrammene (figur 34) viser fordelingen av svar fra samtlige respondenter, mens det neste diagrammet (figur 35) viser fordelingen av svar fra respondenter som var publikum på Ultimafestivalen og på konserter med Oslo-Filharmonien og Göteborg-symfonikerne i Oslo Konserthus.



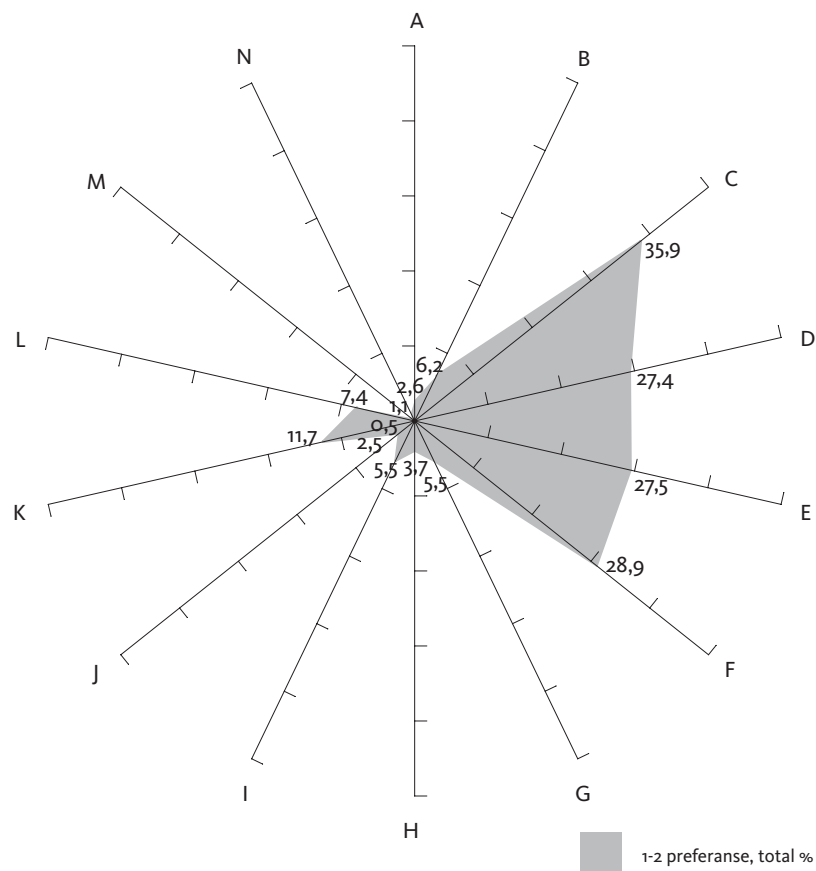
Figur 32 Diagrammet viser prosentandel respondenter som gir første- eller andreprioritet til beskrivelsene «God kunst problematiserer etablerte forestillinger og kategorier» og «God kunst skaper endring», fordelt på de ulike arenaene for kunst og kulturformidling,¹³³ I tillegg er den samlede eller totale prosentfordelingen plottet inn på den øverste vertikale linjen i figuren. Hver av sirkene i aksesystemet indikerer at 20 %, 0 % er i sentrum og 100 % ytterst (plasseringen av punktene viser f.eks. at blant respondenterne fra Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst har 80 % har alternativet «God kunst skaper endring» som første- eller andreprioritet).

¹³³ Nærmere bestemt Nationaltheatret, Oslo Konserthus (Oslo-Filharmonien, Göteborg symfonikerne), Nasjonalgalleriet, Fests spillene i Nord-Norge (FINN), Moldejazz, Blå, Ultimafestivalen, Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst, Galleri F15.



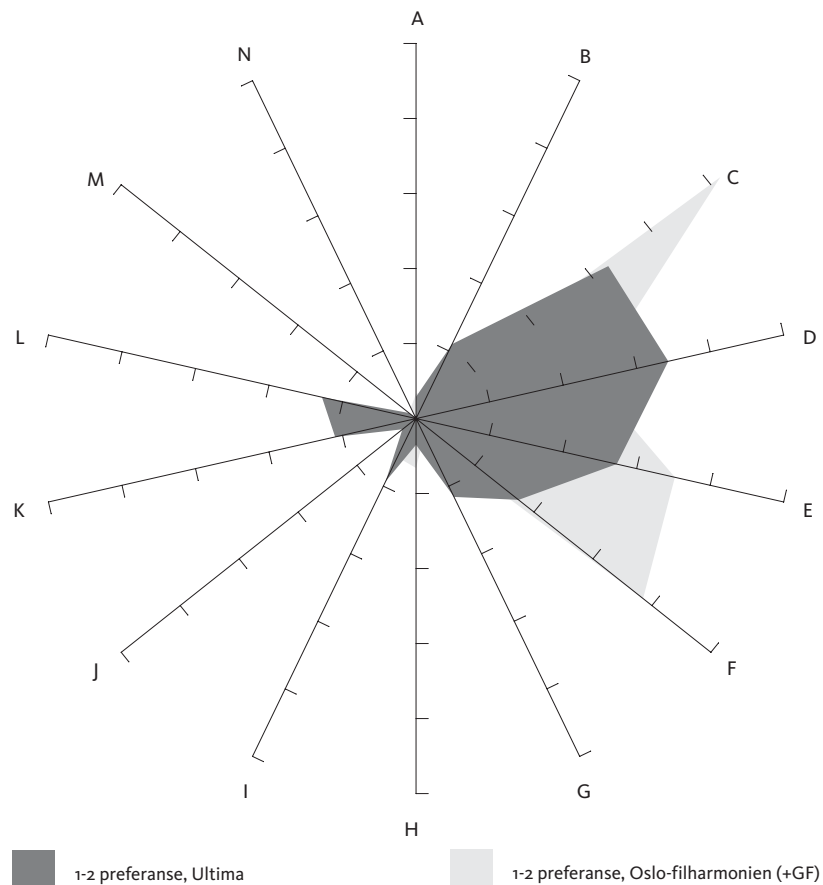
Figur 33 Diagrammet viser prosentandel respondenter som gir første- eller andreprioritet til beskrivelsene «God kunst er mer meningsfull enn vanlig underholdning», «God kunst gir vakre og gode opplevelser», «God kunst problematiserer etablerte forestillinger og kategorier» og «God kunst skaper undring», fordelt på de ulike arenaene for kunst og kulturformidling.¹³⁴ I tillegg er den samlede eller totale prosentfordelingen plottet inn på den øverste vertikale linjen i figuren. Hver av sirklene i aksesystemet indikerer at 20 %, 0 % er i sentrum og 100 % ytterst.

¹³⁴ Nærmere bestemt Nationaltheatret, Oslo Konserthus (Oslo-Filharmonien, Göteborg symfonikerne), Nasjonalgalleriet, Festspillene i Nord-Norge (FINN), Moldejazz, Blå, Ultimafestivalen, Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst, Galleri F15.



- Bokstavene på aksene som indikerer de ulike utsagnene om «god kunst» er organisert på følgende måte:
- A: God kunst krever kunnskap og fordypelse
 - B: God kunst viser hva som rører seg i tiden
 - C: God kunst er mer meningsfull enn vanlig underholdning
 - D: God kunst skaper undring
 - E: God kunst uttrykker noe allmennmenneskelig
 - F: God kunst gir vakre og gode opplevelser
 - G: God kunst uttrykker kunstnerens særegne virkelighet
 - H: God kunst kan ikke forstås ved hjelp av fornuften
 - I: Annet ...
 - J: God kunst er samfunnskritisk
 - K: God kunst reflekterer over måter å uttrykke seg på
 - L: God kunst problematiserer etablerte forestillinger og kategorier
 - M: God kunst er ubehagelig
 - N: God kunst er blitt anerkjent som god kunst

Figur 34 Diagrammet viser den samlede prosentandel respondenter som gir første- eller andreprioritet til de forskjellige beskrivelsene av «god kunst». Hver av markeringene på aksene indikerer 10 %, 0 % er i sentrum og 50 % ytterst. Prosenttall.



- Bokstavene på aksene som indikerer de ulike utsagnene om «god kunst» er organisert på følgende måte:
- A: God kunst krever kunnskap og fordypelse
 - B: God kunst viser hva som rører seg i tiden
 - C: God kunst er mer meningsfull enn vanlig underholdning
 - D: God kunst skaper undring
 - E: God kunst uttrykker noe allmennmenneskelig
 - F: God kunst gir vakre og gode opplevelser
 - G: God kunst uttrykker kunstnerens særegne virkelighet
 - H: God kunst kan ikke forstås ved hjelp av fornuften
 - I: Annet ...
 - J: God kunst er samfunnskritisk
 - K: God kunst reflekterer over måter å uttrykke seg på
 - L: God kunst problematiserer etablerte forestillinger og kategorier
 - M: God kunst er ubehagelig
 - N: God kunst er blitt anerkjent som god kunst

Figur 35 Diagrammet viser prosentandel respondenter på Ultimafestivalen, og på konserter med Oslo-Filharmonien og Göteborg-symfonikerne i Oslo Konserthus, som gir første- eller andreprioritet til de forskjellige beskrivelsene av «god kunst». Hver av markeringene på aksene indikerer 10 %, 0 % er i sentrum og 50 % ytterst.

Denne sammenligningen viser de forskjellene i vurderinger som ble omtalt ovenfor. Forskjellene er særlig markerte i forhold til alternativene B, C, D, F, G, K og L, der respondentene fra publikum på konserter med Oslo-Filharmonien og Göteborg-symfonikerne i Oslo Konserthus i større grad velger alternativer som legger vekt på det meningsfulle, vakre og gode, mens respondenter fra publikum ved Ultimafestivalen i større grad velger alternativer som betoner undring og en refleksiv eller «kritisk» orientering. Samtidig er det her viktig å ikke stirre seg blind på forskjeller. Over 30 % velger begge steder alternativene C og E som første- eller andreprioritet (altså «God kunst er mer meningsfull enn vanlig underholdning» og «God kunst uttrykker noe allmennmenneskelig»). Det er også slående at det ikke bare er en stor andel (39 %) blant Oslo-Filharmoniens og Göteborg-symfonikernes publikum i Oslo Konserthus som legger vekt på at god kunst skal gi «vakre og gode opplevelser» (alternativ F). Den samme beskrivelsen får også betydelig oppslutning (17 %) blant publikum på Ultimafestivalen. Dette er mer enn de «reflektive» alternativene K: «God kunst reflekterer over måter å uttrykke seg på» (11 %) og L: «God kunst problematiserer etablerte forestillinger og kategorier» (13 %), og betydelig mer enn det «kulturkritiske» alternativet M: «God kunst er ubehagelig» (1,2 %).

Alt i alt kan dette peke i retning av at Niklas Luhmann er inne på noe viktig når han sier at diskusjonene om kriterier for kunst ennå ikke har gitt noe troverdig alternativ til en semantikk som er organisert rundt begrepsparet pent og stygt (Luhmann 2000: 190–195). Maja Ratkje gir indirekte uttrykk for noe av det samme når hun i et intervju i Morgenbladet den 1. november 2002 ikke bare omtaler støymusikk som opprivende, ubehagelig og provoserende, men også understreker at den er fin og behagelig for dem som er vant til å høre på slik musikk.

DEL IV

Avsluttende oppsummering

Denne undersøkelsen av kunst- og kulturpublikum har vært organisert rundt den tredelingen i ulike aspekter ved publikum som ble presentert og begrunnet i innledningen: Publikum som et konglomerat av markedssegmenter, publikum som sosialitetsform og publikum som offentlighet.

Del I av undersøkelsen fokuserte på publikum som markedssegmenter. Kunst- og kulturfeltet, betraktet som et konglomerat av markeder, utgjør et uoversiktlig felt med en rekke spesifikke markedssegmenter knyttet til ulike kunstformer, stiler, genrer, differensierte kulturuttrykk og subkulturelle ytringsformer. Mange av disse segmentene er små og danner nettverk av spesielt interesserte. I denne studien er det ikke gjort noe forsøk på å beskrive dette sammensatte feltet. Fokuset har vært rettet mot noen generelle sosiale prinsipper for segmentering, prinsipper som skaper mønstre som mer eller mindre klart avtegner seg i de statistiske dataene om publikumsopplutning, og som innbyr til generelle fortolkninger.

Et overordnet prinsipp for segmentering i vanlige varemarkeder er kjøpekraft. Det er opplagt at økonomiske ressurser også spiller en rolle for tilegnelse av kunst og kultur. For det første eksisterer det høyprissegmenter som er forbeholdt velbemidlede (f.eks. ervervelse av originalarbeider av renommerte billedkunstnere). For det andre vil det å være høyforbruker av kunst- og kulturopplevelser lett kunne innebære et betydelig innhogg i vanlige husholdningsbudsjetter, spesielt hvis det er snakk om å holde seg à jour med flere ulike kunstformer og finansiere konsert- og teaterbilletter for flere

familiemedlemmer. Det finnes også former for «kulturisme» som forutsetter en romslig økonomi. Likevel er det et slående trekk ved markedene for kunst og kultur at kjøpekraft ikke har en like dominerende betydning som på de fleste vanlige varemarkeder. Kulturøkonomien er for en stor del en tilbudssideøkonomi der både etterspørsel og kjøpekraft spiller mindre rolle enn innenfor mange andre sektorer av økonomien. I dagens Norge finnes det et bredt tilbud av gratis og moderat priset kunst og kultur. Dette skyldes for en stor del kulturpolitiske tiltak for å gjøre kunst og kultur tilgjengelig, men også at mange produsenter og distributører tilbyr kunst og kultur som et offentlig gode. Oppsummeringene fra SSBs kulturundersøkelser viser at økonomiske ressurser og geografisk tilgjengelighet (som ofte kan kompenseres gjennom høy kjøpekraft) ikke er de mest avgjørende faktorene for tilegnelse av kunst og kultur.

I denne undersøkelsen ble det derfor fokusert på tre andre faktorer som er vesentlige for forstå markedessegmentering, nemlig alder, kjønn og utdanning. Disse faktorene har fått bred omtale i publikasjoner fra SSBs undersøkelser av kulturbruk, selv om de der ikke eksplisitt er blitt knyttet til betraktninger om markedessegmenter. Oversiktene som ble presentert i denne studien over hvordan alder, kjønn og utdanning betinger kulturinteresser og besøkshyppighet ved kunst og kulturarrangementer, viser ikke noe vesensforskjellig fra det som tidligere er vist i SSBs analyser. Dette til tross for at de statistiske beregningene som presenteres i her – til forskjell fra SSBs beregninger – er basert på simultane analyser av data fra alle de fire kulturbruksundersøkelsene, og gjør bruk av multivariate modeller som gjør det mulig å rendyrke bestemte statistiske sammenhenger, mens det kontrolleres for betydningen av andre. Heller enn å vise noe vesensforskjellig fra de resultatene SSB har kommet frem til, bestyrker de multivariate analysene flere av SSBs konklusjoner. Samtidig er det her lagt vekt på å presentere og diskutere tolkninger av de registrerte sammenhengene. Tolkningene fokuserer på mulige forklaringer og meningssammenhenger, men forsøker ikke å levere endelige svar på spørsmål som krever mer detaljerte studier for å kunne analyseres på en tilfredsstillende måte. Hensikten har vært å fokusere på hvilke prosesser som skaper mønstre, og å få frem mangfoldet av relasjoner og påvirkninger som kan ligge til grunn for tilsynelatende enkle og selvforklarende sammenhenger. Det er også lagt vekt på å få frem en del grunnleggende svakheter ved SSBs måte å klassifisere kunst og kultur på, og hvilke spørsmål dette reiser når det gjelder hva de registrerte sammenhengene kan si noe om. Data fra egne undersøkelser er dessuten trukket inn, dels for å supplere, og dels for å problematisere SSBs datamateriale.

Det første av de tre generelle segmenteringsprinsippene som ble tatt opp var alder. Det eksisterer klare sammenhenger mellom alder og kulturbruk, men disse sammenhengene er ikke-lineære og varierer mellom ulike kulturelle former. Det er derfor ikke mulig å gi noen enkel oppsummering av alderens betydning. Fire ulike mønstre ble identifisert: Homogenitet, som beskriver kulturelle former der det ikke kan registreres noen tydelige alderseffekter; ungdomskultur, som beskriver kulturelle former som har en utpreget appell til yngre mennesker; godt voksen kultur, som beskriver kulturelle former der middelaldrende og eldre er overrepresentert; og til slutt integrasjonskultur, som forener barn og voksne.

Aldersprogrammering og konvensjoner for å uttrykke aldersidentitet er viktige prosesser for å forstå de typiske aldersmønstrene. Aldersprogrammering er styrt av produsenter og formidlere, og dette legger premisser for hvordan publikum orienterer seg. Men denne tilretteleggingen forklarer ikke alle sammenhenger mellom alder og kulturbruk. Selv om aldersprogrammering preger publikums preferanser, tar programmeringen utgangspunkt i tendenser som antas å være til stede blant publikum på forhånd. Slike tendenser blir ofte beskrevet med utgangspunkt i «alderspsykologiske forhold», dvs. i betraktninger om hvilke kulturelle uttrykk som «naturlig passer for» bestemte aldersgrupper. I det foregående ble antagelser av denne typen satt opp mot tolkninger som ser kunst og kultur som medier personer kan bruke for å konstruere sin aldersidentitet. En annen prosess som kan tenkes å prege sammenhengen mellom alder og kunst- og kulturinteresser er ervervelse av kulturell kompetanse. Mange kulturelle former blir langt mer interessante og utbytterike når den som tilegner seg dem har opparbeidet et visst nivå av fortrolighet og kompetanse i kulturell dekodning. Dette krever investert tid, og eldre personer vil ofte ha tilbrakt mer tid i kontekster der denne typen kompetanse blir formidlet på en uformell måte. Men kulturell kompetanse kan også erverves gjennom utdanning. Blant unge voksne er utdanningsnivået i gjennomsnitt høyere enn blant eldre, og andelen med utdanning i humanistiske fag er større. Sammenhengen mellom alder og kulturell kompetanse danner dermed et sammensatt mønster. Når det gjelder nye «populærkulturelle» former, vil sammenhengen mellom alder og kompetanse ofte være ganske annerledes fordi ungdom opptrer som «early adaptors» og derfor har et bedre utgangspunkt for å tilegne seg kompetanse.

Forholdet mellom alder og kunst- og kulturaktiviteter dreier seg ikke bare om ulike aldersmessige forutsetninger for å tilegne seg det som formidles. Tilegnelse er også en sosial aktivitet. Uten å gå inn på vidløftige

psykodynamiske resonnementer går det an å anta at det foregår en form for identifikasjon med kunstnere og formidlere, og at publikum lettere kan kjenne seg igjen i prosjektene til noen i sin egen aldersgruppe. Videre har tilegnelsen ofte preg av å være en sosial begivenhet og fokus for gruppeaktiviteter (et tema for del II av undersøkelsen), og dette vil ofte bidra til bestemte aldersfordelinger blant publikum.

Til slutt i avsnittet om alderseffekter ble forholdet mellom livsfaseforskjeller og generasjonsforskjeller tatt opp. Dette ble eksemplifisert i forhold til publikum for billedkunst. Det kan være grunn til å spørre om aldersfordelingen blant publikum på mange kunstutstillinger bare skyldes at billedkunst appellerer spesielt til et noe eldre publikum, eller om det også dreier seg om et generasjonsfenomen, slik at det ikke er opplagt at dagens 20-åringer om 40 år vil vise like stor interesse for billedkunst som dagens 60-åringer viser.

Det andre hovedprinsippet for markedssegmentering som ble diskutert var kjønn. Her ble tre mulige fordelingsmønstre blant publikum tatt opp, nemlig kjønnsnøytralitet, maskulin dominans og feminin dominans. Det finnes tendenser til de to første mønstrene, men feminin dominans – i betydningen mer eller mindre klar overrepresentasjon av kvinner blant publikum – viste seg å være det mest typiske og slående mønsteret. Hvorfor er dette situasjonen? På lignende måte som når det gjelder «essensialistiske» tolkninger av alderseffekter, har det vært vanlig å tenke seg at kvinnenaturen har en spesiell affinitet til det estetiske. Uansett om dette utlegges som et mystisk-trascendent forhold, eller blir forsøkt forankret i kvasi-nevrofysiologiske betraktninger (f.eks. med utgangspunkt i en påstand om at menn er analyserende, mens kvinner er syntetiserende), reiser det ubesvarte spørsmål om hvorfor denne kjønnsfordelingen spesielt gjør seg gjeldende på kunstens område, og hvorfor den kjennetegner publikum, men ikke produsenter av kunst og kultur. På lignende måte som i forbindelse med tolkningen av alderseffekter, går det an å se overrepresentasjonen av kvinner blant segmenter av kunst- og kulturpublikum som et resultat av at det eksisterer konvensjoner for å skape kjønnsidentitet gjennom å ha et nært forhold til bestemte former for kunst og kultur. Dette reiser spørsmål om hvordan denne typen konvensjoner har oppstått, og om den kvinnelige overrepresentasjonen utelukkende skyldes bestrebelser på å skape kjønnsidentitet, eller om andre forhold bør trekkes inn. I den videre diskusjonen om kjønnseffekter ble andre forhold trukket inn, og disse forholdene kan kaste lys over hvorfor de nevnte konvensjonene eksisterer. For det første kan tradisjonelle dominansforhold i

samfunnet ha bidratt til å plassere kvinner i en utenforstående posisjon i forhold til mange mannsdominerte arenaer. Dette kan ha bidratt til at mange kvinner – spesielt sosialt privilegerte kvinner – har utviklet et betraktende forhold til verden og dermed er blitt disponert for å anlegge et estetisk perspektiv på omgivelsene. For det andre kan den sosiale rollen mange kvinner har hatt – både i yrkeslivet og i privatsfæren – som eksperter på representasjon og formgivning, ha bidratt til at kvinner tradisjonelt har vært bærere av estetisk kompetanse. For det tredje har den kjønnsmessige arbeidsdelingen i samfunnet nedfelt seg i kjønns spesifikke verdimønstre som har ledet til at menn i større grad har orientert seg med utgangspunkt i instrumentelle krav (som krav til effektivitet og produktivitet), mens kvinner har hatt et friere forhold til denne typen føringer. Flere trekk ved samfunnsutviklingen har bidratt til å endre disse kjønns spesifikke mønstrene, og det kan derfor tenkes at noen av de registrerte kjønns effektene skyldes et «kulturelt etterslep» som gradvis vil forsvinne i et samfunn preget av større kjønnsmessig likestilling. Men noen av forskjellene – for eksempel den kjønnsmessige fordelingen av en del servicefunksjoner og representative oppgaver – er blitt videreført, og kan bidra til en fortsatt reproduksjon de kjønns spesifikke verdiene som kan disponere for kjønns spesifikke kulturelle preferanser.

Det tredje hovedprinsippet for markedssegmentering som ble tatt opp var utdanning. Til forskjell fra segmentering knyttet til alder og kjønn, var det bare ett mønster som mer eller mindre tydelig preget fordelingene. Dette mønsteret – som ble omtalt som Den utdannede dominans – viser en positiv samvariasjon mellom utdanningsnivå og publikumsoppslutning, og en positiv samvariasjon mellom utdanning og interesse for kunst og kultur: Jo mer utdanning, desto større aktivitet og interesse for kunst- og kulturlivet. Styrken på denne sammenhengen varierte mellom de ulike kunst- og kulturformene.

Hvorfor er sammenhengen mellom utdanning og kunst- og kulturinteresse så klare og entydige? Tolkningene som ble skissert la vekt på å få frem at de tilsynelatende enkle sammenhengene trolig er resultat av flere prosesser. Det er langt fra selvforklarende hvordan disse prosessene er vevd sammen og det er uavklart hvilke prosesser som har størst betydning, særlig med tanke på utviklingen videre. Noen vil se «dannelse» (for ikke å si «borgerlig dannelse») som en forklarende fellesnevner bak utdanning og kunst- og kulturinteresse. Men det er grunn til å spørre om dette forklarer noe, siden «dannelse» er et vagt begrep, og siden prosessene som tenkes å knytte disse forholdene sammen er uklare.

Ulike prosesser som kan tenkes å forbinde utdanning med kunst- og kulturinteresser ble skissert. En type prosesser er årsakssammenhenger, hvor det kan skilles mellom tre undertyper: For det første direkte effekter av utdanning på kunst- og kulturinteresse som legger vekt på den kulturelle kompetansen som utdannede personer kan tilegne seg; for det andre indirekte effekter som legger vekt på at utdanning gir trening i abstraksjon og tilegnelse av alternative symbolske universer, og at dette igjen kan skape større åpenhet for å tilegne seg ulike kulturelle former; og for det tredje kontekstuelle effekter av utdanning som viser til den betydningen kunst og kultur har som felles fokus og kommunikativ kode innenfor institusjoner for høyere utdanning.

En annen type prosess er seleksjon. Antatte sammenhenger mellom dannelse, utdanning og kunst- og kulturinteresser kan forstås som en seleksjonsprosess der personer med visse medfødte anlegg viser seg å være både skolefrelle og ha en spesielt velutviklet estetisk sans. Men det er tvilsomt om et slikt «aristokrati av åndsmennesker» (for å sitere Ibsen), eller forekomsten av personer med en intelligens som disponerer både for gode skoleprestasjoner og god estetisk dømmekraft (for å bruke en mer moderne terminologi), er nok til forklare statistiske regelmessigheter i en utvalgsundersøkelse. Seleksjon kan også dreie seg om ulikheter i motivasjon. Generell skoleforskning viser at en viktig motivasjonskilde har å gjøre med sosial bakgrunn. Motivasjon for å ta høyere utdanning og for å interessere seg for kunst og kultur, vil ofte være resultat av en type sosial arv der personer i ung alder er blitt fortrolige med verdien av boklig lærdom og kunst, og derfor har opparbeidet motivasjon for å tilegne seg dette.

En tredje type prosess dreier seg om identitetskonstruksjon. En stor del av etterspørselen etter kunst og kultur blant personer med høyere utdanning har trolig sammenheng med at det å tilegne seg kulturgoder på et visst nivå bidrar til å bygge opp og bekrefte en identitet som en utdannet person. Dette trenger ikke primært å dreie seg om å skape en sosial fasade, men vel så mye om en form for selvkommunikasjon. I denne sammenhengen er det interessant å reflektere over hvorfor utdanning har effekt på kulturinteresse ikke bare innen de kunstformene som tradisjonelt har hatt høyest anseelse, men også når det gjelder såkalte «populærkulturelle former». Dette kan sees som et tegn på at et nytt dannelsesideal er ved å etablere seg, et ideal som også fordrer kompetanse innenfor «populærkulturelle former».

Del II av undersøkelsen fulgte en annen tilnæringsmåte for å beskrive publikum. Fokus ble lagt på hvordan det å være publikum kan

innebære å inngå i et sosialt fellesskap. Det finnes en rekke former for sosiale fellesskap, og for oversiktens skyld kan det være nyttig å plassere dem langs et kontinuum fra, på den ene siden, de som består av grupper av fortrolige omgangsvener, over til, på den andre siden, de som består av personer som forholder seg til hverandre uten å være i direkte kontakt. Hele dette spekteret av sosiale fellesskap er representert blant de fellesskapene som kjennetegner kunst- og kulturpublikum.

På den ene siden har vi små grupper av fortrolige som danner det assosierte publikummet til en bestemt kunstner eller genre. Organiserte grupper av entusiaster som ofte er samles i klubber eller foreninger er en løsere form for fellesskap. En enda løsere sosialitetsform er grupper som arbeider for å fremme bestemte kulturelle former eller bestemte kulturpolitiske verdier. På den «løseste» ytterkanten kan vi snakke om «forestilte fellesskap» som består av personer som har en følelse av å være del av «et større *vi*», for eksempel gjennom å være tilhengere av samme type musikk. Denne typen fellesskap har fått ett oppsving gjennom utbredelsen av moderne former for massekommunikasjon.

Det finnes mange eksempler på publikumsfellesskap som ikke har oppstått med utgangspunkt i estetiske interesser, men som over tid likevel har gjort kunstneriske bidrag og kulturelle symboler til viktige felles samlingspunkter. Den finnes en rekke historiske eksempler på religiøse menigheter og politiske bevegelser som danner kjernepublikum for en bestemte kulturelle uttrykk. Fortsatt finnes det mange eksempler på at sosiale fellesskap, fra familier og vennegrupper til byer og regioner, skaper gruppeidentitet gjennom å samles om bestemte former for kunst og kultur. Men hvordan kan kunst og kultur ha en slik sammenbindende kraft? Tre prosesser som kan bidra til dette ble skissert. For det første vil entusiaster innenfor en kulturform akkumulere mye spesialkunnskap som deltakerne i publikumsnettverk kan få del i og som kan skape en følelse av å være innforstått. Dette kan virke sosialt samlende. For det andre kan publikumsgrupper forenes rundt generelle verdier som «kreativitet» og «modernitet», samt mer spesifikke estetiske verdier. Slike verdifellesskap kan virke sosialt samlende, spesielt hvis deltakerne erfarer at de er idealistiske tilhenger av verdier som er under press. Og sist, men ikke minst, kan kunst- og kulturopplevelser ha sammenbindende kraft fordi tilegnelsen ofte tar form av en type sosiale ritualer. Det ble gitt en kort oversikt over teorien om interaksjonsritualer, og skissert hvordan dette perspektivet kan kaste lys over publikums erfaringer av sosialitet.

Publikum som sosialitetsform ble illustrert ved empiriske eksempler som fokuserte på ulike sosiale nivåer: På den ene siden kunst- og kultur-

resepsjon som integrasjonsritual for parforhold og familieforhold. Og på den andre siden oppslutning om bestemte arenaer for kunst- og kulturformidling som uttrykk for sosio-geografisk tilhørighet. Det viste seg at en stor andel av publikum oppsøkte kunst og kulturtilbud sammen med en kjæreste, samboer eller ektefelle, eller en annen nær bekjent. Det kan være grunn til å reflektere over hva dette kan innebære for resepsjon, og om dette burde vært viet større oppmerksomhet i resepsjonsteori. Undersøkelsen av den sosio-geografiske fordelingen av publikum ved en del viktige arenaer for kunst og kulturformidling i Oslo viste noen markerte mønstre. Det er her viktig å understreke at det som kan virke integrerende for noen, kan markere forskjell og avstand for andre. Det viste seg for eksempel at sentrale arenaene for formidling av kunst og kultur i Oslo ikke tiltrekker seg publikum fra nordøstlige og sørøstlige bydeler, og dermed heller ikke personer av for eksempel pakistansk opprinnelse (som utgjør en stor andel av befolkningen i disse bydelene).

I del III ble det fokusert på publikum som offentlighet. De første avsnittene tok opp generelle spørsmål om kunstens forhold til det som i sosialfilosofi er blitt kalt den offentlige sfære. Det ble skilt mellom en generell offentlighet – som regnes som en forutsetning for demokratisk kultur – og en mer spesifikk kunstoffentlighet. Kunstoffentlighetens betydning for kunsten ble diskutert nærmere, og det ble argumentert for at en fungerende kunstoffentlighet er en forutsetning for kunstens autonomi, og for at det utvikles standarder for kunstnerisk seriøsitet og kvalitet. Men eksisterer det en felles kunstoffentlighet? Det kan fremføres gode argumenter for at det ikke lenger er meningsfullt å snakke om en overgripende kunstoffentlighet, og at det som finnes er en rekke ulike deloffentligheter. Men denne situasjonen er tvetydig fordi forestillingen om Kunsten som en overgripende sfære fortsatt fungerer som en ledetråd i mye produksjon, distribusjon og fortolkning av kunst og kultur. Noen av de ekspertsystemene som er bygd opp rundt kunsten har bidratt til å skape kommunikasjon på tvers av ulike generer og former, og er gjennom dette med på å skape en overgripende kunstoffentlighet. Hvis vi kan forutsette at det finnes en kunstoffentlighet, hva er publikums rolle innenfor denne? Det er ikke selvfølgelig at publikum har noen betydning for det som foregår i kunstoffentligheten. I denne sammenhengen ble Niklas Luhmanns argumenter for å betrakte kunstsystemet som et «operativt lukket system» diskutert. Argumentene kan ha mye for seg, men det ble pekt på flere forhold som tyder på at reaksjoner fra publikum fortsatt har betydning. Ikke minst er mange kunstnere og kritikere opptatt av kontroverser rundt hvor åpen eller selvtilstrekkelig kunsten

bør være, hvordan den er relatert til «populærkulturelle uttrykk» og hvordan reaksjoner fra publikum skal fortolkes. Et siste prinsipielt spørsmål som ble tatt opp var kunstoffentlighetens forhold til den generelle «offentlige sfære». I historisk perspektiv er det er hevet over tvil at kunst og kultur har spilt en viktig rolle som uttrykksmiddel i situasjoner der andre former for offentlig kommunikasjon har vært blokkert. Litteratur, teater og billedkunst bidro for eksempel til å tematisere det fortrenkte «ubehaget i kulturen» i en epoke preget av viktoriansk moral og offentlig hykleri. Hvordan stiller dette seg i en historisk epoke der overflod av informasjon ser ut til å være et større problem enn blokkert kommunikasjon? Det er i denne sammenhengen interessant å se på hvilke språklige kategorier som brukes for å beskrive kunst og estetiske erfaringer. Dreier det seg om kategorier som legger opp til at kunsten skal ha en kritisk funksjon, eller er de foretrukne språklige kategoriene for kommunikasjon om kunst preget av et ønske om estetisk behag?

Den moderne kunstens talsmenn har ofte hevdet at kunsten har evnen til å foregripe «det nye» og kommunisere på tvers av ulike systemer og meningsuniverser, og at dette kunstens viktigste bidrag i forhold til en generell offentlighet. I det foregående ble det reist tvil ved denne fortolkningen. Kanskje har Luhmann mer rett når han hevder at kunsten i dag har fått en spesialisert funksjon som dreier seg om å tematisere forskjellen mellom persepsjon og kommunikasjon.

I den empirisk avslutningen av del III ble bare to av alle disse komplekse spørsmålene forfulgt videre. Det dreier seg for det første om spørsmålet om kunstens enhet og for det andre om hvilke kategorier for klassifisering og vurdering av kunst som blir foretrukket. Det første spørsmålet ble belyst ved å se på data om kunst- og kulturinteresser fra SSBs kulturbruksundersøkelse. Ved å studere hvordan de uttrykte kunst- og kulturinteressene grupperer seg i forhold til hverandre, går det an å få et inntrykk av hvilke «praktiske synteser» respondentene gjør av ulike kulturelle former. Det skilte seg ut to grupper av interesser, som i grove trekk reflekterer de tradisjonelle forestillingene om «høykultur» versus «populærkultur». Data om kategorier for klassifisering og vurdering av kunst bygger på data fra egen undersøkelse. I analysen av disse dataene ble det fokusert på hvilke klassifikasjoner som totalt sett ble foretrukket oftest, og hvilke som ble valgt bort. Forskjeller mellom ulike arenaer for kunst- og kulturformidling som typisk tiltrekker seg ganske ulike publikumssegmenter, ble også analysert. Det viste seg å være en utpreget tilbøyelighet til å foretrekke klassifikasjoner som vektlegger «vakre», «gode»

og «meningsfulle» opplevelser. Graden av oppslutning om disse verdiene varierte på forventet måte mellom de ulike stedene. Alternativet som foreslo at god kunst er «ubehagelig» ble derimot systematisk valgt bort av de fleste som svarte på spørreskjemaene.

Denne undersøkelsen av publikum har tatt utgangspunkt i at dette tilsynelatende enkle begrepet rommer en sammensatt virkelighet, og at det å studere kjennetegn ved publikum innebærer å studere en rekke uoversiktlige prosesser. Avslutningen på denne studien tar ikke sikte på å lansere en enkel, spekulativ syntese som skal oppsummere dette sammensatte bildet. Det kan heller passe å runde av med en betraktning fra Niklas Luhmann:

«Politikere vil gjerne at samfunnsforskning skal bidra til å gjøre det enklere å ta beslutninger, men samfunnsforskning gjør ikke verden enklere, den skaper heller mer kompleksitet.»¹³⁵

135 Fra forelesning, Blindern, 1987.

APPENDIKS 1

Noen refleksjoner over metoder og data

Denne studien av publikum inneholder oppsummeringer, analyser og refleksjoner rundt kulturbruk som bygger på informasjon fra ulike kilder. I dette arbeidet – som i mange andre undersøkelser der det finnes opplysninger om folks gjøren og laden, meninger og holdninger, altså det som gjerne kalles empirisk materiale – er egne observasjoner en viktig kilde til informasjon. Som nevnt i innledningen har vi alle gjort erfaringer som publikum på kunst og kulturarrangementer. Mine egne erfaringer – som jeg ikke påstår er spesielt brede, eller av høyere kvalitet enn andres erfaringer – har bidratt til å reise spørsmål og foreslå tolkninger. Dette gir selvfølgelig et begrenset perspektiv, og i forsøkene på å utvide grensene for dette perspektivet har jeg ikke bare fordypet meg i teoretisk refleksjon, men også gjort anstrengelser for å hente inn informasjon på mer systematiske måter, og ikke minst hente inn informasjon av en type som ikke er tilgjengelig fra et individuelt ståsted. Den metodiske tilnæringsmåten er derfor sammensatt. De to viktigste datakildene har vært Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kultur og mediebruk, og en egen undersøkelse som kombinerte observasjoner, intervjuer og spørreskjemaer distribuert til personer som besøkte bestemte kunst- og kulturarrangementer.

Statistisk sentralbyrås undersøkelser av kultur og mediebruk

En hovedkilde for å skaffe informasjon om publikum har altså vært data fra Statistisk sentralbyrås utvalgsundersøkelser om Kunst og mediebruk. Deler av dette datamaterialet er brukt for å gi en oversikt over noen strukturelle kjennetegn ved de markedssegmentene som utgjør kunst- og kulturpublikum.

Statistisk sentralbyrås undersøkelser om Kunst- og mediebruk ble gjennomført i 1991, 1994, 1997 og 2000 på oppdrag fra blant annet Norsk kulturråd (det ble også gjennomført en SSB-undersøkelse i 2004, men data derfra er ikke inkludert i denne studien). Det dreier seg om spørreskjemaundersøkelser, der ca. 2000 personer bidro med informasjon om kunst- og mediebruk i hver av undersøkelsene. Utvalget av respondentene er gjort ut fra Statistisk sentralbyrås prinsipper for tilfeldig utvelgelse, og de utvalgte personer skal dermed representere et tverrsnitt av Norges befolkning (kun personer i alderen 9 til 80 år var med i utvalget). Undersøkelsene ble de første gangene gjennomført ved personlige intervjuer der SSB-intervjuere oppsøkte respondentene hjemme. De siste gangene ble undersøkelsen gjennomført ved hjelp av telefonintervjuer.

Dataene fra de enkelte surveyene er blitt registrert og tilrettelagt av SSB. Kommenterte oversikter over fordelingsmønstre i datamaterialet er publisert i flere SSB-rapporter (Vaage 1992, 1995, 1996b, 1998, 2001 og 2005b). Videre har Odd Frank Vaage – som har vært ansvarlig for undersøkelsene – publisert en rekke rapporter og artikler basert på dette datamaterialet (se Vaage 1996a, 2000a, 2000b, 2004 og 2005a; Vaage 2005b: 107 gir en oversikt over disse publikasjonene). Data fra undersøkelsene er også benyttet som grunnlagsmateriale i bøker, artikler og kommentarer om kultur og mediebruk. De som har anvendt dette materialet har stort sett tatt utgangspunkt i frekvensfordelingene og de uni- og bivarierte prosentfordelingene som er presentert i rapportene fra SSB. Dataene er i liten grad blitt analysert med utgangspunkt i modeller som viser mer komplekse sammenhenger mellom variabler.

De analysene jeg presenterer i denne undersøkelse fokuserer på et begrenset sett av variabler fra de fire spørreundersøkelsene. Disse variablene blir til gjengjeld analysert ved hjelp av modeller som inkluderer informasjon fra alle de fire undersøkelsene og tar hensyn til kombinasjonseffekter mellom flere variabler.

Tilrettelegging av datamaterialet

For å kunne inkludere informasjon fra 1991, 1994, 1997 og 2000 i simultane analyser, var det nødvendig å gjøre en omfattende omkodning og tilrettelegging av data fra de fire enkeltundersøkelsene. De aktuelle variablene ble samlet i ett nytt datasett med informasjon fra alle undersøkelsesårene. Fordi variablene ikke var kodet på nøyaktig samme måte i hvert av de opprinnelige datasettene, måtte noe informasjon som ligger i de opprinnelige variablene utelates ved sammenslåingen. Dette har stort sett ikke skapt problemer, bortsett fra i forbindelse med registrering av respondentens (og hovedforsørgerens) yrke. Her har endringer i prinsippene for å klassifisere yrkeskategorier og yrkesstatus gjort det umulig å generere en ny variabel som oppsummerer den informasjonene som ligger i de opprinnelige klassifiseringene. Jeg har i stedet laget en ny variabel med to kategorier som skiller mellom det som i dagligtalen noe omtrentlig kalles «hvitsnippykker» og andre typer yrker. Dette er lite presist, men likevel brukbart i den sammenhengen det anvendes her. Data om interesser for ulike kulturtilbud mangler i undersøkelsen fra 1991, og analyser av interesser bygger følgelig bare på data fra de siste tre undersøkelsene. Dataene om husholdsinntekt er deflatert ved hjelp av konsumprisindeksen for å gjøre kroneverdiene fra de fire tidspunktene mer sammenlignbare.

Hva kan data fra denne typen undersøkelser fortelle om publikum ved kunst- og kulturarrangementer? Jeg vil først se på noen fortrinn ved denne typen informasjon, for deretter å beskrive en del begrensninger og problemer som hefter ved slike data. Denne vurderingen inngår som en del av oppdraget for prosjektet Kunstoffentligheter. Ytterligere kommentarer til datamaterialet fra SSB er gitt i sammenheng med de spesifikke analysene i del I.

Fordeler ved datainnsamlingsopplegg av SSB- typen

Snakker vi om «publikum» i ubestemt form, påkaller vi forestillinger om en befolkning og egenskaper ved denne befolkningen. Selv om vi kan ha mer eller mindre klare ideer om hva og hvordan en befolkning er, så er en befolkning over en viss størrelse ikke noe mulig objekt for direkte persepsjon. Det finnes selvfølgelig en lang tradisjon for symbolske representasjoner av hva en befolkning (eller en populasjon eller et folk) er og bør være, men dette dreier seg stort sett om idealiseringer som inngår i en eller annen form for politisk retorikk. I sammenheng med konsolideringen av nasjonalstater i Europa på 1800-tallet begynte utviklingen statistiske

metoder som tok sikte på å gi et mer presist bilde av en befolknings sammensetning og egenskaper. Dette kan sees som utvikling av et apparat for indirekte persepsjon av objekter som vi ikke kan oppfatte direkte. Statistiske prosedyrer av denne typen bidrar med andre ord til et slags «utvidet sanseapparat».

Her ligger fordelene ved den typen data SSB har samlet inn om kultur- og mediebruk. Statistiske data kan gi et overblikk som går langt ut over rammene som begrenser personlige erfaringer. Dette er særlig nyttig hvis vi for eksempel ønsker å vite noe om eventuelle forskjeller mellom dem som oppsøker en type kulturtilbud og dem som sjelden eller aldri gjør det. Mens våre direkte iakttagelser av hvem som typisk oppsøker et eller annet arrangement kan være mer eller mindre riktige, har vi begrensede muligheter til å iakttå hvem som typisk *ikke* er der, eller hvem som er over- eller underrepresentert. Her er vi prisgitt å trekke slutning ut fra nokså magre holdepunkter. Statistiske oppsummeringer gir langt bedre grunnlag for slike slutninger.

Problemer og svakheter ved undersøkelsesopplegget

Bortsett fra spørsmålene om kulturinteresser er spørsmålene i undersøkelsene fra SSB preget av en behavioristisk orientering, der det er lagt vekt på å spørre om respondentens kunst- og kultur*aktiviteter* over en tidsperiode som varierer fra det foregående året til den foregående dagen (når det gjelder litteratur og media er det stort sett stilt spørsmål om hva som ble lest, hørt og sett dagen før). Vektleggingen av spørsmål om aktivitet bygger på en antakelse om at man oppnår mer presise og entydige svar på spørsmål om hva folk har *gjort*, enn på spørsmål om *preferanser* og *verdier*. Det kan til en viss grad være tilfelle, men den antatte forbedringen i presisjonsnivå kan lett gå på bekostning av dataenes informasjonsverdi. De data man får med den fremgangsmåten SSB har valgt er best egnet til å beskrive aktivitetstyper og etterspørsel på et aggregert, nasjonalt nivå. De er langt dårligere egnet til å si noe om forskjeller mellom typiske «kulturkonsumentprofiler» på individnivå. For eksempel vil svar på spørsmål av typen «hva leste du i går» kunne bidra til å gi et bilde av den samlede bruken av visse typer litteratur i befolkningen, men svarene på slike spørsmål er ikke noe godt utgangspunkt for å beskrive de litterære vanene og interessene hos ulike kategorier respondenter. Respondenten kan ha lest noe for barna sine dagen før, eller lest noe tilfeldig, som i liten grad uttrykker vedkommendes litterære smak og generelle lesevaner. Med denne typen

data blir det for eksempel umulig å vurdere om personer som pleier å lese en viss type litteratur, også er mer tilbøyelige til å gå på en bestemt type konserter.

I undersøkelsene av kultur- og mediebruk er det, av metodiske og dataøkonomiske grunner, anvendt et ganske begrenset sett av kategorier og genrer for å klassifisere kulturelle aktiviteter, og de samme inndelingene er opprettholdt gjennom hele undersøkelsesperioden. Denne fremgangsmåten forutsetter ikke bare at det er høy grad av intersubjektiv enighet om innholdet i de kategoriene som brukes for å klassifisere kulturelle genrer og aktivitetstyper. Den forutsetter også at disse kategoriene er meningsfulle for respondentene, og at inndelingene er i stand til å fange opp forskjeller som er relevante for dem som svarer på spørsmålene. Data-materialet benytter et ganske grovmasket sett av kategorier for å registrere kunst- og kulturbruk, og er derfor blitt beskyldt for å røre sammen opplysninger om svært ulike kulturelle praksiser, uten å ta hensyn til kvalitetsforskjeller eller meningsadekvate genreinndelinger. SSBs datainnsamling har også foregått innenfor en kontekst der respondentene ble antatt å kunne gi raske og entydige svar på en rekke standardiserte spørsmål, uten at respondentene hadde nevneverdige muligheter til å utdype hvilken sammenheng den aktiviteten de beskrev inngikk i, eller hvilken betydning den har for dem.

Egen publikumsundersøkelse

I Publikumsundersøkelsen innenfor prosjektet Kunstøffentligheter er det nedlagt et stort arbeid av undertegnede i å samle inn, systematisere og analysere egne data. En rekke arenaer for kunst- og kulturformidling ble oppsøkt i løpet av 2001–2002, og jeg foretok systematiske observasjoner, personlige intervjuer og distribusjon av spørreskjemaer som etter hvert ga utgangspunkt for oversikter av en type som er vanskelig å skaffe på annen måte.

Spørreskjemaene ble utviklet gjennom en gradvis prosess. Det ble først utformet et utkast som ble diskutert med andre deltakerne i prosjektet Kunstøffentligheter, og som ble prøvd ut på en del kolleger og venner. Med bakgrunn i dette utkastet ble det utformet en mer omfattende intervjuguide og en liste med til sammen 40 begrepspar som kunne tenkes å beskrive kriterier for å vurdere kunst og kultur. Begrepene på listen var for en stor del hentet fra presentasjoner og beskrivelser av kunst og kul-

turarrangementer, fra kritikker, og fra bidrag innen estetisk teori. I tillegg var flere av begrepene hentet fra vanlige «common sense»-beskrivelser av kunst og kultur. Intervjuguiden og listen med begrepspar ble brukt som utgangspunkt for ti informantintervjuer av ca. en times varighet per intervju (et par av intervjuene var kortere). Hensikten med intervjuene var delvis å skaffe mer utfyllende generell informasjon og eventuelle nye og uventede vurderinger, delvis å prøve ut spørsmål om temaer som skulle inngå i det endelige spørreskjemaet. Jeg ville i utgangspunktet intervju informantene «on location», dvs. på det arrangementet de hadde oppsøkt. Denne strategien ble valgt for å få ferske inntrykk, og for å kunne stille spørsmål i forhold til situasjonen der og da. Den opprinnelige planen var å gjøre dette på ulike typer arrangementer. Dette viste seg å være vanskelig å gjennomføre. Etter teaterforestillinger og konserter har de fleste andre planer for kvelden enn å sette av rundt en time til et intervju (og selv med en velvilling informant på Inferno-festivalen var lydnivået der så høyt at enhver idé om å stille annet enn korte og generelle spørsmål måtte gis opp). Det viste seg at dagbesøk på kunstgallerier ga den eneste konteksten hvor intervjuer lot seg gjennomføre. De fleste av intervjuene ble derfor gjort midt på dagen med besøkende på Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst i Oslo, og Galleri F15 i Moss, samt et par kortere intervjuer ved Festspillene i Nord-Norge. Dette la selvfølgelig begrensninger på hva slags informasjon som kunne komme ut av intervjuene. Men fordi det var det tre par blant dem som ble intervjuet, og fordi intervjuene foregikk i relativt avslappede omgivelser, ga intervjuene blant annet interessant informasjon om betydningen av å oppsøke kunst og kulturarrangementer som par. På grunnlag av opplysninger fra intervjuene og informantenes klassifikasjoner av begreper, ble det utformet et 4-siders spørreskjema som ble distribuert i 100 eksemplarer på Litteraturfestivalen på Lillehammer (Sigrid Undset-festivalen).

Spørreskjemaene ble distribuert til omtrent samtlige tilstedeværende under ett av hovedarrangementene på festivalen. Det ble delt ut i en konvolutt som inneholdt et informasjonsskriv og en frankert svarkonvolutt. Vi fikk tilbake 43 skjemaer (altså en svarprosent på 43). Etter en vurdering av de innkomne svarene, ble spørreskjemaet revidert og supplert og trykt i 500 eksemplarer som ble fordelt på til sammen 17 ulike arrangementer under Festspillene i Nord-Norge (FINN), Harstad. Jeg delte selv ut de fleste av skjemaene, og var til stede som observatør på samtlige arrangementer (også her viste det seg at vi fikk en svarprosent på 43). Ideen var at dette skulle være en spørreskjemaundersøkelse supplert med

observasjon (eller en observasjonsstudie supplert med informasjon fra spørreskjemaer, alt etter som). Ideen var videre å distribuere spørreskjemaene til personer som faktisk oppsøkte helt spesifikke kunst- og kulturarrangementer. Strategien for utdeling av spørreskjemaene var at jeg forsøkte å fordele skjemaet til alle tilstedeværende i små forsamlinger, og bruke en «tilfeldighetsmekanisme» (f.eks. annenhver i en bestemt kø) i større forsamlinger. På grunnlag av diskusjoner med respondenter på FINN, vurderinger av innkomne svar, og ikke minst vurderinger av det praktiske (eller upraktiske) med et 4-siders spørreskjema, bestemte jeg meg for å ta bort en del spørsmål og svaralternativer, bruke mindre skrift og tettere linjeavstand (!), og dermed korte ned skjemaet til 2 sider (dvs. et dobbeltsidig A4-ark), før det ble distribuert flere steder.

Forut for den videre distribusjon av spørreskjemaene ble det gjort en vurdering av passende steder å gå videre med undersøkelsen. Det var ikke snakk om å gjøre et tilfeldig utvalg. Tvert imot var tre kriterier avgjørende for valg av steder:

- (1) Det skulle være arrangementer som falt inn under en akseptabel praktisk definisjon av hva som kan kalles «kunst og kultur».
- (2) Det skulle være en rimelig spredning når det gjaldt genrer, former og arrangementstyper, men det skulle også være mulig å oppsøke alle arrangementene personlig.
- (3) Det skulle være tilstrekkelig mange ulike steder innenfor et avgrenset geografisk område til at det var mulig å betrakte dette området som et «delfelt».¹³⁶

Det første kravet ble løst ved at alle steder som ble valgt ut var støttet av Norsk kulturråd, eller hadde en fast bevilgning over statsbudsjettet og var anerkjente arenaer for formidling av kunst og kultur. Det andre kravet ble løst ved å satse på et par festivaler, samt å legge hovedvekten på musikk, billedkunst og teater. Det siste kravet ble løst ved å velge de fleste steder i Oslo, der mengden av ulike tilbud gjør at dette kan fortolkes som deler av et felt. De stedene/arrangementene som ble valgt ut var: Moldejazz, Galleri F15 på Jeløya, Nationalteatret, Black Box, Blå, Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst, Ultimafestivalen, konserter med Oslo-Filharmonien og Göteborg-symfonikerne i Oslo Konserthus og Nasjonalgalleriet, de siste sju institusjonene med tilhold i Oslo. Til sammen omfattet

¹³⁶ For en diskusjon av feltbegrepet, se Bourdieu 1985.

dette seksti konserter, utstillinger, forestillinger og arrangementer (inkludert Litteraturfestivalen og ulike arrangementer på Festspillene i Nord-Norge). Jeg var personlig til stede på de fleste, men fikk hjelp med distribusjon av spørreskjemaer fra personalet ved Galleri F15, Nationalteatret, Astrup Fearnley Museet for Samtidskunst og Nasjonalgalleriet (en takk til dem!). Therese Dalsgaard-Rørvik, som var studentstipendiat knyttet til prosjektet, hadde Blå som sitt utvalgte kasus, og tok seg av de fleste arrangementene der. Therese Dalsgaard-Rørvik og Svein Bjørkås bidro også med utdeling av en del skjemaer. Til sammen ble det distribuert 3104 spørreskjemaer, og vi fikk etter hvert tilbake 1460 eller 47 %.

Svarprosent og representativitet

Det var store variasjoner i svarprosent mellom de ulike stedene, med Galleri F15 på topp med svar fra 73 % og Black Box på bunnen med svar bare fra 24 %. Det ligger opplagt en betydelig selvseleksjon bak dette frafallet, og det er helt klart at dette ga skjevheter i utvalget. Hvilke skjevheter det førte til forblir et tema for spekulasjon. Det er umulig å vite noe sikkert om hvorfor svarprosenten varierer såpass mye, men det er lett å forestille seg to faktorer som virker negativt inn på responsen. Den første faktoren kan kalles «pjoletterfaktoren» eller kanskje heller «øl- eller rødvinfaktoren»: Flere av arrangementene hadde preg av «godt selskap», med et publikum av folk som var ute på by'n og kanskje på vei videre et eller annet sted. Mange av disse drømte nok ikke om å drasse rundt på en hvit A4-konvolutt fra Norsk kulturråd. Den andre faktoren kan kalles «bohem-» eller «kulhetsfaktoren»: Det er grunn til å tro at en god del blant publikum ved enkelte av arrangementene var tilbøyelige til å betrakte alle former for spørreskjemaer som uttrykk for en håpløs og kunstfiendtlig byråkratisk logikk. Uvisst av hvilken grunn skilte Black Box seg negativt ut når det gjaldt svarprosent (kanskje det var «bohemfaktoren»), og ble derfor til slutt utelatt fra datasettet som ble analysert videre. Den endelige svarprosenten, uten Black Box, ble 49 %, noe som slett ikke er så dårlig i en undersøkelse av denne typen, som er uten muligheter for å purre på dem som ikke har svart.

Er dette en «representative undersøkelse» av kunst og kulturfeltet? Hvis dette er et spørsmål som referer til statistisk utvalgsteori, er svaret uten videre *nei*. Undersøkelsen er ikke representativ statistisk sett, fordi den ikke er basert på «tilfeldig utvalg fra et univers der alle enheter har en kjent sannsynlighet for å komme med». Det går derfor ikke an å bruke vanlig slutningsstatistikk for å teste statistiske hypoteser med utgangspunkt i dette materialet. Det ville vært mulig å lage et tilfeldig utvalg av for eksempel «publikum ved Nationaltheatret», men det er ikke lett å si hvordan en strategi for tilfeldig utvelgning skulle vært gjennomført hvis utgangspunktet er «publikum innenfor kunst- og kulturlivet», fordi grensene for universet er «essensielt omstridte» (jf. betraktningene om dette i innledningen). Uavhengig av utvalgsproblematikk er det klart at litteraturpublikum er relativt dårlig belyst i datamaterialet. Dette ble vurdert som et stort spesialfelt som krever et eget undersøkelsesopplegg. Alt i alt håper og tror jeg likevel at materialet som ble samlet inn kan gi et godt bilde av viktige deler av «kunst- og kulturpublikum».

Til slutt bør det være nevnt at bare deler av informasjonene som ble samlet inn gjennom spørreskjemaene er presentert i denne studien. Det er her vært lagt vekt på å utnytte informasjon fra datamaterialet som kunne belyse de tre aspektene ved publikum som dette arbeidet er organisert rundt.

Spørreskjema

På de to neste sidene gjengis det korteste av spørreskjemaene som ble distribuert til de fleste respondentene.

Spørreskjema om bruk av kunst- og kulturarrangementer

Spørsmål 1: Har du besøkt dette stedet før? NEI JA

hvis JA: Hvor mange ganger har du vært her? (eventuelt hvor mange ganger pr. år?)

Spørsmål 2: Planla du å besøke dette stedet i dag, eller er besøket mer tilfeldig? Planlagt Tilfeldig

Spørsmål 3: Hvorfor er du her i dag?

Spørsmål 4: Er du her i følge med andre? NEI JA hvis JA: → hvor mange er du her i følge med?

→ er den eller de du er her i følge med: din ektefelle/samboer/kjæreste din familie din(e) venn(er)
 dine arbeidskolleger deltakere i en forening eller gruppe som har arrangert besøket her

Spørsmål 5: Regner du deg som del av kjernepublikumet ved dette stedet? NEI JA

Spørsmål 6: Er du her i byen spesielt for å oppsøke dette stedet? NEI JA

Spørsmål 7: Hva er postnummeret der du er bosatt?

Spørsmål 8: Er det noen bestemte steder, arenaer eller institusjoner for formidling av kunst og kultur som du har spesielt utbytte av å besøke, og som du gjerne oppsøker (det kan være steder både i Norge og i andre land)?

Navn på sted / institusjon:

.....
.....

Spørsmål 9: Omtrent hvor mange ganger har du oppsøkt kunst- og kulturarrangementer (ikke medregnet kinobesøk): Siste måned? ... ganger. Siste 3 mnd.? ... ganger. Siste år? ... ganger.

Spørsmål 10: Hva er de viktigste grunnene til at du oppsøker kunst- og kulturarrangementer generelt?

.....
.....

Spørsmål 11: Oppfatter du deg selv som del av kjernepublikumet til noen bestemte kunstformer eller kulturelle uttrykksformer? NEI JA

hvis JA hvilke?

Spørsmål 12: Pleier du å lese tidsskrifter eller andre publikasjoner om kunst, kultur og samfunn? NEI JA

hvis JA, hvilke tidsskrift(er) eller publikasjon(er)?

Spørsmål 13: Hvilke 5 egenskaper fra listen nedenfor mener du best beskriver god kunst (med kunst menes her både litteratur, musikk, billedkunst, scenekunst og filmkunst)? Velg 5 egenskaper fra listen nedenfor, og nummerer de 5 alternativene du velger i *prioritert rekkefølge* (sett 1 foran det du synes er viktigst, 2 foran det nest viktigste, 3 foran det tredje viktigste, 4 foran det fjerde viktigste og 5 foran det femte viktigste).

- ___ At den krever mye kunnskap og fordypelse
- ___ At den er blitt anerkjent som god kunst
- ___ At den uttrykker og reflekterer over noe allmenmenneskelig
- ___ At den gir noe som er mer meningsfullt enn vanlig underholdning
- ___ At den er ubehagelig
- ___ At den gir vakre og gode opplevelser
- ___ At den uttrykker kunstnerens særegne virkelighet
- ___ At den ikke kan forstås ved hjelp av fornuften
- ___ At den problematiserer dominerende forestillinger og kategorier
- ___ At den viser hva som rører seg i tiden
- ___ At den reflekterer over måter å uttrykke seg på
- ___ At den er samfunnskritisk
- ___ At den skaper undring
- ___ Annet

Spørsmål 14: Hvor enig eller uenig er du i hver av de følgende påstandene:

	Helt enig	Delvis enig	Delvis uenig	Helt uenig	Vet ikke
Når det gjelder kunst og kultur foretrekker jeg det tradisjonelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg interesserer meg for eksperimentell samtidskunst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg foretrekker populærkultur framfor høykultur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg foretrekker kunst og kultur som bryter med etablerte genre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rock og hip-hop er den viktigste samtidsmusikken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunst og kultur bør bidra til å skape nasjonal og lokal identitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hva som er god eller dårlig kunst er et spørsmål om personlig smak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunst og kultur som selger mye har som regel liten kunstnerisk verdi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazz er kunstmusikk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunst og kultur som blir formidlet gjennom massemedier som TV, radio, CD, video og DVD mister noe av det vesentlige ved kunsten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunst og kultur med lokal forankring har som regel begrenset kunstnerisk verdi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jeg foretrekker at konserter, kunstutstillinger og teaterstykker inngår i en sosial sammenheng som også gir god anledning til å møte venner og kjente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det er umulig å rangere ulike former for kunst og kultur i forhold til kunstnerisk verdi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Spørsmål 15: Er det noen kunstform eller kulturell uttryksform som du er spesielt fortrolig med eller som du har et spesielt nært forhold til? I så fall, hvor tidlig i livet ble du kjent med denne kunstformen eller dette kulturelle uttrykket?

Kunstform eller kulturelt uttrykk som jeg har et spesielt forhold til	Jeg vokste opp med dette i barndoms-hjemmet	Jeg begynte å interessere meg for dette i ungdoms alder	Jeg ble kjent med dette gjennom tidlig utdanning	Jeg har begynt å interessere meg for dette i de senere årene
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Spørsmål 16: Har du formell utdanning innen kunstfag? NEI JA

Spørsmål 17: Hva slags utdanning har du fullført?

- Grunnskole
- Videregående skole
- Yrkes- eller profesjonsutdanning
- Utdanning ved høyskole- eller universitet
- Embetseksamen fra universitet eller høyskole
- Doktorgrad

i teknisk-naturvitenskapelige fag
 i samfunnsfag
 i humaniora fag

Spørsmål 18: Har du et yrke knyttet til kunst eller kunstfag? NEI JA

Spørsmål 19: Har du et yrke knyttet til media / kulturformidling? NEI JA

Spørsmål 20: Hva er din yrkesbeskjeftigelse?

- Jeg er ikke yrkesbeskjeftiget
- Jeg arbeider heltid som:
- Jeg arbeider deltid som:
- Jeg er skoleelev eller student

Spørsmål 21: Hvilket år er du født? 19.....

Spørsmål 22: Er du kvinne eller mann? Kvinne Mann

Spørsmål 23: Er din familiebakgrunn norsk eller utenlandsk? Norsk Utenlandsk

Hvis utenlandsk, fra hvilket land?:

Til slutt: Har du noen kommentarer til det du har sett / hørt / opplevd her i dag?.....

.....

Tabellvedlegg

De følgende tabellene viser detaljer fra beregningene som ligger til grunn for mange av diagrammene som ble presentert på de foregående sidene. Det dreier seg om resultater fra 24 logistiske regresjonsanalyser som er oppsummert i tabell 5, 6 og 7, og som er utgangspunkt for diagrammene i figur 2–3, figur 5–7, figur 9, figur 11 og figur 15–27. Det gjelder videre resultater fra åtte lineære regresjonsanalyser som er oppsummert i tabell 8, og som er utgangspunkt for diagrammene i figur 4 og figur 8. Og det gjelder verdier fra den kategoriske prinsipalkomponentanalysen som er oppsummert i tabell 9, og som supplerer diagrammet i figur 30.

En rekke andre logistiske og lineære regresjonsanalyser danner også grunnlagmaterialet for konklusjonene i teksten. Blant annet ble det gjennomført analyser der undersøkelsesår (1991, 1994, 1997 og 2000) og interaksjonsledd mellom undersøkelsesår og andre uavhengige variabler var inkludert i modellene. Disse tidsserieanalysene ga få nevneverdige effekter av undersøkelsesår, og viste dermed ingen klare endringstrekk over tid. Fordi få av parameterestimatene fra disse analysene viste seg å være statistisk signifikante, og fordi tabellene med disse estimatene er svært omfangsrike og komplekse, ble disse tabellene ikke inkludert i vedlegget.

Diagrammene som viser resultatene fra de logistiske regresjonsanalyser fremstiller observerte proporsjoner (bruttoverdier) og estimerte proporsjoner (nettoverdier). Dette er uttrykt i sannsynligheter. For å komme frem til disse sannsynlighetene er parameterestimaterne i tabell 1–3, omregnet om til sannsynligheter ved hjelp av uttrykket:

$$p = \frac{\exp(Z)}{1 + \exp(Z)}$$

Her representerer p sannsynligheten for forekomsten av en bestemt kombinasjon av parameterverdier Z , mens \exp står for eksponentialfunksjon (inversfunksjonen til den naturlige logaritmen \ln). Tabellene som viser talluttrykkene for de observerte proporsjonene og de estimerte sannsynlighetene er ikke gjengitt her, men verdiene kan stort sett leses direkte ut av diagrammene.

De uavhengige variablene i regresjonsanalysene er systemer av dummy-variabler med unntak av inntekt, som er uttrykt i 1000 kroner (deflatert ved hjelp av konsumprisindeksen, og sentrert rundt gjennomsnittet). Responsvariablene, eller de avhengige variablene, i de logistiske regresjonsanalysene er:

- (1) å ha vært på ulike typer kunst- og kulturarrangementer siste år (tabell 1)
- (2) å høre med blant de 25 % som oftest har vært på ulike typer kunst- og kulturarrangementer siste år (tabell 2)
- (3) å høre med blant de 10 % som aller oftest har vært på ulike typer kunst- og kulturarrangementer siste år (tabell 3)

Hvor mange besøk siste år som skal til for å falle inn under de ivrigste 25 % eller aller ivrigste 10 %, varierer mellom de ulike genrene. Responsvariablene, eller de avhengige variablene, i de lineære regresjonsanalysene er antall besøk siste år blant dem som opplyser å ha vært en eller flere ganger på den aktuelle typen arrangement i løpet av det siste året.

Tabell 5 Logistisk regresjonsanalyse 1

Logistiske regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturaktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller der besøk / ikke-besøk ved ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel).

		Responsvariabel – var / var ikke blant dem som besøkte:							
		Kunst-utstillinger	Konserter med klassisk musikk	Konserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum
Modell-føyning	Log likelihood	9864,356	9591,645	9514,531	7560,469	10081,508	4448,830	3053,888	10321,600
	Nagelkerke R ²	,151	,087	,150	,425	,133	,092	,118	,084
Konstantledd		-0,9414	-1,2224	-0,8225	-,6503	-0,6619	-2,9329	-4,5699	-0,8422
Utdanningsnivå		Referansekategori							
Uavhengige variabler	Ungdomsskole	0,7430 **	0,6128 **	0,4130 **	,6859 **	0,6997 **	0,2892 **	0,9397 **	0,3941 **
	Videregående	1,4876 **	0,9486 **	0,8129 **	1,3299 **	1,0278 **	0,5575 **	1,7418 **	0,9104 **
	Høgskole/univ. 1	1,8172 **	1,4635 **	0,9238 **	1,4943 **	1,3064 **	1,0916 **	1,9217 **	1,2312 **
	Høgskole/univ. 2								
Ikke funksjonær/leder		Referansekategori							
Yrke	Funksjonær/leder	0,4183 **	0,1403	0,1918 **	,2583 **	0,4484 **	0,2706 **	0,2778 *	0,2235 **
Inntekt	Indeksjustert og sentret inntekt i 1000 kr	0,0007 **	0,0005 **	0,0005 **	,0010 **	0,0010 **	0,0004 **	0,0003	0,0003 **

Tabell 5 Logistisk regresjonsanalyse 1

Logistiske regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturaktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller der besøk / ikke-besøk ved ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel). (forts.)

		Responsvariabel – var / var ikke blant dem som besøkte:							
		Kunster med klassisk musikk	Konsserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum	
Uavhengige variabler	Kjønn								
		Kvinne							
		Mann	-0,4933 **	-0,4503 **	0,1565 **	-0,2210 **	-0,5748 **	-0,7094 **	-0,4220 **
	Familie-fase	Ikke barnefamilie				Referansekategori			
		Barnefamilie	-0,1403 **	-0,0033	-0,3683 **	-1,1530 **	-0,0709	-0,1259	-0,0143
	Hjemstedstype	Spreidbygd strøk				Referansekategori			
		Sted med inntil 20 000 innbyggere	0,1353 **	-0,0605	0,0206	3734 **	0,0624	0,4064 **	0,0448
		Sted med 20 000–100 000 innbyggere	0,2402 **	-0,1398 *	0,0713	8832 **	0,2024 **	0,4575 **	0,4330 **
		Sted med over 100 000 innbyggere	0,2618 **	0,0429	0,1093	1,0549 **	0,2003 **	0,6928 **	1,0213 **
									0,2322 **

Tabell 5 Logistisk regresjonsanalyse 1

Logistiske regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturaktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller der besøk / ikke-besøk ved ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel). (forts.)

		Responsvariabel – var / var ikke blant dem som besøkte:							
		Kunst-utstillinger	Konserter med klassisk musikk	Konserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum
Uavhengige variabler	Alder								
	9–12 år	0,4840 **	1,0042 **	-0,1921	2,1500 **	0,8547 **	1,0897 **	0,9735 **	1,0378 **
	13–15 år	0,9863 **	0,9964 **	0,5484 **	3,0208 **	0,7957 **	1,0624 **	1,3087 **	1,1205 **
	16–19 år	0,3988 **	0,6094 **	0,9586 **	3,0186 **	0,9617 **	1,2224 **	0,7192 **	0,4688 **
	20–24 år	-0,3624 **	-0,1926 *	0,6759 **	2,0472 **	-0,0055	0,0690	0,3459	-0,2324 **
	25–34 år	-0,3308 **	-0,3498 **	0,1145	,5619 **	-0,0988	-0,2718 *	-0,1275	-0,3375 **
	35–44 år				Referansekategori				
	45–54 år	0,1195	0,1821 *	-0,4643 **	-,6600 **	0,0299	-0,1480	0,5563 **	-0,0708
55–66 år	0,1085	0,5139 **	-0,9847 **	-1,2366 **	-0,0390	-0,1351	1,0088 **	-0,1417	
67–80 år	-0,1829	0,2344 *	-1,6734 **	-2,0224 **	-0,6362 **	-0,8081 **	0,4727 *	-0,2938 **	

* Signifikant på 0,1-nivå

** Signifikant på 0,05-nivå

Tabell 6 Logistisk regresjonsanalyse 2

Logistiske regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturaktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller der det å være eller ikke være blant de 25 % som oftest besøker ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel).

		Responsvariabel – var / var ikke blant de 25 % som oftest besøkte:							
		Kunst-utstillinger	Konserter med klassisk musikk	Konserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum
Modell-føyning	Log-likelihood	7999,247	7338,319	5702,838	6705,347	7990,290	1937,911	1157,505	8079,418
	Nagelkerke R ²	,170	,088	,156	,393	,134	,085	,146	,089
Konstantledd		-1,8711	-2,1930	-2,6610	-2,4041	-2,0266	-4,4016	-6,3501	-2,0756
Utdanningsnivå		Referansekategori							
Uavhengige variabler	Ungdomsskole	0,8445 **	0,7156 **	0,4884 **	0,7052 **	0,8092 **	0,3160	1,2091 **	0,4850 **
	Videregående	1,5939 **	1,1611 **	1,0364 **	1,3903 **	1,3579 **	0,7423 **	2,2531 **	1,0894 **
	Høgskole/univ. 1	1,8804 **	1,6213 **	1,1792 **	1,6152 **	1,5590 **	1,3244 **	2,2161 **	1,3434 **
	Høgskole/univ. 2								
Ikke funksjonær/leder		Referansekategori							
Yrke	Funksjonær/leder	0,3617 **	0,1325	0,3003 **	0,2089 **	0,4891 **	0,0606	0,2202	0,3408 **
Inntekt	Indeksjustert og sentret inntekt i 1000 kr	0,0007 **	0,0005 **	0,0001	0,0005 **	0,0007 **	0,0005 **	0,0005 **	0,0002

Tabell 6 Logistisk regresjonsanalyse 2

Logistiske regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturaktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller der det å være eller ikke være blant de 25 % som oftest besøker ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel). (forts.)

		Responsvariabel – var / var ikke blant de 25 % som oftest besøkte:							
		Kunst-utstillinger	Konserter med klassisk musikk	Konserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum
Kjønn	Kvinne								
	Mann	-0,6039 **	-0,4747 **	0,3237 **	-0,0411 *	-0,5823 **	-0,8759 **	-0,6146 **	0,0437
Familiefase	Ikke barnefamilie				Referansekategori				
	Barnefamilie	-0,2126 **	0,1076	-0,4791 **	-1,0466 **	-0,1048	0,0234	-0,5270 **	-0,0006
Hjemstедstype	Spreitbygd strøk				Referansekategori				
	Sted med inntil 20 000 innbyggere	0,1714 **	-0,0671	0,2652 **	0,5429 **	0,1293	0,3475	0,6907 *	0,0535
	Sted med 20 000–100 000 innbyggere	0,4541 **	-0,1883 *	0,3094 **	0,7130 **	0,2864 **	0,4106 **	1,0483 **	0,3325 **
	Sted med over 100 000 innbyggere	0,4878 **	0,0456	0,4735 **	0,9984 **	0,5714 **	0,8233 **	1,9324 **	0,4989 **

Uavhengige variabler

Tabell 6 Logistisk regresjonsanalyse 2

Logistiske regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturaktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller der det å være eller ikke være blant de 25 % som oftest besøker ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel). (forts.)

		Responsvariabel – var / var ikke blant de 25 % som oftest besøkte:										
		Kunster med klassisk musikk	Konsserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum				
		Kunstutstillinger	Konsserter med klassisk musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum				
Lavhengige variabler	Alder											
	9–12 år	0,0775	1,2231 **	-0,3217	1,1862 **	0,7557 **	1,3303 **	0,9147	0,9976 **			
	13–15 år	0,5580 **	1,0104 **	0,3265	2,0232 **	0,7891 **	1,3340 **	0,4166	1,0669 **			
	16–19 år	0,0872	0,6353 **	1,0667 **	2,6029 **	0,8057 **	1,7217 **	0,3409	0,4633 **			
	20–24 år	-0,5593 **	-0,0291 **	0,8641 **	1,9233 **	-0,1321	0,3477	-0,1167	-0,1658			
	25–34 år	-0,4272 **	-0,5102	0,1889 *	0,6409 **	-0,1846 **	-0,4023	-0,7306 **	-0,3979 **			
	35–44 år											
	45–54 år	0,1645 *	0,3284 **	-0,4516 **	-0,8616 **	0,2474 **	0,0538	-0,0399	0,0380			
55–66 år	0,1327	0,6128 **	-1,3623 **	-1,7757 **	-0,0088	0,1796	0,8955 **	-0,1113				
67–80 år	-0,0811	0,4378 **	-2,3023 **	-2,7962 **	-0,3805 **	-0,4156	0,2508	-0,2540 *				
					Referansekategori							

* Signifikant på 0,1-nivå

** Signifikant på 0,05-nivå

Tabell 7 Logistisk regresjonsanalyse 3

Logistiske regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturaktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller der det å være eller ikke være blant de 10 % som aller oftest besøker ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel).

		Responsvariabel – var / var ikke blant de 10 % som aller oftest besøkte:							
		Kunst-utstillinger	Konserter med klassisk musikk	Konserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum
Modell-føyning	Log likelihood	4748,589	4486,758	3862,149	3813,116	5559,102	991,047	644,898	5592,105
	Nagelkerke R ²	,158	,069	,148	,291	,124	,106	,131	,079
Konstantledd		-2,9108	-2,9673	-3,0662	-3,4472	-2,8785	-5,2586	-6,3461	-2,8946
Utdanningsnivå		Referansekategori							
Ungdomsskole		Referansekategori							
Videregående		0,8555 **	0,6991 **	0,4065 **	0,5802 **	0,7902 **	0,0284	0,7487	0,4939 **
Høgskole/univ. 1		1,7168 **	1,3391 **	0,8964 **	1,4979 **	1,4146 **	0,4741	2,2578 **	1,1991 **
Høgskole/univ. 2		1,9379 **	1,6956 **	0,9589 **	1,4146 **	1,6032 **	0,9793 **	1,9221 **	1,5039 **
Ikke funksjonær/leder		Referansekategori							
Funksjonær/leder		0,3455 **	0,0263	0,3943 **	0,3126 **	0,5520 **	0,2259	0,2285	0,2388 **
Inntekt		0,0006 **	0,0006 **	-0,0001	0,0002	0,0004 **	0,0006 **	0,0003	0,0002

Tabell 7 Logistisk regresjonsanalyse 3

Logistiske regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturaktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller der det å være eller ikke være blant de 10 % som aller oftest besøker ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel). (forts.)

		Responsvariabel – var / var ikke blant de 10 % som aller oftest besøkte:							
		Kunst-utstillinger	Konserter med klassisk musikk	Konserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum
Uavhengige variabler	Kjønn								
	Kvinne								
	Mann	-0,7756 **	-0,3467 **	0,3382 **	-0,0295	-0,6683 **	-1,0353 **	-0,5649 **	-0,0887
	Familie-fase								
	Ikke småbarnsfamilie				Referansekategori				
	Småbarnsfamilie	-0,3495 **	-0,2021	-0,6906 **	-1,4680 **	-0,1107	0,0746	-0,6708 *	-0,0420
	Spreidbygd strøk				Referansekategori				
Hjemstedstype	Sted med inntil 20 000 innbyggere	0,0802	-0,0195	0,0418	0,3501 **	0,1354	0,1523	0,5025	0,0867
	Sted med 20 000–100 000 innbyggere	0,4504 **	-0,0536	0,3050 **	0,5374 **	0,3561 **	0,4664	-0,1209	0,3058 **
	Sted med over 100 000 innbyggere	0,5308 **	0,1085	0,5032 **	0,6520 **	0,7475 **	0,6044 *	1,5801 **	0,5308 **

Tabell 7 Logistisk regresjonsanalyse 3

Logistiske regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturelle aktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller der det å være eller ikke være blant de 10 % som aller oftest besøker ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel). (forts.)

		Responsvariabel – var / var ikke blant de 10 % som aller oftest besøkte:									
		Kunst-utstillinger	Konserter med klassisk musikk	Konserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum		
Uavhengige variabler	Alder										
	9–12 år	-0,1975	0,6609 **	-0,7127 **	0,2473	0,7043 **	1,7763 **	-0,2023	1,1683 **		
	13–15 år	-0,1270	0,5286 *	-0,1068	1,2232 **	0,7028 **	1,5972 **	0,4924	1,1431 **		
	16–19 år	-0,0495	0,6124 **	0,8278 **	1,9574 **	0,8001 **	2,2635 **	0,3704	0,4740 **		
	20–24 år	-0,7343 **	-0,2732	0,7960 **	1,6773 **	-0,0698	1,0851 **	-0,2379	0,0001		
	25–34 år	-0,3745 **	-0,5819 **	0,3057 **	0,8406 **	-0,2712 **	0,1644	-0,6287	-0,4757 **		
	35–44 år										
	45–54 år	0,2267 *	0,0749	-0,6138 **	-1,1888 **	0,1806	0,5715	-0,1747	0,0822		
	55–66 år	0,0608	0,3118 *	-1,7861 **	-2,0738 **	0,0250	-0,1394	0,7159	-0,1067		
	67–80 år	-0,0320	0,1218	-2,6811 **	-2,7482 **	-0,4285 **	-5,8480	0,0481	-0,0241		

* Signifikant på 0,1-nivå

** Signifikant på 0,05-nivå

Tabell 8 Lineær regresjonsanalyse

Lineære regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturaktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller besøkshyppighet blant dem som besøkte ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel).

		Responsvariabel – besøkshyppighet blant dem som besøkte:							
		Kunst-utstillinger	Konserter med klassisk musikk	Konserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum
Modell-føyning	R ²	,043	,021	,053	,170	,046	,026	,043	,025
	Justert R ²	,038	,014	,048	,167	,042	,001	,002	,020
Konstantledd		2,6518	2,2103	3,0898	3,8804	2,0262	1,4411	1,5421	1,7724
Utdanningsnivå		Referansekategori							
Uavhengige variabler	Ungdomsskole	0,5318 *	0,7196 **	0,1853	1,7942 **	0,2343	0,6090	-0,0266	0,2059
	Videregående	1,0287 **	1,4094 **	0,1128	4,0210 **	1,0447 **	-0,0476	0,3719	0,5732 **
	Høgskole/univ. 1	1,2959 **	1,3842 **	0,9644 **	3,7150 **	0,9331 **	0,3973	0,0519	0,9106 **
	Høgskole/univ. 2								
Ikke funksjonær/leder		Referansekategori							
Yrke	Funksjonær/leder	0,0102	0,1565	0,4976	0,1695	0,2697 *	-0,0499	0,0985	-0,0791
	Inntekt	0,0003	-0,0003	-0,0009 **	0,0002	-0,0003 *	-0,0003	0,0001	0,0005 **

Tabell 8 Lineær regresjonsanalyse

Lineære regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturaktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller besøkshyppighet blant dem som besøkte ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel). (forts.)

		Responsvariabel – besøkshyppighet blant dem som besøkte:								
		Kunst- utstillinger	Konserter med klassisk musikk	Konserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum	
Uavhengige variabler	Kjønn	Kvinne	-0,6314 **	-0,1138	0,5052 **	0,1625	-0,2793	-0,2247	-0,0978	-0,1037
		Mann								
	Familie- fase	Ikke småbarnsfamilie								
		Småbarnsfamilie	-0,5281 **	-0,3552	-1,0840 **	-3,6911 **	-0,3723 **	-0,1250	-0,2384	-0,0168
	Hjemstedstype	Spreitbygd strøk								
		Sted med inntil 20 000 innbyggere	0,4823 **	0,2105	0,1678	0,8900 **	0,1214	-0,3916	0,3347	0,0794
		Sted med 20 000–100 000 innbyggere	0,9143 **	0,4460 *	0,7292 **	1,0221 **	0,2779 *	-0,1546	0,0650	0,4424 **
		Sted med over 100 000 innbyggere	0,9995 **	0,6711 **	1,3083 **	1,5976 **	0,9356 **	0,3855	0,4507 **	0,7761 **

Tabell 8 Lineær regresjonsanalyse

Lineære regresjonsanalyser av oppslutning om ulike kunst- og kulturaktiviteter. Fordelingene bygger på data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser om kulturbruk i Norge i årene 1991, 1994, 1997 og 2000, og omfatter til sammen data om 7938 personer fra 9 til 80 år. Tabellen viser resultater fra åtte regresjonsmodeller besøkshyppighet blant dem som besøkte ulike typer arrangementer er responsvariabel (avhengig variabel). (forts.)

		Responsvariabel – besøkshyppighet blant dem som besøkte:									
		Kunst- utstillinger	Konserter med klassisk musikk	Konserter med annen musikk	Kino	Teater	Dans	Opera	Museum		
Lavhengige variabler	9–12 år	-0,9913 **	0,5284	-1,3715 **	-0,1008	-0,1974	1,5016 *	-0,0875	0,4559		
	13–15 år	-0,8400 *	0,2680	-0,7592	1,8778 **	-0,1863	1,2448	-0,3011	0,6854 **		
	16–19 år	-0,5277	0,9317 **	0,1231	5,1211 **	0,0403	0,8552	-0,2300	-0,0253		
	20–24 år	-0,8390 **	0,2333	1,2667 **	4,6817 **	-0,4588 **	1,3427 *	-0,3458	0,2027		
	25–34 år	-0,5414 **	-0,6162 **	0,3163	1,3894 **	-0,2488	0,0952	-0,2760	-0,1357		
	35–44 år				Referansekategori						
	45–54 år	0,3570	0,0749	-0,9620 **	-1,9973 **	-0,1052	0,1287	-0,2252	0,3482 *		
	55–66 år	-0,2318	0,3118	-1,8576 **	-3,8126 **	-0,2857	-0,1294	0,0896	0,0838		
67–80 år	0,0679	0,1218	-2,2569 **	-4,2486 **	-0,5321 **	-0,3968	-0,2074	0,3922			

* Signifikant på 0,1-nivå

** Signifikant på 0,05-nivå

Tabell 9 Kategorisk prinsipalkomponentanalyse

Kategorisk prinsipalkomponentanalyse av selvrapportert interesse for ulike kunst- og kulturformer. Analyse av data fra Statistisk sentralbyrås kultur- og mediebruksundersøkelser fra 1994, 1997 og 2000. Analysen er basert på selvrapporterte opplysninger om kulturaktivitetene til 6237 kvinner og menn i alderen 9–80 år. Beregningene er utført ved hjelp av SPSS-prosedyren CatPCA, med *ordinalt optimalt skaleringsnivå*. Komponentladningene er fremstilt grafisk i figur 30.

Eigenverdier og komponentladninger			
		Dimensjon	
		1	2
Eigenverdier		3,529	1,213
Komponentladninger	Interessert i opera	,762	,301
	Interessert i ballett	,727	,204
	Interessert i konserter med klassisk musikk	,758	,171
	Interessert i kunstutstillinger	,745	,158
	Interessert i museum	,580	,083
	Interessert i teater	,764	-,096
	Interessert i konserter med annen musikk	,470	-,648
	Interessert i kino	,386	-,768

Litteratur

- Adorno, Theodor W. 1998. *Estetisk teori*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Anderson, Benedict 1983. *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso Editions/NLB.
- Andersson, Magnus 2002. «Lydanarkisten» i Morgenbladet 1.11.2002. [Intervju med Maja Ratkje.]
- Annfelt, Trine 2002. «Kropp og kjønn i kulturen» s. 95–111 i Bjørkås, Svein (red.): *Individ, identitet og kulturell erfaring. Kulturpolitikk og forskningsformidling II*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Arnestad, Georg 1996. «Tusenbeinparadokset: Om økonomisk teori og kulturpolitisk praksis» i S. Bjørkås og P. Mangset (red.): *Kunnskap om kulturpolitikk*, nr. 56, *KULTs skrifiserie*, Oslo: Norges forskningsråd.
- Arvidsson, Claes og Blomqvist, Lars Erik (red.) 1987. *Symbols of Power – The Esthetics of Political Legitimation in the Soviet Union and Eastern Europe*. Stockholm: Almqvist og Wicksell.
- Baudrillard, Jean 1983. *In the Shadow of the Silent Majorities*. New York: Semiotext(e).
- Bauman, Zygmunt 2000. *Savnet fellesskap*. Oslo: Cappelen akademisk forlag.
- Beauvoir, Simone de 2000. *Det annet kjønn*. Oslo: Pax forlag.
- Beck, Ulrich og Elisabeth Beck-Gernsheim 1995. *The normal chaos of love*. Cambridge: Polity Press.
- Becker, Howard 1982. *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.
- Bjørkås, Svein 2004. «Kvalitetsparadokset» i S. Meyer and S. Bjørkås (red.): *Risikoser – Om kunst, makt og endring, Rapportserien / Norsk kulturråd; 33*. Oslo: Norsk kulturråd.
- Bourdieu, Pierre 1985. «The genesis of the concepts of *Habitus* and of *Field*.» *Socio-criticism* 2:11–24.

- Bourdieu, Pierre 1986. «The Forms of Capital» s. 241–58 i J. G. Richardson (red.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, Pierre 1979. «The production of belief: contribution to an economy of symbolic goods» *Media, Culture and Society* 2.
- Bourdieu, Pierre 1984. *Distinction – A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Bourdieu, Pierre 1993. *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre 1996a. *The Rules of Art*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre 1996b. *Symbolisk makt*. Oslo: Pax forlag.
- Bourdieu, Pierre 2000. *Den maskuline dominans*. Oslo: Pax forlag.
- Bourdieu, Pierre og Darbel, Alain 1991. *The Love of Art*. Cambridge: Polity Press.
- Cicourel, Aaron V. 1964. *Method and Measurement in Sociology*. New York: The Free Press.
- Collins, Randall 1988a. «Women and Men in the Class Structure» *Journal of Family Issues* 9:27–50.
- Collins, Randall 1988b. *Theoretical Sociology*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.
- Dalsgaard-Rørvik, Therese Dorothea 2004. *Kunsten å være et sted: En sosiologisk studie av relasjonen mellom publikum og konsertscenen Blå*. Masteroppgave. Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo, Oslo.
- Danielsen, Arild 1998. «'NewClass/NewSpeak' – Et stykke ideologikritikk» i R. Nilsen og P. Veiden (red.): *Sosiologisk fantasi*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
- Danielsen, Arild og Hansen, Marianne Nordli 1999. «Makt i Pierre Bourdieus sosiologi» s. 43–78, i: F. Engelstad (red.): *Om makt – Teori og kritikk*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
- Danielsen, Øyvind 1986. *Popkonserten og idrettsstevnet som symbolske institusjoner: en sosiologisk fremstilling av publikum, ritualer og symbolikk*. Oslo: Universitetet i Oslo, Institutt for sosiologi.
- DiMaggio, Paul 1987. «Classification in Art» *American Sociological Review* 52: 440–455.
- DiMaggio, Paul 1991. «Social Structure, Institutions and Cultural Goods: The Case of the United States» s. 133–153 i P. Bourdieu and J. Colman (red.): *Social Theory for a Changing Society*. New York: Russel Sage Foundation / Westview Press.
- Douglas, Mary 1970. *Natural symbols; explorations in cosmology*. New York: Pantheon Books.
- Escarpit, Robert 1971. *Litteratursosiologi*. Oslo: Cappelen.
- Fosli, Halvor 1994. *Kristianiabohemen: byen, miljøet, menneska*. Oslo: Samlaget.
- Freud, Sigmund 1966. *Ubehaget i kulturen*. Oslo: Cappelen.
- Garfinkel, Harold 1967. *Studies in Ethnomethodology*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Giddens, Anthony 1990. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony 1992. *The transformation of intimacy: sexuality, love and eroticism*. Oxford: Polity Press.
- Granovetter, Mark 1985. «Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness» *American Journal of Sociology* 91:485–510.
- Groth, Henrik 1974. *Stat og kultur*. Oslo: Cappelen.
- Goffman, Erving 1967. *Interaction Ritual – Essays on face-to-face behaviour*. New York: Anchor Books.

- Gramsci, Antonio 1973. *Politikk og kultur: artikler, opptegnelser og brev fra fengslet*. Oslo: Gyldendal.
- Gripsrud, Jostein og Jan Fredrik Hovden 2000. «(Re)producing a cultural elite» i Gripsrud, Jostein (red.): *Sociology and Aesthetics*. Oslo: Høyskoleforlaget.
- Habermas, Jürgen 1971. *Borgerlig offentlighet*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Horkheimer, Max og Adorno, Theodor W. 1972. *Kulturindustri – Opplysning som massebedrag*. Oslo: Cappelen.
- Hovden, Jan Fredrik 2002. «Arivingane: Studentar og kulturinstitusjonane» s. 71–94 i Bjørkås, Svein (red.): *Individ, identitet og kulturell erfaring. Kulturpolitikk og forskningsformidling II*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Kant, Immanuel 1995. *Kritikk av dømmekraften (i utvalg)*. Oslo: Pax forlag.
- Karlsson, Ingemar og Ruth, Arne 1999. *Samhället som teater: estetik och politik i Tredje riket*. Stockholm: Ordfront.
- Lash, Scott og Urry, John 1994. *Economies of signs and space*. London: Sage.
- Luhmann, Niklas 2000. *Art as a Social System*. Stanford: Stanford University Press.
- Lukes, Steven 1974. *Power – A radical view*. London: MacMillan.
- Mannheim, Karl 1952. «The Problem of Generation» i *Essays on the Sociology of Knowledge*. London: Routledge og Kegan Paul.
- Martin, Bernice 1981. *A Sociology of Contemporary Cultural Change*. Oxford: Basil Blackwell.
- Mead, Georg Herbert 1934. *Mind, Self, & Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Meyer, Siri 2001. «Ubehaget i kulturen» i *Aftenposten* 24.08.2001.
- Miller, Daniel 1987. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Basil Blackwell.
- Moi, Toril 1998. *Hva er en kvinne?: kjønn og kropp i feministisk teori*. Oslo: Gyldendal.
- Ortega y Gasset, José 1964. *Massenes opprør*. København: Gyldendal.
- Persen, John 2002. «Den instrumentelle kulturpolitikken» i *Morgenbladet* 04.01.2002.
- Peterson, Richard A. og Simkus, Albert 1992. «How musical taste mark occupational status groups» s. 152–186 i M. Lamont og M. Fournier (red.): *Cultivating Differences – Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago: University of Chicago Press.
- Pollock, Griselda 1988. *Vision and Difference: femininity, feminism and histories of art*. London–New York: Routledge.
- Røssaak, Eivind 2005. *Selviaktakelse – en tendens i kunst og litteratur*. Bergen: Norsk kulturråd/Fagbokforlaget.
- Sartre, Jean-Paul 1976. *Critique of Dialectical Reason I – Theory of Practical Ensembles*. London: NLB.
- Sennett, Richard 1974. *The Fall of Public Man*. New York: Random House.
- Schutz, Alfred 1972. *The Phenomenology of the Social World*. London: Heinemann.
- Solhjell, Dag 1995. *Kunst-Norge. En sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Spotts, Frederic 2003. *Hitler and the power of aesthetics*. Woodstock, N.Y.: Overlook Press.
- Teigen, Mari 1990. *Kvinner inn – makten ut?* Hovedoppgave i sosiologi. Institutt for sosiologi, Universitetet i Oslo.
- Tuchman, Gaye 1989. *Edging Women Out: Victorian novelists, publishers, and social change*. New Haven: Yale University Press.

- Vaage, Odd Frank 1992. *Kultur- og mediebruk 1991*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Vaage, Odd Frank 1995. *Kultur- og mediebruk 1994*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Vaage, Odd Frank 1996a. «Interesse og kulturbruk» i S. Bjørkås and P. Mangset (red.): *Kunnskap om kulturpolitikk*, nr. 56, *KULTs* skrifiserie, Oslo: Norges forskningsråd.
- Vaage, Odd Frank 1996b. *Kultur- og medievaner: bruk av kulturtilbud og massemedier i første halvdel av 1990-årene*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Vaage, Odd Frank 1998. *Norsk kulturbarometer 1997*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Vaage, Odd Frank 2000a. «Barn og unge leser mindre» i *Språknytt* nr. 3/2000.
- Vaage, Odd Frank 2000b. *Kultur- og fritidsaktiviteter: om idrett og friluftsliv, musikk, lesing og andre kulturaktiviteter*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Vaage, Odd Frank 2001. *Norsk kulturbarometer 2000*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Vaage, Odd Frank 2004. «Fritid og kultur» i *Samfunnsspeilet* 4/2004. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Vaage, Odd Frank 2005a. «Kvinner er de ivrigste kulturbrukerne: fritid og kultur» i *Samfunnsspeilet* 4/2005. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Vaage, Odd Frank 2005b. *Norsk kulturbarometer 2004*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Veblen, Thorstein B. 1976. *Den arbeidsfrie klasse*. Oslo: Gyldendal.
- Weber, Max 1971. *Makt og byråkrati*. Oslo: Gyldendal.
- Østerberg, Dag 1980. *Den sosiale realitet metasosiologiske undersøkelser*. Oslo: Institutt for sosiologi, Universitetet i Oslo.
- Østerberg, Dag 1986a. «Ibsen og ibsenismen i lys av datidens sosiokulturelle bevegelser» s. 165–180 i *Fortolkende sosiologi*. Oslo: Universitetet i Oslo, Institutt for sosiologi.
- Østerberg, Dag 1986. «Edvard Grieg: Hans musikk og den romantiske filosofi» s. 143–157 i *Fortolkende sosiologi*. Oslo: Universitetsforlaget.