

Susanne Odijk Solbakken

# Å verdsetje kultur er ein trena kapasitet

Om publikumsutvikling, inkludering og eigeninntening i Trondheim kammermusikkfestival

Masteroppgåve i musikkvitskap  
Veileder: Thomas Richard Hilder  
Mai 2019



Susanne Odijk Solbakken

# Å verdsetje kultur er ein trena kapasitet

Om publikumsutvikling, inkludering og  
eigeninntening i Trondheim kammermusikkfestival

Masteroppgåve i musikkvitenskap  
Veileder: Thomas Richard Hilder  
Mai 2019

Noregs teknisk-naturvitenskaplege universitet  
Det humanistiske fakultet  
Institutt for musikk



## Samandrag

Denne masteroppgåva er ein studie av Trondheim kammermusikkfestival (Kamfest) og debattar om publikumsutvikling, inkludering og eigeninntening. Den vekelange festivalen Kamfest blir på ulike plan omtala som å lukkast med nå eit relativt ungt publikum, ved å blant anna kombinere høg kvalitet med ambisiøse og nyskapande tiltak. Hausten 2018 blei nye kulturpolitiske målsetjingar presenterte gjennom kulturmeldinga «Kulturens kraft». Her vektleggast blant anna eit auka fokus på eigeninntening i kulturinstitusjonar som Kamfest, i tillegg til målsetjingar om inkludering og demokratisering av kulturlivet. Denne oppgåva utforskar praktiske og ideologiske tendensar i denne nye kulturpolitikken gjennom undersøking av kulturinstitusjonen Kamfest.

Gjennom kvalitative metodar, og gjennom auga til både tilsette og publikum, undersøker eg kva visjonar og tiltak Kamfest har og gjer for å utvikle publikumsgrunnet sitt, og å skape gode og tillitsbaserte forhold mellom institusjonen og publikummet. Oppgåva er delt i to hovudkapittel. Første kapittel tek utgangspunkt i eit organisatorisk perspektiv ved å undersøke kva «publikumsutvikling» kan vere i Kamfest, og korleis denne publikumsutviklinga relaterer til breiare nasjonale diskusjonar om publikumsutvikling i dag, som inkludering og auka eigeninntening hos kulturinstitusjonar. Andre kapittel tek utgangspunkt i Kamfestpublikummet sine historier, og undersøker kva motivasjonar som ligg til grunn for deira deltaking på festivalen. Dette kapitlet belyser også korleis publikum sine historier og refleksjonar kan bidra til debattane om publikumsutvikling og inkludering i ein institusjon som Kamfest. Oppgåva avsluttast med eit diskusjonskapittel som trekk inn debattar om inkludering, kulturelt ansvar og kvalitetsrelatert definisjonsmakt i kultur. Samla sett påstår eg at Kamfest sine visjonar og tiltak berre delvis svarer til det publikumsutviklingsforskarar meiner er inkluderande publikumsutvikling. Sjølv om Kamfest i mange samanhengar vert oppfatta som nokså open og inkluderande blant både tilsette og publikummarar, eksisterer festivalen som del av eit ideologisk og praktisk system som ikkje er eit fullgodt utgangspunkt for ein inkluderande kulturpolitikk med gjennomslagskraft. I tillegg viser eg at det kulturpolitiske målet om auka eigeninntening kan bidra til å auke det økonomiske presset på kulturinstitusjonar, noko som kan resultere i tiltak som ikkje er effektive nok i arbeidet mot eit inkluderande kulturliv. Eg argumenterer difor for at dei to kulturpolitiske målsetjingane faktisk kan redusere, heller enn å styrke, kvarandre si gjennomslagskraft.

## **Abstract**

This master's thesis is a study of the Trondheim Chamber Music Festival (Kamfest) and debates concerning audience development, inclusion, and economic self-sufficiency. On several levels, the week-long festival Kamfest is viewed as successful in reaching a relatively young audience, for instance by combining high quality with ambitious and innovative activities. In the autumn of 2018, a new report from the Norwegian Ministry of Culture presented new directions for cultural funding and social aims. The report emphasizes economic self-sufficiency in institutions like Kamfest, as well as aims concerning social inclusion and democratization. This master's thesis explores the practical and ideological implications of cultural policy through examining the arts institution Kamfest.

Through qualitative research methods, and through the eyes of both employees and audience members, I examine Kamfest's visions and activities aimed at developing the festival's audience base, as well as building a trusting relationship between the festival and its audiences. This thesis is separated into two main chapters. In chapter one I examine the festival from an organizational view and ask what «audience development» might be for Kamfest. I also discuss how this audience development can relate to broader national discussions about audience development today, particularly concerning notions of social inclusion and an increased national emphasis that arts institutions should become more economically self-sufficient. The second chapter examines the experiences of the audience members of Kamfest as well as what motivates them to participate in the festival. In this second chapter I also discuss how the audience members' histories and reflections can contribute to the debates about audience development and inclusion in an institution like Kamfest. In the final discussion chapter, I draw on debates about inclusion, cultural responsibility, and the power of defining quality in the arts. Overall, I note that Kamfest's visions and activities only partially resonates with what audience development researchers claim as inclusive policies. Indeed, even though Kamfest may generally be viewed as an open and inclusive festival by employees and audience members, it still exists as part of an ideological and practical system that works against a more transformative inclusive cultural policy. Moreover, the aim in national cultural policies concerning economic self-sufficiency only contributes to the ongoing economic pressure in these institutions. This can result in actions which may not be efficient enough in the work towards inclusion in the arts. I therefore argue that the two mentioned aims in Norwegian cultural policies may hinder, rather than strengthen, each other's impact.

## **Førord**

Det er så mange menneske som har bidrege til dette prosjektet. Først og fremst fortener min eminente rettleiar Thomas Hilder ein stor takk. Dine gode spørsmål og velformulerte kommentarar har ikkje berre gjort arbeidet betre, men også artigare og meir givande.

Eg må også rette ein stor takk til dei tilsette i Kamfest: de har vore utrolig tålmodige, positive og enkle å samarbeide med heile vegen. Også takk til alle dei publikummarane som ikkje berre hadde mot til å slå av ein prat med ein framand person med lydopptakar, men som attpåtil delte så fritt av sine personlege opplevingar.

Tusen takk til mamma, pappa og storesøster Siri for tusen heiarop, korrekturlesing, søknadsbistand og nyttige innspel undervegs. Du hugsar det kanskje ikkje, mamma, men på ein benk utanfor Nidarosdomen ein fin sommarkveld i 2017, sat du meg på ideen om å skrive nettopp denne oppgåva. Tenk på det!

Til slutt må eg takke Andreas for di urokkelege støtte. Masterarbeidet (og livet!) hadde vore stusseleg utan deg.





## Innholdsliste

Samandrag .....	v
Abstract.....	vi
Forord.....	vii
Innholdsliste .....	ix
<b>Innleiing.....</b>	<b>11</b>
Problemstillingar og oppbygging av oppgåva .....	13
Kontekstualisering .....	14
Omgrepsavklaring.....	22
Teori.....	24
Metode .....	30
<b>Kapittel 1 – Publikumsutvikling i Kamfest.....</b>	<b>37</b>
Ulike roller i publikumsarbeidet: ein tosidig struktur.....	39
Produktleia og målgruppeleia publikumsutvikling.....	52
Korte diskusjonar av eit knippe tiltak .....	56
Oppsummering.....	65
<b>Kapittel 2 – Publikum sine historier .....</b>	<b>67</b>
Motivasjonar for deltaking.....	68
Kven er Kamfest for?.....	75
Å forstå dei kunstnariske premissa .....	79
Konsertserien Hjemme hos: meirsmak, men for kven? .....	87
Oppsummering.....	90
<b>Inkludering, kunstnarisk ansvar og definisjonsmakt over kvalitet: diskusjon og konklusjon .....</b>	<b>93</b>
Inkludering i Kamfest: kven sitt ansvar? .....	95
Kvalitetsdebattar .....	103
<b>Bibliografi.....</b>	<b>107</b>
<b>Vedlegg .....</b>	<b>111</b>



## Innleiing

---

Denne masteroppgåva handlar om Trondheim kammermusikkfestival (Kamfest) og diskursar knytt til publikumsutvikling og kulturpolitiske målsetjingar som inkludering og auka eigeninntening i kulturinstitusjonar. Refleksjonane til dei tilsette og publikum ved musikkfestivalen vert nytta til å belyse desse temaa, og eg stiller spørsmål ved korleis deira erfaringar kan bidra til slike pågåande debattar i norsk kulturliv. Eg argumenterer for at det finst ei spenning mellom kva som blir forventa frå politisk hald, og kva ein kulturinstitusjon som Kamfest er motivert for og har kunnskap nok til å gjennomføre. Denne spenninga kan i seg sjølv bidra til ein debatt om kven som har ansvar for at kulturpolitiske målsetjingar vert arbeidde med.

Som ein student med bakgrunn i musikkvitenskap står eg ikkje aleine om ei interesse i å forske på festivalar, publikum, deltaking, tilgjengelegheit og diskursar rundt kulturpolitikk og kulturliv elles.<sup>1</sup> Deldisiplinar som etnomusikologi og musikk sosiologi har hatt liknande tema som objekt for si forskning, noko som bidreg til eit grunnlag av kunnskap som denne oppgåva kan byggje på. Eg vil påstå at eg gjennom dette prosjektet har forska på «min eigen» musikk og kultur: eg er både ein aktiv publikummar, deltakar og utøvar i det same lokale kulturmiljøet som Kamfest har sitt virke i. Det å forske på sin eigen musikk er noko som har blitt meir vanleg i etnomusikologi i løpet av dei siste tiåra.<sup>2</sup> Denne tendensen står i kontrast til den meir tradisjonelle etnomusikologien som i større grad fokuserte på korleis «andre» sin musikk fungerte i samspel med kulturen den oppstod i. Dei temaa eg undersøker har også blitt studerte av forskarar innan musikk sosiologi. Det å søke forståing av samanhengar mellom musikk og samfunn, deriblant kultur og politikk, er vesentleg i det musikk sosiologiske forskingsarbeidet.<sup>3</sup> Både etnomusikologien og musikk sosiologien tek utgangspunkt i korleis musikken, og dei institusjonane som representerer den, fungerer i samanheng med samtidige kulturelle, samfunnsmessige og politiske tendensar og prosessar.

Denne oppgåva eksisterer i eit samspel mellom ulike område av musikkforskning. Samspelet tillét meg som forskar å variere mine perspektiv og framgangsmåtar for å finne svar på dei

---

<sup>1</sup> Karlsen (2007), *The music festival as an arena for learning*; Pitts og Spencer (2008), «Investigating experiences of attendance at a chamber music festival»; Sæter (2013), «Med røtter til å vokse og vinger til å fly».

<sup>2</sup> Nooshin (2011), «Introduction to the Special Issue», 285–86.

<sup>3</sup> Ruud (2016), *Musikkvitenskap*, 145.

spørsmåla eg søker. Eg nyttar blant anna etnografiske metodar ved å forsøke å danne meg eit så breitt som mogleg bilete av den kulturen som eksisterer i og rundt Kamfest.<sup>4</sup> Å søke forståing av tilsette og publikum sine erfaringar, historier, motivasjonar og forståingskretsar som oppstår mellom dei, er del av dette. I tillegg byggjer eg oppgåva på musikk- og kultursosiologiske undersøkingar om kulturelle forbruksmønster, klasse, smakshierarki og kulturpolitikk.

Motivasjonen for å skrive denne masteroppgåva grunnar i ei interesse i å kunne bidra til ein debatt som i høgaste grad er levande og i utvikling. Denne samtidige kulturpolitiske debatten har fått fleire nye tilskot i perioden oppgåva har blitt skriven, har styrka ideen om at eg bidreg til noko aktuelt. Ei fersk kulturmelding kalla «Kulturens kraft» blei mellom anna presentert av kulturminister Trine Skei Grande omtrent halvveges i arbeidet med oppgåva,<sup>5</sup> og reaksjonane på kulturmeldinga var høgst aktuelle for problemstillingane eg hadde bestemt meg for å belyse. Håpet om at masteroppgåva kan bidra til denne debatten og elles vere eit verkty for kulturinstitusjonar i møtet med nye kulturpolitiske målsetjingar, har dermed motivert meg.

Kvifor skrive om Kamfest? Eg hadde frå før inntrykk av at musikkfestivalen blei oppfatta som å lukkast med å nå eit relativt ungt publikum.<sup>6</sup> Gjennom å vere publikummar og frivillig ved festivalen var eg personleg imponert over korleis det kunstnariske programmet deira kombinerte sjangrar og kunstformer, inkluderte barn og unge og tok musikken ut av dei tradisjonelle kulturhusa i Trondheim. Når eg bestemte meg for å skrive masteroppgåve om festivalen måtte eg prøve å nyansere mitt personlege engasjement: at festivalen verka inkluderande for *meg* ville ikkje seie at «alle» ville kunne finne sin plass der, og eg kunne ikkje nekte for at festivalen eksisterte innad i eit system som kunne oppretthalde sosiale og kulturelle skilnader, barrierar og definisjonsmakt i kulturen. Dette bidrog til ideen min om at Kamfest kunne vere god kandidat for undersøking, sidan sjølv dei kulturinstitusjonane som kan oppfattast som opne og inkluderande, også kan bli dratt mellom ulike retningar i den pågåande diskursen om kva eit inkluderande kulturliv faktisk vil innebere.

---

<sup>4</sup> Nettl (2005), *The Study of Ethnomusicology*, 232.

<sup>5</sup> Kulturdepartementet (2018), «Kulturens kraft».

<sup>6</sup> Waagen og Røsand (2012), *Musikkopplæring i 100!*, 127; Trondheim kammarmusikkfestival (2017), «Studenter i kø for Kamfest» [13.5.19].

## Problemstillingar og oppbygging av oppgåva

Denne oppgåva er delt i to hovudkapittel, i tillegg til dette innleiingskapitlet og eit avsluttande diskusjonskapitlet. Medan første kapittel tek utgangspunkt i dei tilsette i Kamfest sine meiningar og refleksjonar rundt publikumsutvikling og kulturpolitiske målsetjingar som inkludering og auka eigeninntening, omhandlar andre kapittel publikum sine historier og korleis desse eksisterer som del av nettopp denne debatten. Saman forsøker dei to kapitla å bidra til den større diskursen om publikumsutvikling og inkludering ved å gi innsikt i korleis desse problemstillingane vert arbeidd med av ein konkret, norsk institusjon, og dermed kva utfordringar som kan ligge i mellom denne institusjonen og det å lukkast med kulturpolitiske målsetjingar.

Dei to kapitla introduserer to problemstillingar kvar. I første kapittel spør eg:

- Kva kan publikumsutvikling vere i Kamfest?
- Korleis relaterer denne publikumsutviklinga seg til dei kulturpolitiske målsetjingane inkludering og auka eigeninntening i kulturinstitusjonane?

Andre kapittel stiller desse spørsmåla:

- Kva motivasjonar ligg til grunn for publikum si deltaking på Kamfest?
- Korleis kan publikum sine historier og refleksjonar bidra til debatten om publikumsutvikling og inkludering i ein kulturinstitusjon som Kamfest?

Ein kan stille spørsmål ved kvifor eg har valt ei slik todeling av oppgåva: ein institusjon og det tilhøyrande publikummet sine historier er to sider av same sak og kan ikkje utan vidare separerast utan konsekvensar for det heilskaplege biletet av festivalen sin sfære. Likevel opplever eg at tilsette og publikum har nokså ulike utgangspunkt for å reflektere over dei nemnte debattane, og at det difor gir meining å dele oppgåva opp slik. Dette er også grunnen til at nokre punkt blir diskutert fleire gonger, først gjennom dei tilsette sine auge og deretter gjennom publikum sine. Eit diskusjonskapittel samlar til slutt opp trådane og diskuterer det heile i aktuelle debattar om blant anna kulturelt ansvar for inkluderingsmålsetjinga og definisjonsmakt over kvalitetsomgrepet i kultur.

## Kontekstualisering

Som med alle masteroppgåver eksisterer også denne i ein større samanheng, og eg ser det som nødvendig å vise kva debattar oppgåva bidreg til. I dei neste delkapitla gir eg difor ei oversikt over utviklinga til dei kulturpolitiske målsetjingane inkludering og auka eigeninntening i kulturinstitusjonane, som i stor grad pregar denne oppgåva. Deretter følgjer nokre avsnitt om den nye kulturmeldinga, og om publikumsutvikling som felt. Mot slutten har eg også inkludert nokre avsnitt om Kamfest som institusjon.

Ein av dei to kulturpolitiske målsetjingane som diskuterast i denne oppgåva, er målet om *inkludering* og *demokratisering* av norsk kultur. Merk at eg forklarar kva som skil desse omgrepa, og kvifor eg brukar det eine meir enn det andre, under delkapitlet om omgrepsavklaring. Desse to omgrepa har i nokså lang tid omtala idear om deltaking og tilgang til norsk kulturliv.<sup>7</sup> Til grunn ligg ei forståing av at kulturtilbod er ulikt fordelt mellom ulike delar av befolkninga, og at ein må arbeide aktivt med at kulturen i større grad skal bli allemannseige. Dette betyr ikkje at alle menneske skal nytte seg av dei same kulturelle tilboda. I staden vert det meint at alle deler av befolkninga skal ha moglegheit til å oppsøke og kjenne seg velkommen i eitt eller anna kulturtilbod: det skal finst noko for ein kvar smak.

Sjølv om ideen om demokratisering av kunsten hadde vore del av norsk kulturpolitikk i lengre tid, fungerte 50-talet som eit slags startskot for ein ny og meir framoverretta kulturpolitikk etter krigen.<sup>8</sup> Særleg var det viktig å bringe kunsten ut til dei delane av befolkninga som budde langt unna dei største byane. Med Arbeidarpartiet i spissen blei det i denne perioden og framover oppretta såkalla riksinstitusjonar for formidling av kunst og kultur: Rikskonsertane, Riksgalleriet, Riksteateret og Norsk bygdekino.<sup>9</sup> Ideen bak tiltaka var å bringe kulturen ut i distrikta og dermed gjere den tilgjengelig for så mange som mogleg. Det har i seinare tid blitt kritisert korleis desse tiltaka i stor grad satsa på tradisjonell høgkultur, utan å ta høgde for at dei breie befolkningslaga også kunne ha interesse for andre kunstformer og sjangrar. Å i større grad inkludere den breie folkekulturen blei omtala som vidare tiltak når ein såg kva funn som blei gjort i 60- og 70-talets studiar på kulturelle forbruksmønster. Ei kulturmelding frå 1973 viste korleis demokratiseringa som hadde blitt satsa på sidan 50-talet, framleis

---

<sup>7</sup> Mangset (2012), «Demokratisering av kulturen?», 11–13.

<sup>8</sup> Ibid., 11.

<sup>9</sup> Ibid.

resulterte i at «[f]å samfunnsgode er i dag så ujamnt fordelte i samfunnet som dei kulturtilbod det offentlege finansierer eller gir tilskott til. [...] I tillegg er det grunn til å peike på at dei offentlege løyvingane i vesentleg grad går til kulturformer som er vanlegast i visse grupper av folket og som har vanskeleg for å nå utanom desse gruppene».<sup>10</sup> Tiltaka som følgde skulle difor gje støtte til føremål som ikkje berre dyrka éin spesiell type kultur, men som i større grad involverte kultur som breie lag av befolkninga brydde seg om – eller kanskje ikkje var klar over at dei brydde seg om.<sup>11</sup>

Omtrent eit halvt hundreår seinare er det framleis relevant å stille spørsmål ved i kva grad ein har lukkast med demokratisering og inkludering i kulturlivet, då fleire studiar viser at det framleis er store skilnader når det gjeld kulturbruk, utdanningsnivå og sosiale skilnader.<sup>12</sup> At desse skilnadane framleis vert avdekka fungerer som grobotnar for publikumsutviklingsfeltet. Dei spør seg kvifor fleire tiår med kulturpolitisk fokus på deltaking og tilgang til kultur ikkje har fungert like godt som ein hadde håpa, og dermed korleis vi kan legge om strategiane for å lukkast betre med å skape eit mangfaldig kulturliv. Publikumsutviklingsfeltet har fått nye saker å diskutere etter at kulturpolitiske målsetjingar blei lagt fram gjennom den nye kulturmeldinga «Kulturens kraft» frå hausten 2018. Meldinga viser at inkludering og demokratisering framleis er ein viktig del av norsk kulturpolitikk, blant anna gjennom at «[k]ulturlivet skal fremje møte mellom menneske ved å utvikle og forsterke kulturarenaene som inkluderingsarenaer».<sup>13</sup> I tillegg til målet om eit inkluderande kulturliv presenterer meldinga også ei oppfordring om at kulturinstitusjonar må tilpasse seg nye økonomiske tider og dermed i større grad satse på å auke eigeninnteninga si:

Brukarbetaling og anna privat finansiering og investering vil bli viktigare for kulturektoren framover. Det er eit mangfald av aktørar i sektoren, og dette mangfaldet er verdifullt i seg sjølv. Mens auka inntekter eller investeringar frå private er lite relevant for somme, vil det kunne representere utsikter til vekst og vidareutvikling for andre. For dei sistnemnde vil auka eigeninntening eller

---

<sup>10</sup> Kyrkje- og undervisningsdepartementet (1973), «Om organisering og finansiering av kulturarbeid», 47.

<sup>11</sup> Mangset (2012), «Demokratisering av kulturen?», 12.

<sup>12</sup> Kultur- og kyrkjedepartementet (2003), «Kulturpolitikk fram mot 2014», 32; Vaage (2017), «Norsk kulturbarometer 2016», 5.

<sup>13</sup> Kulturdepartementet (2018), «Kulturens kraft», 40.

investeringar kunne gi større handlingsrom til å ta større kunstnarisk risiko og leggje meir vekt på publikumsutvikling.<sup>14</sup>

Ordet «publikumsutvikling» dukkar berre opp denne eine gongen, og det vert heller ikkje gitt nokon forklaring på kva som ligg i omgrepet. I innspelsrapporten «Publikumsutvikling og økt inntjening» som diskuterer den nye kulturmeldinga og akkurat desse aktuelle målsetjingane, tolkar organisasjonen Norsk publikumsutvikling (NPU) bruken av publikumsutviklingsomgrepet i kulturmeldinga som å omhandle demokratisering av kunsten (og dermed inkludering av ulike publikumsgrupper), fordi dette er eit vel så gjennomgåande tema her samanlikna med tidlegare kulturmeldingar.<sup>15</sup> Denne forståinga av publikumsutviklingsomgrepet er ei eg fører vidare i tolkinga av publikumsutviklingsomgrepet i «Kulturens kraft». Skal ein forstå kulturmeldinga rett, må ein difor legge til grunn at denne publikumsutviklinga, og dermed demokratisering og inkludering, skal skje som eit *resultat* av auka eigeninntening i kulturinstitusjonane. Dette står i kontrast til ideen om at inkludering i kulturlivet, som eit politisk initiativ, i første rekke finansierast gjennom offentlege støtteordningar.

Eg må presisere at eit større fokus på auka eigeninntening i kulturinstitusjonane ikkje er heilt nytt. I Kulturutredningen 2014 er det også skrive om korleis kultursektoren kan auke si eiga inntening gjennom privat sponing som eit supplement til dei offentlege støtteordningane.<sup>16</sup> I meldinga «Kultur, inkludering og deltaking» frå 2011 er eg derimot ikkje kjend ved det same fokuset på eigeninntening. Som fagpersonar også påpeikar, kan dette skiftet i fokus mot meir eigeninntening i kulturinstitusjonane, vere forankra politisk.<sup>17</sup> I så fall er overgangen frå raudgrøn til blå regjering i 2013 ein markør for eit skifte i kulturøkonomisk politikk kor kulturinstitusjonar i større grad enn før måtte førebu seg på å søke inntening andre stader enn gjennom statlege støtteordningar.

Kulturmeldinga frå 2018, «Kulturens kraft», senterer seg også rundt andre kulturpolitiske mål, og eg summerer her opp nokre av hovudpoenga. Det å legge til rette for eit fritt og uavhengig kulturliv som skapar uttrykk av «ypparste kvalitet» er det første punktet over dei

---

<sup>14</sup> Ibid., 59.

<sup>15</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 17.

<sup>16</sup> Kulturdepartementet (2013), «Kulturutredningen 2014».

<sup>17</sup> Handeland (2019), «– Det kan handle om inntekt eller inkludering» [30.1.19], intervju av Danby Choi.



nasjonale kulturpolitiske måla som vert presenterte i meldinga.<sup>18</sup> Dette kulturlivet skal også fremje danning og kritisk refleksjon, og ta vare på og formidle kulturarven. Kulturmeldinga påpeiker viktigheita av at kulturlivet skal opplevast som relevant og representere den breie befolkninga, og at den skal legge til rette for deltaking, styrke språka og sørgje for interkulturell forståing. Ein grunnleggande tendens i kulturmeldinga handlar om korleis nye økonomiske tider vil krevje meir innsats frå kulturinstitusjonane når det gjeld inntening. Reaksjonane til meldinga har på ingen måte vore einsarta: den har blant anna fått kritikk for ikkje å komme med konkrete nok tiltak for vegen vidare for kulturlivet i landet, og for i for stor grad legge til rette for privatisering og konkurranseutsetjing av kulturlivet.<sup>19</sup> Andre, som forfattarane av den nemnte innspelsrapporten til NPU, hevdar at rolla til denne kulturmeldinga er å halde fast ved ein kulturpolitikk som fungerer som eit bolverk mot full konkurranseutsetjing av kulturen, noko som kanskje kunne ha blitt tilfelle i ei tid med stadig mindre statleg støtte.<sup>20</sup>

Publikumsutviklingsfeltet, med NPU i spissen, har altså starta å ta innover seg den nye kulturmeldinga og konsekvensane den har for kulturlivet. Sjølv om aktørane på dette feltet i dag er viktige kommentatorar og bidragsytarar til kulturpolitiske debattar, har dei ikkje hatt denne rolla i særleg lang tid. Publikumsutvikling er eit felt som i norsk samanheng har blussa opp i løpet av dei siste knapt tjue åra: eit søk på ordet «publikumsutvikling» på søkemotoren Retriever gir 137 funn i norske mediar i 2018, medan det i år 2002 berre var eitt treff som inkluderte ordet (sjå vedlegg 1). Omgrepet hadde sin topp i 2011 med 157 funn. I norsk samanheng starta ein altså først å snakke om publikumsutvikling på starten av 2000-talet, men i land som Storbritannia hadde omgrep som *audience development* allereie prega kulturpolitikken ei stund.<sup>21</sup> Britiske kulturpolitikarar hadde på denne tida satt i gang fleire store publikumsutviklingsprosjekt blant anna med det føremålet å inkludere fleire potensielle publikumsgrupper.<sup>22</sup> Med denne satsinga følgde ein del forskning på korleis tiltaka hadde fungert.<sup>23</sup> Noko av denne forskinga brukast framleis på det norske publikumsutviklingsfeltet

---

<sup>18</sup> Kulturdepartementet (2018), «Kulturens kraft», 9.

<sup>19</sup> Klausen (2018), «Dette mener musikkfeltet om kulturmeldinga» [25.1.19]; Larsen (2018), «Kulturmelding om mangfold, privatisering og digitalisering» [25.1.19].

<sup>20</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 17.

<sup>21</sup> Ibid., 7.

<sup>22</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 7.

<sup>23</sup> Ibid.; Smyth (2004), «Not for the Likes of You»; Maitland (2000), *A guide to audience development*.

for å belyse dei spørsmåla ein har behov for å stille.<sup>24</sup> Eg hentar døme frå nokre av dei nyaste bidraga til publikumsutviklingslitteraturen, nemleg den nemnte innspelsrapporten frå NPU, og ei handbok om mangfald og publikumsutvikling laga av Interkultur i Drammen kommune. Begge desse byggjer på britiske kulturforskarar som til dømes Nobuko Kawashima, Heather Maitland og Morton Smyth og deira omtrent 15–20 år gamle bidrag.<sup>25</sup> Dette seier kanskje noko om at bekymringane som desse britiske kulturforskarane gjorde seg då dei skreiv sine bidrag, framleis er grunn for å adressere i dag grunna dei stadige skilnadane i kulturforbruk.

Kva er så publikumsutvikling? Det å gje ei kort og tydeleg skildring av publikumsutviklingsomgrepet, og som famnar om omgrepet sine forskjellige tydingar i ein historisk kontekst, er krevjande. Diskusjonane om kva publikumsutvikling dreiar seg om er mange, og dei har endra seg ein del over tid og med ulike regjeringar.<sup>26</sup> Det norske publikumsutviklingsfeltet er i mi meining nokså lite og konsentrert rundt organisasjonen NPU, og eg oppfattar at feltet justerer seg etter samtidige kulturpolitiske målsetjingar, aktualitetar samt kulturaktørar sine interesser og utfordringar når dei skildrar kva publikumsutvikling handlar om til ulike tider. Ei forståing av kva publikumsutvikling er, og som tek høgde for både samtidige og tidlegare aktualitetar og målsetjingar, er difor basert på mine egne erfaringar. Det er på grunnlag av dette brukar eg denne nokså vide definisjonen: publikumsutvikling er alle visjonar og tiltak som har som mål å utvikle publikumsgrunlaget og å skape gode og tillitsbaserte forhold mellom institusjonar og deira publikum. Denne definisjonen opnar for at publikumsutvikling kan handle om breiddetiltak kor ein forsøker å nå nye publikummarar, så vel som djupnetiltak kor ein arbeider med å skape sterkare band til eksisterande publikummarar. I tillegg opnar det for at publikumsutvikling både kan vere noko som arbeidast med frå politisk hald og som eit initiativ frå spesifikke kulturinstitusjonar.

I lys av den tidlegare skildringa av nokre av dei kulturpolitiske målsetjingane i Noreg i dag, viser eg no til nokre av dei diskursane det norske publikumsutviklingsfeltet har vore ein del av dei siste åra. Under den raudgrøne regjeringa (2005–2013) handla publikumsutvikling mykje om inkludering og mangfald i kultursektoren,<sup>27</sup> og kulturminister frå 2009 til 2012

---

<sup>24</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 7–11; Interkultur (2019), «Mangfold i kulturlivet», 27, 33, 72–73.

<sup>25</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 7–11; Interkultur (2019), «Mangfold i kulturlivet», 27, 33, 72–73.

<sup>26</sup> Handeland (2019), «– Det kan handle om inntekt eller inkludering» [30.1.19], intervju av Danby Choi.

<sup>27</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 14.

Anniken Huitfeldt blei ofte omtala som ein viktig person i det å bringe den inkluderande publikumsutviklinga til Noreg.<sup>28</sup> I 2011 kom også meldinga «Kultur, inkludering og deltaking», kor publikumsutvikling blei omtala som ein bidragsytar på vegen mot ein inkluderande kultursektor.<sup>29</sup> Dei siste åra, og særleg den siste tida etter at den nyaste kulturmeldinga «Kulturens kraft» blei presentert, har publikumsutviklingsfeltet som sagt justert seg mot nye kulturpolitiske målsetjingar. Spesielt gjeld dette ideen om auka eigeninntening i kulturinstitusjonar, og spørsmål knytt til korleis nyare målsetjingar kan påverke feltet.

I Noreg utgjer organisasjonen NPU ei viktig stemme på publikumsutviklingsfeltet. Organisasjonen blei stifta i 2009 med det føremålet å spreie kunnskap om publikum og publikumsutvikling, og har sidan då blitt drive som eit nettverk for deling av kunnskap om kva som motiverer – og hindrar – menneske i å delta i kulturlivet.<sup>30</sup> NPU er ein medlemsorganisasjon som rekrutterer frå heile landet, men Kamfest er ikkje medlem. Fleire av dei litterære ressursane som NPU har produsert vert nytta i denne oppgåva. Her må blant anna artikkelsamlinga «Om publikumsutvikling» frå 2010 nemnast, som inneheld fleire av dei siterte artiklane i denne oppgåva.<sup>31</sup> I tillegg har den nemnte rapporten «Publikumsutvikling og økt egeninntjening» frå 2019 vore eit vesentleg nytt bidrag.<sup>32</sup> Eg har brukt rapporten mykje fordi den koplar saman dei nye kulturpolitiske målsetjingane med dei eksisterande diskursane i publikumsutviklingsfeltet, og dermed er ein nyttig ressurs for drøfting av korleis målsetjingane kan påverke kulturinstitusjonar sitt arbeid. Elles utgjer NPU det eg ser på som eit grundig og omfattande ressurscenter for aktørar som er opptekne av publikumsutvikling i Noreg. Blant anna var mi deltaking på NPU-konferansen 2018 «Publikumsutvikling 2.0» eit viktig bidrag i forståinga mi av kva problemstillingar organisasjonen og medlemmene er opptekne av i dag.

Sjølv om denne oppgåva handlar om både publikumsutvikling og aktuelle kulturpolitiske målsetjingar, er det også ein studie av Kamfest. I dei neste avsnitta følgjer ei oversikt over musikkfestivalen som kan vere grei å ha for resten av oppgåva. Kamfest er ein festival som

---

<sup>28</sup> Gran (2010), «Hva kan publikumsutvikling være?», 12–13; Bjørnsen (2010), «Publikumsutviklingens begrensninger», 109.

<sup>29</sup> Kulturdepartementet (2011), «Kultur, inkludering og deltaking», 8.

<sup>30</sup> Norsk publikumsutvikling, «Om Norsk publikumsutvikling» [22.4.19].

<sup>31</sup> Danielsen red. (2010), *Om publikumsutvikling*.

<sup>32</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening».

finn stad kvart år i omtrent ei veke i månadsskiftet september/oktober. Festivalen har vanlegvis konsertar i mange lokale i byen: deira «heimebane» Dokkhuset, Frimurerlogen og ulike salar i Olavskvartalet er blant dei som blir mest brukt. Elles blir også lokale som Byscenen, Nidarosdomen, Stiftsgården og Ringve Musikkmuseum teke i bruk. Dei siste åra har også arbeidsplassar og private heimar blitt brukt som konsertlokale gjennom konsertserien Hjemme hos. Festivalen blei starta av dei to venene Sigmund Tvette Vik og Vegard Snøfugl i 1996.<sup>33</sup> Til og med gjennomføringa av festivalen i 2017 var det desse to som sat ved roret. I 2018 tok Trine Knutsen over som dagleg leiar. Elles har produsentstillinga vore besett av Nicoline Strandskogen Hofgaard dei siste åra, ei stilling ho fråtredde ved inngangen til 2019. Våren 2019 har det blitt gjort ytterlegare endringar i festivalleiinga, men desse utgjer ikkje nokon direkte skilnad for denne oppgåva.

Kamfest får per no statsstøtte. Dei fekk i slutten av 2017 tildelt ei auka støtte for 2018 i tillegg til eit treårig støtteprosjekt som varer ut 2020.<sup>34</sup> Festivalen blir elles finansiert gjennom privat finansiering og billettinntekter. Festivalleiinga anslår forsiktig til meg at dei no får omtrent 25% av inntektene sine dekkja av private sponsorar og billettinntekter, og at resten finansierast av det offentlege. Av andre økonomiske aspekt må ein nemne at festivalen både sel festivalpass og billetter til enkeltkonsertar, og at dei har studentprisar – men ikkje honnørbilletter. Barnebilletter blei i 2018 berre seld til arrangementet Fabelaktig formiddag, ein dag med barnekultur på Ringeve Musikkmuseum. Kamfest sine festivalpass kostar 1600,- for vaksne og 700,- for studentar og inkluderer gratis inngang på dei fleste konsertane. Prisane på enkeltkonsertar varierer, men ligg ofte på i overkant av 300,- for ein vaksenbillett og 150,- for studentar.

Del av Kamfest er også Trondheim International Chamber Music Competition (TICC).<sup>35</sup> Dette er ein kammermusikkonkurrans som blir arrangert annakvart år samtidig med festivalen, og som rettar seg mot studentensemble og unge profesjonelle ensemble. Dei åra det ikkje er konkurrans, blir det gjennomført eit akademi med meisterklassar, konsertar og anna. Året 2018 blei det gjennomført akademi for pianotrioar, noko som også avspeglar seg i festivalprogrammet. Tilsett som leiar for TICC er Kristin Reigstad.

---

<sup>33</sup> Waagen og Røsand (2012), *Musikkopplæring i 100!*, 126.

<sup>34</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2017), «Kamfest får økte tilskudd» [31.1.19].

<sup>35</sup> Trondheim kammermusikkfestival, «Info» [28.1.19].

Sidan 2001 har Kamfest gjennomført ei såkalla festivalkomponistordning. Den går ut på at dei kvart år presenterer ein nolevande komponist som får fleire av verka sine framført på festivalen. Festivalkomponisten får vanlegvis fleire verk framført på ulike konsertar som presenterer musikk av forskjellige komponistar. I tillegg vert det også arrangert ein såkalla 100%-konsert som utelukkande presenterer musikk av festivalkomponisten. Det er også vanleg at komponisten har workshop på Institutt for musikk ved NTNU og elles utgjør ein vesentleg del av festivalprogrammet. I 2018 var det den nederlandske komponisten Michel van der Aa som var festivalkomponist. I tillegg til 100%-konsert, workshop og innslag på fleire konsertar, gjorde festivalen ein storproduksjon i 2018 då dei sette opp 3D-operaen Blank Out i Olavshallen skriven av van der Aa. Sjølv om billetter til Blank Out-førestillinga kosta 445,- for vaksne og 225,- for studentar, var prisnivået på resten av konsertane som inneheldt musikk av festivalkomponisten nokså jamt med dei andre konsertane under festivalen.

Eit konsept som sidan 2014 har vore ein vesentleg del av Kamfest sitt program, er den såkalla Hjemme hos-konsertserien. Ideen er at kammermusikken skal kunne opplevast slik den har oppstått – i folk sine heimar – men det vert også arrangert nokre Hjemme hos-konsertar på arbeidsplassar.<sup>36</sup> I 2018 blei det halde åtte Hjemme hos-konsertar kor fem av dei blei haldne i private heimar. Utøvarane som spelar på konsertane er som regel også utøvarar ved resten av festivalen, og konsertserien kan dermed bidra til å skape raude trådar i programmet.

Billettprisane til Hjemme hos-konsertane er i omtrent same sjikt som ved resten av festivalen.

Stiftinga Trondheim kammermusikk sin visjon går slik: «Trondheim kammermusikkfestival og Trondheim International Chamber Music Competition skal være nasjonalt og internasjonalt fremragende med nyskapende program av høy kvalitet og med ung profil».<sup>37</sup> Frå festivalen sine eigne nettsider kan ein lese at festivalen ønsker å vere ein stad der ein kan oppleve kammermusikk på tvers av sjangrar og kunstartar. Kamfest satsar bevisst på å kombinere kunstformer som til dømes musikk og litteratur, musikk og gastronomi eller musikk og visuell kunst.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 29.

<sup>37</sup> Trondheim kammermusikkfestival, «Info» [28.1.19].

<sup>38</sup> Ibid.

## Omgrepsavklaring

Ein del av dei omgrepa som nyttast mykje i denne oppgåva, fortener ei forklaring. Eg nyttar Grove Music Online sin definisjon for å forklare den musikken som er grunnlaget for Kamfest: *kammermusikk* er tradisjonelt sett eit omgrep for skriven musikk for små ensemble, som har éin utøvar per stemme, og som gjerne framførast i heimar eller i mindre, meir intime lokale.<sup>39</sup> Kammermusikk har lange tradisjonar i vestleg kunstmusikk, og kan i dag knytast til mange forskjellige typar ensemble og undersjangrar. At Kamfest kan vere eit døme på ei vid forståing av kammermusikkomgrepet, er noko som vil bli belyst i denne oppgåva.

Ein definisjon av omgrepet *kultur* som framleis kan vere relevant i mange samanhengar, er antropologen Edward Tylor sin definisjon frå 1871: «Kultur er den komplekse heilskapen som består av kunnskapar, tru, kunst, moral, jus og skikkar, i tillegg til alle dei øvre ferdigheitene og vanar eit menneske har tileigna seg som medlem av eit samfunn».<sup>40</sup> I denne oppgåva brukast kulturomgrepet i litt smalare forstand enn Tylor sitt tilfelle. Eg brukar kulturomgrepet først og fremst om kunstnariske uttrykksformer og estetikk, sjølv om identitet og ei kjensle av å høyre til også er ein del av det.<sup>41</sup> Desse kunstnariske uttrykksformene omtalast på si side som nokså breie. Det vil det seie at omgrepet inkluderer heile det offentlege og private kulturlivet: ikkje berre profesjonalisert musikk, dans, biletkunst, teater og andre tradisjonelle og profesjonaliserte kunstformer, men også eit stort ikkje-profesjonalisert segment kor deltaking, frivillige bidrag og personleg engasjement står sentralt.<sup>42</sup> Omgrepet *kulturinstitusjonar* er her brukt om organisasjonar som arbeider med kultur og som får offentleg støtte, og som i kraft av dette kan ta ansvar og bidra til at kulturpolitiske målsetjingar kan bli gjennomførde.<sup>43</sup> Kulturinstitusjonane sitt *publikum* handlar om meir enn passive mottakarar av kulturuttrykk: som Liana Giorgi et al. argumenterer for, er publikum først og fremst aktive deltakarar på kulturelle arrangement, og bidragsytarar til den situasjonen kulturen eksisterer i.<sup>44</sup>

---

<sup>39</sup> Bashford (2001), «Chamber music» [9.5.19], Grove Music Online. Mi eiga oversetjing til norsk.

<sup>40</sup> Tylor (1871), *Primitive Culture*. Eiga oversetjing til nynorsk basert på bokmåloversetjing av Jon Schackt.

<sup>41</sup> Giorgi, Sassatelli og Delanty red. (2011), *Festivals and the Cultural Public Sphere*, 1.

<sup>42</sup> Kulturdepartementet (2018), «Kulturens kraft», 31, 40.

<sup>43</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 5.

<sup>44</sup> Giorgi, Sassatelli og Delanty red. (2011), *Festivals and the Cultural Public Sphere*, 1.

Min definisjon av *publikumsutvikling* er samla saman av ulike forskarar sine forståingar av omgrepet. Blant anna byggjer definisjonen min på nokre av Nobuko Kawashima sine ulike skildringar av kva publikumsutvikling kan vere.<sup>45</sup> I denne oppgåva definerer eg publikumsutvikling som visjonar og tiltak som har som mål å utvikle publikumsgrunnlaget til ein kulturinstitusjon, og å skape gode og tillitsbaserte forhold mellom institusjonen og publikummet. Ved å nytte ein såpass vid definisjon av omgrepet opnar eg for at publikumsutvikling både kan handle om breiddetiltak kor ein forsøker å nå nye publikumsgrupper, og om djupnetiltak kor ein forsøker å gjere opplevingane til det allereie eksisterande publikummet rikare og djupare.<sup>46</sup> Omgrepet *inkludering* kan her sjåast i samanheng med den breiddefokuserte publikumsutviklinga kor ein søker eit auka brukarmangfald i kulturinstitusjonane. Inkluderande publikumsutvikling arbeider mot å nå publikumsgrupper som eksisterer på utsida av det eg kallar publikumspotensialet til institusjonen. Eit *publikumspotensiale* brukast i denne oppgåva om publikumsgrupper som deler sosiodemografisk profil med det eksisterande publikummet, og som statistisk sett har størst sjanse for deltaking. Eg er klar over at omgrepet kan verke litt misvisande. Omgrepet *potensiale* nyttast jo ofte om det ein har moglegheit til å gjere eller nå, i motsetnad til det som er utanfor rekkevidde og dermed utanfor potensialet. Denne oppgåva argumenterer jo for at kulturinstitusjonar *har* moglegheit til å nå dei publikumsgruppene som eksisterer på utsida av publikumspotensialet. Årsaka til at eg likevel har valt å nytte omgrepet *publikumspotensiale*, er at eg lenge har brukt det i fagspråket mitt. Det er først dei siste månadane av masterarbeidet at eg har starta å undrast kvar eg har dette omgrepet frå, og om det finst eit meir dekkande omgrep. I mangel på noko fullgodt alternativ, har eg valt å behalde omgrepet.

Det skildra inkluderingsomgrepet heng sterkt saman med det Per Mangset kallar *demokratisering av kultur*.<sup>47</sup> Eg har inntrykk av at omgrepa blir brukte om kvarandre i diskursane denne oppgåva er ein del av. Begge omgrepa tek utgangspunkt i at kulturelle gode er ujamt fordelte, men demokratiseringsomgrepet kan i følgje Mangset ha eit mål om at sosiale og kulturelle skilnader mellom menneske blir reduserte i møtet med kulturen. I denne oppgåva brukast i hovudsak inkluderingsomgrepet om den publikumsutviklinga som arbeider utanfor publikumspotensialet. Dette er fordi eg meiner inkludering i størst grad ligg innanfor kulturinstitusjonane si effektive handlingskraft: der dei ikkje har moglegheit til å systematisk

---

<sup>45</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 4.

<sup>46</sup> Ibid.

<sup>47</sup> Mangset (2012), «Demokratisering av kulturen?», 6.

kontrollere sosiale og kulturelle skilje mellom publikummarane sine, har dei derimot moglegheit til å arbeide meir målretta mot publikumsgrupper som ikkje er del av publikumspotensialet deira.

## Teori

Denne oppgåva baserer seg på forskning frå forskjellige disiplinær, og eg gir i dette delkapitlet innsikt i noko av den forskinga som oppgåva byggjer på. Først følgjer ein presentasjon av noko av den festivalforskinga som har blitt gjort i både musikkvitenskapen og i andre disiplinær. Deretter følgjer nokre avsnitt om kulturelle forbruksmønster, og kva strukturar som skil menneske frå kulturell deltaking i dag. Eg går deretter over til ei kort skildring av Pierre Bourdieu sine tankar om kulturelt forbruk: det å verdsetje kultur er i følgje han ein trenn kapasitet, og denne kapasiteten heng sterkt saman med sosiale og kulturelle skilje. Etter dette følgjer innføring i ulike typar publikumsutvikling og korleis desse kan utspele seg i kulturinstitusjonane.

Festivalar har vore objekt for forskning i både musikkvitenskap og i andre disiplinær. Særleg har sosiologar vore interesserte i å undersøke sosiale og kulturelle aspekt ved festivalar: større bidrag som Aksel Tjora (red.) *Festival! Mellom rølp, kultur og næring*<sup>48</sup> og Liana Giorgi et al. (red.): *Festivals and the Cultural Public Sphere*<sup>49</sup> gir djup innsikt i festivalar – frå eit sosiologisk perspektiv. Det å forske på festivalar med utgangspunkt i musikkvitenskapen, kan derimot opne for andre forståingar. Ein bakgrunn i musikkvitenskap vil blant anna kunne gje interessante innspel om musikalske smakshierarki, debattar om kvalitet i musikk, og korleis musikken er del av publikum og tilsette sine identitetar.

Eg kan støtte denne masteroppgåva på fleire musikkvitenskaplege forskingsprosjekt på festivalar. Blant anna har Stephanie Pitts et al. forska på langtidspublikummarar sin lojalitet til ein britisk kammermusikkfestival, og om denne lojaliteten justerer seg i ein periode med utskiftingar i faste utøvarar på festivalen.<sup>50</sup> Forskarane påpeikar at forskingsprosjektet kan stride i mot det pågåande inkluderingsarbeidet i kulturinstitusjonar, sidan det fokuserer på dei publikummarane som er aller mest involverte og engasjerte i festivalen. Dei meiner det likevel er behov for ein studie om korleis etablerte publikummarar motiverast til å delta, samt

---

<sup>48</sup> Tjora red. (2013), *Festival! Mellom rølp, kultur og næring*.

<sup>49</sup> Giorgi, Sassatelli og Delanty red. (2011), *Festivals and the Cultural Public Sphere*.

<sup>50</sup> Pitts og Spencer (2008), «Investigating experiences of attendance at a chamber music festival».



korleis det «klassiske» musikkpublikummet eksisterer og fungerer i ein vidare kontekst. Mi masteroppgåve byggjer vidare på ideen om at eksisterande publikummarar kan bidra til refleksjonar rundt inkludering og deltaking. Dei kjenner festivalen godt, og kan gjennom sitt nære engasjement ha verdifulle innfallsvinklar. I denne oppgåva argumenterer eg for det Pitts og Spencer også påpeikar: dei fleste publikummarane har i hovudsak musikalske motivasjonar for å delta på kammermusikkfestivalen.<sup>51</sup> Desse musikalske motivasjonane heng også sterkt saman med sosiale aspekt, som kjensler av fellesskap og samhald med dei andre som er til stades.

Andre musikkforskarar har også forska på festivalar og deira funksjonar. Blant anna viser Sidsel Karlsen i si doktorgradsavhandling *The music festival as an arena for learning* [...] <sup>52</sup> korleis musikkfestivalar kan bidra til uformelle læringssituasjonar, og dermed påverke identitetane til publikum og vertssamfunna. Ho finn blant anna at festivalen byggjer rammer for opplevingar og erfaringar, og at festivalen dermed bidreg til å konstruere publikum sine musikalske sjølvbiografiar. Det finst også andre masteroppgåver som har festivalar som forskingsobjekt. Kirsti Sæter har i si oppgåve «Med røtter til å vokse og vinger til å fly» <sup>53</sup> undersøkt korleis tre musikkfestivalar påverkar publikum sine identitetar, og deira kjensle av å høyre til på ein bestemt stad. Sjølv om mange musikkforskarar har studert festivalar og deira funksjonar, kjenner eg ikkje til at andre med musikkvitskapleg bakgrunn har forska på kombinasjonen mellom festivalar, publikumsutvikling, inkludering, deltaking, kulturpolitikk og sosiale og kulturelle skilnadar. Eg håpar difor at min bakgrunn i musikkvitskapen vil kunne bidra til dei tverrfaglege diskursane om desse temaa, ved å inkludere innsikt i spørsmål om til dømes musikalske smakshierarki og korleis debattar om kvalitet i musikk utspeler seg.

Som det står skildra i både *Festivals and the Cultural Public Sphere* og i *Festival! Mellom rølp, kultur og næring*, har det dei siste tiåra vore ei kraftig auke i tal festivalar både i Europa og på verdsbasis.<sup>54</sup> Denne auken har på norsk blitt omtala som ei *festivalisering* av kulturmarknaden,<sup>55</sup> ein tendens som har resultert i mykje og brei festivalforskning som også påverkar teorigrunnlaget til denne oppgåva. Gjennom denne forskinga veit vi blant anna meir

---

<sup>51</sup> Ibid., 227.

<sup>52</sup> Karlsen (2007), *The music festival as an arena for learning*.

<sup>53</sup> Sæter (2013), «Med røtter til å vokse og vinger til å fly».

<sup>54</sup> Giorgi, Sassatelli og Delanty red. (2011), *Festivals and the Cultural Public Sphere*, 2; Tjora red. (2013), *Festival! Mellom rølp, kultur og næring*, 12.

<sup>55</sup> Tjora red. (2013), *Festival! Mellom rølp, kultur og næring*, 12.

om festivalar si betyding for lokalsamfunn, og om korleis festivalar kan spele inn på lokal økonomi og næring. Forskinga har også gitt innsikt i korleis festivalar er meningsgivande for publikum og korleis festivalar kan knytast til identitet og lokale tradisjonar.<sup>56</sup> Festivaliseringa har dermed resultert i ei bevisstgjerjing av festivalen si rolle i samfunna våre, noko eg vil påstå at denne oppgåva også bidreg til.

Ein del av grunnlaget for denne oppgåva er å belyse korleis ein konkret festival er i kommunikasjon med overordna politiske målsetjingar og tendensar i det breie kulturlivet. Det at festivalar er instansar for kommunikasjon som kan fostre politiske meiningar, identitetar og samfunnsrelaterte diskursar blir blant anna argumentert for i *Festivals and the Cultural Public Sphere*.<sup>57</sup> Argumenta til sosiologane som har redigert boka, går ut på at ein festival aldri vil eksistere i eit vakuum, men fungerer i tråd med (eller på tvers av) samtidige tendensar i offentleg og privat kultur- og samfunnsliv. Denne ideen utgjer eit grunnlag for at festivalar som Kamfest både kan og bør studerast i dialog med eksisterande kulturpolitiske mål, og med andre samfunnsmessige tendensar som til dømes multikulturalisme, globalisering og nyliberalisme.<sup>58</sup> Masteroppgåva mi er eit resultat av eit ønskje om å studere Kamfest i dialog med nettopp slike mål og tendensar.

For å kunne undersøke kva utgangspunkt ein festival som Kamfest har for å involvere ulike publikumsgrupper, vil eg no presentere noko av den forskinga som er gjort på kulturelt forbruk i Noreg. Kven er statistisk sett kulturbrukarane? Eg vil starte med å vise til at kulturtilbod verkar å vere, og lenge har vore, ujamt fordelte blant befolkninga.<sup>59</sup> Blant anna viser «Norsk kulturbarometer 2016» at utdanning spelar stor rolle for om du er forbrukar av kulturtilbod.<sup>60</sup> Det visast også at forbruksmønstera speglast i val av yrke: medan administrative leiarar og personar med akademiske yrke brukar kulturtilbod i stor grad, brukar arbeidarar og pensjonistar tilboda i mindre grad.<sup>61</sup> Andre forskarar meiner det er eit for lågt

---

<sup>56</sup> Ibid., 13.

<sup>57</sup> Giorgi, Sassatelli og Delanty red. (2011), *Festivals and the Cultural Public Sphere*, 1.

<sup>58</sup> Ibid.

<sup>59</sup> Kyrkje- og undervisningsdepartementet (1973), «Om organisering og finansiering av kulturarbeid», 47; Mangset (2012), «Demokratisering av kulturen?», 6–7.

<sup>60</sup> Vaage (2017), «Norsk kulturbarometer 2016», 5.

<sup>61</sup> Ibid.

representativt utval etniske minoritetar som besøker kulturarrangement,<sup>62</sup> medan andre problematiserer at menn er underrepresentert blant kulturbrukarar.<sup>63</sup>

Ideen om at kultur i seg sjølv kan vere ein instans for sosial og kulturell reproduksjon, skildrast av nokre som ei forklaring på dei ujamne strukturane i kulturelle forbruksmønster.<sup>64</sup> Med det meinast det at kultur kan vere eit verkty for å søke saman med menneske vi har noko til felles med, noko som i seg sjølv kan vere ein ekskluderande grunnverdi. Det er blant anna på grunnlag av denne ideen at fagpersonar som arbeider med publikumsutvikling og inkludering meiner at ein må arbeide målretta og strategisk for at ein skal kunne auke mangfaldet i kulturinstitusjonane: utan standhaftigheit vil dei ujamne forbruksmønster bestå.<sup>65</sup>

Eg vil problematisere at forskinga på kulturforbruk er lite samstemt, detaljert og oppdatert, noko som gjer det vanskeleg å danne eit klart bilete av kva publikumsgrunnlag institusjonar som Kamfest kan ha. Det trengs meir djuptgåande forskning på dette feltet for å kunne kaste lys over kven som eigentleg er kulturpublikummet i dag. Særleg treng feltet nyare forskning som omhandlar fordeling av kulturbruk etter at digitale plattformer blei meir vanleg i folk sine liv. Eg vil ikkje sjå bort frå at forbruksmønster har endra seg i ei tid med Netflix, Spotify og sosiale media som ein stor del av fritida til mange menneske.

Det er mange forskarar som har hatt meiningar om korleis kulturelle forbruksmønster er knytt til sosial og kulturell klasse. Eg brukar blant anna den franske sosiologen Pierre Bourdieu sine poeng for å danne ei forståing av kva som kan gjere at kulturelle forbruksmønster er ujamt fordelte mellom ulike potensielle publikumsgrupper. Eitt av Bourdieu sine grunnleggande argument er at det å kunne verdsetje ulike sjangrar og kunstformer, er trena kapasitetar som ein tileignar seg som eit resultat av dei sosiale og kulturelle sirklane ein er ein del av.<sup>66</sup> Han understrekar at det å kunne verdsetje kunst og kultur heng sterkt saman med sosiale klassar, og at vårt forhold til kunst og kultur er element i eit sosialt maskineri som styrer

---

<sup>62</sup> Gran og Vaagen (2011), «Et skritt fram – minoritetene kommer!» [13.5.19], 3–5.

<sup>63</sup> Hjelseth og Storstad (2013), «Festivalfolket – hvem er de?», 42; Vaage (2017), «Norsk kulturbarometer 2016», 5.

<sup>64</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 3.

<sup>65</sup> Ibid., 73.

<sup>66</sup> Bourdieu (1995), *Distinksjonen*, 86; Jenkins (2002), *Pierre Bourdieu*.

maktfordeling og sosiale hierarki.<sup>67</sup> At kunst og kultur vert gitt objektive kvalitetar i kulturpolitikk og av institusjonar som Kamfest, problematiserer eg i denne oppgåva: ulike type kunst og kultur vil ha ulike kvalitetar for ulike menneske fordi dei har fått ulike treningar i å verdsetje dei.

Det må nemnast at det har blitt stilt spørsmål ved i kva grad Bourdieu sine poeng, som blei framstilte i ei anna tid og i eit anna land, kan vere like gyldige i Noreg i dag.<sup>68</sup> Er ikkje Noreg eit meir likestilt og homogent land enn Frankrike på 1970-talet? Eg vil på tross av denne kritikken argumentere for at dei av Bourdieu sine argument som brukast i denne oppgåva framleis kan vere relevante: å kunne verdsetje kultur er framleis trena kapasitetar, og ein kan ikkje sjå bort frå at dei heng saman med sosiale skilnader gjennom til dømes utdanning og yrkesval. Ei nyansert tolking av Bourdieu kan difor bidra til å forklare kvifor potensielle publikumsgrupper eksisterer på utsida av det aktive kulturlivet i Noreg i dag.

Eg går no over til å skildre noko av den forskinga som er gjort på publikumsutviklingsfeltet, i tillegg til konkrete måtar å drive publikumsutvikling på. Ein av dei kanskje mest siterte bidragsytarane til publikumsutviklingsforskinga i dag, er kulturforskaren Nobuko Kawashima.<sup>69</sup> Ho gav i 2000 ut rapporten «Beyond the Divisions of Attenders vs. Non-Attenders [...]» for å belyse eventuelle konsekvensar av eit auka kulturpolitisk fokus på inkludering og publikumsutvikling i Storbritannia.<sup>70</sup> I denne oppgåva blir rapporten blant anna brukt for å skildre ulike måtar å drive publikumsutvikling på, og kva konsekvensar forskjellige tiltak kan ha. Kawashima skildrar nemleg ulike fire ulike strategiar for publikumsutvikling, men argumenterer også for korleis fleire av desse strategiane ikkje nødvendigvis er effektive nok som inkluderingstiltak.

Ein demonstrasjon av dei fire typene publikumsutviklingane som Kawashima skildrar,<sup>71</sup> følgjer her. *Kulturell inkludering* er ein del av den publikumsutviklinga som har som mål å nå ut til menneske med annan sosiodemografisk profil enn det eksisterande publikummet, eller utanfor det eg kallar publikumspotensialet. Eit døme på ei slik publikumsutvikling er å ta

---

<sup>67</sup> Bourdieu (1995), *Distinksjonen*, 86.

<sup>68</sup> Ruud (2016), *Musikkvitenskap*, 156–57.

<sup>69</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 7–9; Bjørnsen (2010), «Publikumsutviklingens begrensninger», 112–18.

<sup>70</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders».

<sup>71</sup> *Ibid.*, 8–10.

kulturen ut av konserthusa samt å i større grad gå over til målgruppeleia publikumsutvikling. Det sistnemnte omgrepet blir forklart i neste avsnitt. *Utvida marknadsføring* kan vere effektivt dersom ein ønskjer å nå menneske som «sit på gjerdet» og som dermed har størst sjanse for å ville besøke institusjonen – altså grupper på innsida av publikumspotensialet. Sjølv om det er mange kulturinstitusjonar som utvidar marknadsføringa si i håp om å lukkast med inkluderande publikumsutvikling, meiner Kawashima at marknadsføring som strategi ikkje vil vere effektivt nok som inkluderingsiltak fordi den overser nokre av dei djuptgåande strukturane som resulterer i ujamne kulturelle forbruksmønster. *Smakskultivering* er tiltak som har som mål å utvikle og utdanne publikum sin smak ved å blant anna introdusere nye kunstformer og sjangrar. Også her er Kawashima skeptisk til at strategien kan fungere i eit inkluderingsperspektiv fordi ein ofte appellerer til eit eksisterande kulturpublikum. *Publikumsutdanning* handlar om å legge til rette for at publikum skal få fordjupe seg i det kulturelle produktet og dermed forsøke å skape djupare og rikare opplevingar. Strategien kan fungere for å få eksisterande publikummarar til å komme tilbake, men kan ha utfordringar med å bringe nye publikumsgrupper til institusjonen.

Kawashima meiner altså at tre av desse fire publikumsutviklingsstrategiane ikkje er fullgode utgangspunkt for å gjere institusjonar meir inkluderande. Grunnlaget for dette meiner ho ligg i at heile publikumsutviklingsdiskursen bygger på eit ugyldig grunnlag, nemleg at det finst eit universelt svar på kva som er «kvalitet» i kultur.<sup>72</sup> Utan ei forståing av at kvalitet oppfattast ulikt av forskjellige menneske – frå forskjellige sosiale og kulturelle sirklar – vil ikkje institusjonar lukkast med å foreine eventuelle publikummarar. I søket etter betre løysingar, går ho til den britiske kulturforskaren Heather Maitland sine omgrep målgruppeleia og produktleia publikumsutvikling.<sup>73</sup> Dei fleste kulturinstitusjonar har i følgje Kawashima eit såkalla *produktleia* fokus på publikumsutvikling som tek utgangspunkt i dei kunstnariske produkta arrangørane meiner er god av «kvalitet», men som ikkje nødvendigvis svarar til det menneske utanfor publikumspotensialet vil meine er aktuelt å besøke. Kawashima etterlyser at fleire prøver eit meir *målgruppeleia* fokus som i større grad siktar seg inn på spesifikke publikumsgrupper som per i dag ikkje er del av publikumspotensialet til institusjonen. Begge desse tilnærmingane forklarar og diskuterer eg nærare i kapittel éin. Det som uansett vert understreka av både Kawashima og andre fagpersonar, er at det å arbeide med inkluderande

---

<sup>72</sup> Ibid., 23–25.

<sup>73</sup> Maitland (2000), *A guide to audience development*.

publikumsutvikling er noko som krev store ressursar og mykje tålmod.<sup>74</sup> Fleire av dei problematiserer difor at det å få tatt dei store stega mot eit meir inkluderande kulturliv, kan vere vanskeleg utan den kontinuiteten offentleg støtte kan tilby.

Forskaren Donatelli De Paoli trekk publikumsutviklinga eit steg lenger ved å også inkludere organiseringa av kulturinstitusjonar som eit utgangspunkt for publikumsutvikling. Ho påstår at institusjonane i større grad vil ha mogelegheit til å nå målet om eit større mangfald dersom dei vender blikket innover i institusjonen og forsøker å gjere publikum til hovudfokuset for alle som arbeider der.<sup>75</sup> Ho skildrar blant anna viktigheita av at leiinga i institusjonen er frontpersonar for publikumsutviklingsarbeidet, og at det ikkje skyvast over til kun dei som arbeider med marknadsføring og kommunikasjon. Det å ha eit samla fokus hos alle tilsette om at publikum er hovudaktiviteten til institusjonen, vil i følge De Paoli danne eit godt utgangspunkt for god publikumsutvikling. Fleire fagpersonar er einige i at publikumsutvikling er noko som må oppstå på innsida av ein institusjon: Morton Smyth påpeikar blant anna at «successful organisations model internally what they wish to express externally»<sup>76</sup> som eitt av sine hovudpunkt for organisasjonar som ønskjer å lukkast med publikumsutvikling. I kapittel éin brukar eg blant anna De Paoli og Smyth sine synspunkt for å diskutere om organisasjonsstrukturen til Kamfest kan legge til rette for – eller hindre – inkluderande publikumsutvikling.

## Metode

Eg har valt å nytte kvalitative metodar som intervju og observasjon i denne oppgåva fordi eg trur dei vil belyse problemstillingane mine på best måte. Gjennom problemstillingane søker eg blant anna innsyn i publikum og tilsette sine erfaringar, historier og røynder: eg søker noko eg vil kunne få innsyn i gjennom interaksjon, samtalar og eiga deltaking på festivalen. Både intervju og observasjon er metodar som er vanleg i etnomusikologiske og musikk sosiologiske underdisiplinar.<sup>77</sup> Forskarar frå desse fagretningane brukar ofte slike framgangsmåtar for å

---

<sup>74</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 73; Maitland (2000), *A guide to audience development*, 67; Smyth (2004), «Not for the Likes of You», 11; Hadley (2010), «Å lære å elske sitt publikum», 62.

<sup>75</sup> De Paoli (2010), «Hvordan organisere seg fram til bedre publikumsutvikling?».

<sup>76</sup> Smyth (2004), «Not for the Likes of You», 13.

<sup>77</sup> Ruud (2016), *Musikkvitenskap*, 142–44, 70.

søke innsikt i andre sin, eller eigen, kulturell og musikalsk praksis.<sup>78</sup> I arbeidet har eg vurdert deltakinga mi på Kamfest 2018 som eit slags feltarbeid: eg ville komme så nært studieobjektet mitt som mogleg, og forsøke å sjå det frå ulike perspektiv og innfallsviklar.<sup>79</sup> I praksis betydde dette at eg gjorde observasjon og skreiv feltnotat under festivalen, og at eg gjennomførte korte, spontane intervju med publikummarar eg møtte undervegs. Før og etter festivalen hadde eg også lengre djupneintervju med dei tilsette. I dei neste avsnitta viser eg korleis eg utførte innsamlingsarbeidet, i tillegg til ei skildring av korleis eg valte ut kva festivalkonsertar eg skulle besøke.

Det å i størst mogleg grad vere ein aktiv publikummar på festivalen såg eg på som viktig for å kunne danne eit så heilskapleg bilete som mogleg på årets festival. Gjennom å drive observasjonsarbeid håpte eg mellom anna å få ein betre ide om dei sosiale situasjonane festivalen kunne generere.<sup>80</sup> I følge Aksel Tjora kan ein enkelt forstå observasjon som ein metode for å søke forståing for kva folk *gjer* i motsetnad til intervju, kvar ein søker forståing for kva folk *seier*.<sup>81</sup> Mellom anna brukte eg observasjon for å få innsikt i korleis publikum responderte på det som blei sagt og spelt, omtrent kor mange publikummarar som kom på konserten, om dei fleste gjekk på konsert i lag med andre eller om mange var aleine, om publikum var formelt eller uformelt kledde og elles korleis den generelle stemninga var. I løpet av festivalveka skreiv eg feltnotat på slutten av kvar dag. Det finst fleire måtar å skrive feltnotat på, det er vanleg å dele mellom såkalla iaugefallande («salient») og komplett («comprehensive») strategi.<sup>82</sup> Sjølv om eg tok eit utgangspunkt i å nytte ein nokså komplett strategi for feltnotat kor eg skreiv ned «alt» frå ein gitt situasjon, forstod eg fort at feltnotata mine ikkje kunne vere komplette i ordet si rette tyding. Ein vil aldri kunne oppfatte, hugse og skrive ned alle aspekt ved ein situasjon, og det ein endar med å skrive ned er til sjuande og sist eit slags utval gjort av forskaren. Feltnotata blei dermed ein slags subjektiv representasjon av forståingar, tankar og idear knytt til situasjonane eg var ein del av. Feltnotata fungerte også som eit supplement til intervjuet for å hjelpe meg å hugse kva samanheng eg møtte dei ulike publikummarane, og korleis eg opplevde møtet mellom oss.

---

<sup>78</sup> Ibid.

<sup>79</sup> Nettl (2005), *The Study of Ethnomusicology*, 148.

<sup>80</sup> Tjora (2012), *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*, 46.

<sup>81</sup> Ibid., 46–47.

<sup>82</sup> Wolfinger (2002), «On writing fieldnotes», 89–92.

Eg tok altså utgangspunkt i at det å vere ein så aktiv publikummar som mogleg, ville styrke forståinga mi av Kamfest 2018. Då eg ikkje hadde moglegheit til å besøke alle konsertane sidan nokre av dei overlappa i tid, måtte eg forsøke å gjere eit fornuftig utval for kva konsertar eg skulle besøke. Dette var også eit forsøk i å prøve å kvalitetssikre at eg faktisk fekk møtt eit omtrentleg representativt utval publikummarar som var interessert i ulike festivalsituasjonar. Eg utvikla eit system (vedlegg 2) for å kunne undersøke om konsertplanen eg hadde lagt la unødvendige preferansar for sjanger, eventuelle målgrupper eller spelestad. I systemet tok eg føre meg dette spørsmålet når eg las igjennom programmet for kvar konsert:<sup>83</sup> «Kva publikum kan ein få inntrykk av at Kamfest forsøker å nå gjennom promoteringstekstane frå sine eigne heimesider knytt til kvar enkelt konsert?» Spørsmålet hadde tre alternative merkelappar: publikum som er interessert i 1) tradisjonell kammermusikk, 2) festivalkomponist/samtidsmusikk eller 3) jazz, internasjonalt, folkemusikk eller populærmusikk. I tillegg kunne eg krysse av for om konserten var del av konsertserien Hjemme hos eller om den var innanfor samlekategorien som omfatta konsertar retta mot barn/ungdom, knytt til utdanningsinstitusjonar eller festivalen sitt akademiprojekt. Eg kunne også krysse av for dei tre mest brukte spelestadane Dokkhuset, Olavskvartalet, Frimurerlogen eller for samlekategorien «annan stad».

Utfordringa med heile dette systemet var at det var nokså få og omfattande kategoriar innanfor sjanger. I tillegg var ikkje utvalet gjort som ei djuptgåande analyse av programtekstane, men heller som eit resultat av førsteinntrykket eg sat igjen med etter å ha lese programmet. Difor var eg raus med å gje ulike merkelappar til ulike konsertar når eg såg at det var nødvendig: nokre konsertar fekk to og tre sjangermerkelappar fordi eg fekk inntrykk av at det var forsøkt å nå publikum med ulike musikkinteresser. I vedlegget er dei farga felte dei konsertane eg faktisk besøkte. Sjølv om dette systemet på ingen måte kunne kvalitetssikre at eg fekk møtt eit representativt utval publikummarar og opplevd ei jamn fordeling konsertar av ulike sjangrar, fungerte systemet for å få ei generell oversikt over om eg fekk opplevd den breidda festivalprogrammet hadde å tilby.

Det finst fleire omgrep som kunne ha blitt brukt for å skildre dei korte og spontane intervjuar eg gjorde med publikummarane på Kamfest 2018. Både Tjora og Ida Marie Henriksen et al.

---

<sup>83</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram».



har sine respektive omgrep for det eg vel å kalle *spontane fokuserte intervju*.<sup>84</sup> Desse intervjuar har ein halvfast struktur kor det er lov med små avsporingar og utdjupingar knytt til temaet intervjuet handlar om, men kor ein samtidig forsøker å halde intervjuet relativt kort. Dei som intervjuast blir rekrutterte «på staden» etter ein kort invitasjon.<sup>85</sup> Intervjua var relativt korte, og eg oppmuntra til ein forholdsvis laus struktur kor avsporingar og utdjupingar var lov. Eg varierte spørsmåla eg stilte etter vurdering av publikummarane sine bakgrunnar, kva innsikt dei hadde, og deira engasjement og velvilje til å halde fram med å prate.

Eg nytta Henriksen et al. sine poeng når eg valde ut kven eg forsøkte å invitere til intervju. Målet mitt var å få snakka med så mange ulike menneske som mogleg. Eg ville snakke med menneske av ulike kjønn, alder, utsjånad, påkledding, eg ville snakke med både dei som såg usikre og aleine ut og dei som såg ut som dei høyrde heime. Sidan denne opne innstillinga gjorde at det ofte ikkje var så nøye kven eg snakka med, leita eg ofte etter menneske med det Henriksen et al. kallar *open interaksjonsdør*.<sup>86</sup> Det betyr at eg leita folk som ikkje såg opptekne ut: dei var gjerne aleine, anten ventande på nokon andre eller fordi dei gjekk aleine på konsert, og såg elles i møtekommande og rolege ut.

Det er forskjellige utfordringar knytt til rekrutteringa til spontanfokuserte intervju. Blant anna måtte eg vurdere om eg i for stor grad la vekt på å snakke med menneske som var tilsynelatande aleine på konsert. I tillegg la eg merke til at eg hadde lettare for å oppsøke kvinner enn menn. Når eg la merke til denne tendensen, prøvde eg aktivt å oppsøke fleire menn og folk som ikkje var aleine. Sjølv gjennomføringa av intervjuar kunne også ha utfordringar knytt til seg. Nokre gonger var det vanskeleg å få publikummarane til å snakke opent og å svare meir enn einstavingsord. Då forsøkte eg å gjere intervjuet meir til ein samtale enn eit intervju ved å prøve å vere meir avslappa sjølv. I nokre tilfelle merka eg at dette utgjorde ein skilnad. Elles var det nokså lett å komme i kontakt med folk, og dei fleste eg snakka med var positive til å stille til intervju sjølv om påfallande mange påstod å ikkje kunne nok om festivalen eller musikk generelt til å ha tru på at dei bidrog til arbeidet mitt. Eg fekk intervjuar 41 publikummarar. Av desse var det éin som trakk seg i etterkant. Intervjua varte i alt frå 58 sekund til i overkant av 24 minutt. Gjennomsnittet på intervjuar var på omtrent 5

---

<sup>84</sup> Tjora (2017), *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*, 157; Henriksen og Tøndel (2017), «Spontane dybdeintervjuer».

<sup>85</sup> Tjora (2012), *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*, 230.

<sup>86</sup> Henriksen og Tøndel (2017), «Spontane dybdeintervjuer».

minutt. Til slutt må det påpeikast at alle publikummarane har fått andre namn når dei blir presenterte i oppgåva.

Eg gjennomførte også fire djupneintervju med dei tilsette i festivalen. Nokre av dei tilsette har blitt intervjuet fleire gonger, andre berre éin gong. Årsaka til at eg valte djupneintervju var at eg ville undersøke meir enn berre praktiske tiltak og nedskrivne visjonar i Kamfest: eg ville også få innsikt i dei tilsette sine historier, idear og motivasjonar. Som Aksel Tjora også viser, er djupneintervju gode alternativ i slike tilfelle.<sup>87</sup> Intervjua kan i følge han legge til rette for lenger og relativt frie samtalar rundt spesifikke tema kor den som vert intervjuet får moglegheit til å reflektere og tenkje fritt. Eg opplevde at intervjuet som nokså frie og avslappa, noko eg håpar resulterte i at dei tilsette blei oppmuntra til å reflektere og opne seg for meg.

Dei fire intervjuet blei haldne på ulike tidspunkt. Det første intervjuet blei gjort i november 2017, altså ti månader før Kamfest 2018 starta. Dette blei arrangert før eg fekk tildelt rettleiar og hadde ei klar retning for masterprosjektet, så det blei i hovudsak eit slags introduksjonsmøte for begge partar. Intervjuet varte i omtrent éin time og 15 minutt, og inkluderte Sigmund Tvette Vik og Nicoline Strandskogen Hofgaard. Deretter gjennomførte eg to éin-til-éin-intervju i desember 2018, eitt med Nicoline og eitt med Sigmund. Begge desse intervjuet blei gjort i festivalen sine egne lokale på Dokkhuset, og varte i underkant av éin time.

Det fjerde intervjuet blei halde i april 2019. Grunnen til at eg såg det som nødvendig å ta kontakt, var at eg opplevde å ha for lite informasjon om dei økonomiske aspekta knytt til festivalen, samt festivalen sitt forhold til den nye kulturpolitiske målsetjinga om auka eigeninntening. I dette omtrent timeslange intervjuet var både Sigmund Tvette Vik og Kristin Reigstad, leiar for TICC, med. Mange økonomiske utfordringar blei belyst i dette intervjuet, men sidan det blei halde såpass nært innleveringsfristen av masteroppgåva, måtte eg prioritere bort ein del av informasjonen som kom fram. Valet fall på å samle argumenta frå intervjuet i nokre hovudpoeng. Blant anna fekk eg ei forståing av den generelle økonomiske situasjonen til festivalen, og at dei mellom anna syns det er krevjande å få nok private sponsorar til å støtte dei. I tillegg fekk eg bekrefta at festivalleiinga *har* sett seg inn i dei nyaste kulturpolitiske målsetjingane gjennom kulturmeldinga «Kulturens kraft».<sup>88</sup> Å samle desse

---

<sup>87</sup> Tjora (2012), *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*, 104.

<sup>88</sup> Kulturdepartementet (2018), «Kulturens kraft».

hovudpoenga gjorde det meir overkommeleg å få brukt deler av informasjonen frå dette intervjuet i oppgåva.



## Kapittel 1 – Publikumsutvikling i Kamfest

---

Som eg har skildra i innleiingskapitlet, sentrerer den norske publikumsutviklingsdebatten i dag blant anna rundt målsetjingar om inkludering og demokratisering, i tillegg til eit nyare kulturpolitisk ønskje om auka eigeninntening i kulturinstitusjonane.<sup>89</sup> Dette kapitlet gjer eit forsøk i å belyse korleis publikumsutvikling blir arbeidd med av ein konkret kulturinstitusjon som Kamfest, og å undersøke kva som er dei reelle motivasjonane bak og potensielle resultata av nokre av dei tiltaka som blir sett i verk. Eg undersøker korleis målsetjingar i publikumsutviklingsfeltet utspeler seg i Kamfest sine framgangsmåtar og visjonar, og stiller meg i første omgang dette spørsmålet: kva kan publikumsutvikling vere i Kamfest? og vidare: korleis relaterer denne publikumsutviklinga seg til dei to kulturpolitiske målsetjingane inkludering og auka eigeninntening i kulturinstitusjonane? For å belyse spørsmåla tek eg utgangspunkt i intervjuet eg gjorde med dei tilsette i Kamfest, festivalen sitt eige materiale, samt litteratur om den pågåande diskusjonen om publikumsutvikling og norsk kulturpolitikk.

I dette kapitlet argumenterer eg for at Kamfest fokuserer på arbeid med både breidde- og djupnetiltak i si publikumsutvikling: dei er opptekne av å både pleie forholdet dei har til det eksisterande publikummet, og å forsøke å få nye publikumsgrupper til å delta på festivalen. Mi samanlikning med forskning på inkluderande publikumsutvikling viser at Kamfest i all hovudsak arbeider innanfor publikumspotensialet sitt. Sjølv om ein del av festivalen sin identitet er å vere inkluderande, open og aktuell for «alle» delar av befolkninga, viser det seg at mange av tiltaka til festivalen, i følgje publikumsutviklingsforskninga og dei måla som finst kulturpolitisk sett, ikkje er drastiske og målretta nok til at dei faktisk vil klare å strategisk få inn publikumsgrupper med annan sosiodemografisk profil enn det eksisterande publikummet. Dette faktum stiller også spørsmål ved om målet om inkludering frå politisk hald er målretta nok og i stor nok grad kommunisert ut til feltet. I spørsmålet om inntening peikar eg på korleis Kamfest arbeider på forskjellige måtar for å oppretthalde og auke den brukarbetalte innteninga: for festivalen er det både viktig å pleie eit godt forhold til det eksisterande, betalande publikummet, samt å arbeide målretta mot publikumsgrupper som er på innsida av publikumspotensialet – og dermed har størst sjanse for å ville delta på festivalen. Sidan det å skulle forsøke å nå grupper *utanfor* publikumspotensialet ikkje vert oppfatta som noko som på kort sikt kan auke innteninga av dei tilsette i Kamfest, vert heller ikkje slike tiltak prioriterte.

---

<sup>89</sup> Handeland (2019), «– Det kan handle om inntekt eller inkludering» [30.1.19], intervjuet av Danby Choi; Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening».

Eg argumenterer for at dei to målsetjingane om inkludering og auka inntening på denne måten har ein sterk samanheng som også kan vere problematisk. I verste fall kan ein oppleve at målsetjingane faktisk arbeider *mot* kvarandre ved at dei tiltaka som i størst grad og på enklast vis gir auka brukargenerert inntening faktisk kan bidra til å styrke dei strukturane ein eigentleg ønskjer å svekke når ein arbeider med inkluderande publikumsutvikling.

For å avgrense, vert det i denne oppgåva halde eit fokus på den delen av den eigeninnteninga i kulturinstitusjonar som av kulturmeldinga kallast «brukarbetaling»,<sup>90</sup> og som i hovudsak omhandlar dei midlane Kamfest tener gjennom billettsal. Det er to årsaker til at eg ikkje fokuserer meir på sponsorar, investeringar og ulike støtteordningar Kamfest nyttar seg av. For det første bestemte eg meg såpass seint for å involvere eit økonomisk perspektiv i oppgåva, at eg hadde avgrensa kapasitet for å kunne setje meg inn i alle innteningsmoglegheiter for festivalen. I tillegg hadde eg ei bekymring for at ein gjennom eit for stort fokus på dette kunne distansere seg frå ideen om at dette er ei oppgåve om publikum og publikumsutvikling. Det som kanskje er mest vesentleg å trekke ut frå det heilskaplege biletet av Kamfest sin økonomiske situasjon i samspel med nye kulturøkonomiske mål, er at Kamfest sin økonomi er under eit stadig press. Dei opplever at det er svært utfordrande å skaffe sponsormidlar i stor nok grad, og er difor heilt avhengige av den offentlege støtta dei får. Sidan det allereie er utfordrande nok å skaffe sponsormidlar, er dei bekymra for kva framtida med eit auka fokus på privat finansiering i kulturlivet vil bety.

Det må her understrekast at fleire av mine intervju med både tilsette og publikummararar blei gjennomført *før* kulturmeldinga blei presentert. Ein kan difor ikkje ta utgangspunkt i at dei tiltaka og visjonane som dei tilsette snakkar om i dette kapitlet, er eit direkte resultat av den nye uttalte politikken. Eg argumenterer uansett for at den spenninga som finst mellom inkludering og auka inntening i norsk kulturpolitikk, også finst i Kamfest. Motivasjonane og framgangsmåtane i Kamfest er altså ikkje nødvendigvis direkte politisk motivert, men ein kombinasjon av eigne visjonar og framgangsmåtar, og større ideologiske prosessar som har forma kulturfeltet over tid. Av slike ideologiske prosessar som kan ha fostra politiske målsetjingar som inkludering og auka eigeninntening i institusjonar, vil eg gjerne nemne nyliberalismen – ein retning som har bidrege til at marknadsorientert politikk har påverka den kulturelle sfæren både i Noreg og andre stader i verda, og dermed har senka terskelen for å

---

<sup>90</sup> Kulturdepartementet (2018), «Kulturens kraft», 59.

kutte i statleg kulturstøtte.<sup>91</sup> Når det gjeld målsetjinga om inkludering, er dei siste omtrent hundre åra med mål om demokratisering av kultur i mange europeiske land, døme på ein slik større ideologisk prosess som kan ha påverka kulturinstitusjonar som Kamfest.<sup>92</sup>

## **Ulike roller i publikumsarbeidet: ein tosidig struktur**

Spørsmålet «kva kan publikumsutvikling vere i Kamfest?» opnar for mange innfallsvinklar og forståingar. Sidan eg ville unngå å legge band på dei tilsette sine refleksjonar rundt kva publikumsutvikling kunne vere i deira institusjon, opna eg for ein nokså vid definisjon av omgrepet i samtalane med dei. Ved å definere publikumsutvikling som alle visjonar og tiltak ein kulturinstitusjon har og gjer for å utvikle publikumsgrunnet sitt, og å skape gode og tillitsbaserte forhold mellom institusjonen og publikum, håpa eg å få til gode diskusjonar om korleis festivalen relaterer seg til diskursane rundt publikumsarbeid. Som resultat av at vi fekk til gode refleksjonar og diskusjonar på intervjuet, vil spørsmålet om kva publikumsutvikling kan vere i Kamfest ikkje berre omhandle konkrete publikumstiltak festivalen har satt i verk: det vert i denne samanhengen også diskutert korleis blant anna organisasjonsstruktur og kunstnariske verdiar kan fungere som ulike former for publikumsutvikling. Eg viser i dette delkapitlet korleis ein tosidig struktur i organiseringa av Kamfest bidreg til publikumsarbeidet og også fungerer som idégrunnlag for ulike publikumsutviklingstiltak.

Den tosidige strukturen omhandlar to overlappende og utfyllande roller som produsenten Nicoline påpeikte at ho opplevde i organisasjonsstrukturen til Kamfest. Ho siktar her til at ho og den kunstnariske leiaren Sigmund tenkjer publikum på kvar sine måtar når dei produserer eit program: medan Sigmund arbeider aktivt med å skape eit kunstnarisk tilfredsstillande program med integritet, arbeider Nicoline mykje med marknadsføring og det å få seld festivalen til potensielle publikumsgrupper. Nicoline har altså ingen direkte kunstnarisk ansvar i festivalen, og driv difor med publikumsutvikling på ein annan måte enn Sigmund. Dei to rollene fungerer i følgje Nicoline som eit utgangspunkt for gode diskusjonar, og desse diskusjonane er igjen fruktbare for eit festivalresultat som dei tilsette meiner både har høg kunstnarisk kvalitet, som kan sikre økonomisk inntening, og som også kan nå ut til ulike publikumsgrupper. Sidan begge desse to rollene så vel som sjølve spenninga som oppstår i

---

<sup>91</sup> Alexander et al. red. (2018), *Art and the Challenge of Markets*, viii.

<sup>92</sup> Mangset (2012), «Demokratisering av kulturen?», 6–14.

denne tosidige strukturen snakkast om som publikumstiltak, høyrer det heime å dykke djupare inn i korleis denne tosidige strukturen fungerer og kva motivasjonar som ligg bak:

Nicoline: [Det] eg på ein måte har kome til ei slags erkjenning av, at Sigmund og eg, kunstnarisk leiar og eg som skal selje dette, [...] skal dra i kvar vår retning, det er på ein måte våre roller. Sigmund skal dra mot det kunstnariske, det autonome, ikkje sant? [...] Medan eg er nøydd til å alltid dra i den retninga: korleis kan vi selje dette, ja men er dette mogleg å selje, kva slags PR-materiale har vi, korleis kan vi vinkle dette, korleis kan vi nå ei yngre publikumsgruppe, eller, vi er nøydd å gjere slike og slike tiltak, vi er nøydd til å formulere tekstane annleis for å nå andre folk, fordi.. [...] [D]et er nettopp det, den drakampen, ikkje kamp då, men den dragreia som alltid er der, som er veldig fruktbar, då, og som eg har inntrykk av at der har eg og Sigmund klart å lukkast ganske godt, då.

Det å arbeide i retning av kommersialisering er i følgje Nicoline del av hennar rolle: ho meiner det er fruktbart å kunne «dra veldig hardt [mot kommersialisering] men å få motstand» så dei saman kan finne ei felles linje kor begge retningar er representert. Sidan Nicoline ikkje har kunstnarisk ansvar, tolkar eg denne kommersialiseringa som å handle om til dømes marknadsførings- og publisitetstiltak. Gjennom å framstille festivalen som ein festival «for alle», og kor kammermusikk er noko kvardagsleg og artig, håpar kanskje Nicoline at Kamfest blir meir aktuell for enkelte publikumsgrupper. Dette med kommersialisering er del av den aktive debatten i publikumsutviklingsfeltet i dag. Ein del av kritikken mot publikumsutvikling som felt går ut på ein påstand om at publikumsutvikling i for stor grad er fokusert på marknadskrefter og kva som er mogleg å selje, i staden for kunsten i seg sjølv.<sup>93</sup> Publikumsutviklingsfeltet påpeikar som svar at offentleg kulturpolitikk skal stå i kontrast til kommersiell kulturell verksemd ved at kulturinstitusjonar gjennom offentleg støtte kan få kunstnarisk fridom til å gjere sine prosjekt, men at ein likevel treng tiltak som til dømes målgruppeleia publikumsutvikling og til og med justering av kunstnariske produkt dersom ein ønskjer å nå målet om at kulturen skal bli ein arena for inkludering.<sup>94</sup> Eg har inntrykk av at det pågår ein liknande debatt blant dei tilsette i Kamfest: spørsmål om kor mykje ein skal kommersialisere seg kan handle om i kva grad ein skal gå på akkord med sin kunstnariske integritet i arbeidet med å nå nye publikummarar.

---

<sup>93</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 20–21.

<sup>94</sup> Ibid., 26.



For å gå tilbake til den tosidige strukturen Nicoline sikta til, er det naturleg å diskutere korleis organisasjonsstruktur heng saman med publikumsutvikling. Som skildra i innleiingskapitlet, har forskaren Donatella De Paoli har undersøkt på denne samanhengen. Ho understrekar at nøkkelen til god publikumsutvikling ligg i alle ledd i institusjonen tenker publikum, spesielt om ein siktar på inkludering og mangfald.<sup>95</sup> Fleire forskarar deler ideen om at publikumsarbeid ikkje kan avgrensast til dei som arbeider med marknadsføring og kommunikasjon ved ein institusjon, men at det å drive med publikum som hovudaktivitet etablerast som ein kjerneverdi for organisasjonen gjennom at heile organisasjonsstrukturen blir involvert.<sup>96</sup> Å sikre publikumsutvikling i alle ledd er altså ein ide som står i motsetnad til korleis De Paoli meiner at dei fleste kulturinstitusjonar arbeider med publikumsutvikling i dag: dei fleste overlèt ansvaret til marknadsførings- eller kommunikasjonsavdelinga, og dei færraste har også tid og ressursar til å i det heile tatt tenkje på å gjere noko nytt på publikumsfronten.<sup>97</sup> Sidan Nicoline i følgje ho sjølv er den som arbeider mest med marknadsføring i Kamfest, fann eg det naturleg å spørje om ho følte at ho sat aleine med publikumsansvaret i festivalen:

Nicoline: Jo, Sigmund tenker publikum, men [...] det er liksom ikkje hans jobb å tenke sal, om du forstår. [...] Så, han tenker publikum, verkeleg, for han set saman det han meiner skal vere eit fantastisk fint program, sant? [...] Og som er verkeleg, verkeleg bra, og skal gje folk dei heilt store opplevingane, [...] vi skal få til at når folk kjem på liksom, opningskonserten,<sup>98</sup> så ser dei, så høyrer dei Danish String Quartet, og så blir det sånn: «Å, steike! Eg skal få med meg dei på laurdag også». Så han tenker jo alle desse tinga, men når det gjeld liksom det med publikumsretting og sal er litt to forskjellige ting, fordi eg skal *utløyse* salet, eg skal få dei til å gå og kjøpe ein billett. Og ikkje berre overtyde dei om at dette er skikkeleg bra. [...] For det er [...] langt mellom at publikum tenker «å, fett, ja dette kunne eg ha fått med meg» til at dei faktisk går og kjøper billetten og går på konsert.

Nicoline legitimerer altså at det å arbeide for eit heilskapleg program med gode opplevingar som hovudfokus også er å tenke publikum fordi det aukar sjansane for at eit potensielt publikum vil besøke festivalen. På denne måten føler ikkje Nicoline at ho sit aleine med

---

<sup>95</sup> De Paoli (2010), «Hvordan organisere seg fram til bedre publikumsutvikling?», 51.

<sup>96</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 14.

<sup>97</sup> De Paoli (2010), «Hvordan organisere seg fram til bedre publikumsutvikling?», 42.

<sup>98</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 12.

publikumsansvaret, ho understrekar heller at det finst skilnader mellom dei to rollene sine måtar å tenke publikum på. Eg må her stille spørsmål ved i kva grad eit tosidig utgangspunkt for å tenke publikum samsvarer med De Paoli sin visjon om publikumsutvikling i alle ledd av organisasjonen. Ein må kunne opne for at det å ha to utgangspunkt for publikumsarbeid, éin for kunstnarisk integritet og éin for marknadsføring og publisitet, i beste fall vil kunne fungere som ein katalysator for ein fruktbar og kontinuerlig publikumsdebatt i organisasjonen. I verste fall kan strukturen oppretthalde det som gjennom De Paoli sin artikkel kan forståast som problematisk ved måten mange institusjonar i dag driv med publikumsutvikling på: ved at organisasjonen ikkje nødvendigvis lukkast med å følgje eit samla publikumsfokus vil ein heller ikkje kunne klare å i stor nok grad arbeide utanfor publikumspotensialet, dersom det skulle vere eit mål for institusjonen.

På grunn av at både den rolla som omhandlar kunstnarisk integritet og den som omhandlar marknadsføring vert snakka om som å vere grunnlag for publikumstiltak, bør begge rollene vurderast som bidragsytarar til det eg vil kalle publikumsutvikling i Kamfest. Det er dermed på sin plass at dei to rollene skildrast meir i detalj for å undersøke vidare korleis dei fungerer som idégrunnlag for publikumsutvikling, samt korleis dei relaterer seg til dei to aktuelle målsetjingane om inkludering og auka inntening. Eg startar med den rolla som eg vel å kalle *kunstnarisk integritet* og som Sigmund kan seiast å ha hovudansvar for. Som del av analysen min av denne rolla fann eg minst to kunstnariske verdiar som eg vil påstå er grunnleggande i Kamfest sin kunstnariske integritet, og som eg har valt å kalle *tradisjonell kvalitet* og *nyskaping*. I dei neste avsnitta viser eg korleis Sigmund som kunstnarisk leiar arbeider med publikum, samt korleis denne rolla og dei to kunstnariske verdiane kan knytast til målsetjingar om inkludering og auka eigeninntening.

Gjennom det Sigmund snakkar om i sine intervju, viser han at han som kunstnarisk leiar er oppteken av det å skape eit godt og heilskapleg program som stemmer overeins med festivalen sin kunstnariske integritet:

Sigmund: Og det er jo slikt som er artig, å skreddarsy, altså, eg har veldig sansen for det, når du lagar eit program, at det passar: omgivnadane, musikken og publikumsgruppene som du vender deg til passar saman, då. Det trur eg er veldig viktig i kvar slik konsertsamanheng. [...] [D]en ideelle festivalpublikummaren er ein som har [festival]pass, til dømes, og som går på mykje. Og det er det som er hovudmålet, då, at alle konsertane skal passe saman, og at ein skal ha lyst til å gå på mange.

Sigmund viser at det å arbeide målretta mot eit heilskapleg program er ein viktig del av hans oppgåver: han skal forsøke å gjere festivalen til noko meir enn ei rekke konsertar, og forsøke å skape raude trådar gjennom festivalveka. Utanom dette, viser Sigmund at ein del av hans jobb er å produsere eit program som han meiner har høg nok kvalitet. Mi oppleving er at kvaliteten på verk, utøvarar, konsertstader og anna ofte vert gitt ein objektiv karakter av festivalleiinga. Elles vert også kvalitetsaspektet snakka om som publikumstiltak av dei tilsette i festivalen gjennom ei tru på at publikum vil komme til festivalen så lenge ein arbeider kontinuerleg med å halde kvaliteten oppe. Dette er med å danne grunnlag for vidare undersøkingar av kva som ligg i kvalitetsomgrepet i Kamfest, og dermed kva kunstnariske verdiar som ligg til grunn for festivalproduksjonen. I tillegg må eg spørje korleis desse kunstnariske verdiane i seg sjølv kan relatere til målsetjingar om inkludering og auka eigeninntening.

Eg vil argumentere for at det i utgangspunktet ligg minst to kunstnariske verdiar til grunn i Kamfest. Begge desse verdiane fungerer som idégrunnlag for publikumstiltak. Den første kunstnariske verdien vel eg å kalle *tradisjonell kvalitet*, og den grunnar i at festivalen er ein instans for reproduksjon av den eksisterande forståinga av kvalitetsomgrepet innanfor sin eigen sjanger: utøvarane og musikken som får eit kvalitetsstempel frå festivalleiinga, har som regel dette kvalitetsstempelet i kammermusikkmiljøet på nasjonalt eller internasjonalt plan også. Den andre kunstnariske verdien vel eg å kalle *nyskaping*. Den handlar om korleis Kamfest som nyskapande festival også kan ha ei utvida forståing av kvalitet gjennom deira utforsking av nye kombinasjonar av uttrykk. Gjennom å tenke annleis på sjangerfronten, å blande kunstformer og elles gjere spenstige kunstnariske tiltak, kan ein argumentere for at Kamfest samtidig bygger si eiga merkevare som ein festival som ikkje berre presenterer tradisjonell «kvalitetsrik» kammermusikk, men som også utforskar kombinasjonar som vil oppfattast som nyskapande. Den sistnemnte verdien kan omtalast som eit tiltak som kan bidra til forståinga av Kamfest som ein open og inkluderande festival. Det må presiserast at skiljet mellom dei to kunstnariske verdiane er mi forståing av verdigrunnet i festivalen, og at dei tilsette ikkje eksplisitt gjer eit slikt skilje.

Dei to verdiane er ikkje berre noko eg tolkar ut frå intervjuet med dei tilsette, eg finn dei også i Stiftinga Trondheim kammermusikkfestival sin visjon: «Trondheim kammermusikkfestival og Trondheim International Chamber Music Competition skal være nasjonalt og

internasjonalt fremragende med nyskapende program av høy kvalitet og med ung profil».<sup>99</sup> Det at dei to kunstnariske identitetane også kan finst i stiftinga sin visjon, støttar argumentet om at dei er ein del av sjølve grunnlaget til festivalen. Gjennom intervjuet kan ein sjå at dei to identitetane likevel er meir enn berre visjonar: dei er også grobotnar for konkrete tiltak som kan gjerast i publikum sitt namn, anten for å gjere festivalen aktuell for nye publikumsgrupper, eller for å gjere opplevingane til det eksisterande publikummet endå rikare. Spørsmålet vidare blir: korleis har desse kunstnariske verdiane samanheng med målsetjingar om inkludering og auka inntening?

Eg startar med å undersøke korleis verdien som omhandlar tradisjonell kvalitet kan knytast til målsetjingane om inkludering og auka eigeninntening:

Sigmund: [K]valitet står alltid høgt, [...] det vil «vinne» på ein måte, sånn litt på sikt. Om ein presenterer noko som er topp kvalitet, så, det er ikkje alle som vil like det, sjølvsagt, men det gir resultat på sikt, då. Så aldri på akkord med kvaliteten. [...] Vi er [...] opptekne av at, altså, konsertlokala kanskje og musikken og muskarane og sånn passar saman, slik at det blir ei flott heilskapsoppleving. [...] Og så [...] lev eg i den trua at kanskje både unge og gamle [...] kjem til å like det når det er så bra.

I utdraget kan ein sjå korleis Sigmund gir kvalitetsomgrepet ein slags objektiv karakter, og at festivalen i følgje han vil kunne klare å trekke eit større publikumsgrunnlag ved å satse på kvaliteten i programmet. Er det faktisk sannsynleg at ulike publikumsgrupper vil besøke festivalen fordi den kunstnariske kvaliteten er høg? Da må ein i så fall stille seg spørsmålet: kva er det som er kvalitet for ulike potensielle publikummarar? Her vil eg trekke inn den franske filosofen Pierre Bourdieu sine tankar om smak, klasse og kultur.<sup>100</sup> Bourdieu påstår at det å kunne verdsetje ulik kunst er ein trena kapasitet, og at grunnen til at enkelte grupper trivst med å høyre på kompleks musikk er at ein har trena seg på det gjennom påverknad frå både foreldre, skulesystem og sosiale kretsar.<sup>101</sup> NPU peikar i denne samanheng på det dei kallar «den største utfordringen i demokratiseringsprosjektet, nemlig at den kvalitetsforståelsen som legges til grunn i feltet ikkje har gjennomslag nok i befolkningen til å samle kulturlivet i et stort og mangfoldig «vi»».<sup>102</sup> Dei problematiserer altså at dei som i dag

---

<sup>99</sup> Trondheim kammermusikkfestival, «Info» [28.1.19].

<sup>100</sup> Bourdieu (1995), *Distinksjonen*.

<sup>101</sup> Ibid., 86; Jenkins (2002), *Pierre Bourdieu*, 133.

<sup>102</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 17–18.

definerer kva som er kvalitet i kultur ikkje nødvendigvis har same forståing av kvalitet som store delar av befolkninga. Dette viser også utfordringa med måten tradisjonell kvalitet vert framstilt av Kamfest: framstillinga inkluderer berre dei delane av befolkninga som deler Kamfest-leiinga si forståing av kvalitet. Merk at eg diskuterer kvalitet og definisjonsmakt i kultur i det avsluttande diskusjonskapitlet av oppgåva.

Det må likevel kunne opnast for at den tradisjonelle kvaliteten bidreg til kulturpolitiske målsetjingar på andre måtar. Det må for det første nemnast at denne kunstnariske verdien representerer kunstnarisk fridom for Kamfest, noko som i høgaste grad har eigenverdi i seg sjølv. For det andre må ein påstå at denne verdien kan vere inntektsgivande for Kamfest gjennom brukarbetaling frå engasjerte og lojale publikummarar som set pris på at festivalen presenterer deira delte oppfatning av kvalitet. Som eg argumenterer for i kapittel to, er det meiningsgivande for delar av publikum å kunne komme til Kamfest for å høyre den musikken dei har eit nært og kjærte forhold til.

Eg går no over til å skildre den andre av dei to kunstnariske verdiane: *nyskaping*. Denne verdien vert ofte omtala som noko som gjer festivalen frisk og annleis enn liknande institusjonar. Tiltaka denne verdien genererer blir på dette grunnlaget vurdert av dei tilsette som noko som bidreg til å gjere festivalen meir inkluderande. Sigmund snakkar blant anna om korleis sjangeroverskriding kan føre til at nye publikummarar finn vegen til festivalen:

Sigmund: Vi ser jo på det med festival som ein sånn møteplass. Både musistar møtest, og publikum møtest og kanskje blir kjent, og kanskje blir kjent med artistar også. For det syns vi er unikt med ein slik kammermusikkfestival, då, du kjem litt tettare på, og ein kjem i prat og slike ting, men også denne møteplassen mellom sjantrar har vi sansen for, då.

Susanne: Tenker du at den møteplassen [...] vere ein måte for folk som ikkje kjenner festivalen, å finne vegen inn?

Sigmund: Ja, ja, sjølv sagt. Absolutt. Det er jo heilt bevisst, eigentleg. At det skal vere, at dei som er nysgjerrige, dei som kjem berre på grunn av Moddi<sup>103</sup> håpar vi jo syns det var bra heilskapsshow. [...] Men det er absolutt det, altså Come Shine med Luftforsvaret[s Musikkorps],<sup>104</sup> sjølv sagt, der er det jo eit møte mellom dei, og der [...] vil eg tru det er folk som både likar Come Shine og Luftforsvaret.

---

<sup>103</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 15, 20.

<sup>104</sup> Ibid., 13.

[...]

Og at, til dømes, at alltid symfoniorkesteret er med. Og då framfører eit verk av festivalkomponisten. [...] [D]et er berre eit døme, at då kjem jo heile den abonnementsgruppa dei har som er sånn faste abonnentar. Og mange av dei, [tenker] sikkert «åh nei, kammermusikkfestivalen, her blir det berre ny musikk». Men [vi] håpar jo at det er nokon som har motsett reaksjon også. [...] [V]eldig ofte er det noko, ein symfoni eller sånn heilt standardrepertoar også [på desse konsertane], men så er det jo ofte eit stykke av festivalkomponisten òg, slik som i år, det med Trondheimssolistane, med den filmen [...] og cello,<sup>105</sup> det syns eg var veldig tøft verk. Nokon likar det sjølv sagt ikkje, men nokon blir kanskje nysgjerrig også.

Gjennom det å vere nyskapande ved til dømes sjangeroverskriding, å tilby ny musikk og det å skape nye måtar å oppleve på, håpar Kamfest å kunne invitere nye grupper inn. Kan ein gjennom desse tiltaka klare å arbeide *utanfor* publikumspotensialet til festivalen? Her kan vi gå til forskaren Nobuko Kawashima og knyte inn hennar omgrep smakskultivering.<sup>106</sup> Omgrepet omhandlar tiltak som har som mål å utdanne og utfordre smaken til publikummet ved å introdusere ulike kunstformer og sjangrar. Sjølv om tiltaket ofte består i å tilby eit spennande og nytt kunstnarisk produkt som ein håpar at nye grupper kanskje vil ønskje å besøke, viser forskinga til Kawashima at målgruppa ein til sjuande og sist klarar å nå gjennom slike tiltak, ofte har lik sosiodemografisk profil som det eksisterande publikummet: ein arbeider altså framleis innanfor publikumspotensialet sitt.

Andre forskarar viser derimot til moglegheiter i liknande tiltak. Anne-Britt Gran skildrar korleis ein gjennom å engasjere profilerte personar frå miljø som ein ønskjer å nå kan skape eit første møte mellom ein kulturinstitusjon og eit nytt publikum.<sup>107</sup> Ho viser her til korleis Det Norske Teateret fekk Turbonegervokalisten Hank von Helvete til å spele rolla som Jesus i musikalen Jesus Christ Superstar. Hank von Helvete viste seg å dra eit publikum som ikkje nødvendigvis hadde for vane å gå på teater. I tillegg gav *castinga* ein type kunstnarisk meirverdi gjennom skodespelaren sitt namn og historie med blant anna avrusing – noko som kanskje blei ein katalysator for ekstra tolkingsrom i von Helvete sin versjon av Jesus. Sjølv om ein kan stille spørsmål ved i kva grad dei nye publikummarane valte å komme tilbake til Det Norske Teateret ved eit seinare høve, må ein vise til det positive aspektet ved ei slik

---

<sup>105</sup> Ibid., 14.

<sup>106</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 9.

<sup>107</sup> Gran (2010), «Hva kan publikumsutvikling være?».

alternativ casting: menneske som kanskje ikkje hadde vore på teater sidan dei gjekk i grunnskulen, fekk ei forhåpentlegvis positiv kulturoppleving. Det kan diskutertast i kva grad Kamfest også kan klare å inkludere nye grupper gjennom slike prosjekt. I festivalen 2018 var fleire profilerte musikarar frå diverse miljø representert. Blant anna blei Sharaka Ensemble profilert på fleire konsertar.<sup>108</sup> Elles må visesangaren Moddi<sup>109</sup> også nemnast her: som dei tilsette opnar for og som eg også viser i kapittel to, kan ein gå ut i frå at det var fleire publikummararar som kom for å høyre enkeltutøvarar og som dermed fekk eit første møte med ein festival dei ikkje kjende frå før.

Som Sigmund også forklarar, gjer samarbeid på tvers av kulturinstitusjonar at ein kan klare å utnytte publikumspotensialet til samarbeidspartnarar og dermed auke billettinntektene sine. Eg vil argumentere for at Kamfest gjennom desse tiltaka kan klare å få *fleire* publikummarar til å besøke festivalen: dei inviterer inn heile abonnementsgruppa til Trondheim Symfoniorkester,<sup>110</sup> og dei får kanskje nokre av publikummarane som eigentleg berre ville høyre éin utøvar til å også besøke ein av dei andre konsertane i festivalveka. Om det stemmer at dei gjennom identiteten om å vere nyskapande faktisk får fleire publikummarar inn, er i alle fall desse tiltaka effektive *innanfor* publikumspotensialet til Kamfest. I kva grad lukkast dei derimot med å nå *utanfor* publikumspotensialet? Ei nærare undersøking av kven som er publikum på både desse spesifikke konsertane og på festivalen i sin heilskap kunne ha gitt meir utfyllande svar i dette spørsmålet. Forskinga er som nemnt delt i spørsmålet om i kva grad til dømes sjangeroverskriding faktisk kan lukkast i det å nå nye publikumsgrupper inn.

Eg har no skildra korleis dei tilsette i Kamfest aktivt arbeider med å oppretthalde og formidle den kunstnariske integriteten til festivalen, samt korleis dette relaterer seg til målsetjingar om inkludering og inntening. Eg skal no undersøke nærmare kva Nicoline faktisk snakka om når ho skildra marknadsføringsaspektet ved den tosidige strukturen i organiseringa av Kamfest. Korleis nyttar dei tilsette i Kamfest marknadsføring og publisitet som publikumsutvikling? I kva grad er denne marknadsføringsstrategien knytt til ideane om inkludering og auka eigeninntening?

Ein stor del av produsenten Nicoline sin jobb er å kommunisere festivalen utover: ho skal få folk til å ta det aktive valet å kjøpe billett ved å arbeide med sosiale media, samarbeid med

---

<sup>108</sup> Trondheim kammermusikfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 12, 15, 16, 23, 25.

<sup>109</sup> Ibid., 15, 20.

<sup>110</sup> Ibid., 14.

reklamebyrået festivalen brukar og anna marknadsføringsarbeid. Gjennom at Nicoline jobbar med tiltak som skal utløyse sal, er ho også i stor grad involvert i Kamfest sin brukarbetalte inntening. Nicoline har til dømes god kontroll på kva marknadsføring på sosiale media som fungerer på deira publikum, og viser blant anna til at ho samanliknar tidspunktet for ulike kampanjar på sosiale media med konkrete salstal for å få kunnskap om kva kampanjar som fungerer på deira publikum. I eit inkluderingsperspektiv omtalast marknadsføring og publisitet i Kamfest som verktøy for å ufarleggjere festivalen og vise at det den har noko å tilby for «alle». Eg argumenterer for at marknadsføring og publisitet av dei tilsette oppfattast som ein nokså stor del av den publikumsutviklinga som fokuserer på å nå eit ungt publikum. Nicoline snakkar om korleis dei går fram for å nå studentane i byen:

Nicoline: Eg har [...] analysert, eller gått ut i frå studentandelen i publikum, og sett på kva det er som trekk eit ungt publikum, og det er litt forskjellige ting: Nidarosdomen, Dokkhuset, Den danske strykekvartett. Moddi: litt, men ikkje så mykje som vi hadde tenkt. [...] Så [...] vi har snakka litt om det, då, i administrasjonen: korleis kan vi, kan vi kan vi tenke oss å utnytte [den kunnskapen] i framtida? Og det blir igjen, då blir det litt sånn: Sigmund vil på ein måte tenke litt på ein annan måte enn meg, sant? [...] For eg har jo lyst å tenke slik: ok, ja men korleis kan vi passe på at vi har, til dømes på Dokkhuset, at vi set eit program som er attraktivt for unge slik at vi får på ein måte den dobbelteffekten og kan selje mange fleire billettar, då. Og at ein kan satse på å nå unge på nokre konsertar i staden for å tenke liksom at [unge vil dra på] «Hjemme på Bakke Gård»,<sup>111</sup> det er ikkje vits i å prøve å få mange unge til å gå dit, for det er ikkje dit vi primært kan få dei til å gå. Det er jo Nidarosdomen. Det er Dokkhuset. [...] Så, så prøve å liksom legge på fleire intensivar for å hente fram den målgruppa.

Nicoline viser korleis ho nokså målretta arbeider for å gjere festivalen attraktiv for studentane i byen. Eit viktig poeng som også skildrast av ulike forskarar, er Nicoline sitt spørsmål om korleis Kamfest kan utnytte kunnskapen dei har om kva tilbod unge publikummarar ønskjer å nytte seg av. Å kjenne sitt publikum (og sitt ikkje-publikum) er ein føresetnad for publikumsutvikling, skal ein tru det breie publikumsutviklingsfeltet.<sup>112</sup> NPU påpeikar at det å satse på undersøkingar er vesentleg i publikumsarbeidet, anten om ein ønskjer å bli meir

---

<sup>111</sup> Ibid., 18.

<sup>112</sup> Gran (2010), «Hva kan publikumsutvikling være?», 14; Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 32; Interkultur (2019), «Mangfold i kulturlivet», 20.



inkluderande, auke brukargenererte inntekter eller å utvide det kunstnariske handlingsrommet.<sup>113</sup> Det at Nicoline forsøker å bruke den kunnskapen som ho tileignar seg er altså eit godt utgangspunkt for vidare publikumsutvikling.

Nicoline påpeikar også at festivalen brukar marknadsføring for å forsøke å ufarleggjere kammermusikkomgrepet: «[...] dersom ein seier «Trondheim kammermusikkfestival», at det høyrast framandgjerande ut. Så difor så har vi, vi jobbar jo veldig aktivt med reklamebyrået vårt, då, med korleis ein kan formidle at dette er ein festival for alle [...]» Kamfest har i lang tid brukt den same reklamedesignaren til å lage visuelle profilar til festivalen: Thomas Juul som no arbeider i H-K Reklamebyrå. Han har i Kamfest si levetid produsert mange visuelle profilar og slagord som etterkvart har blitt del av festivalen sitt varemerke. Blant anna har den oransje fargen til festivalen vore med heile tida. Også slagord som «Listen with care» har vore del av festivalen i fleire år. Gjennomgåande for dei fleste grafiske profilane til festivalen, er det at dei speglar Kamfest sin verdi som nyskapande. Profilar frå ulike år har vist både eksplosjonar, rå fisk, industri, graffiti, tennpluggar og anna som ikkje nødvendigvis vert assosiert med det tradisjonelle konseptet kammermusikkfestival. I 2018 var den visuelle profilen kalla «Hva hører du?» (sjå bilete på neste side). Bileta er manipulerte med såkalla *glitch art*, og inkluderer ofte teksten som også er slagord for 2018: «Hva hører du?». Nokre av bileta har også teksten «Tør du lytte?». Ein kan forstå profilen som ei opning for at ingen tilhøyrarar vil høyre akkurat det same, og at alle er velkommen til å bidra med si forståing av musikken som blir framført. Dette kan representere ein idé som også er forankra i Giorgi et al. si bok *Festivals and the Cultural Public Sphere*: festivalar sine identitetar og formål alltid vil vere noko publikum er med på å forme.<sup>114</sup> I Kamfest sitt tilfelle kan «Hva hører du?»-kampanjen fungere som ei oppfordring om at dei deltakande sine meiningar er både gyldige og verdsette, og at dei har makt til å tolke konsertopplevingane på eige vis.

---

<sup>113</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 32.

<sup>114</sup> Giorgi, Sassatelli og Delanty red. (2011), *Festivals and the Cultural Public Sphere*.



«Hva hører du?» Visuell profil for Kamfest 2018.

Eit konkret døme over korleis Kamfest nyttar marknadsføring og publisitet i sitt publikumsarbeid, er vist i vedlegg 4. Nettartikkelen «Fem ting du ikke visste om Trondheim kammermusikkfestival»<sup>115</sup> blei publisert på Kamfest sine nettsider nokre få dagar før starten av festivalveka 2018. I artikkelen kan ein lese fem kulepunkt om årets festival, og sjå eit bilete av festivalbilen «Lyttelasset» med fleire av dei tilsette som passasjerar. Biletet fungerer også som ei lenke til ein kort video av «Lyttelasset» på tur – med ein trombonist hengande ut av vindauget. Eg vil påstå at artikkelen sitt føremål er å understreke festivalen sin verdi som nyskapande, og å på denne måten forsøke å invitere nye publikummarar inn. At dei fem punkta er korte, har innbydande overskrifter og er skrivne med eit forholdsvis lett språk, kan gjere dei overkommelege og artige å lese. Punkta viser også til tiltak som dei tilsette sjølv snakkar om som nyskapande, annleis og til tider også inkluderande. Eg må likevel stille spørsmålet: kven er det som vert påverka til å ville kjøpe billett til Kamfest gjennom slik marknadsføring? I kva grad kan ein faktisk klare å inkludere grupper med annan sosiodemografisk profil enn det eksisterande publikummet, gjennom marknadsføring aleine?

Forskarar har ulike meiningar om i kva grad marknadsføring kan bidra til inkluderingsaspektet ved publikumsutvikling, men eit fellestrekk er at dei fleste er skeptiske

---

<sup>115</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Fem ting du ikke visste om Trondheim kammermusikkfestival» [30.4.19].

til kva marknadsføring aleine kan utrette på dette feltet. Egil Bjørnsen meiner blant anna at kulturmarknadsføringa berre har hensikt dersom ein vender seg mot det potensielle publikummet ein veit er mottakeleg for det kunstnariske produktet til institusjonen.<sup>116</sup> NPU er einige når dei påstår at ein ikkje kan marknadsføre seg til eit publikum med ein annan sosiodemografisk profil og andre smakspreferansar enn det eksisterande publikummet.<sup>117</sup> Dei opnar for at ein ved satsing på marknadsføring som inkluderingstiltak vil kunne oversjå nokre av dei djuptgåande strukturane som kan stå i mellom menneske og deira potensielle deltaking på ein festival som Kamfest.

Eg vil argumentere for at marknadsføringa til Kamfest fungerer som ei forsterking av festivalen sin nyskapande verdi. Gjennom til dømes slagord, visuelle profiler og nettartiklar som den som er skildra over, bidreg festivalen til å bygge ei merkevare av Kamfest som ein nytenkande, annleis og inkluderande festival. Slike tiltak kan absolutt fungere som publikumsutviklingstiltak gjennom at publikummararar som er del av eit kulturmiljø får auga opp for festivalen. Ein må likevel ta høgde for at marknadsføringa i hovudsak eksisterer for dei som allereie kjenner til festivalen eller er del av eit kulturmiljø i Trondheim. Som noko av den nemnte forskinga viser, vil ikkje marknadsføring aleine vere effektiv nok i arbeidet mot meir inkluderande kulturinstitusjonar.<sup>118</sup>

Dette betyr ikkje at kulturinstitusjonar i følgje dei nemnte fagpersonane skal slutte å marknadsføre seg. I staden viser både Bjørnsen og forfattarane av NPU sin innspelsrapport til same løysingsforslag når dei skriv om dei målsetjingane marknadsføring aleine ikkje oppfyller: marknadsføringa må vere del av ein strategi kor ein nærmar seg heilt spesifikke publikumsgrupper. Den målgruppeleia publikumsutviklinga står i kontrast til den produktretta publikumsutviklinga, ein strategi som heller tek utgangspunkt i det ein meiner er kvalitet i det kunstnariske produktet. I det neste delkapitlet undersøker eg kva som meinast med målgruppeleia og produktleia publikumsutvikling, samt kva av desse strategiane som er mest gjeldande i Kamfest sitt tilfelle.

---

<sup>116</sup> Bjørnsen (2010), «Publikumsutviklingens begrensninger», 119.

<sup>117</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 14.

<sup>118</sup> Bjørnsen (2010), «Publikumsutviklingens begrensninger», 119; Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 8; Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 14.

## Produktleia og målgruppeleia publikumsutvikling

Nobuko Kawashima er ein av dei forskarane som tek utgangspunkt i og drøftar Heather Maitland sine to strategiar i si forskning.<sup>119</sup> Forskarane argumenterer for at kulturinstitusjonar i for stor grad baserer seg på produktleia publikumsutvikling, og at fleire bør gå over til målgruppeleia publikumsutvikling dersom ein ønskjer å lukkast med å nå nye publikumsgrupper. Sjølv om forskarane sine rapportar blei utgitt for omtrent tjue år sidan, viser både Bjørnsen,<sup>120</sup> NPU<sup>121</sup> og andre notidige aktørar<sup>122</sup> korleis hennar argument framleis er høgt relevant i dagens publikumsutviklingsdebatt: mange kulturinstitusjonar sver framleis til det som i følge forskarane er utdaterte metodar dersom dei har eit mål om å lukkast med ei inkluderande publikumsutvikling.

Med produktleia publikumsutvikling siktar Kawashima til ein strategi som tek utgangspunkt i det kunstnariske produktet.<sup>123</sup> Kulturinstitusjonane som nyttar denne strategien er ofte dedikert til utforming av kunstnariske produkt som dei kan stå for og som ikkje går på bekostning av deira kunstnariske integritet. Den produktleia publikumsutviklinga er likevel basert på ei ugyldig slutning, nemleg at forståing av kvalitet er objektivt og universelt og ikkje eit resultat av smak og danning.<sup>124</sup> Det er på grunnlag av denne ugyldige slutninga at kulturinstitusjonar held fram med å tilby det same kunstnariske produktet i den same kulturelle samanhengen utan å setje seg inn i kva barrierar som står mellom kulturen og dei ikkje-besøkande publikumsgruppene. Kawashima meiner at ein i større grad bør ta stilling til barrierane som eksisterer mellom ulike publikumsgrupper og kulturinstitusjonane. Kva består desse barrierane av? Her finst det ein del relevant forskning som peikar på ulike faktorar. Nokre av studiane viser at sjølv om meir konkrete barrierar som økonomi og praktiske omstender kan hindre folk i å besøke kulturinstitusjonar, er det ofte dei kulturelle, sosiale og psykologiske barrierane, altså meir djuptgåande strukturar, som er vanskelegast å hanskast

---

<sup>119</sup> Maitland (2000), *A guide to audience development*; Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 28–29.

<sup>120</sup> Bjørnsen (2010), «Publikumsutviklingens begrensninger», 118–19.

<sup>121</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 7–8.

<sup>122</sup> Interkultur (2019), «Mangfold i kulturlivet», 23.

<sup>123</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 25.

<sup>124</sup> Ibid., 23–25.

med når ein skal invitere inn nye grupper.<sup>125</sup> Ein annan studie viste at ikkje-publikummarar blant Oslo si befolkning *ikkje* følte seg ekskluderte frå kulturlivet.<sup>126</sup> Pris var heller ikkje den viktigaste årsaka til at mange unngjekk å delta på kulturarrangement.<sup>127</sup> Hovudbarrieren for deltaking var derimot mangel på motivasjon og kjennskap til det å oppleve kunst, og mange var redde for å bruke tid på noko dei var usikre på om dei ville like.

Kawashima er ein av dei som anbefaler ein målgruppeleia publikumsutviklingsstrategi for kulturinstitusjonar. Strategien tek i større grad høgde for at publikumsgrupper har ulike årsaker til å ikkje vere brukarar av kulturtilbod, og at desse barrierane bør bli tatt stilling til. Gjennom undersøkingar vil institusjonar kunne kartleggje kva fordelar heilt spesifikke publikumsgrupper (som eksisterer på utsida av publikumspotensialet til institusjonen) søker ved å delta i kulturelle aktivitetar, og dermed forsøke å svare til dei forventningane som eksisterer. Det er viktig å påpeike at Kawashima ikkje snakkar om at institusjonar må legge om sin kunstnariske profil og at programmet må starte å gå på akkord med den kunstnariske integriteten deira. Ei god målgruppeleia publikumsutvikling handlar derimot om at ein gjennom både programmering, marknadsføring og i sjølve merkevara til kulturinstitusjonen forsøker å bli meir imøtekommande for heilt spesifikke grupper i ein tidsavgrensa periode for å håpe at denne gruppa vil opne for kulturinstitusjonen og ønskje å bli ein del av publikumssegmentet. For å følgje Donatella De Paoli si formulering må ein rett og slett prioritere å programmere ut i frå fleire kriterium enn berre det kunstnariske.<sup>128</sup>

I kva grad nyttar Kamfest eit målgruppeleia eller eit produktleia fokus på publikumsutvikling, og kva publikumsgrupper er det festivalen faktisk ønskjer å nå? I dei neste avsnitta argumenterer eg for at Kamfest i hovudsak nyttar eit produktleia fokus på publikumsutvikling, noko som er uttrykt gjennom deira fokus på kunstnariske program og kvalitet i musikalske opplevingar. Dei har sjølve inntrykk av at dei lukkast godt med å inkludere nye grupper som til dømes studentar, men dei ikkje kjenner på ansvaret når det gjeld å inkludere grupper utanfor publikumspotensialet. For festivalleinga Kamfest vert det oppfatta som mest økonomisk gunstig å halde fram med det produktleia fokuset fordi dei

---

<sup>125</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 15; Interkultur (2019), «Mangfold i kulturlivet», 33; Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 12–13.

<sup>126</sup> McIntyre (2014), «Audience Atlas Norway»; Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 15.

<sup>127</sup> McIntyre (2014), «Audience Atlas Norway», 157.

<sup>128</sup> De Paoli (2010), «Hvordan organisere seg fram til bedre publikumsutvikling?», 46–48.

opplever at ei endring til målgruppeleia publikumsutvikling vil krevje store ressursar over lang tid. På grunnlag av dette vil eg påpeike at det frå politisk leiing med fordel kan satsast på både informasjonsarbeid, praktiske gjennomføringstiltak og haldningsskapande aktivitetar knytt til målgruppeleia publikumsutvikling dersom det faktisk er eit ønskje om eit inkluderande kulturliv.

Det at Kamfest i hovudsak arbeider med produktretta publikumsutvikling visast blant anna i Sigmund sine intervju. Han påpeiker viktigheita av at det arbeidast mot eit mål om at dei publikummarane som besøker festivalen skal ha lyst til å besøke meir av den. Det er uttrykt bekymring for at Kamfest kan bli ein delt festival om ein i for stor grad rettar seg mot spesifikke publikumsgrupper. Dette fungerer som ein motivasjonsfaktor for å skape raude trådar i det kunstnariske programmet:

Susanne: Men tenker de, når de utviklar eitt slikt konsept, eller éin konsert, vender de dykk til spesifikke publikumsgrupper då [...]?

Sigmund: Jo, vi er bevisste på det, utan at.. Men vi vil ikkje ha slik båstenking heller, då. Så vi vil jo gjerne, den ideelle festivalpublikumaren er ein som har pass, til dømes, og som går på mykje. Og det er det som er hovudmålet, då, at alle konsertane skal passe saman, og at ein skal ha lyst til å gå på mange. For det, som eg sa i starten eigentleg, det er ein mislukka festival om *den* konserten berre er for *den*, nymusikkelskaren, liksom. For då, plutselig, blir det ei slik delt greie. Så du berre har éi gruppe menneske som går [...] på festivalkomponistkonsertane,<sup>129</sup> og så er det nokon andre som berre går [på Dokkhuset], til dømes, og høyrer Moddi og Sharaka.<sup>130</sup> Litt av det vil det vere, men det blir, det er *kjempeviktig* at det smittar over, syns vi då.

Nicoline påpeikar på si side at Kamfest jo brukar ein del ressursar på å gjere seg aktuell for Trondheim sine studentar som målgruppe. For festivalen er det blant studentsegmentet dei har det største potensialet, og det er her dei faktisk klarar å «treffe»; å hente inn unge publikummarar til festivalen:

Nicoline: [NTNU] er jo eit svært universitet, det er *enormt* mange studentar her, og det er mange av dei som blir igjen, og [...] andelmessig så er jo den [publikumsgruppa] så innmari stor. Og vi kan ikkje på ein måte, vi kan ikkje ha

---

<sup>129</sup> Trondheim kammarmusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 12, 14, 17, 19, 22, 27.

<sup>130</sup> Ibid., 15.

mange små grupper som vi prøver å nå, vi må velje dei store segmenta, for der er det verkeleg noko å hente, då.

[...]

[V]i brukar jo studentane som ein stor, som eit kjempesegment, [...] men det er ikkje slik at vi tenker at folk *skal* vere studentar, men det er berre det at det er dei vi på ein måte klarar å nå, då, med noko som helst. [...] Men vi må rett og slett få valuta for pengane, vi må, når vi brukar mange pengar på merkevarebygging og salsutløysande tiltak, så må vi på ein måte gjere det der vi treff.

Det at Kamfest arbeider nokså målretta mot studentar viser kva resultat målgruppeleia publikumsutvikling *kan* gje. Gjennom å vite noko om kva fordelar studentar søker ved å besøke kulturarrangement kan Kamfest inkludere denne gruppa og samtidig få auka brukarinnteninga si. Det må likevel påpeikast at studentar er ei målgruppe som fell litt mellom to stolar i spørsmål om publikumspotensiale og inkludering. Som ei ung publikumsgruppe vert dei ikkje nødvendigvis assosiert med å vere store forbrukarar av kunstmusikk, og av kulturinstitusjonar som t.d. Kamfest vil eg påstå at studentar vert oppfatta som ei gruppe som eksisterer på utsida av publikumspotensialet. Likevel er studentar under høgare utdanning, og som blant anna kulturbarometer stadig viser er utdanning ein av dei sikraste indikatorane på kulturell deltaking.<sup>131</sup> Sett i lys av dette, og i samanheng med min eigen definisjon av inkluderande publikumsutvikling som arbeid utanfor publikumspotensialet, kan ein ikkje kalle arbeidet mot studentar fullverdig inkluderande fordi studentar statistisk sett har stort sannsyn for å ville bli delaktige i kulturlivet.

Sjølv om Kamfest har gode intensjonar og kanskje også lukkast når det gjeld å nå ut til byens studentar,<sup>132</sup> kan ein ikkje definere publikumsutviklinga deira som målgruppeleia av den grunn. I så fall måtte dei ha tatt steget utanfor publikumspotensialet sitt og arbeida endå meir strukturert med å nå desse gruppene gjennom fleire tiltak enn berre marknadsføring. Det som likevel er vesentleg å diskutere i denne samanhengen, er om Kamfest faktisk har motivasjonar til å arbeide utanfor publikumspotensialet sitt. NPU snakkar her om *kulturelt ansvar* som det ansvaret offentleg finansierte kulturinstitusjonar har for å gjennomføre kulturpolitiske mål – i

---

<sup>131</sup> Vaage (2017), «Norsk kulturbarometer 2016», 5.

<sup>132</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2017), «Studenter i kø for Kamfest» [13.5.19].

denne sammenhengen om inkludering.<sup>133</sup> Nicoline fortel om festivalen si kjensle av eit liknande ansvar:

Nicoline: Ja, men [...] vi føler ikkje noko på det [ansvaret], eigentleg, eller, eg har aldri følt noko på det, fordi som *kammermusikkfestival*, om du klarar å få ti studentar i det heile tatt så har du verkeleg lukkast med å inkludere! Skjønner du kva er meiner, då har ein verkeleg utvida segmentet. Så eg [...] tenker at vi i aller høgaste grad får innfridd dette med å nå større publikumsgrupper fordi vi jobbar utanfor dei som er 60 år og har grått hår.

Det Nicoline skildrar her vil eg også påstå å gjelde hos dei andre tilsette: det er ei klar formeining om at ein som kammermusikkfestival har eit utfordrande utgangspunkt fordi sjangeren tradisjonelt sett slit med å nå unge menneske. Det at Kamfest i det heile tatt lukkast ganske godt i å nå studentar oppfattast som ein suksess i seg sjølv, sjølv om studentar kanskje allereie er del av potensialet til festivalen.

Oppsummeringsvis må det stillast spørsmål ved i kva grad ein frå bevilgande myndigheiter treng ytterlegare informasjonsarbeid og gjennomføringstiltak knytt til målgruppeleia publikumsutvikling dersom ein faktisk skal arbeide mot det politiske ønsket om eit meir inkluderande kulturliv. Eg går ut i frå at mange kulturinstitusjonar har liknande situasjonar som Kamfest: det blir drive med produktleia publikumsutvikling fordi kvalitet i programmet er aller viktigast for institusjonane, og fordi det finst ei bekymring for at ei strategiomlegging vil kunne øydelegge den kunstnariske integriteten. Ei bekymring eg derimot støttar, er at det å legge om til målgruppeleia publikumsutvikling vil krevje store ressursar over lang tid for kulturinstitusjonane, og det er dermed urealistisk å tru at kulturinstitusjonar skal setje eigen økonomi i frontlinja i ein kamp om inkludering av kulturlivet, ein kamp som i hovudsak er motivert frå politisk hald. Når forskinga viser at målgruppeleia publikumsutvikling er ei viktig brikke i inkluderingspuslespelet, medan kulturinstitusjonane på den andre slit med å både forstå viktigheita og hensikta med ei strategisk omlegging, treng ein motiverande tiltak frå høgare hald.

## **Korte diskusjonar av eit knippe tiltak**

Dette kapitlet har fram til no konsentrert seg om organisasjonsstruktur, roller og visjonar i publikumsutviklingsarbeidet til Kamfest. Det som også er vesentleg å diskutere i eit kapittel

---

<sup>133</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 29.



om publikumsutvikling, er korleis konkrete tiltak som festivalleiinga set i verk spelar inn på dei to målsetjingane om inkludering og auka inntening. I dei neste avsnitta diskuterer eg tiltak som konsertserien Hjemme hos, festivalkomponistordninga, mat og musikk gjennom Kamfest sitt samarbeid med restauranten Credo, i tillegg til Fargespill og andre arrangement for og av barn og unge.<sup>134</sup> Fleire av desse tiltaka vil eg også diskutere i kapittel to, men då gjennom publikum sine auge. Dette delkapitlet bidreg til å gje ei oversikt og ein diskusjon over korleis desse tiltaka vert motivert og arbeida med av festivalleiinga. Eg argumenterer her for at Kamfest, gjennom dei tiltaka eg diskuterer, arbeider med pleie møta med både eksisterande og nye publikumsgrupper. Gjennom begge desse retningane kan festivalleiinga legge til rette for brukarbetalt eigeninntening. Delkapitlet problematiserer også korleis nokre av desse konkrete tiltaka ikkje kan vere fullgode alternativ til inkluderande publikumsutvikling, fordi dei har sitt nedslagsfelt på innsida av publikumspotensialet til Kamfest.

Eg startar med å diskutere konsertserien Hjemme hos. Som nemnt i innleiingskapitlet, går konsertserien i hovudsak ut på å bringe kammermusikken tilbake dit den oppstod ved å arrangere festivalkonsertar i private heimar. Hjemme hos-konsertserien blir til ei viss grad skildra som eit inkluderingstiltak av dei tilsette. Sigmund snakkar blant anna om at konsertserien kan introdusere nye menneske til festivalen: musikken vert teken ut av konserthus og ut i dei områda der folk bur. Sigmund trur at det kan vere ein lågare terskel for enkelte å gå på konsert heime hos andre enn til dømes å gå i Frimurerlogen, og meiner at både naboar og kjende av vertskapet vil kunne vere del av publikummet ved desse konsertane ved sidan av det tradisjonelle publikummet til festivalen.

Sigmund snakkar også om konsertserien som noko som bidreg til at utøvande, levande musikk skal vere noko vanleg i folk sine liv. Han vil at det å spele musikk ikkje treng å vere noko høgtideleg, men at gode konsertopplevingar også kan skje i uformelle situasjonar. Det er gjennom denne ideen at festivalleiinga arbeider aktivt med at Hjemme hos-konsertar skal haldast i mange forskjellige heimar, og ikkje berre i villaer og såkalla pene strøk. På denne måten håpar dei at konsertserien kan trekke publikummarar frå mange forskjellige bustadstrøk og sosiale lag.

---

<sup>134</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram».

Fleire forskarar snakkar om det å kome seg ut av konserthusa som eit godt publikumsutviklingstiltak dersom ein ønskjer å arbeide med inkludering.<sup>135</sup> Gjennom å oppsøke fysiske område der publikumsgrupper ein ønskjer å nå oppheld seg eller bur, håpar ein å kome nærare publikumsgruppene og sakte men sikkert få dei til å danne eit forhold til institusjonen. Eg vil også legge til at det å arrangere konsertar heime hos folk ikkje berre vil kunne gjere organisasjonen meir tilgjengeleg for dei som bur i nærleiken, men også for dei som er i sosial omgangskrets med dei som har konserten heime hos seg. Ein kan påstå at Kamfest gjennom konsertserien Hjemme hos faktisk tek med seg musikken ut av dei etablerte konsertscenene. Eg vil likevel stille spørsmål ved kvar desse konsertane vert haldne: er det i område der publikumsgrupper Kamfest ønskjer å nå faktisk bur eller oppheld seg? Kven er det som er i omgangskrets med dei menneska som bur i desse husa? Eg tek ei lita oppsummering av Kamfest 2018 sine åtte Hjemme hos-konsertar. To av konsertane blei haldne på arbeidsplassar, og éin blei halden på ein skule. Fleire av resterande fem blei haldne i det eg vil kalle eldre og nokså ærverdige private heimar: Bakke gård frå 1700-talet,<sup>136</sup> heime hos Fjellvang og Wårvik på det som skildrast som idylliske Havstein gård<sup>137</sup> samt musikarfamilien Stokstad sitt «hus med sjel og en unik historie»<sup>138</sup> må nemnast her. I tillegg har Kamfest ein konkurranse som heiter «Hjemme hos deg?» kor vinnaren får ha konserten heime hos seg sjølv.<sup>139</sup> I år vann det Skottland-entusiastiske ekteparet Baggerud, noko som passa bra med at skotske Maxwell Quartet skulle spele konserten. Den siste Hjemme hos-konserten blei arrangert hos Alnosayrat, ein aktiv syrisk musikkfamilie som bur på Voll.<sup>140</sup>

Nokre av desse private heimane, kanskje særleg dei førstnemnte, er heimar som kan kombinerast med den etablerte oppfatninga av kvar det passar seg at tradisjonell kammermusikk vert spelt. Sjølv om eg ikkje kjenner til dei som bur i desse heimane eller den sosiale omgangskretsen deira, kan det tenkjast at dei publikummarane som er i sosial omgangskrets med dei som bur der kanskje allereie er del av kulturmiljøet i Trondheim. Det må kunne diskutertast korleis dei andre Hjemme hos-konsertane, og kanskje særleg den som

---

<sup>135</sup> Gran (2010), «Hva kan publikumsutvikling være?», 18–19; Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 8.

<sup>136</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 18.

<sup>137</sup> Ibid., 22.

<sup>138</sup> Ibid., 14.

<sup>139</sup> Ibid., 16.

<sup>140</sup> Ibid., 12.

blei halde hos familien Alnosayrat, faktisk fungerer i denne debatten. Eg opnar for at denne konserten bidreg til Sigmund sin ide om at konsertserien også skal inkludere «vanlege» heimar, og dermed til ideen til dei tilsette om at Kamfest er ein festival for «alle». Kan det, i eit meir kritisk perspektiv, hende at denne Hjemme hos-konserten kan fungere som bidragsytar i eit narrativ om at konsertserien er open for «alle», men at konsertserien i realiteten eksisterer hos og for det etablerte kjernepublikummet? Om ein skal tolke dette i eit Bourdieu-perspektiv, med utgangspunkt i at det å verdsetje kultur er ein trena kapasitet som heng sterkt saman med sosiale skilnader og klasse, kan ein opne for at Kamfest kan bidra til å vidareføre dei privilegia som kan følgjer med kulturelt forbruk gjennom ein konsertserie som Hjemme hos.<sup>141</sup> I så fall kan konserten hos Alnosayrat fungere som ein slags forsikrande historie om at festivalen er open og inkluderande, men at den i hovudsak eksisterer for eit publikum som allereie er del av eit privilegert kulturmiljø i byen.

Hjemme hos-konsertserien representerer ei utfordring Kamfest møter i sitt publikumsarbeid og som også i høgaste grad kan knytast til dei to kulturpolitiske målsetjingane om inkludering og eigeninntening: gjennom nye konsept som Hjemme hos-konsertserien ønskjer Kamfest å vere nyskapande og appellere til eit nytt og breitt publikum, men samtidig vil dei også halde fram med å appellere til det eksisterande publikummet blant anna for å sikre at denne gruppa held fram med å bidra til finansiering av festivalen gjennom billettkjøp. Denne utfordringa kan ein også tenke seg seier noko om kvifor kulturinstitusjonar kvir seg for å ta store steg mot eit meir inkluderande fokus: ein er kanskje redd for å miste grepet på dette etablerte publikummet, og dermed samtidig miste grepet på ei inntektskjelde. Dette viser korleis målsetjingane om inkludering og eigeninntening heng uløyeleg saman, og også korleis denne samanbindinga kan vere problematisk gjennom at ei frykt for å miste den eine målsetjinga hindrar motivasjon for den andre.

Dei siste åra har den såkalla festivalkomponistordninga vore ein viktig del av Kamfest-programmet, og eg skal no diskutere korleis ordninga relaterer seg til målsetjingar om inkludering og auka eigeninntening. Eg vil påstå at festivalkomponistordninga frå dei tilsette si side er eit forsøk i å utfordre smaken til publikum, i tillegg til at ordninga bidreg til ideen om ein sprekare og meir moderne festival i møtet med eventuelle nye publikummarar. Gjennom å vurdere festivalkomponistordninga som det Kawashima kallar

---

<sup>141</sup> Bourdieu (1995), *Distinksjonen*, 86.

smakskultiveringstiltak<sup>142</sup> kan ein påstå at Kamfest absolutt kan få *fleire* publikummarar til å besøke festivalen, men at dei gjennom dette tiltaket aleine vil kunne ha problem med å få *nye* publikumsgrupper inn.

Festivalkomponistordninga bidreg i følgje festivalen sjølv til å gjere terskelen til ny musikk lågare. På Kamfest sine nettsider står det:

Siden 2001 har festivalen hvert år presentert en nålevende komponist som gjennomgående festivalkomponist, hvor målet er å vise et så bredt spekter som mulig av komponisten i løpet av festivaluka samtidig som man inspirerer det lokale musikkliv. Vi tror at terskelen til ny musikk blir lavere ved at man får møte en levende komponist, og både høre komponistens verker og høre komponisten selv fortelle om sin musikk.<sup>143</sup>

Av dei tilsette blir altså festivalkomponistordninga oppfatta som noko som senkar terskelen for samtidsmusikk, og dermed som eit slags inkluderingsstiltak. Som eg skal drøfte vidare i kapittel to, viser fleire publikummarar at dei finn det vanskeleg å ha høg nok forståing for samtidsmusikken for å kunne setje pris på den. Festivalleiinga snakkar om ordninga som ein moglegheit til å skape ein meir naturleg møtestad mellom publikum og samtidsmusikken kor ein kan lære meir om musikken og komponisten. I tillegg gjer sjølve fordelinga av festivalkomponistverka blant dei mange konsertane, at ein har moglegheit til å oppleve *litt* samtidsmusikk når ein i utgangspunktet kom på festival for å høyre ein annan utøvar. Slik kan ein argumentere for at *fleire* publikummarar får eit møte med samtidsmusikken enn dersom ein måtte kjøpe billett til ein konsert med berre samtidsmusikk for å få oppleve festivalkomponisten.

Gjennom å vurdere festivalkomponistordninga som eit døme på det Nobuko Kawashima kallar smakskultivering,<sup>144</sup> kan ein vurdere i kva grad Kamfest, utover den publikumsutviklinga som ligg i det å utfordre og utdanne smaken til publikum, faktisk kan klare å nå nye grupper gjennom tiltaket. Kawashima meiner at ein kan ha problem med å bruke smakskultivering som grunnlag for inkluderande tiltak fordi dei potensielle publikummarane som er utforskande nok til å besøke eit slikt arrangement gjerne deler sosiodemografisk profil med det eksisterande publikummet frå før. Undersøkingane hennar

---

<sup>142</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 9.

<sup>143</sup> Trondheim kammarmusikkfestival, «Info» [28.1.19].

<sup>144</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 9.

viser altså at ein gjennom smakskultiveringstiltak ikkje vil kunne auke det totale talet menneske som besøker kulturarrangement, men at kulturinstitusjonane vil kunne oppleve auka billettsal gjennom at det «lånast» potensielle publikummarar frå andre institusjonar og retningar av kulturelle uttrykk. Eit døme kan hentast frå 2018. Det at årets festivalkomponist, Michel van der Aa, også har utdanning innan film,<sup>145</sup> gjer at fleire av hans komposisjonar inneheld visuelle media. Dette kunne potensielt sett ført til at Trondheim sitt filmpublikum kunne ha kjøpt billett til Kamfest som eit resultat av festivalkomponistordninga.

På denne måten kan også smakskultiveringstiltak fungere for å auke eigeninnteninga til festivalen. Gjennom å tilby eit annleis kunstnarisk uttrykk kan altså festivalkomponistordninga fungere som eit økonomisk stimulerande tiltak for ein festival som Kamfest så lenge potensielle publikummarar ønskjer å komme, men det kan ha vanskar for å fungere som eit inkluderingsstiltak i seg sjølv fordi publikummet som besøker kulturinstitusjonar som eit resultat av smakskultiveringstiltak, ofte viser seg å allereie dele sosiodemografisk profil med det eksisterande publikummet.<sup>146</sup>

Eg har no skildra konsertserien Hjemme hos og festivalkomponistordninga, og går over til å diskutere eit nytt konsept frå Kamfest 2018: i nye lokale skulle stjernerrestauranten Credo i samarbeid med Kamfest huse eit heilaftans arrangement med både mat og musikk.<sup>147</sup> Sidan dette arrangementet også kan definerast som eit smakskultiveringsprosjekt ved at det kombinerer dei to kunstformene mat og musikk, kan fleire av argumenta frå dei førre avsnitta om festivalkomponistordninga overførast hit. Likevel er det aspekt ved dette arrangementet som skil seg frå festivalkomponistkonsertane og som difor opnar for ein ny diskusjon om i kva grad dei to målsetjingane om inkludering og inntening faktisk *kan* verke mot kvarandre. Det fanst tre ulike versjonar av arrangementet Helaften på Credo. Det som overraska festivalleinga, var at det var den dyraste versjonen som var den absolutt mest populære. Denne pakka kosta 2950 kr per person, og inkluderte 22 rettar, vinpakke og fleire kunstnariske innslag. Nicoline påpeika at billettane til denne versjonen forsvann «tvert». Sjølv om det berre var 30 plassar på denne versjonen av arrangementet, er det likevel påfallande at denne blei fortare utseld enn den billigaste pakkeløysinga. Sistnemnde versjon av arrangementet kosta 450 kr, og inkluderte to rettar, forskjellige musikkinnslag og eitt glas vin.

---

<sup>145</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 6–8.

<sup>146</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 9.

<sup>147</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 11.

Som NPU også presiserer i sin innspelsrapport til Kulturrådet, finst det ein marknad for dei som er interesserte i å betale store summar for eksklusive kulturopplevingar.<sup>148</sup> I ein situasjon kor det er behov for å auke eigeninntektene kan det økonomiske potensialet i denne gruppa publikummarar utnyttast til kulturinstitusjonen sin fordel. Dette skjer likevel ikkje utan konsekvensar for målet om eit inkluderande kulturliv. Ved å utnytte potensialet til denne betalingsvillige publikumsgruppa kan ein samtidig skape eit skilje til «vanlege folk» som aldri kunne ha tatt seg råd til slike eksklusive opplevingar. I staden for å bygge ned dei strukturane som skil menneske frå deltaking i kulturlivet, kan ein i verste fall ende opp med å styrke dei i staden.

Nokre av Kulturdepartementet sine oppfordringar frå kulturmeldinga «Kulturens kraft» er på denne måten lite hensiktsmessige. Dersom den auka eigeninnteninga skal finansiere eit eventuelt arbeid med demokratisering og inkluderande publikumsutvikling innad i kvar kulturinstitusjon, vil ein i dette tilfellet måtte arbeide med *motstridande* tiltak for å tene seg opp ein forsvarleg kapital før ein kan ta seg råd til å starte arbeidet med inkluderande publikumsutvikling. Denne utfordringa møtast altså i ein diskusjon om eit konkret tiltak om mat og musikk på Kamfest, og eg har dermed ikkje grunnlag for å presentere dette som ei utfordring som vil gjennomsyre dei tiltaka som er sette i verk som eit resultat av kulturmeldinga. Det er likevel urovekkande å sjå korleis to slike kulturpolitiske mål i yttarste konsekvens kan redusere kvarandre, og eg etterlyser difor vidare forskning på dette.

Å utdanne morgondagens publikum er noko av det både Nicoline og Sigmund snakkar om som publikumstiltak, og eg skal no diskutere korleis nokre av dei tiltaka som er retta mot barn og unge relaterer seg til diskursane denne oppgåva dreiar seg om. Eg vil starte med å påpeike at alle tiltak retta mot barn og unge må kunne definerast som publikumsutvikling. Tiltaka har som mål å utvikle publikumsgrunnlaget til festivalen ved å blant anna eksponere barn og unge for ulike kulturuttrykk, gje gode konsertopplevingar for både store og små, og å legge til rette for deltaking og musikalsk aktivitet. Festivalleiinga vedkjenner at ikkje alle vil like kammermusikk ved første møte. Ein må bygge seg opp ei slags forståing av ein del av den musikken som blir presentert på festivalen for å kunne setje pris på den:

Nicoline: [K]ammermusikk er verkeleg ein *acquired taste*, det er ein smak ein tileignar seg over lang tid og mykje innsats, eigentleg. Det er langt frå Kygo og til

---

<sup>148</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 27–28.

oss, og til å på ein måte kunne setje pris på det vi driv på med, og i alle fall slik van der Aa-absurditetar, ikkje sant? Du skal verkeleg ha eit ope sinn dersom ein kjem frå utsida og skal like det, då.

Mange tiltak kunne ha hamna under ein kategori om å utdanne morgondagens publikum. Blant anna samarbeider Kamfest med NTNU Institutt for musikk, dei organiserer ein eigen barnedag kalla Fabelaktig formiddag, dei har Fargespill-oppsetjingar og driv elles kammermusikkkonkurransen TICC med tilhøyrande akademi. Sigmund meiner også at festivalen får god draghjelp frå samarbeidet med den store kulturskulen i Trondheim: «[...] og så har du kulturskulen som på ein måte utdannar publikum også, på sikt, håpar jo det, for det er jo den største kulturskulen i landet, eigentleg. Større enn Oslo. Sjølv om det er ein mykje mindre by. Og det meiner vi at vi har merka, då.» Eg skulle gjerne ha diskutert alle desse tiltaka i djupna, men av omsyn til kapasitet har eg valt å fokusere på nokre av dei i den følgjande diskusjonen.

Festivalleinga sine tankar om at ein må øve seg for å verdsetje kammermusikk, kan knytast til Pierre Bourdieu sine utgangspunkt for persepsjon av kunst og kultur.<sup>149</sup> I tillegg vil eg argumentere Kamfest sitt mål om utdanning av morgondagens publikum, kan relaterast til Bourdieu sine poeng om at verdsetjing av kultur er knytt til klasse og sosiale skilnader.<sup>150</sup> Som skildra tidlegare, meinte Bourdieu at det å kunne verdsetje kunst og kultur er ein treningskapasitet som ein lærer gjennom blant anna skulesystem, foreldre og kulturell deltaking.<sup>151</sup> Det å gå på kulturskule vil altså auke det Bourdieu kallar kulturell kapital ved at barna får trening den kunsten som dei arbeider med, og som kanskje også blir presentert på Kamfest. Eg vil påstå at deltaking i kulturskule er eit privilegium som også kan henge saman med sosiale skilnader og klasse. Å ha barna sine i kulturskulen er både ein økonomisk og ressursmessig utgiftspost, og det krevst interesse og ei forståing av at kulturaktivitetar er viktig for at kulturskule skal bli prioritert av foreldra. I denne samanhengen vil eg opne for at samarbeidet mellom kulturskulen og Kamfest *kan* bidra til ein reproduksjon av kulturelt forbruk gjennom at det er barna til eit kulturelt aktivt publikum som blir oppfordra til å gå i kulturskulen. Som eit alternativ vil eit auka samarbeid med grunnskulen, heller enn kulturskulen, kunne nå fleire barn og familiar med ulike bakgrunnar.

---

<sup>149</sup> Bourdieu (1995), *Distinksjonen*, 86.

<sup>150</sup> Ibid.

<sup>151</sup> Ibid.; Jenkins (2002), *Pierre Bourdieu*, 138.

Vidare kan ein også diskutere kven festivalen har moglegheit for å nå gjennom deira satsing på Fargespill. Førestillinga består av at barn og unge frå heile verda står på same scene i ei variert førestilling med innslag inspirert av forskjellige kulturar. Eg vil gå ut i frå at det etniske mangfaldet som er på scena under Fargespill, speglast i publikum gjennom at foreldre og andre kjende av barna kjem for å høyre på. Det må likevel visast til ein breiare kritisk debatt til i kva grad Fargespill faktisk fungerer som eit inkluderingsprosjekt som fortel autentiske historier til dei som er på scena, eller om tiltaket snarare gir det Maja Skanding kallar eit «glansbilde av hvordan vi ønsker at norsk integrering skal se ut».<sup>152</sup>

Etnomusikologen Thomas Solomon problematiserer at medan Fargespill presenterast som «minoriteten» sitt prosjekt gjennom at barn og unge frå ulike land får presentere og representere sin kultur, er det eigentleg «majoriteten» som styrer skuta: som oftast er det nordmenn som regisserer, koreograferer og instruerer barna, og som har makt over korleis førestillingane skal sjå ut.<sup>153</sup> Dersom Fargespill i realiteten kan fungere som eit glansbilete av norsk integreringspolitikk, vil eg også opne for at Fargespill kan vere eit glansbilete av Kamfest si inkluderande publikumsutvikling. Det er lett å definere Fargespill som eit inkluderingsprosjekt i Kamfest når ein vurderer mangfaldet på desse førestillingane samanlikna med resten av festivalen. Likevel må ein understreke at ein ikkje har nok informasjon om korleis Fargespill-førestillingane eigentleg spelar inn på Kamfest sitt publikumsgrunnlag, og i kva grad førestillingane kan fungere som ei dekkhistorie for festivalen sitt manglande fokus på inkludering.

Kamfest sitt samarbeid med kulturskulen og Fargespill er altså del av større debattar om inkludering, deltaking og sosiale skilnader. Sjølv om det å satse på barn og unge kan definerast som publikumsutviklingstiltak, opnar eg for at tiltaka kan bidra til reproduksjon av kulturelle forbruksmønster. Nokre av dei tiltaka eg ikkje har prioritert å diskutere i djupna i denne samanhengen, kan også kort vurderast i lys av desse debattane. Både samarbeidet med NTNU Institutt for musikk og gjennomføringa av kammermusikkonkurransen TICC med tilhøyrande akademi, vil eg også hevde bidreg til reproduksjon av kulturelle forbruksmønster gjennom at dei vender seg til menneske som allereie har valt å prøve å leve av musikk. Slike tiltak senker nok alderen på besøksstatistikken til Kamfest, utan at dette kan ha noko særleg innverknad på samanhengen mellom kulturelt forbruk og sosiale skilnader.

---

<sup>152</sup> Skanding (2016), «Kritikkens plass på paletten» [13.5.19].

<sup>153</sup> Solomon (2016), «The Play of Colors» [13.5.19], 193–99.



Til slutt vil eg diskutere i kva grad målsetjinga om auka eigeninntening blir påverka av tiltak retta mot barn og unge. Dei tilsette i Kamfest påpeika at det var lettare å få privat sponsorstøtte igjennom tiltak for barn og ungdom. I tillegg kan ein tenkje seg at førestillingar som involverer barn alltid vil ha eit visst nivå av billettinntekter gjennom at foreldra til barna ofte er sikre publikummarar. På desse måtane kan det å satse på tiltak for barn og unge vere ein måte for Kamfest å få auka inntekter på. Det må likevel stillast spørsmål ved i kva grad det å drive inntektsnivande publikumsarbeid retta mot barn og familiar, men som ikkje nødvendigvis er motivert av inkludering, kan by på etiske problemstillingar. Tiltak mot barn og unge kan fungere som bidragsytarar til reproduksjon av kulturelle forbruksvanar. Kulturpolitiske målsetjingar bør fokusere på å skape gode grobotnar for inkluderingstiltak, særleg retta mot barn.

## Oppsummering

Eg har i dette kapitlet diskutert to problemstillingar: kva kan publikumsutvikling vere i Kamfest? Korleis relaterer denne publikumsutviklinga seg til dei to kulturpolitiske målsetjingane inkludering og auka eigeninntening i kulturinstitusjonane? Eg har argumentert for at Kamfest har mange måtar å drive publikumsutvikling på. Dei tilsette er både opptekne av å arbeide med djupnetiltak gjennom å pleie forholdet dei har til eksisterande publikummarar, og med breiddetiltak for å gjere seg aktuell for nye publikumsgrupper. Eg har likevel argumentert for at Kamfest i hovudsak arbeider innanfor publikumspotensialet sitt, og at det å nå andre publikumsgrupper ikkje nødvendigvis er prioritert av festivalleiinga. Gjennom intervju med dei tilsette i festivalen har eg vist at publikumsutvikling i Kamfest ikkje berre senterer seg rundt spesifikke tiltak, men også rundt roller og visjonar i institusjonen som fungerer som grobotnar for publikumsutviklingstiltak. Eg har også diskutert samanhengen mellom dei to målsetjingane inkludering og auka inntening som pregar kultur- og publikumsutviklingsdebatten i dag, og understrekar den sterke samanhengen desse to målsetjingane har. Eg diskuterer også i kva grad nye politiske målsetjingar om å auke den brukarbetalte innteninga til kulturinstitusjonane i verste fall kan arbeide i mot eit mål om inkludering i kulturlivet. Frå politisk hald er det ønskt at institusjonar, som eit resultat av auka eigeninntening, skal drive med inkluderande publikumsutviklingsarbeid. Dette opnar for at kulturinstitusjonar i realiteten kan arbeide i mot det å gjere institusjonen meir inkluderande, ved at dei tiltaka som kan generere brukarbetalt inntening også kan bidra til å reprodusere kulturelle forbruksmønster.



## Kapittel 2 – Publikum sine historier

---

Det førre kapitlet omhandla publikumsutvikling frå kulturinstitusjonen si side, og undersøkte korleis ulike visjonar og tiltak i Kamfest kunne plasserast i den pågåande publikumsutviklingsdebatten. I dette kapitlet ønskjer eg å belyse nokre av dei same utfordringane frå eit anna perspektiv, nemleg gjennom publikum sine historier. Utan eit publikum som er motivert for å kjøpe billett til Kamfest, kunne heller ikkje festivalen ha eksistert, og meiningane til publikum kan difor seie mykje om korleis publikumsutviklinga til festivalen faktisk fungerer. Eg søker difor å få ei forståing av kva som motiverer publikum i å komme på festival, og korleis publikum reflekterer rundt spørsmål som omhandlar inkludering i kulturlivet. Problemstillingane til dette kapitlet går slik: kva motivasjonar ligg til grunn for publikum si deltaking på Kamfest? og vidare: korleis kan publikum sine historier og refleksjonar bidra til debatten om publikumsutvikling og inkludering i ein kulturinstitusjon som Kamfest og i kulturlivet generelt?

Kapitlet tek utgangspunkt i dei rundt 40 spontane fokuserte intervjuar som blei gjort under festivalveka 2018. På grunnlag av dette må det igjen påpeikast at eg ikkje har moglegheit til å studere kvifor menneske som står på *utsida* av publikumssegmentet til Kamfest ikkje ønskjer å delta på festivalen. Eg har derimot moglegheit til å presentere dei faktiske publikummarane sine refleksjonar rundt pågåande problemstillingar i publikumsutviklingsdebatten. Som Pitts et al. også presiserer, kan eksisterande publikummarar tilby verdiful innsikt i korleis ein kulturinstitusjon fungerer, samt perspektiv som ikkje nødvendigvis eksisterer hos festivalleinga.<sup>154</sup> Merk at dette kapitlet ikkje vil fokusere i like stor grad på det kulturpolitiske målet om auka eigeninntening som det førre, noko det er fleire grunnar til. For det første blei ideen om å i større grad involvere eit økonomisk perspektiv introdusert etter at publikummarane hadde blitt intervjuar, og i motsetnad til med dei tilsette i festivalen hadde eg ikkje moglegheit til å oppsøke publikummarane på nytt for å utvide datamaterialet. For det andre må eg påstå at utfordringa med auka eigeninntening i kulturfeltet i første rekke er arrangørane si utfordring enn så lenge: sjølv om festivalen sin økonomiske situasjon så vel som billettprisar påverkar publikum, skal det godt gjerast at publikum sine historier allereie har blitt prega av nye kulturpolitiske mål. Det publikum derimot både har blitt spurt om og som mange også har meiningar om, er spørsmålet om inkludering i kulturinstitusjonar. Dette

---

<sup>154</sup> Pitts og Spencer (2008), «Investigating experiences of attendance at a chamber music festival», 228.

kapitlet viser korleis publikum evnar å reflektere over i kva grad ein festival som Kamfest kan oppfattast som open for «alle», og kva faktorar som spelar inn på at dei sjølve har hamna på innsida av publikumssegmentet til festivalen. Det er altså på grunnlag av dette at kapitlet i større grad fokuserer på inkludering og i mindre grad på inntening.

Publikummarane eg snakka med sine mange og varierte bakgrunnar har gitt eit mangfald av historier. Dei hadde også ulik kjennskap til festivalen, og i analysearbeidet etter intervju delte eg publikummarane inn i tre kategoriar. Medan ein del av publikummarane hadde delteke på festivalen i mange år og blei definerte som kjernepublikummarar, var det andre som hadde sitt første møte med festivalen. Desse vart kalla førstegongsbesøkande. Ei tredje gruppe bestod av såkalla bekjente, altså publikum som eksisterte midt i mellom desse to publikumsgruppene ved å ha delteke på festivalen før, men utan å sikte til eit langvarig engasjement i festivalen. Det må presiserast at desse tre kategoriane publikummarar ikkje gir annan informasjon om publikummarane enn kor mange gonger dei har besøkt Kamfest. Kategoriane kan på ingen måte definere i kva grad publikummarane står på innsida eller utsida av eit kulturmiljø i Trondheim: fleire av publikummarane var per definisjon førstegongsbesøkande, sjølv om dei verka som å vere erfarne medlemmer av kulturelle miljø i Trondheim eller i andre byar og land. Likevel kan kategoriane med atterhald, og i kombinasjon med annan informasjon, seie noko om kva utgangspunkt og forståingsgrunnlag publikummarane hadde når dei besøkte Kamfest.

I dette kapitlet argumenterer eg for at Kamfest er ein meningsgivande konsertarrangør for mange publikummarar, og at dei fleste publikummarane har kunstnariske forankra motivasjonar til å delta. At dei to kunstnariske verdiane til festivalen også eksisterer blant publikum sine historier, seier noko om korleis festivalen vert aktuell og interessant for sitt publikum. Spørsmål knytt til inkludering har vore viktige samtaletema under intervju. Det å reflektere over kven Kamfest er for, korleis festivalen er aktuell for publikummarane samt korleis konkrete tiltak frå festivalen si side spelar inn på publikum sine opplevingar, gir ei djupare innsikt i korleis festivalen sitt publikumsarbeid fungerer i praksis.

## **Motivasjonar for deltaking**

For å kunne få ei djupare forståing for kva publikum søker ved ein festival og dermed kva behov dei får tilfredsstilt gjennom deltaking, er det fornuftig å undersøke kva som motiverer det eksisterande publikummet til å delta på Kamfest. Eg argumenterer her for at alle

publikummarar har sine unike sett med motivasjonar for å delta, men at det også finst fellesnemnarar: blant anna hadde dei aller fleste publikummarane kunstnariske motivasjonar for å delta. Gjennomgåande for dette delkapitlet er diskusjonar om korleis dei to kunstnariske verdiane frå førre kapittel –tradisjonell kvalitet og nyskaping – også er representerte i publikum sine motivasjonar. Eg diskuterer også i kva grad desse motivasjonane er knytt til idear om inkludering og mangfald i Kamfest.

Forskarar har tidlegare understreka viktigheita av kunstnariske faktorar som motivasjon for å delta på kammermusikkfestivalar. I den nemnte undersøkinga gjort av Pitts et al. vert det argumentert for at publikum sine motivasjonar for deltaking på ein kammermusikkfestival i Storbritannia i stor grad er musikalske og kunstnariske.<sup>155</sup> Dei kjem for å høyre spesifikke utøvarar eller verk, for å bekrefte eller utfordre smaken sin, eller for å kritisere, nyte og kanskje også lære noko av tolkingane til utøvarane. I møtet med publikummarar ved Kamfest fann eg også at musikken ofte står i sentrum for folk sine motivasjonar for å delta. Fleire av publikummarane eg snakka med studerer eller arbeider med musikk til vanleg, og andre har ei sterk personleg interesse for musikk som dei brukar fritida si på å dyrke. Det fanst også publikummarar som ikkje snakka like eksplisitt om kunstnariske motivasjonar, men som ein samtidig kan anta å ha ei interesse for å oppleve kultur fordi dei faktisk hadde tatt eit aktivt val om å kjøpe billett til festivalen. Kunstnariske faktorar er altså i høgsetet for motivasjonar for deltaking blant dei publikummarane eg snakka med, sjølv om eg fekk inntrykk av at det fanst like mange ulike motivasjonar for deltaking som det fanst publikummarar ved festivalen.

Som skildra over, kan fleire av publikummarane sine motivasjonar for deltaking knytast til dei to kunstnariske verdiane skildra i førre kapittel. Den godt vaksne sjukepleiaren Louise skildrar ei slags spenning mellom to kvalitetar ved Kamfest når eg spør ho om kvifor ho likar å delta på festivalen. Gjennom å ha deltatt på festivalen jamt sidan starten, og å ha hatt festivalpass dei siste femten åra, påstår ho å kjenne festivalen godt. Louise si meining er at Kamfest er det beste arrangementet i Trondheim. Når ho utdjupar dette, konkluderer ho med at den spennvidda mellom den tradisjonelle kammermusikken og dei meir nyskapande og utforskande sidene ved Kamfest, gir festivalen kvalitetar ingen andre arrangørar i byen kan tilby:

---

<sup>155</sup> Ibid., 227.

Louise: [E]g syns at det som gjer det interessant her, er det at ein har [...] altså slik klassisk-klassisk repertoar, og at det er noko nytt og [...] så klarar dei å skape overraskingar, med eit val av, av moderne komponistar. Samtidig har du den der tryggleiken at du som publikummar kan komme og høyre Mendelssohn eller Mozart eller Benjamin Britten som vi skal høyre no.<sup>156</sup> [...] Eg syns det er interessant fordi du har den spenninga i det. Og så er det alltid nokre overraskingar.

[...]

Det er den spennvidda mellom den der.. altså tradisjonelle kammermusikken og så den [...] overraskinga, ehm, altså dei tøyser nokre grenser.

På den eine sida er det altså viktig for Louise å kunne komme på festivalen og høyre kammermusikk ho kjenner og som ho veit at ho trivast med. På den andre sida likar ho at festivalen stadig gir ho nye kunstnariske utfordringar gjennom å vere nyskapande. For Louise er det akkurat denne spennvidda som gjer festivalen såpass aktuell for ho. I tillegg skildrar ho andre, ikkje-musikalske årsaker til at ho kvart år er motivert for å delta: «Nokon gonger har eg opplevd sånn, nesten litt sånn familiekjensle eller, ein kjem, ein ser at det er dei same som kjem, [...] vi snakkar ikkje saman [...] Eg har på ein eller anna måte ei slik kjensle av eit fellesskap [...]». Sjølv om ho sjeldan pratar med dei andre på festivalen, gjer det å sjå dei same publikummarane og tilsette år etter år at Louise får ei kjensle av å vere med i eit fellesskap – eit samhald. Louise uttrykte ikkje bekymring for at dette fellesskapet kom til å endrast no som det er nye tilsette ved festivalen. Dette kan knytast til eit anna poeng frå Pitts et al. si undersøking av korleis lojaliteten til langtidspublikummarar ved ein kammermusikkfestival justerast i ei tid med endringar i institusjonen.<sup>157</sup> Forskarane viser korleis tilliten mellom langtidspublikummarane og festivalleiinga måtte revurderast grunna endringane – sjølv om tilliten ofte bestod.<sup>158</sup> Louise sitt tilfelle viser uansett at sjølv om motivasjonar for deltaking i Kamfest ofte er grunnlagde i det kunstnariske, er det også andre faktorar, og i dette tilfellet sosiale faktorar som fellesskap og samhald, som opprettheld tillitsforholdet som kan oppstå mellom festivalen og publikum.

Dei to kunstnariske verdiane tradisjonell kvalitet og nyskaping skildrast ikkje berre av Louise, og eg viser i dei neste avsnitta korleis dei to verdiane vert snakka om av andre publikummarar som motivasjonar for deltaking. Ein av dei som brukar Kamfest for å høyre tradisjonell

---

<sup>156</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 14.

<sup>157</sup> Pitts og Spencer (2008), «Investigating experiences of attendance at a chamber music festival».

<sup>158</sup> Ibid., 234.

kammermusikk er Bente, ei kvinne som har arbeida med musikk heile livet men som i dag er pensjonist. Som trufast publikummar sidan oppstarten av festivalen vert ho definert som ein kjernepublikummar som kjenner festivalen godt. Det at Bente var oppteken av å snakke om dei ulike spesifikke verka som blei spelt viser at ho har eit nært forhold til den tradisjonelle kammermusikken, og ho påpeika at dette blei forsterka av at ho sjølv speler i strykekvartett. Ein kan påstå at Bente si historie viser at ho er ein publikummar som set pris på den kunstnariske verdien ved Kamfest som omhandlar tradisjonell kvalitet. Bente er ikkje aleine: også Åshild, ei kvinne som arbeider som musikal og som eg intervjuar på ein Hjemme hos-konsert, er oppteken av den tradisjonelle kammermusikken når ho besøker Kamfest. Ho kom på Hjemme hos-konserten fordi ho kjente dei som var vertskap, og sjølv om ho visste lite om både utøvarar og musikk på førehand, stolte ho på at Kamfest presenterte eit program med «høg kvalitet» som ho ville like. Difor var Åshild sikker på at ho ville få ei god oppleving uansett. Både Bente, Åshild og til dels Louise viser verdien som omhandlar tradisjonell kvalitet som viktig for enkelte publikummarar i møtet med Kamfest.

Andre publikummarar var opptekne av å snakke om korleis Kamfest er ein nyskapande og utfordrande festival, og korleis dette er viktige motivasjonsfaktorar for å delta. Ein av desse er Karianne. Ho arbeider med musikk til dagleg, har deltatt på festivalen sidan starten og er også ven med dei som starta festivalen. Ho er på denne måten ein personleg og fagleg tilknytt kjernepublikummar. Kamfest vert av Karianne skildra slik:

Karianne: Eg føler at dei har, frå starten så var dei utruleg innovative, altså det var liksom heilt annleis, dei hadde utruleg høge ambisjonar om at det her skulle vere ein annan, altså at det ikkje skulle vere ein liten festival med små strykekvartettar, altså *slik* type kammermusikk, dei var utruleg spenstige frå starten av [...] Så du har liksom heile, ehm, dei forandrar seg kvart år, og samtidig så er dei tru mot det dei prøvde på i starten, nemleg å heile tida *pushe* og *pushe* og *pushe* grensene.

Karianne argumenterer vidare for at Kamfest klarar å skape nye måtar å oppleve på, og at dei på denne måten kanskje kan klare å invitere nye publikummarar inn. Ho siktar til sin eigen mann som ofte er meir skeptisk til å gå på konsert enn Karianne sjølv. Han kjem frå eit land med andre musikalske normer, og syns at den vestlege tradisjonelle kammermusikken kan bli litt stiv og keisam. Då han hadde latt seg overtale til å bli med Karianne på det heilaftans

arrangementet på Credo,<sup>159</sup> hadde han i følge kona si fått ei oppleving han «snakka om [...] i mange dagar etterpå»:

Karianne: Fordi settinga, og det er det som er så genialt, veit du, fordi settinga er slik som den er, at her sit vi og er berre trivelige i ein veldig eigentleg unorsk setting der vi sit og pratar med folk vi ikkje kjenner, og så kjem det ein strykekvartett med kvardagsklede og liksom skrukkete skjorter og litt store joggesko inn, og seier: «ja, no skal vi spele ein låt som vi syns er litt sånn drikkeviseaktig, og det er Haydn» og så formidlar dei det sånn at [...] min mann berre sit og høyrer på musikken og ikkje berre sit og tenkjer: [med skeptisk stemme] «ja, Haydn, ja. Det er jo den klassiske, keisame tingen». Han bare: [entusiastisk] «nei, sjå! Å, her står dei rett framfor oss og speler, og folk ser glade ut og blide, og vi har fått eit glas vin, og vi skal få god mat», og plutseleg så opnar han for det, sant? [...] Så ein treng ikkje vere *connoisseur* for å gå på dei konsertane til kammermusikkfestivalen for å nyte det, fordi dei klarar å lage nye måtar å oppleve det på.

Karianne skildrar ei oppleving der ho og mannen sit og høyrer på nettopp den musikken som han vanlegvis er skeptisk til, men som han denne kvelden klarte å setje pris på. I følge Karianne er årsaka til den gode opplevinga hans at Kamfest klarar å skape ein ny måte å oppleve musikken på: kombinasjonen mat og musikk, hyggelege folk, musikarar i «skrukkete skjorter og litt store joggesko» som kanskje gjorde stemninga mindre høgtideleg, gjorde at mannen til Karianne opna for opplevinga. Det som er særleg interessant med Karianne si historie, er at den skildrar to publikummarar sine nokså ulike utgangspunkt. Medan ho sjølv hadde ein motivasjon for deltaking som baserte seg på sine erfaringar med festivalen som ein arrangør av gode og overraskande opplevingar, hadde ikkje nødvendigvis mannen hennar desse motivasjonane frå før. Det at han likevel fekk ei positiv oppleving med den musikken han vanlegvis har eit nokså likegyldig forhold til, gjer kanskje at han får nye motivasjonar for deltaking på Kamfest til neste års festival. I følge Karianne var det altså det at Kamfest klarar å skape nye måtar å oppleve på, i tillegg til det å gjere kammermusikken til noko meir kvardagsleg og lite stivt, det som fekk mannen hennar til å bli inkludert i den gode opplevinga. Om dette er tilfelle, kan ein argumentere for at Kamfest også kan klare å bli aktuell for fleire publikummarar gjennom satsing på nettopp desse områda.

---

<sup>159</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 11.



Det at Kamfest forsøker å vere nyskapande, utforskande og å kombinere sjangrar og kunstformer, snakkast om av fleire som å vere noko som gjer festivalen meir aktuell for dei. Éin av desse er musikk læraren Johan. Han meiner at festivalen har blitt modernisert dei siste åra og i større grad blanda sjangrar. Det at improvisert musikk har fått ei større rolle i festivalen er noko Johan set pris på, og han meiner det er ei uunngåeleg utvikling for ein kammermusikkfestival å ikkje inkludere nye sjangrar i programmet sitt. Ein annan publikummar som sat pris på improvisasjon og blanding av sjangrar, var den førstegongsbesøkande publikummaren Lars. Han er ein ung mann som spelar i rockeband og arbeider som miljøterapeut for einslege mindreårige flyktningar. Då han bestemte seg for å besøke konserten Sharaka Ensemble med Moddi på Dokkhuset,<sup>160</sup> visste han ikkje at konserten var del av Kamfest. Motivasjonen hans for å delta på konserten baserte seg på at han kjente til nokre av musikarane og fordi han var «gira på kultur, musikk, konsert.» Då eg spurte han om å få eit intervju og han forstod at konserten han hadde delteke på var del av ein festival, innrømte han at han blei nysgjerrig på festivalen og at han kanskje kunne tenkje seg å besøke den igjen. Akkurat som med Karianne sin mann ser ein her at motivasjonane for deltaking endra seg i løpet av konsertsituasjonen. Begge desse publikummarane har fått positive inntrykk av eit hittil nokså ukjent kulturelt terreng. Kanskje Kamfest kan ha inspirert to publikummarar til å komme tilbake eit anna år?

Ein må likevel forsøke å setje dette inn i den større diskursen om inkludering og publikumsutvikling. Dei av Kamfest sine tiltak som omhandlar blanding av sjangrar og kunstformer og som dermed er del av den kunstnariske verdien om nyskaping, kan karakteriserast som det Nobuko Kawashima kallar smakskultivering og som blei introdusert i førre kapittel.<sup>161</sup> Forskaren er skeptisk til i kva grad smakskultivering aleine kan fungere som inkluderingstiltak fordi undersøkingane hennar viser at ein gjennom tiltaka i hovudsak talar til dei som allereie er del av publikumspotensialet til institusjonen. Kulturinstitusjonar kan oppleve auka billettsal som resultat av smakskultiveringstiltak gjennom at dei «lånar» publikum frå andre institusjonar og kulturelle retningar, men det totale talet aktive publikummarar vil ikkje auke gjennom slike tiltak. Om ein skal bruke argumentet hennar som ei forlenging av Bourdieu sine tankar om at verdsetjing av kulturelle former er ein trenn kapasitet, kan ein påstå at det skal mykje til for at menneske tek turen til arrangement dei

---

<sup>160</sup> Ibid., 15.

<sup>161</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 9.

ikkje har trena seg på å kunne setje pris på.<sup>162</sup> Det at ein likevel kan sjå at Lars og mannen til Karianne var positive til å oppleve meir av Kamfest som eit resultat av smakskultiverande tiltak, kan difor forsøkast forklart med at dei begge er del av publikumspotensialet til Kamfest: medan Lars spelar i rockeband, er mannen til Karianne gift med ein musikar, og ein kan difor gå ut i frå at dei begge har fått trening i å oppleve kulturelle uttrykk. Det at Kamfest gjennom Lars og mannen til Karianne kan ha fått to nye publikummarar til neste års festival set dermed til livs argumentet til Kawashima. Spesifikke kulturinstitusjonar som Kamfest *kan* få auka oppslutning gjennom slike tiltak, men det kan vere problematisk å nytte smakskultiveringstiltak til å verve publikummarar på *utsida* av publikumspotensialet og dermed auke det totale talet kulturelle deltakarar i lokalsamfunnet.

Som eg no har argumentert for, er det mange publikummarar som i hovudsak har kunstnariske motivasjonar for å delta på Kamfest. Motivasjonar for deltaking er for fleire publikummarar forankra i dei kunstnariske verdiane som blei presenterte i førre kapittel: tradisjonell kvalitet og nyskaping. For nokre publikummarar, som til dømes Louise, er det sjølve spenninga mellom desse to verdiane som gjer Kamfest aktuell og interessant. Eg vil likevel påpeike at det finst ei skeivfordeling i kva kunstnarisk verdi som oftast blei snakka om av publikum. Medan det var svært mange som snakka om Kamfest som ein nyskapande og utfordrande festival, var det berre nokre få som eksplisitt snakka om tradisjonell kvalitet som ein motivasjonsfaktor for deltaking. Alle dei som snakka eksplisitt om den tradisjonelle kvaliteten, var kjernepublikummarar. Når ein spør seg kvifor denne skeivbalansen har oppstått, må ein opne for at det finst mange nyansar å ta omsyn til. Som intervjuar spurte eg ikkje konkret om kva av desse to verdiane som var viktigast for publikummarane, så det kan hende at dei rett og slett ikkje tenkte på å snakke om kvalitetsaspektet når vi snakka om kvifor dei besøkte festivalen. Det er også mogleg at publikummarane ikkje såg det som nødvendig å snakke eksplisitt om ein kunstnarisk verdi som ikkje er uvanleg å assosiere med ein kammermusikkfestival. Det at få publikummarar snakka om den tradisjonelle kvaliteten eksplisitt, treng ikkje bety at den ikkje er viktig for dei.

Eg vil likevel opne for at det faktisk kan vere ein skeivbalanse i motivasjonsfaktorane til publikum, og at den kunstnariske verdien som omhandlar nyskaping faktisk er viktigare for fleire av publikummarane eg snakka med enn den som omhandlar tradisjonell kvalitet. Dersom dette er tilfelle, kan denne informasjonen sjåast på som eit utgangspunkt for

---

<sup>162</sup> Bourdieu (1995), *Distinksjonen*, 86.

publikumsutvikling. Delar av det eksisterande publikummet kan i så fall omtalast som eit nokså ope publikum som kan halde fram med å besøke Kamfest gjennom sprede kunstnariske påfunn frå festivalen si side. Ein kan også diskutere i kva grad Kamfest på denne måten kan bli meir aktuell for nye publikumsgrupper. Om festivalen har eit rykte på seg for å vere nyskapande og gje kunstnariske utfordringar, kan det hende at nye publikummarar kan bli meir nysgjerrig på festivalen. Likevel vil eg på ny ta utgangspunkt i at alle potensielle publikummarar har ulike rammer for forståing av kunst, og at nyskapande smakskultiveringstiltak kan oversjå djuptgåande strukturar som gjer at nokre kan vegre seg for oppsøke kulturarrangement.<sup>163</sup> Å skulle bruke denne informasjonen til ei inkluderande publikumsutvikling ville nok i så fall ha kravd langsiktig og målretta arbeid mot dei publikumsgruppene som Kamfest hadde ønska å inkludere.<sup>164</sup>

## **Kven er Kamfest for?**

Når ein drøftar ideen om inkludering i kulturlivet generelt og Kamfest spesielt, er det interessant å få eit innblikk i dei eksisterande publikummarane sine meiningar. Difor spurte eg omtrent alle publikummarar dette spørsmålet: «kven meiner du Kamfest er for?» Føremålet med å stille spørsmålet var å oppfordre til diskusjon og refleksjon rundt tema som inkludering og ekskludering i Kamfest og kulturlivet generelt. Publikummarane eg spurte dette spørsmålet hadde alle ulike bakgrunnar. Medan nokre av dei var godt integrerte i både Kamfest og i det lokale kulturmiljøet i Trondheim, var andre i sitt første møte med festivalen. Eg viser i dette delkapitlet korleis fleire førstegongsbesøkande publikummarar hadde utfordringar med å svare på spørsmålet, og at dette *kan* vere eit resultat av at kulturelt forbruk og kapasitet til refleksjon rundt inkludering i kultur har ein viss samanheng. Elles viser eg at mange publikummarar oppfattar Kamfest som ein festival som lukkast i å vere inkluderande og i å nå yngre publikummarar. Andre reflekterer over korleis Kamfest kan opplevast som ein festival for «alle», medan den i realiteten appellerer til ei kjerne av kulturelle forbrukarar som har forståingsrammene for Kamfest sin musikk på plass.

Mange publikummarar var altså usikre når dei skulle svare på spørsmålet «kven meiner du Kamfest er for?». Særleg gjaldt dette dei førstegongsbesøkande, sjølv om nokre erfarne publikummarar også syns det var vanskeleg å reflektere over dette. Kvifor vart

---

<sup>163</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 21.

<sup>164</sup> Ibid., 7.

publikummarane så usikre av spørsmålet? Først vil eg nemne at det var mange publikummarar som påstod å ikkje kunne nok om festivalen til å kunne svare, sjølv om fleire av dei hadde delteke fleire gonger. Elles kan kanskje spørsmål som omhandlar inkludering og ekskludering vere grunnleggjande avanserte ved at dei involverer det å kunne reflektere over sosiale og kulturelle skilnader mellom menneske, noko som kanskje opplevast ubehageleg. Eg opnar også for at det for nokre publikummarar kan vere ein samanheng mellom kulturelt forbruk og kapasitet til refleksjon rundt inkludering og ekskludering i kultur: vi veit at kulturelt forbruk og utdanningsnivå er sterkt knytt saman,<sup>165</sup> og eg vil forsiktig ta utgangspunkt i at menneske som tek høgare utdanning også får trening i refleksjon. Det kan hende at ein gjennom å vere vand med å besøke kulturarrangement opplever det som relevant å reflektere over skilnader i kulturforbruk fordi dette er eit felt som i høg grad angår ein sjølv. Dette kan i så fall forklare kvifor fleire av dei publikummarane som reflekterte lenge over dette spørsmålet var menneske som hadde lang fartstid i Kamfest eller som var del av andre kulturmiljø.

Svara eg fekk på spørsmålet mitt var altså mange og varierte, og eg presenterer her nokre av dei svara eg fekk. Ein av publikummarane eg stilte spørsmålet, møtte eg i Frimurerlogen under opningskonserten. Michael er ein vaksen mann som kom til Kamfest som turist. Som pappa til ein av utøvarane ved festivalen reiste han eins ærend til Trondheim frå Storbritannia for å delta på festivalen og vere ein støttespelar for sonen sin. Sjølv om Michael verken er godt kjend med Kamfest eller det lokale musikkmiljøet i Trondheim, verkar han som å kunne mykje om musikk og kulturmiljøet i Storbritannia. På denne måten er han både ei stemme utanfrå og samtidig ein vand publikummar frå liknande miljø i eit anna land. Michael syns det er vanskeleg å svare på kven han meiner Kamfest er for sidan han kjem frå utsida, men viser til at fyrsteintrykket hans er at det er eit yngre publikum ved konsertane her enn det ville ha vore i delar av Storbritannia:

Michael: I think it [...] seems to be very, very much appreciated more here. It tends to be, a lot of the concerts in the UK as far as classical music is concerned, tend to be elderly people. But I think there's a lot more younger people here appreciating the music for what it is. [...] I only wish that more youngsters listen to it more deeply and profoundly than they do, because they're just going to brush it off as being

---

<sup>165</sup> Vaage (2017), «Norsk kulturbarometer 2016», 5.

classical music. No, I think there's a greater appreciation of it here, I can imagine, just looking around [...]

Andre publikummarar snakka også om at det verkar som det er eit relativt ungt publikum som besøker festivalen. Audun og Kristin er eit par i femtiåra som har reist frå Oslo til Trondheim for å dra på festival og besøke ein slektning som arbeider i administrasjonen til Kamfest. Dei samanliknar inntrykket dei har av publikumssegmentet i Kamfest med det dei er vande med frå Oslo, og har eit inntrykk av at Kamfest har eit relativt ungt publikumsgrunnlag. Audun etterlyser likevel publikumsgruppa som består av menn mellom 20 og 40 år. Stemmer Audun sine mistankar om at denne publikumsgruppa manglar? Norsk kulturbarometer viser ikkje spesifikt til at akkurat denne aldersgruppa menn manglar på verken konsertar generelt eller kulturfestivalar spesielt, men viser at til at det både er høgare interesse for å besøke kulturarrangement for kvinner enn menn i alle aldersgrupper,<sup>166</sup> og også at det i større grad er kvinner som faktisk besøker kulturarrangement.<sup>167</sup> Audun peikar altså på ein trend som delvis er dokumentert: det er færre menn som besøker kulturarrangement, men vi veit ikkje nok om korleis aldersgruppa 20-40 år er representerte av dei deltakande menn.

Det er vanskeleg å finne forskning som gir ein peikepinn på om Audun og Kristin sine påstandar om eit ungt Kamfest-publikum samanlikna med Oslo-publikum, stemmer. Det same gjeld Michael si forståing av at publikummet verkar yngre i Noreg og Skandinavia enn i delar av Storbritannia. Eg opnar for at Michael sitt utspel kan vere ei slags romantisering av norsk kulturliv frå ein britisk turist, utan at denne oppfatninga er forankra i publikumsstatistikk. Det same gjeld kanskje for påstandane til Audun og Kristin: det er gjort lite forskning på skilnader i kulturbruk mellom ulike norske storbyar. At Kamfest promoterer seg sjølv som ein ung festival kan ha gitt dei inntrykk av eit ungt publikumsgrunnlag, utan at eg har moglegheit til å kontrollere påstanden. Ein kan likevel stille spørsmål ved kva som er årsaka til inntrykka dei tre publikummarane sit med. Handlar det om marknadsføring og publisitet? Kanskje Kamfest faktisk lukkast med å nå eit yngre publikum? Kva er i så fall årsaka til det?

Fleire publikummarar var einig i at festivalen klarar å famne om eit nokså ungt publikum. Louise, den vaksne kvinna vi møtte heilt i starten av kapitlet, meiner at festivalen i utgangspunktet er for menneske i alle aldrar. Ho meiner at kammermusikken tradisjonelt sett var for dei meir velutdanna kretsane, men at Kamfest har tatt mange grep for å forsøke å gjere

---

<sup>166</sup> Ibid., 82.

<sup>167</sup> Ibid., 5.

festivalen til allemannseige. Ho trur at det er meint at heile byen skal føle seg velkommen, og ser at festivalen har brote nokre grenser når det gjeld å invitere nye grupper inn. Her nemnar ho blant anna det at Kamfest har tatt med seg musikken ut av konserthusa og ut på gata fleire år. Skal ein tru forskinga, er dette tiltak som kan fungere bra i eit inkluderande perspektiv.<sup>168</sup> Kulturinstitusjonar kan på denne måten møte publikummarar der dei er, noko som kan skape ein meir naturleg møtestad mellom institusjonen og potensielle publikummarar.

Nokre publikummarar viser at det ligg mange nyansar bak eit spørsmål om kven dei meiner Kamfest er for. Den unge komponisten Magnus meiner at festivalen i ånda er for «alle», men at den i praksis eksisterer for spesielt interesserte publikummarar. Også Johan, ein 58 år gamal musikk lærar, meiner at festivalen i praksis er for ein engasjert kjerne sjølv om målet til festivalen kanskje er å nå ut til alle delar av byen. Desse to publikummarane meiner altså at festivalen har eit mål om å vere open og inkluderande, men at dei ikkje lukkast heilt med det i praksis.

Kva kan vi lære av meiningane til Magnus og Johan om at festivalen ikkje nødvendigvis er så inkluderande som ein kan få inntrykk av? Vi kan blant anna sjå at desse publikummarane reflekterer over nokre av dei store utfordringane ved det å inkludere nye grupper til kulturlivet: både Magnus og Johan ser at det er fleire barrierar mellom folk og kulturinstitusjonar som ein må ta omsyn til dersom ein ønsker seg ein inkluderande festival. Her vil eg også vidareføre ideen frå førre kapittel om at Kamfest er ein festival som i stor grad arbeider innanfor publikumspotensialet sitt. Gjennom å forsøke å nå studentar og andre menneske som allereie er del av kulturmiljøet klarar dei nok å få fleire publikummarar inn, og kanskje også gjere publikumssegmentet yngre. Likevel er også meiningane til nokre publikummarar at festivalen ikkje lukkast med å verkeleg vere inkluderande, og at den til sjuande og sist er ein festival for det allereie integrerte publikummet. Som eg argumenterte for i førre kapittel, arbeider heller ikkje festivalleiinga aktivt med å nå publikumsgrupper som ligg utanfor publikumspotensialet sitt. Ein kan difor påstå at tilsette og publikum sine meiningar balanserast i argumentet om at Kamfest er ein festival som kanskje lukkast med å få eit større og yngre publikumsgrunnlag ved å satse på publikumsgrupper som er innanfor potensialet deira, men at festivalen ikkje arbeider aktivt med å nå andre grupper.

---

<sup>168</sup> Gran (2010), «Hva kan publikumsutvikling være?», 18–19; Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 8.

## Å forstå dei kunstnariske premissa

I refleksjon over kven Kamfest er til for høyrer det også heime ein refleksjon over kva som skal til for å kunne setje pris på kunsten som vert presentert på festivalen. Som ei forlenging av Bourdieu sine synspunkt,<sup>169</sup> vil eg argumentere for at det å utvikle forståing for ulike sjangrar og kunstformer er ein føresetnad for motivasjon til deltaking på kulturelle arrangement. I følge Bourdieu er dette i stor grad forankra i klasse og sosiale skilnader gjennom at dei som har kulturinteresserte foreldre også vil få trening i å forstå ulike typar kunst i oppveksten, og at kulturelle forbruksmønster difor vil kunne gå i arv.<sup>170</sup> På grunnlag av dette vil eg opne for at menneske som står på utsida av publikumspotensialet til Kamfest treng draghjelp å utvikle forståingsrammer for musikken som blir presentert på festivalen. Eg viser i dette delkapitlet korleis publikummarar reflekterer over det å stå på utsida av det kunstnariske: å ikkje forstå dei kunstnariske premissa. Vidare diskuterer eg korleis festivalkomponistordninga kan vere ein ressurs i arbeidet med å auke forståinga og interessa for samtidsmusikk blant publikum, og dermed som eit verkty for å introdusere menneske til musikk som hittil har vore ukjend for dei.

Fleire publikummarar reflekterer over det å stå på utsida av det kunstnariske: å ikkje forstå kva som føregår på scena og å vere redd for at denne mangelen for forståing kan gjere opplevinga ubehageleg eller keisam. For fleire av dei erfarne publikummarane opplevast dette i møtet med samtidsmusikk som dei ikkje kjenner særleg godt til. Andre reflekterer også over at denne kjensla også må vere gjeldande for dei publikummarane som kjem til festivalen for første gong, og som kanskje kjenner på avstanden mellom dei sjølve og det «innvia» publikummet. Michael, mannen som kom eins ærend frå Storbritannia for å oppleve Kamfest, påpeika at ein i all type musikk må ha verktya for å kunne forstå musikken for at ein skal kunne klare å setje pris på den. Magnus, den unge komponisten som eg introduserte tidlegare i kapitlet, argumenterer også for at ein som publikummar må forstå *premissa* til den kunsten ein skal oppleve for å kunne få gode opplevingar i møtet med kunsten. I dei neste avsnitta diskuterer eg Magnus sine refleksjonar rundt dette temaet.

Som komponist og musikkstudent brukar Magnus Kamfest som ein arena for læring og musikalsk eigenutvikling. Magnus hadde festivalpass, og har vore fast publikummar dei siste

---

<sup>169</sup> Bourdieu (1995), *Distinksjonen*, 86.

<sup>170</sup> Ibid.; Jenkins (2002), *Pierre Bourdieu*, 133.

åra. Eg intervjuar Magnus etter 3D-operaen *Blank Out* i Olavshallen, ei førestilling av festivalkomponist Michel van der Aa som brukte film, 3D-effektar og såkalla *sampling* som aktive verkemiddel. Fleire av publikummarane eg hadde snakka med så langt under festivalen, snakka om samtidsmusikk som ei vanskeleg kunstform som ein må øve seg på å verdsetje. Magnus var einig i dette, og snakka blant anna om at han sjølv hadde utvikla den musikalske horisonten sin mykje dei siste åra. Dette var i følgje han ei av årsakene til at han kunne setje så stor pris på førestillinga vi nettopp hadde vore på:

Susanne: For må ein, må ein forstå musikk?

Magnus: Nei. Nei, men, det må ein ikkje, men ein må forstå, ein må forstå premissa. [...] [N]år du, når du drar på kino og ser ein actionfilm, så veit du på ein måte kva du forventar, og eg trur det er det ganske mange på ein måte ikkje har, ikkje har opparbeida seg, ein slik, i den grad ein kan snakke om kunstnarisk kapital [i møtet med samtidsmusikk] [...] Mens, ja, slik som dei fleste eg kjenner som ikkje er musikarar, dei ville hatt, eg trur dei ville ha likt det om dei på ein måte fekk litt tid på å setje seg inn i det, og få litt, få litt kunnskap om det, men viss du på ein måte berre hadde kasta det ut, så hadde, delar hadde blitt tatt vel i mot, og delar hadde ikkje blitt tatt så vel i mot. At, det ville på ein måte, dei ville ha sett på kunstverket ut i frå premissa til noko anna. [...] Eller premissa til annan musikk.

Ein kan knyte Magnus sin ide om å forstå kunstnariske premiss til Bourdieu sine meiningar om persepsjon av kunst.<sup>171</sup> Utan å forstå det Magnus kallar dei kunstnariske premissa, har ein heller ikkje verkty til å bli motivert for kulturelle opplevingar. Ei utfordring med å knyte Bourdieu til Kamfest sitt tilfelle, er at Bourdieu sine tankar har oppstått i, og omhandlar, ei anna tid og eit anna politisk og kulturelt system enn det Kamfest har å ta omsyn til i 2018.<sup>172</sup> Eg vil blant anna opne for at dei sosiale og kulturelle skilnadane ikkje er like gjeldande i Noreg i dag enn i Frankrike på 70- og 80-talet. Ideen om at verdsetjing av kunst er ein trenn kapasitet er likevel noko vi kan ta med oss vidare: i møtet med ein festival som Kamfest må ein ta utgangspunkt i at publikummararar kan ha utfordringar med å forstå den kunsten som blir presentert, og dette kan i yttarste konsekvens gjere til at det finst eit skilje mellom dei menneska som *har* fått verktya til å verdsetje Kamfest sin musikk, og dei som ikkje har det.

---

<sup>171</sup> Bourdieu (1995), *Distinksjonen*, 217.

<sup>172</sup> Ruud (2016), *Musikkvitenskap*, 156–57.



Eg vil difor understreke viktigheita av å ta høgde for ulike forståingsrammer for kunst og kvalitet når kulturinstitusjonar skal arbeide med inkluderande publikumsutvikling.

Sidan fleire publikummarar snakkar om at samtidsmusikk spesifikt kan vere utfordrande å forstå, er det naturleg å diskutere festivalkomponistordninga i ein slik kontekst. Korleis kan ordninga fungere som ein ressurs for å auke forståinga for samtidsmusikken, og dermed vere eit verkty for å introdusere menneske for musikk dei ikkje er vande med å høyre? Peter, ein vaksen mann som bur i Trondheim i nokre år for å arbeide på museum, besøker festivalen for første gong i år. Han har delteke på til saman tre konsertar, kor to av dei har vore med musikk av festivalkomponisten. Peter likar musikk svært godt, men syns det er vanskeleg å setje ord på moderne musikk. Han skildrar opplevingane sine i møtet med musikken av festivalkomponist Michel van der Aa, slik:

Peter: In the beginning I found it a bit difficult to come to the music. But then, I think I really liked it. [...] [It is] difficult to talk about modern music because I am not a musician myself, so I need to connect to the music emotionally, and then sometimes it is difficult to say why I do and why I don't [like it]. But in this case, I trust it.

Peter skildrar korleis den emosjonelle lenka mellom han sjølv og musikken blir hans forståingsramme av det han høyrer. Det kan tenkjast at det er fleire publikummarar som har det på same måte som Peter: det kan vere vanskeleg å «kome til» musikken først, men når ein får moglegheit til å danne seg ei forståing blir det kanskje lettare å kunne verdsetje det ein høyrer. Det kan tenkjast at publikummarar som besøker fleire konsertar med musikk av festivalkomponisten, kan bruke ordninga for å danne seg ei slik forståing av musikken. Eit døme er Louise, sjukepleiaren som har delteke på festivalen sidan starten. Louise påpeikar at «samtidsmusikk kan vere litt sånn vanskeleg å lytte til, men så når ein har høyrnt nokon verk, [...] så ser ein samanheng, og så får ein større utbytte av det.» Ho skildrar korleis ho gjennom det å få førehandsinformasjon om musikken og komponisten får ei breiare forståing av musikken som vert spelt, spesielt om ein får med seg mange av dei arrangementa som omhandlar festivalkomponisten.

Gjennom festivalkomponistordninga kan publikum altså få moglegheit til å bli ekstra godt kjent med musikken til ein nolevande komponist, noko som kanskje kan fungere som eit verkty for å utvikle den kunstnariske forståingsramma deira. Den trettiåtte år gamle sjukepleiaren Ylva hadde nok eit nokså uventa møte med samtidsmusikken då ho besøkte

konserten 100% van der Aa under Kamfest.<sup>173</sup> Ylva har pleidd å gå på omtrent éin festivalkonsert kvart år. Difor kjenner ho til festivalen sitt konsept utan å påstå å ha særleg djup innsikt i festivalen. Då eg intervjuar Ylva før konserten, fekk eg inntrykk av at ho ikkje var førebudd på at ho var på veg inn på konsert med berre samtidsmusikk:

Susanne: Kva musikk er det du forventar å høyre her i kveld?

Ylva: Nei, kammermusikk! He-he! Eg har jo lese programmet og veit jo at det er klaver, og at det er *klassisk* musikk, då.

Susanne: Ja. Og korleis definerer du klassisk musikk?

Ylva: Korleis eg definerer det? [...] Det er jo på ein måte klassisk, Haydn, Mozart.

Konserten bestod i tre stykke av festivalkomponisten. Stykka inkluderte effektar som film og dansande utøvarar, og eitt av stykka blei avslutta med ein manuell metronom som sakte blei brakt i stillheit ved å bli pakka inn i tekstilar. Musikken opplevde eg som å eksistere midt i samtidsmusikksjangeren, med både elektroniske og manuelle musikalske element. Fordi eg hadde tenkt over den moglegheita at Ylva sat med heilt andre opplevingar enn ho kanskje hadde venta, bestemte eg meg for å oppsøke ho igjen etter konserten. Mistankane mine stemte: ho hadde blitt overraska over det ho hadde høyrte og sett under konserten, men hadde likevel hatt ei positiv oppleving. Ho snakka om musikken ho hadde høyrte som meir intuitiv og kunstnarisk, og at heile opplevinga var meir visuell enn ho hadde venta.

Kva kan ein lære av Ylva si festivaloppleving? For det første viser den at Kamfest kan fungere som ein dørøpnar for ny musikk for enkelte publikummarar. Her kan ein igjen vise til Kawashima sitt omgrep smakskultivering.<sup>174</sup> Kawashima opnar for at smakskultivering kan gjere publikummet meir open for nye uttrykk, men er som skildra skeptisk til at desse tiltaka kan fungere som inkluderingstiltak. Dette grunnjevast med at det ofte er dei som allereie kjenner til og besøker festivalen som let seg bli invitert til å utforske andre uttrykk, og at det er dei same publikummarane som dermed får moglegheit til å få utvida den kunstnariske horisonten sin. Likevel ser vi at eksisterande publikum kan få nye opplevingar gjennom smakskultiveringstiltaka til festivalen, og dette er Ylva eit godt døme på.

Festivalkomponistordninga kan altså fungere bra som eit tiltak for å utvide dei kunstnariske forståingsrammene til det publikummet som er engasjert nok til å besøke fleire konsertar med

---

<sup>173</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 17.

<sup>174</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 9.

musikk av festivalkomponisten. Dei publikummarane som besøker fleire festivalkomponistkonsertar, vil kanskje kunne bruke ordninga til å komme på innsida av musikk dei mest sannsynleg ikkje kjenner til. For andre publikummarar kan også festivalkomponistordninga vere ein inngang til å få smakebitar av annan musikk enn den dei i utgangspunktet engasjerer seg i. Dette er mogleg fordi fleire av festivalkomponistverka vert framførte i på konsertar som i hovudsak presenterer musikk som ikkje er del av festivalkomponistordninga. På fleire måtar kan altså festivalkomponistordninga fungere som tiltak for å utvide dei kunstnariske forståingsrammene til dei som besøker konsertane. Likevel må ein ta utgangspunkt i at tiltaket ikkje nødvendigvis fungerer optimalt i eit inkluderingsperspektiv, fordi det å verkeleg få utbytte av denne ordninga krev eit visst engasjement. Særleg gjeld dette når ein må besøke fleire slike konsertar for å klare å danne ei djupare forståing av den musikken som vert framført.

Som skildra i førre kapittel, er dei tilsette i Kamfest opptekne av korleis tiltak retta mot barn og ungdom kan hjelpe dei med å utdanne morgondagens publikum. Som ei forlenging av dette, er det naturleg å også presentere publikum sine historier knytt til desse tiltaka. Her kunne eg ha diskutert både Kamfest sine samarbeidsprosjekt med kulturskulen og Fargespill, TICC og akademi i tillegg barnedagen som vert kalla Fabelaktig formiddag. Av omsyn til kva eg har av datamateriale og kapasitet tek eg i dei neste avsnitta utgangspunkt i historiene til dei vaksne som eg møtte på Fabelaktig formiddag, og stiller meg spørsmåla: kva er verdien av ein slik dag, for både barn og vaksne? Korleis kan refleksjonane til dei eg møtte bidra til ei forståing av korleis Fabelaktig formiddag fungerer i eit inkluderingsperspektiv? Eg argumenterer her for at ein barnedag blir oppfatta som å ha stor eigenverdi i seg sjølv fordi barn og vaksne kan oppleve kultur i lag og fordi barna blir eksponert for andre kulturelle uttrykk enn det dei er vande med. I tillegg kan det at barna skal få oppleve kultur fungere som eit alibi for vaksne som kanskje ikkje ville ha prioritert kulturopplevingar til seg sjølv. Eg viser også at det å skulle vurdere slike tiltak i eit inkluderingsperspektiv kan vere avansert fordi barn i stor grad er del av dei vaksne sitt forbruksmønster, og fordi tiltak retta mot barn også bidra til å reprodusere dei kulturelle forbruksmønster som finst hos foreldra.

Ein av dei som reflekterer over verdien av ein slik barnedag, er den 39 år gamle musikk læraren Tora. Ho har med seg dottera si på Fabelaktig formiddag, og snakkar blant anna om korleis dei kulturelle uttrykka som dottera blir eksponert for i barnehagen godt kunne ha blitt utfordra:

Tora: Men eg tenkjer slik, [ho] går jo i ein ganske bra barnehage, men det er jo klart, det blir jo litt *mainstream*. Det blir jo litt sånn slå på Youtube, og så, så eg syns det manglar litt variert kultur og utanom-boksen-tilbod for barn, då. Så det er jo rart at, eg har jo vikariert i ein ungdomsskule og merkar at dei er jo vande med å høyre ein viss type musikk, og når det då kjem nokre andre ting så er det «rart», liksom. Så dei er jo vande med å høyre popmusikk, det er det dei blir mata mest med. Så det er kjempeviktig med slike festivalar som dette som har mykje variasjon, då.

Tora viser korleis Kamfest lagar eit tilbod for foreldre som ho, som meiner at barna har godt av å få andre kunstnariske inntrykk enn det dei får til vanleg. Det å bli kjend med ny musikk tek i følgje Tora tid, og at det ikkje nyttar å tvinge ny musikk på menneske som ikkje har verktya til å setje pris på den. Her kan ein igjen knyte inn argumenta til Bourdieu om at det å verdsetje ulik type kunst er noko ein lærer seg.<sup>175</sup> Difor gir det også meining at Kamfest gjennom desse tiltaka fokuserer på å gi barn og unge verktya til å forstå ulik type musikk gjennom til dømes slike barkedagar. Barna og ungdommane kan vere publikum ved festivalen i lang tid framover, og tiltaka kan difor fungere som langtidsinvesteringar i publikumsarbeid. Utfordringar ved desse tiltaka finst likevel. Bourdieu sin ide om at verdsetjing av kultur er ein trenn kapasitet er berre halvparten av argumentet hans: han påpeikar også at denne kulturelle kapitalen i stor grad er knytt til sosiale system som ofte reproduserast frå generasjon til generasjon.<sup>176</sup> I lys av dette må ein spørje seg kven sine barn som faktisk finn vegen til arrangement som barkedagen på Ringve. Som Tora også påpeikar tidlegare i intervjuet, kan det tenkjast at det er mange barn av musikarar og kulturelt interesserte foreldre som tek med barna sine på slike arrangement. For forskaren Egil Bjørnsen er det ikkje inkluderande publikumsutvikling når ein lukkast med å inkludere barna til det eksisterande publikummet: i så fall har ein berre nådd «kjernepublikummet uten barnevakt»,<sup>177</sup> altså eit publikum som uansett ville ha vore del av eit potensielt publikumssegment.

Sjølv om eg vil ta eit varsamt utgangspunkt i at mange av barna på Fabelaktig formiddag har foreldre som allereie er del av publikumspotensialet til Kamfest, må ein også vurdere moglegheita for at folk som ikkje er del av det umiddelbare publikummet til Kamfest også kan finne vegen inn i festivalen gjennom slike tiltak. Ei kvinne eg møtte på Fabelaktig formiddag, Grete, er eit godt døme på ein publikummar som ikkje direkte er del av

---

<sup>175</sup> Bourdieu (1995), *Distinksjonen*, 86, 217.

<sup>176</sup> Ibid., 86.

<sup>177</sup> Bjørnsen (2010), «Publikumsutviklingens begrensninger», 112.

publikumspotensialet til Kamfest. Ho arbeider med heimesjukepleie i ein kommune eit stykke utanfor Trondheim, og har med seg barnebarnet sitt til Ringve denne dagen:

Susanne: Kva syns du om heile det her konseptet med å ha ein heil dag for barn?

Grete: Ja, det ser jo kjempebra ut. [...] Men eg stiller med blanke ark, for eg har ikkje vore på Ringve før, og er ikkje på så mange slike arrangement, vi har ikkje *så* mykje slikt på landet.

Grete pleier altså ikkje besøke kulturarrangement så ofte. Når eg spør ho om kva musikk ho vanlegvis likar å høyre på, svarar ho:

Grete: Eg er glad i salmar, eg då. [...] Elles så er det litt forskjellig. Eg er ikkje så voldsamt musikkinteressert, og eg forstår meg ikkje så mykje på det, men eg likar musikk, og eg likar å vere med og syngje med på allsong, og, ja. [...] Eg kjenner at det gir, å gå på museum og å vere med på noko kulturelt, det opplever eg som litt sånn ro for sjela og mat for tanken og alt, he-he! Alt i hop!

Eg vil påstå at Grete kjem frå utsida av det umiddelbare publikumspotensialet til Kamfest: ho bur ikkje i byen og kjenner ikkje til festivalen, og har heller ikkje eit variert kulturtilbod å besøke der ho bur. Likevel er Grete positiv til at dagen på Ringve kan bli ei god oppleving for både barnebarnet og ho sjølv. Grete snakkar til og med om kulturelle aktivitetar som «ro for sjela og mat for tanken», noko som kanskje vitnar om at ho er glad i å oppleve kunst og kultur sjølv om ho gjer det sjeldan. Det at Grete kunne ta med barnebarnet sitt på denne dagen kan hende fungerte som eit slags alibi for at ho sjølv også kunne få oppleve litt kultur. Om dette er tilfelle, kan ein argumentere for at Kamfest gjennom å invitere barna inn, også kan klare å invitere enkelte vaksne publikummarar som ikkje vanlegvis besøker kulturarrangement, men som let seg bli invitert inn til festivalen gjennom at barna skal få oppleve kultur.

Kva skal eigentleg til for at småbarnsforeldre med ulike kulturelle forbruksmønster finn vegen til kulturarrangement, og korleis heng dette saman med økonomi og sosiale skilnader? Erlend Nyhammer har i si masteroppgåve gjort ein kvantitativ studie på kulturelle forbruksmønster i Noreg. Han finn at dei som har små barn generelt sett har lågare deltakingsfrekvens enn andre.<sup>178</sup> Det å skulle delta på arrangement vert ofte nøye vurdert mot det meir praktiske alternativet: å bli heime. Som forskar Ellen McGuirk også skildrar, kan det tenkjast at det er store skilnader mellom menneske som har vore aktive kulturkonsumentar før dei fekk barn,

---

<sup>178</sup> Nyhammer (2008), «Mellom habitus og frihet», 100.

og dei som ikkje var det i like stor grad.<sup>179</sup> Ho skildrar eit døme kor ei aleinemor med små barn og ein vanskeleg økonomisk situasjon får eit tilbod om gratisbilletter til eit kulturarrangement. Dersom kvinna aldri har vore ein aktiv kulturkonsument, er det også stor sjansje for at ho ikkje vel å bruke gratisbilletten. Årsaka er kanskje det at ho blir bekymra for å ikkje forstå dei sosiale og faglege kodane for besøket. I tillegg kan det hende ho er redd for at barnet skal opparbeide seg ei slags forståing av eit felt ho sjølv ikkje føler seg som ein del av, noko som igjen kan bidra til ein slags kulturell avstand innad i familien.<sup>180</sup> Sjølv om billetten til arrangementet er gratis, er verken kafeen, butikken eller bussturen dit gratis. På denne måten blir det mindre aktuelt for kvinna å ta med seg barn på kulturarrangement, sjølv om kulturinstitusjonen kanskje følte at dei la godt til rette for inkludering gjennom å tilby gratisbilletter.

McGuirk viser her korleis kulturelt forbruk i høgaste grad kan gå i arv, og skildrar samtidig ein viktig del av utfordringa med det å drive med inkluderande publikumsutvikling. Som Kawashima også viser til, finst det mykje forskning som hevdar at det å fjerne barrierar som til dømes inngangspengar på eit arrangement, teoretisk sett ikkje vil vere effektivt nok.<sup>181</sup> Årsaka til dette er nok som både Bourdieu og andre argumenterer for: å kunne konsumere kultur er ein trena kapasitet som ikkje kjem av seg sjølv. Altså er det ofte djuptgåande strukturar som sosiale og kulturelle skilnader som gjer at enkelte grupper ikkje er forbrukarar av kultur.<sup>182</sup> Difor er det å arbeide med publikumstiltak retta mot barn på eit vis meir komplekst enn å arbeide med vaksne fordi barna i stor grad er del av foreldra sitt forbruksmønster. Utan informasjon om kva foreldre og barn som faktisk dukka opp på barnedagen, er det også vanskeleg å konkludere med kva tiltak som kan fungere for å legge til rette for at Fabelaktig formiddag kan vere eit inkluderingsiltak. Ein kan likevel argumentere for at det å utføre publikumsundersøkingar og meir målgruppeleia publikumsutvikling på sikt vil kunne tilføre meir mangfald i tiltaket, noko som igjen vil kunne utfordre den reproduksjonen av sosiale skilnader som ein kan tru finst i dei kulturelle forbruksmønsterane til publikummarane til Kamfest.

---

<sup>179</sup> McGuirk (2010), «Tørst og tørke», 85–86.

<sup>180</sup> Ibid., 86.

<sup>181</sup> Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 21.

<sup>182</sup> Ibid.

Oppsummeringsvis vil eg påstå at Fabelaktig formiddag kan fungere for å invitere inn ulike barnefamiljar til Kamfest, og at tiltaket har ein eigenverdi i seg sjølv ved å tilby ein arena kor barn og vaksne kan oppleve kultur saman. Dei familiare som tek turen til barkedagen har moglegheit til å komme i kontakt med levande musikk og å få gode opplevingar for barn i dei fleste aldersgrupper. Barkedagen kan også fungere som eit slags alibi for vaksne som ikkje vanlegvis opplever så mykje kultur, men som gjerne vil at barna skal få ei god kulturell oppleving. Skal ein forstå forskinga rett, må ein likevel ta atterhald om at det også her vil vere skilnader mellom kven som vel å ta turen til eit slikt arrangement. Småbarnsforeldre som allereie er kulturkonsumentar har nok større sannsyn for å besøke slike arrangement, og tiltaka *kan* difor bidra til å reprodusere sosiale og kulturelle skilnader gjennom generasjonar.

### **Konsertserien Hjemme hos: meirsmak, men for kven?**

Tidlegare har eg skildra korleis konsertserien Hjemme hos har blitt ein viktig del av Kamfest sitt program dei siste åra. Dei tilsette snakka om serien som del av fleire annleis tiltak som kan bidra til å gjere festivalen endå meir nyskapande og aktuell. Hjemme hos-konsertane dyrkar det tradisjonelle ved festivalen ved at ein går tilbake til der kammermusikken ein gong starta: i folk sine heimar. I tillegg er sjølve ideen om å bringe musikken ut av konserthusa og inn i folk sine vanlege liv del festivalen sin verdi om å vere nyskapande. Eg viser i dette delkapitlet korleis konsertserien har gitt meirsmak til fleire av dei publikummarane som har delteke, særleg på grunn av formatet: det at publikum kjem såpass nært muskarane vert opplevd som ein ekstra dimensjon til konsertopplevinga. Likevel påpeikar eg at fleire publikummarar kjenner på tersklar for å besøke Hjemme hos-konsertar, og at konsertserien difor kan møte utfordringar i det å invitere nye grupper inn.

Sjølv om få av publikummarane eg snakka med hadde vore på Hjemme hos-konsertar, var det mange som hadde meiningar om dei. Publikummaren Hans har aldri besøkt slike konsertar, men er svært positiv til prosjektet: «Og så har dei gjort nokre spennande grep, nemlig ved å la kammermusikken også røre seg ut av konsertsalen og dit kvar den eigentleg [...] starta, nemleg i private heimar. *Det* syns eg er eit utruleg spennande grep, altså.» Hans sin entusiasme for Hjemme hos-serien delast av fleire. Eg går tilbake til sjukepleiaren Louise som blei introdusert tidlegare i kapitlet. Ho har besøkt Hjemme hos-konsertar fleire år, og fortel om kor spesielt det er å kome så nært muskarane:

Louise: Eg har også vore på, i år har eg ikkje komme meg til nokre av desse Hjemme hos-konsertane, men [...] i fjor var eg i Thomas Angells stuer, og.. også året

før var eg i biskopens bustad. Så har eg våre oppe i eit hus oppe i Lillegårdsbakken, og det der med å komme inn i folk sine stover, [...] du har nesten muskarane sittande på fanget, ikkje sant? Det syns eg var heilt fantastisk. [...] Den der heilt tette kontakten. Du ser kvar trekning, du ser, heile sånn.. altså, det er slik nærvær i musikken kor du har muskarane heilt tett på. Du ser liksom korleis dei arbeider, ikkje sant? Det ser ein ikkje noko av her i Olavshallen, korleis fiolinisten liksom, på ein måte får pusten til å passe med [musikken], [...] men det ser ein liksom når ein sit heilt [nært].

Louise skildrar det å vere så nær muskarane som noko som komplimenterer konsertopplevinga hennar. Eg vil argumentere for at Kamfest har klart å skape ei konsertform som tilbyr ei anna kunstnarisk oppleving nettopp fordi publikum kjem såpass tett på muskarane, både i sjølve musiseringssituasjonen men også i dei sosiale situasjonane som oppstår før og etter konsert.

Eg vil knyte opplevingane til Louise med ein ide publikummaren Karianne skildra: Kamfest lukkast i å skape varierende konsertsituasjonar fordi konsertane er i forskjellige *rom*, forskjellige *kammers*. Karianne hadde sett Come Shine to gonger med berre éin dags mellomrom<sup>183</sup> og skildra to svært forskjellige opplevingar, og forklarte dette med at romma var så forskjellige. Når Karianne snakka om rom, tolkar eg det som ikkje berre eit omgrep på det fysiske rommet, men også eit omgrep på den kommunikasjonen som kan oppstå på innsida at dette rommet. Ein kan argumentere for at kommunikasjonen på ein Hjemme hos-konsert vert annleis enn den ville ha vore i ein stor konsertsal, både verbalt gjennom at det kanskje er lettare å komme i kontakt med muskarar, publikummarar og arrangørar, men også gjennom det musikalske. Som Louise skildrar tillèt Hjemme hos-romma at ein kjem tettare på musikken, at ein ser muskarane puste saman, kommunisere med blick og gestar. Hjemme hos-konsertane kan altså fungere som eit annleis rom å arrangere konsertar i. For nokre publikummarar, som til dømes Louise, er styrken til nettopp desse Hjemme hos-romma at ein kjem såpass nært på utøvarane.

Karianne fortalte også om si eiga Hjemme hos-oppleving. Ho deltok på éin Hjemme hos-konsert dette året.<sup>184</sup> Konserten ho skulle delta på var det venninna hennar som var vert for, og Karianne innrømte at det å støtte opp om venninna var hovudgrunnen til at ho gjekk på

---

<sup>183</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2018), «Komplett festivalprogram», 11, 14.

<sup>184</sup> Ibid., 14.



konserten. Karianne hadde først vore litt skeptisk til det å skulle gå på Hjemme hos-konsertar folk fordi ho meinte det er eit nokså krevjande konsertformat:

Karianne: [K]va slags folk er det som går på konsertar heime hos andre, og som tør å gjere det? Og for det første er det jo eit utrulig modig prosjekt, for du sit jo inne i stova til folk, og så har kammermusikkfestivalen med nokre klappstolar, og så gjer ein liksom det beste utav det.

Karianne var blant anna bekymra for at vertskapet ville føle at dei måtte småprate med både musikarar og publikum, at publikum følte at dei ville bryte inn i privatlivet til vertskapet, og at musikarane og arrangørane ville møte store utfordringar i å gjere ein heim til ei fungerande konsertscene. Karianne fortel at ho er ein ganske utåtvend person men som likevel er ganske privat, og ho var bekymra for at opplevinga ville kjennast invaderande for hennar eige eller venninna sitt privatliv. Likevel skildrar Karianne ei positiv Hjemme hos-oppleving som ikkje blei så invaderande og krevjande som ho hadde sett føre seg. Ho opplevde at folk oppførte seg omtrent som dei var på ein «vanleg» konsert, og følte ikkje på eit press for å småprate med dei andre publikummarane. Når konserten var ferdig, klappa publikum og gjekk heim:

Karianne: [E]in genial ide! Så det var ikkje så invaderande som eg trudde det skulle vere, då, både for meg som publikummar og for så vidt eigentleg også der litt, fordi den heimen der er litt som min andre heim, så det var nesten heime hos meg også, men eg følte det ikkje invaderande i mitt privatliv.

Sjølv om Karianne fekk ei positiv oppleving med Hjemme hos-konserten ho deltok på, set ho fingeren på utfordringar ved prosjektet som andre på festivalen også er opptekne av å snakke om. Publikummaren Geir er i dag pensjonist, men har brukt store delar av livet på musikkmiljøet i Trondheim som både publikummar og amatørutøvarar. Han anslår sjølv å ha vore på mellom 1500 og 2000 konsertar i Trondheim i løpet av livet, og har delteke på Kamfest i mange år. Det at Geir kjenner dei som arbeider «oppå her» (kulturarrangørar som Kamfest med kontor i andre etasje av Dokkhuset) skildrar han som eit grunnlag for at han fleire gonger har kome med innspel til dei forskjellige arrangørane, og at han dermed føler at han har påverknadskraft i det lokale kulturlivet. Geir besøker ikkje Kamfest like mykje som han gjorde før, og meiner årsakene til det er at festivalen i for stor grad er fysisk spreidd i byen. Her siktar Geir blant anna til Hjemme hos-konsertane, og seier at sjølv om tiltaket sikkert er hyggeleg for dei som kjenner dei som bur i desse heimane, gjer det også at festivalen vert mindre aktuell for han. Det å måtte reise ut frå byen for å dra på konsert er ein

terskel for Geir, og det at konsertane er heime hos menneske han ikkje kjenner bidreg nok ikkje til å gjere konsertane meir aktuelle. I intervjuet minnst han dei tidlegare åra til Kamfest, og meiner at festivalen då i større grad var sentrert rundt dei bynære lokala.

Både Karianne og Geir set fingeren på barrierar publikum kan kjenne på i møtet med Hjemme hos-konsertserien. Medan det å skulle reise utanfor byen og inn i framande menneske sine heimar er ein terskel for Geir, er Karianne meir bekymra for dei sosiale utfordringane som kan knytast til det å ha konsert heime hos folk. Eg vil argumentere for at tersklane som dei to publikummarane snakkar om også kan vere aktuelle for fleire. Hjemme hos-konsertserien kan representere eit krevjande konsertformat som på fleire måtar kan arbeide i mot ideen om at serien er meint som eit inkluderingsiltak.

Som skildra i førre kapittel, er det å komme seg ut av konserthusa eit godt utgangspunkt for kulturinstitusjonar som ønskjer å arbeide med inkludering.<sup>185</sup> I tilfellet med Hjemme hos kan eg gå ut i frå at dei som bur i nærleiken av og kjenner dei som har konsertar heime hos seg, kan oppleve ein senka terskel for deltaking. Eg påpeikar likevel i dette delkapitlet at konsertserien sitt format kan vere krevjande, og at dette kan bidra til å auke terskelen for deltaking. Dette gjeld ikkje berre dei publikummarane som kjem frå utsida av publikumspotensialet, men også for dei som i stor grad er forbrukarar av kultur frå før. Paradoksalt nok er det også sjølve konsertformatet som gir enkelte publikummarar eit stort engasjement for konsertserien: det å få moglegheit til å komme såpass nær muskarane og å kjenne på den intime kommunikasjonen som kan oppstå på innsida av eit Hjemme hos-rom omtalast som noko som bidreg til ei positiv konsertoppleving.

## Oppsummering

Eg har i dette kapitlet tatt utgangspunkt i publikum sine historier, og stilt meg spørsmåla: kva motivasjonar ligg til grunn for publikum si deltaking på Kamfest? og: korleis kan publikum sine historier og refleksjonar bidra til debatten om publikumsutvikling og inkludering i ein kulturinstitusjon som Kamfest? Kapitlet er ei forlenging av argumenta eg framstilte i kapittel éin ved at publikum sine meiningar ofte står i stil med dei tilsette sine: Kamfest er ein meningsgivande og aktuell festival for publikummarane sine, men festivalen bidreg også til eit system som gjer kulturlivet mindre inkluderande enn det har potensiale til å vere. Gjennom

---

<sup>185</sup> Gran (2010), «Hva kan publikumsutvikling være?», 18–19; Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 8.

dei refleksjonane publikum har gjort over barrierar ein kan kjenne på i møtet med ein kulturinstitusjon og med ulike sjangrar og kunstformer, har dei også bidrege til debatten om korleis ein kulturinstitusjon som Kamfest kan arbeide vidare med å bli meir aktuell for nye publikumsgrupper.



## Inkludering, kunstnarisk ansvar og definisjonsmakt over kvalitet: diskusjon og konklusjon

---

Då eg bestemte meg for å skrive masteroppgåve om Kamfest, var eg grunnleggande imponert over festivalen. Eg hadde inntrykk av at dei gjorde «alt rett»: dei hadde eit ungt publikum, den visuelle profilen deira var røff og innbydande, programmet var annleis og nyskapande, og festivalleinga verka som ein ungdommeleg gjeng. Dei klarte å tilbakevise stereotypar ved klassisk musikk, syns eg, og dei viste publikum kva fantastiske hemmelegheiter som låg bak den musikken mange hadde eit likegyldig forhold til. Med frivilligpass kunne eg i 2017 besøke omtrent alle konsertane,<sup>186</sup> og mangfaldet av kulturuttrykk imponerte meg. Eg kunne gå i Frimurerlogen for å høyre tradisjonell kammermusikk, men eg kunne også gå på tyrolarpub på Heidis Bier Bar, eller på folkemusikkjam på Dokkhuset. For å ikkje snakke om å få bakoversveis av messing og orgel i Nidarosdomen! Kva hadde denne festivalen, som liknande institusjonar mangla?

Eg blei fort åtvara mot å gå inn i dette prosjektet med eit for stort personleg engasjement. Musikk- og fagkyndige eg snakka med stilte spørsmål: festivalen har jo nokre nyskapande tiltak, men kva med den tradisjonelle kammermusikken som framleis er hovudtyngda i programmet? Kva ligg eigentleg bak tala som seier at festivalen har eit ungt publikum?<sup>187</sup> Nokre syns sjølv at dei hadde sett for mykje grått hår på Kamfest til at dette kunne vere ein festival med relativt låg gjennomsnittsalder. Etterkvart starta også eg å stille spørsmål. Kan det hende at eg er for langt inne i miljøet til å sjå at det også er utfordringar i festivalar som gjer «alt rett»? Kan salstala til festivalen spegle andre strukturar i lokalmiljøet vårt, som til dømes sosiale og kulturelle skilnader? Kva betyr det eigentleg at eg som forskar er ein så integrert del av miljøet rundt Kamfest?

Gjennom arbeidet med denne oppgåva har ikkje nødvendigvis engasjementet mitt for Kamfest blitt redusert. Det at eg no har opparbeidd meg mykje kunnskap om festivalen, har faktisk gjort at eg nyleg har blitt valt inn i festivalen sitt styre, og at eg på denne måten kan få lov til å bidra. Prosjektet har heller gjort meg meir bevisst på kva kulturelt engasjement eigentleg kan representere. Det at eg nyt å gå på kammermusikkfestival seier noko om meg, dei kulturelle forbruksmønstera eg er oppvaksen med, og at eg no er del av eit musikkengasjert studentmiljø

---

<sup>186</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2017), «Komplett festivalprogram».

<sup>187</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2017), «Studenter i kø for Kamfest» [13.5.19].

som byggjer opp om entusiasmen min. Det at *eg* trivast med å besøke ein festival som Kamfest, betyr rett og slett at *eg* har funne ein festival som går godt saman med mine forventningar. Det at *eg* besøker Kamfest bidreg til å underbygge min identitet som konsertgjengar og som Kamfest-publikummar, og gjennom denne kulturen søker *eg* saman med dei menneska som trivst med dei same kulturelle uttrykka som meg sjølv.

Det er noko grunnleggande ekskluderande i dette. Kulturinstitusjonar kan så enkelt bli instansar for samansmelting av menneske med like interesser, utan visjon om å inkludere fleire eller andre publikummarar. Som tidlegare festivalsjef i samtidsmusikkfestivalen Ultima, Geir Johnson, påpeikte i 2008, hadde han ingen ambisjonar om å nå fleire publikummarar.<sup>188</sup> Johnson meinte det var urealistisk å håpe på ei publikumsauke i festivalen, fordi det i følge han ikkje var nok menneske med interesse for samtidsmusikk. Festivalsjefen sine haldningar vitnar om eit ønske om å skape ein institusjon av og for dei sirklane av publikummarar som allereie er interessert. Kvifor skal kulturinstitusjonar måtte fokusere på noko anna enn å skape kunst for dei publikumsgruppene som faktisk set pris på nettopp denne kunsten? Men også: må kulturinstitusjonar alltid bli breiare, større og ha meir innverknad i folk sine liv? Vil vi få større mangfald i kulturlivet ved at alle institusjonar skal forsøke å tiltrekke seg fleire publikumsgrupper, eller vil det berre føre til fleire like kulturinstitusjonar?

Det er kanskje for å arbeide i mot slike ekskluderande tendensar at ein inkluderande, nasjonal kulturpolitikk er nødvendig. Kultur *er* allereie ekskluderande ved at vi søker saman med menneske med liknande kulturelle forbruksmønster som oss sjølv, og desse tendensane kan bli understreka av haldningar som dei Geir Johnson representerte. At inkludering er forankra i kulturmeldingar og andre kulturpolitiske instansar, gir ingen garanti for at ekskluderande tendensar er i tilbakegang i norske kulturinstitusjonar. Kulturelle forbruksmønster er jo framleis skeivt fordelte mellom delar av befolkninga, til tross for ei lang historie med kulturpolitisk fokus på jamnare fordeling av kulturelle gode.<sup>189</sup> Publikumsutviklingsfeltet er einige om at det må mykje tålmod og innsats til for å kunne hanskast dei djuptgåande strukturane som skapar desse skilnadane. Mitt inntrykk er at det ofte er kulturinstitusjonane, og ikkje berre dei politiske myndigheitene, som blir oppfordra av publikumsutviklingsfeltet til å ta grep for eit meir inkluderande kulturliv. Dette kan kanskje seie noko om kor kompleks utfordringa om inkludering i kulturlivet eigentleg er: utan at både politiske myndigheiter og

---

<sup>188</sup> Johansen (2008), «Ultima:– Stiller i egen klasse» [6.5.19].

<sup>189</sup> Vaage (2017), «Norsk kulturbarometer 2016», 5.

kulturinstitusjonane har samla kunnskap og motivasjon til å arbeide med inkludering, vil ein kanskje ikkje sjå dei store resultatane. I så fall kan det hende at inkludering blir eit slags «tomt» omgrep som brukast av ulike aktørar for å vise at dei bryr seg om mangfald, men som i praksis ikkje vil ha konsekvensar for publikumsgrunnlaget eller haldningane som finst i institusjonane.

Det er altså lagt ned ein del arbeid i å overtyde kulturinstitusjonane om å satse på inkluderande publikumsutvikling. Handboka «Mangfold i kulturlivet» av Interkultur i Drammen kommune er kanskje den nyaste i rekka av liknande handbøker og artikkelsamlingar som er laga for kulturinstitusjonar i arbeidet med inkludering og mangfald.<sup>190</sup> Desse handbøkene bidreg i mi meining til kunnskap om at nye publikumsgrupper kan vere ein ressurs for institusjonane, samt forslag til ulike tiltak og strategiar som kan setjast i verk. Nokre av desse handbøkene inneheld også kjenneteikn ved såkalla inkluderande institusjonar: dei institusjonane som har lagt ned eit stort arbeide i å nå nye publikumsgrupper, og som ser effekten av dette i sine publikumsundersøkingar. I det neste delkapitlet diskuterer eg nokre av desse kjenneteikna opp mot Kamfest sine tiltak. Målet med denne samanlikninga er å kunne belyse dette spørsmålet: er Kamfest ein inkluderande festival? Ein diskusjon om kulturelt ansvar for inkludering og publikumsutvikling, er del av samanlikninga.

### **Inkludering i Kamfest: kven sitt ansvar?**

Nokre av dei kjenneteikna som ligg ved såkalla inkluderande kulturinstitusjonar, har eg diskutert tidlegare i oppgåva. I kapittel éin diskuterte eg til dømes at å gå over til målgruppeleia publikumsutvikling er anbefalt samanlikna med det å halde fram med eit produktleia fokus.<sup>191</sup> Eg fann at dei tilsette i Kamfest ikkje nødvendigvis er motivert for å nå spesifikke målgrupper som er utanfor publikumspotensialet. Festivalen satsar på dei som har størst sjanse for å bli overtydd til deltaking, altså publikumsgrupper som er innanfor publikumspotensialet. I følge dei tilsette er det hos desse gruppene, som til dømes hos studentar, at festivalen verkeleg kan auke sin tilslutnad. I spørsmålet om kva grad Kamfest nyttar målgruppeleia eller produktleia publikumsutvikling, kan ein konklusjon gå slik:

---

<sup>190</sup> Interkultur (2019), «Mangfold i kulturlivet»; Danielsen red. (2010), *Om publikumsutvikling*; Smyth (2004), «Not for the Likes of You»; Maitland (2000), *A guide to audience development*.

<sup>191</sup> Maitland (2000), *A guide to audience development*; Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 23–24.

Kamfest nyttar stort sett produktleia publikumsutvikling gjennom deira tru på at publikum kjem til å besøke festivalen så lenge det kunstnariske produktet er bra nok. Festivalen brukar også til ei viss grad målgruppeleia publikumsutvikling, men då i retning av publikumsgrupper som allereie er innanfor publikumspotensialet. Kvifor uttrykker festivalleiinga tvil om at publikumsgrupper på utsida av publikumspotensialet ikkje berre eksisterer, men også kan vere ein ressurs for dei? Seinare i diskusjonskapitlet skal eg diskutere vidare kva som kan vere årsaka til denne tvilen, og korleis ein eventuelt kan motivere kulturinstitusjonar som Kamfest til å tørre å satse i denne retninga.

Ein anna kjenneteikn ved dei såkalla inkluderande kulturinstitusjonane, er at dei søker kunnskap om både publikum og ikkje-publikum.<sup>192</sup> Anne-Britt Gran argumenterer for at kulturinstitusjonar bør gjennomføre publikumsundersøkingar: «Kulturlivet har kun en omtrentlig forestilling om eget publikum, og enda mer omtrentlige forestillinger om ikke-brukerne».<sup>193</sup> Kunnskapen som kan ervervast gjennom undersøkingar på ikkje-publikum sine motivasjonar til å delta, kan brukast til å legge til rette for at desse publikumsgruppene får behova sine møtt.<sup>194</sup> Eg kjenner ikkje til at Kamfest har utført undersøkingar på publikumsgrupper som ikkje allereie besøker festivalen. Som Noline viser i eitt av sine intervju, er dei derimot interessert i å utnytte den kunnskapen dei kan erverve gjennom å undersøke faktiske salstal. Gjennom desse tala kan dei finne ut kva tiltak som er mest appellerande for til dømes studentar som publikumsgruppe. Sjølv om denne interessa for kunnskap om publikum kan bidra til å gjere festivalen endå meir appellerande for til dømes studentar, vil nok endå meir ambisiøse publikumsundersøkingar, særleg retta mot ikkje-publikummarar, bidra til å kunne gje ei større innsikt i korleis festivalen kan bli aktuell for nettopp desse gruppene.

Det å bringe kulturen ut av dei etablerte konserthus, er også skildra som eit kjenneteikn blant dei inkluderande institusjonane.<sup>195</sup> Dette skildra eg i mine diskusjonar om konsertserien Hjemme-hos, som av nokre tilsette og publikummarar vert snakka om som eit

---

<sup>192</sup> Handeland (2019), «– Det kan handle om inntekt eller inkludering» [30.1.19], intervju av Danby Choi.

<sup>193</sup> Gran (2010), «Hva kan publikumsutvikling være?», 14.

<sup>194</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 18, 39–40; Handeland (2019), «– Det kan handle om inntekt eller inkludering» [30.1.19], intervju av Danby Choi; Interkultur (2019), «Mangfold i kulturlivet», 16, 20.

<sup>195</sup> Gran (2010), «Hva kan publikumsutvikling være?», 18–19; Kawashima (2000), «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», 8.



inkluderingsiltak. Eg argumenterte for at sjølv om Kamfest tek med seg musikken ut av konserthusa i konsertserien, må ein spørje seg kva publikum dei når på grunnlag av heimane dei vel å ha konsertar i. Det å komme seg ut av konserthusa er likevel noko festivalen har vore opptekne av å gjere, blant anna gjennom uteførestillingar tidlegare år. Slike tiltak vil kanskje kunne gjere festivalen meir synleg og tilgjengeleg.

Eg vil likevel stille spørsmål ved om det å arrangere konsertar utandørs vil kunne bidra til å redusere dei djuptgåande strukturane som kan gjere at enkelte publikumsgrupper står på utsida av publikumspotensialet. Det å kunne oppleve gratis kultur utandørs kan nok vere givande for menneske som er glad i å oppleve kultur, men det er framleis ein sjanse for at menneske som står på utsida av publikumspotensialet vil gå rett forbi slike arrangement. Eg vil også ta høgde for at kulturelle forbruksmønster kan ha endra seg sidan ein del av fagtekstane som anbefaler kultur utanfor konserthusa, blei publiserte. Kan det hende at ei tid med Netflix og sosiale media vil kunne redusere den tida vi er utandørs og tilgjengeleg for kulturelle opplevingar? I så fall kan det hende at kulturinstitusjonane må arbeide meir kreativt med slike tiltak. Blant anna kan ein kombinasjon mellom utandørs førestillingar, publikumsundersøkingar og målgruppeleia publikumsutvikling kanskje vere fruktbart i dette tilfellet. Utandørs førestillingar i område med låg deltakingsfrekvens, kor festivalen har kunnskap om kva fordelar befolkninga i desse områda kan søke ved eit kulturarrangement, og kor marknadsføringa tek høgde for at folk har ulike føresetnader for å verdsetje ulik kultur, hadde vore eit spennande pilotprosjekt. Det å satse på slike djuptgåande inkluderingsiltak krev nok store ressursar, og tilsette bør vere motiverte og ha tru på at slike tiltak vil kunne fungere på sikt. Eg har inntrykk av at det er få kulturinstitusjonar som satsar såpass tungt og breitt på inkluderande publikumsutvikling. Manglande motivasjon, kunnskap og økonomi hos festivalen kan vere nokre av årsakene til det. Det er kanskje difor publikumsutviklingsfeltet satsar såpass tungt på å informere kulturinstitusjonar om inkluderande publikumsutvikling: motivasjon og kunnskap om mangfald og inkludering kjem ikkje av seg sjølv, men er føresetnader for å utfordre dei eksisterande framgangsmåtane.

Eit anna kjenneteikn ved dei såkalla inkluderande kulturinstitusjonane, skildrast av Donatella De Paoli. Ho argumenterer for at eit fokus på publikumsutvikling bør vere forankra i heile kulturinstitusjonen, at leiarar og tilsette bør ha publikum som sin hovudaktivitet, og at dei saman bør dei bygge ei felles merkevare for institusjonen.<sup>196</sup> Denne merkevara kan til dømes

---

<sup>196</sup> De Paoli (2010), «Hvordan organisere seg fram til bedre publikumsutvikling?».

forankre inkludering og mangfald som del av institusjonen sine kjerneverdier – og dermed som ei felles retning for alle som arbeider der. Eg har i kapittel éin belyst korleis Kamfest si publikumsutvikling forplantar seg i institusjonen, og argumentert for at minst to roller pregar institusjonsstrukturen deira. Medan den eine rolla omhandlar arbeid med den kunstnariske integriteten til festivalen, omhandlar den andre eit arbeid med å få seld festivalen gjennom marknadsføring og publisitet. Det at begge desse rollene vert omtala som publikumstiltak av dei tilsette, gjer ikkje nødvendigvis at Kamfest er ein fullgod kandidat for det De Paoli meiner er eit organisasjonsbasert fokus på publikumsutvikling. Eg problematiserer blant anna at dei tilsette har ulike måtar å tenke publikum på, og at dette kan ha konsekvensar for denne merkevarebygginga som skal kunne foreine institusjonen og legge til rette for ei publikumsutvikling med gjennomslagskraft. Spørsmålet vidare blir i kva grad institusjonar som Kamfest bør legge om sine særeigne strategiar dersom dei skulle ønskje seg ei meir inkluderande tilnærming til publikumsutvikling. Kva strategi skal dei i så fall nytte, og kven kan vere deira støttespelarar og pådrivarar for ei slik endring i publikumsutviklinga sitt namn? Dette vert ytterlegare diskutert seinare i kapitlet når eg diskuterer kven som har, og bør ha, hovudansvar for at inkluderande publikumsutvikling blir arbeida med.

Det som også vert omtala som eit utgangspunkt for inkluderande publikumsutvikling, er debatten om i kva grad kvalitet i kunst kan ha ein objektiv karakter.<sup>197</sup> Eg har i denne oppgåva argumentert for at det å verdsetje kultur er ein trena kapasitet. I dette ligg også at kvalitetsforståingane til eit festivalpublikum vil endre seg ut i frå kva kultur publikummet er trena i å setje pris på. I Kamfest sitt tilfelle har eg inntrykk av at dei tilsette varierer mellom å gje kunstnarisk kvalitet ein objektiv karakter, og det å opne for at alle har ulik forståing av kva som er god musikk og kultur. Til ei viss grad er desse holdningane også gjeldande hos publikummarane eg snakka med. Slogordet «Hva hører du?» viser blant anna at festivalleinga opnar for ulike persepsjonar av kunstnariske uttrykk, men likevel snakkar dei om at eit stadig fokus på at det å halde kvaliteten oppe vil gje sine spor i besøkstala. Kva kan vere utfordringane med desse holdningane? Eg seier meg einig i at det å gi kvalitet ein objektiv karakter, kan ha konsekvensar for institusjonar sitt inkluderingsarbeid. Det opnar for eit nokså einsformig syn på kva som er god kunst, og unnlèt å invitere til ein konstruktiv og open kvalitetsdebatt som publikumsgrupper frå ulike bakgrunnar kan delta i. Det at festivalleinga

---

<sup>197</sup> Eliassen og Prytz red. (2016), *Kvalitetsforståelser*; Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 17–18.

likevel vel å nytte seg av slagord som «Hva hører du?» kan i ytterste konsekvens vere med på å kamuflere for einsformige holdningar om kvalitet. Gjennom slagordet kan festivalen halde fram med å presentere seg sjølv som ein inkluderande og open festival, medan tilsette og delar av publikum framleis har avgrensa og einsformige forståingar av kva som er god kunst. Eg er klar over at dette kan opplevast som ei drastisk tolking frå mi side, og at festivalleinga, dersom det skulle vere noko riktig i mine tolkingar, ikkje har meint å spele ut ein slik dobbeltmoral. Det må likevel vurderast om slike dobbeltmoralar kan eksistere andre stader i kulturlivet, samt kva konsekvensar dei kan ha. Merk at eg diskuterer vidare nokre av aspekta knytt til kvalitet og kultur seinare i kapitlet.

Eg har allereie skildra korleis det å gjennomføre publikumsundersøkingar vil kunne vere starten på ein slags dialog om inkluderande publikumsutvikling i kulturinstitusjonar. Det å inkludere ulike grupper i planlegging og gjennomføring av institusjonen sine aktivitetar, er også noko som vert trekt fram som fruktbart i institusjonar sitt arbeid med inkludering og mangfald.<sup>198</sup> Ein kan sjå på det som eit brukarpanel som består av representantar frå ulike publikumsgrupper, og som gjennom dialogar kan bidra med å forme institusjonen frå innsida. Gjennom sine representantar blir dermed brukarpanelet ei slags bru mellom publikumsgrupper institusjonen ønsker å nå, og institusjonen sjølv. Kamfest har i dag ei nokså stor gruppe frivillige som bidreg til den praktiske gjennomføringa av festivalen. Dei har også eit styre som består av representantar hovudsakleg frå næringslivet, og som bidreg i utforminga av Kamfest. Eg kjenner derimot ikkje til at Kamfest inviterer med grupper som er på utsida av publikumspotensialet, til planlegging og gjennomføring av festivalen. Det er vanskeleg å argumentere i mot at etablering av eit brukarpanel med ulike representantar vil kunne bidra til ein meir mangfaldig festival. Med mangfald siktar eg her til at desse ulike publikumsgruppene har ei stemme inn i Kamfest, og at festivalen dermed vil kunne byggast på fleire perspektiv enn det dei gjer i dag. Denne strategien kan også kombinerast med eit målgruppeleia fokus ved å invitere inn representantar frå spesifikke befolkningsgrupper, og med kunnskap om desse gruppene frå eventuelle publikumsundersøkingar. Desse representantane vil ikkje berre kunne bidra til å gjere festivalen meir aktuell for publikumsgruppa: det at representantane er involvert i festivalen kan i seg sjølv skape eit gryande engasjement i forskjellige miljø.

---

<sup>198</sup> Interkultur (2019), «Mangfold i kulturlivet», 23.

Eg har no diskutert korleis ulike kjenneteikn ved såkalla inkluderande kulturinstitusjonar kan samanliknast med visjonar og tiltak i Kamfest. Spørsmålet eg stilte meg før dette delkapitlet, var: er Kamfest ein inkluderande festival? Eg vil argumentere for at Kamfest verken er ein fullgod inkluderande festival, eller at dei er mislukka i sitt mål om å vere ein festival for «alle». Festivalleinga har mange velmeinte tiltak, og dei er dedikerte i det å vere nyskapande og å bryte med tradisjonelle forventningar om kva ein kammermusikkfestival skal vere. Til tider når dei også eit forholdsvis ungt publikum.<sup>199</sup> Likevel eksisterer Kamfest i eit nokså tungt system som legg grunnlaget for eit mindre inkluderande kulturliv. Dette systemet bryt ikkje med kulturen sine ekskluderande grunntendensar, nemleg at vi publikummarar søker saman med menneske som har same kulturelle interesser som oss sjølve. Denne oppgåva har vist korleis ulike aktørar som er opptekne av inkluderande publikumsutvikling har forsøkt å hanskast med dette systemet, men at nyare undersøkingar på kulturelt forbruk viser at det framleis er store skilnader i befolkninga.<sup>200</sup> Kamfest sine velmeinte tiltak og visjonar om å vere ein festival for «alle», verkar ikkje å vere effektive nok i denne konteksten.

Noko som er verdt å problematisere, er at fleire av dei tilsette i Kamfest avviser at dei kjenner eit ansvar for å nå publikumsgrupper på utsida av det eg omtalar som publikumspotensialet. Nokre av dei tilsette uttrykte også tvil om det faktisk eksisterer publikumsgrupper utanfor dette publikumspotensialet, og dei var skeptiske til om slike eventuelle grupper nokon sinne ville kunne besøke Kamfest. Dette vitnar om ein mangel på både motivasjon og kunnskap om kulturelle forbruksmønster og publikumsutvikling, noko eg kan førestille meg eksisterer i mange kulturinstitusjonar. Kanskje dei spør seg kva utbytte det er å hente i desse eventuelle publikumsgruppene, eller kvifor nettopp deira institusjon skal bruke verdifulle ressursar på inkluderingstiltak som dei ikkje er sikre på om vil gje avkastning. At kulturinstitusjonar som Kamfest manglar motivasjon og kunnskap for å drive inkluderande publikumsutvikling, opnar for ein ny diskusjon om kven som har, og bør ha, ansvar for eit meir inkluderande kulturliv. Ein kan stille spørsmål ved om kulturinstitusjonar som mottar offentleg støtte, også har eit slags ansvar for å handle i tråd med dei kulturpolitiske målsetjingane som ligg til grunn. NPU omtalar *kulturelt ansvar* når dei skriv om det samfunnsansvaret som utøvast i kulturinstitusjonar, utover det å produsere kunst og kultur: «Det dreier seg om å ta medansvar for å endre bruksmønstre i kulturlivet på nasjonalt nivå gjennom å legge til rette for et

---

<sup>199</sup> Trondheim kammermusikkfestival (2017), «Studenter i kø for Kamfest» [13.5.19].

<sup>200</sup> Vaage (2017), «Norsk kulturbarometer 2016», 5.

representativt publikum».<sup>201</sup> NPU held fram med å skildre dette ansvaret som ei etisk retningslinje som bør følgje det å arbeide med estetikk som smaksdommar. Kva vil det seie at kulturinstitusjonar som Kamfest *ikkje* kjenner på det ansvaret? Og ikkje minst: er det riktig at kulturinstitusjonar skal få skulda for å ikkje ta ansvar, eller bør ein heller satse på å spisse dei inkluderingsretta kulturpolitiske måla?

Som eg har argumentert for i denne oppgåva, er ikkje den kulturpolitiske målsetjinga om inkludering nødvendigvis styrka i den nyaste kulturmeldinga, «Kulturens kraft».<sup>202</sup> Eg har tvert i mot problematisert korleis dei to målsetjingane om inkludering og eit auka fokus på eigeninntening i kulturinstitusjonane, i verste fall kan arbeide mot kvarandre. Det vil seie at nokre av dei tiltaka Kamfest kan setje i verk for å generere brukarbetaling, kan bidra til å oppretthalde dei barrierane den inkluderande publikumsutviklinga arbeider for å redusere. Dersom målet om inkludering er svekka samanlikna med tidlegare kulturmeldingar- og utredningar,<sup>203</sup> kan ein også gå ut i frå at det frå politisk hald utøvast mindre av det omtalte ansvaret som skal kunne bidra til eit meir inkluderande kulturliv.

Eg ser på grunnlag av dette ein vanskeleg situasjon for målet om inkludering og mangfald i norsk kulturliv: politiske myndigheiter fråskriv seg ansvar for å arbeide målretta i denne retninga, samtidig som kulturinstitusjonar som Kamfest manglar motivasjon, kunnskap og økonomi for å legge om sine strategiar. Den politiske ansvarsfråskrivninga gjer det kanskje vanskelegare for institusjonar å kunne søke kunnskap, fagleg motivasjon og økonomisk støtte frå statlege instansar til slike prosjekt, og gjer det samtidig meir tilfeldig kva institusjonar som prioriterer inkludering og mangfald. Som nemnt verkar det viktig for aktørar som NPU å overtyde kulturinstitusjonane til å tørre å satse på inkludering. NPU er jo ein medlemsorganisasjon, og har kanskje betre moglegheiter til å påverke gjennom å overtyde medlemsaktørane enn politiske myndigheiter. Ein av NPU sine framgangsmåtar, er å overtyde institusjonane om at inkluderande publikumsutvikling også kan vere ein økonomisk ressurs for dei.<sup>204</sup> Eg forstår godt at dette er eit argument som vert brukt: kulturinstitusjonane har ofte

---

<sup>201</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening».

<sup>202</sup> Kulturdepartementet (2018), «Kulturens kraft».

<sup>203</sup> Kulturdepartementet (2011), «Kultur, inkludering og deltaking»; Kulturdepartementet (2013), «Kulturutredningen 2014».

<sup>204</sup> Sande (2019), «– Mange er redde for å satse på mangfold fordi de tror det ikke vil gi kunstnerisk eller kommersiell avkastning» [8.5.19], intervju av Subjekt.

sprengt kapasitet, og det å legge om strategiane sine er for ressurskrevjande til å vurdere det i det heile.<sup>205</sup>

Kamfest er eit godt døme når ein diskuterer denne spenninga mellom økonomi og publikumsutvikling. Festivalen satsar mot dei publikumsgruppene dei trur vil gje økonomisk avkastning, og er av den oppfatninga at grupper utanfor publikumspotensialet ikkje vil kunne føre midlar tilbake til institusjonen. Det er fleire utfordringar ved denne spenninga mellom økonomi og publikumsutvikling. Som eg også har poengtert i denne oppgåva, viser for det første eit auka fokus på eigeninntening at tiltak for inkluderande publikumsutvikling kan bli plassert langt ned på prioriteringslista hos kulturinstitusjonane. Dette heng saman med poenget mitt om at institusjonar som Kamfest manglar kunnskap og motivasjon for å drive inkluderande publikumsutvikling, og at dei tvilar på at omlegging av strategi vil kunne gje økonomisk avkastning. Gjennom meir forskning og informasjonsarbeid vil ein kanskje kunne skape ei større forståing for korleis inkluderande publikumsutvikling kan vere ein økonomisk ressurs for institusjonane.

For det andre er spenninga mellom økonomi og publikumsutvikling del av ein debatt om i kva grad kulturinstitusjonar og kulturprodukt faktisk kan profitterast på.<sup>206</sup> Bør kulturprodukt bli behandla og vurdert på same grunnlag som om dei var materielle produkt? NPU påpeikar at kulturopplevingar ikkje er meint for å tenast pengar på.<sup>207</sup> Dei meiner det er problematisk å vurdere kunstnariske produkt sin suksess ut i frå kor mykje institusjonane har å tene på dei, fordi dette vil kunne leggje band på kva repertoar institusjonane vel å presentere. Kunsten sin eigenverdi må altså ikkje gløymast i ein diskusjon om kulturpolitikk og økonomi. Andre, som blant anna redaktørane av boka *Arts and the Challenge of Markets* [...] omtalar denne privatiseringa av kunst og kultur som ein del av nyliberalismen.<sup>208</sup> Med nyliberalismen sin tillit til marknadskreftene, følgjer også ein tanke om at dei formene for kultur som publikum verdset, vil overleve. Dette understrekar viktigheita av eit offentleg finansiert kulturtilbod som i staden for å måtte avgrense seg til kunstformer som umiddelbart behagar publikum, kan arbeide med å skape utfordrande kunst og nye kulturelle uttrykk. Som eg har argumentert for i denne oppgåva er verdsetjing av kultur ein trena kapasitet, og denne verdsetjinga blir ikkje

---

<sup>205</sup> De Paoli (2010), «Hvordan organisere seg fram til bedre publikumsutvikling?», 42.

<sup>206</sup> Alexander et al. red. (2018), *Art and the Challenge of Markets*.

<sup>207</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 26.

<sup>208</sup> Alexander et al. red. (2018), *Art and the Challenge of Markets*, viii.

trena utan eit utfordrande kulturtilbod. Gjennom fyldig offentleg kulturstøtte kan ein kanskje komme nærare ein kulturell utopi: eit kulturliv med både nyskapande, utfordrande kunst og eit mangfaldig publikum.

## **Kvalitetsdebattar**

Som tidlegare skildra i denne oppgåva, byter dei tilsette og publikummarane ved Kamfest mellom å snakke om kvalitet som noko objektivt, og å opne for at det finst ulike forståingar av kvalitet. Eg har problematisert korleis ei forståing av at kvalitet er noko objektivt, kan legge avgrensingar på ei inkluderande publikumsutvikling. Det å gje kunst ein slik objektiv karakter, har eg inntrykk av er nokså vanleg. I kulturmeldinga «Kulturens kraft» er det skrive svært mykje om korleis norsk kulturliv har skapt, og bør halde fram med å skape, kunst av såkalla «ypparste kvalitet».<sup>209</sup> Kvalitetsomgrepet vert derimot ikkje spesifisert. Berre ei kort skildring opnar for at det finst ulike forståingar av kvalitet, og at det også trengs debattar om kva som skal ligge i dette omgrepet.<sup>210</sup> Kva meinast eigentleg med kvalitetsomgrepet i kulturmeldinga?

«Kulturens kraft» knyter mellom anna band mellom kvalitet og profesjonalisering i norsk kulturliv.<sup>211</sup> Forfattarane omtalar ei stor kvalitetsheving og auka profesjonalisering som ei «svært positiv utvikling» for det norske kulturlivet,<sup>212</sup> og noko som bidreg til å setje norsk kultur på verdskartet. På den andre sida er styrking av det frivillige kulturlivet eit mål i kulturmeldinga, noko som kunne ha opna for inkludering av fleire uttrykksformer i kvalitetsomgrepet.<sup>213</sup> Problematisk er det då at kulturmeldinga fleire gonger omtalar det frivillige kulturlivet som ein føresetnad for utvikling av profesjonelle aktørar, og at dette er blant dei viktigaste årsakene til å støtte opp om frivillige kulturaktivitetar.<sup>214</sup> Her er det fleire utfordringar å adressere. For det første vil eg vise til det frivillige kulturlivet sin eigenverdi. Frivillige kor, korps, maleklubbar og dansegrupper er sine egne kvalitetsberarar som ikkje bør sidestillast med profesjonell kultur sine kvalitetsforståingar. Elles vil eg påstå at det å kombinere kvalitetsomgrepet og ei auka profesjonalisering, reproduserer eksisterande

---

<sup>209</sup> Kulturdepartementet (2018), «Kulturens kraft», 9, 38.

<sup>210</sup> Ibid., 38.

<sup>211</sup> Ibid., 8.

<sup>212</sup> Ibid.

<sup>213</sup> Ibid., 17.

<sup>214</sup> Ibid., 17, 45.

forståingar av kva som er god og mindre god kunst. Eg fryktar at dette kan hindre ein potensiell konstruktiv debatt om kvalitet i kulturlivet. Det er interessant å knyte dette til dei to kunstnariske verdiane i Kamfest som eg skildra i kapittel éin: tradisjonell kvalitet og nyskaping. Medan den tradisjonelle kvalitetsverdien legg vekt på utøvarar og verk som også har eit kvalitetsstempel i andre kammermusikkmiljø, opnar nyskapingens verdien for andre tolkingar av kva som er kvalitet. Potensielt sett kunne Kamfest gjennom å satse på nyskapande tiltak og å opne for kvalitetsdebattar rundt desse, ha invitert fleire stemmer til å seie si meining om kva som er kvalitet i kunst.

Kvalitetsdebattar har også florert endre stader enn i dagens norske kulturpolitiske diskurs. I musikkvitenskapen har ein dei siste tiåra hatt fleire debattar om korleis fagfeltet sine ulike disiplinar har understreka verdien av visse utøvarar, komponistar og sjantrar.<sup>215</sup> Fagpersonar frå til dømes populærmusikkstudiar og etnomusikologi har kritisert den klassiske, vestlege musikkvitenskapen for å romantisere kanonen sin, men har i seinare tid sjølv fått kritikk for å ha tillagt enkelte musikkformer- og sjantrar eit kvalitetsstempel. Samtidig har annan musikk, som til dømes vanlege menneske sin kvardagsmusikk og oppfatningar av kvalitet, blitt forska relativt lite på. I boka *The hidden musicians* tek Ruth Finnegan eit oppgjær med korleis enkelte typar musikk, i dette tilfellet kvardagsmusikk, lett kan bli underrepresentert i musikkforskning.<sup>216</sup> At musikkfeltet sjølv bidreg til å danne tause kunnskapar (i staden for dialogar) om kva som er god og dårleg musikk, er verdt ein debatt i seg sjølv. Musikkvitenskapen bør i mi meining halde fram med å revurdere korleis vi omtalar kvalitet, og dermed kva uttrykksformer vi implisitt vektlegg gjennom tyngda av forskinga vår.

Også i den større kulturpolitiske diskursen har det blitt stilt spørsmål ved korleis kvalitetsdebatten utspeler seg. Skal ein tru litteraturvitar og professor Knut Ove Eliassen, er det ikkje noko nytt at kvalitetsomgrepet har blitt brukt som eit ikkje-definert plussord i norsk kulturpolitikk.<sup>217</sup> Han problematiserer korleis politisk etterspurnad om kvalitet i kultur, kan oppfattast som eit angrep på det såkalla prinsippet om armlengds avstand mellom dei løyvande myndigheitene og dei folkevalde.<sup>218</sup> Dette betyr at Kulturrådet, som løyver pengar til kunstnarar og dermed vurderer kva som er god kunst, skal ta sine avgjersler utan inngrep

---

<sup>215</sup> Duckles (2001), «Musicology» [9.5.19], Grove Music Online.

<sup>216</sup> Finnegan (1989), *The hidden musicians*.

<sup>217</sup> Eliassen og Prytz red. (2016), *Kvalitetsforståelser*, 8.

<sup>218</sup> Mangset (2013), «En armlengdes avstand eller statens forlengede arm?», 9.



frå dei folkevalte. Sjølv om «Kulturens kraft» også annonserer at dei ønskjer å styrke prinsippet om armlengds avstand gjennom ei ny fråsegn i kulturlova,<sup>219</sup> vil eg likevel stille spørsmål ved i kva grad kulturmeldinga sitt tydelege ønske om kvalitetsheving kan bli sett på som eit angrep på dette prinsippet. Det som vidare er interessant, er at den såkalla inkluderingsmeldinga «Kultur, inkludering og deltaking» frå 2011<sup>220</sup> også utløyste ein stormande debatt om i kva grad prinsippet om armlengds avstand var under angrep.<sup>221</sup> Kritkarane peika på at politikarane sitt ønske om satsing på inkludering og mangfald i kulturinstitusjonane var for inngripande, særleg gjennom at arbeidet til institusjonane skulle følgjast systematisk opp av Kulturdepartementet.<sup>222</sup> Debatten viser korleis ulike deler av kulturpolitikken fort kan ende opp med å bite seg sjølv i halen: ulike retningar og prinsipp kan undergrave kvarandre, utan at det nødvendigvis har vore intensjonen.

Samspelet mellom inkludering og kvalitetsforståingar debatterast framleis i dag. NPU påpeiker at den kvalitetsforståinga som vert lagt til grunn i kulturfeltet i dag, ikkje har gjennomslag nok i befolkninga til å kunne verke samlande og inkluderande.<sup>223</sup> I følgje dei eksisterer det ein taus kunnskap om kva som er kvalitet i kulturinstitusjonar som Kamfest i dag. Denne kunnskapen er utforma av menneske som gjerne byggjer sin ekspertise på si utdanning og erfaring, og som brukar denne til å etablere den tause kunnskapen om kva som er god og dårleg kunst. NPU meiner at deira meiningar ikkje speglar dei kvalitetsforståingane som finst blant befolkninga.<sup>224</sup> Den inkluderer ikkje populære og kommersielle uttrykk som store delar av befolkninga er glade i, og den tause kunnskapen er grunnleggande avvisande til at ulike publikummarar kan ha ulike forståingar av kva som er god kvalitet. Dette betyr ikkje at festivalar som Kamfest må kommersialisere seg for å bli meir inkluderande: det kunne i så fall hagått ut over deira kunstnariske integritet og vilje til å skape spennande og særeigne opplevingar. I staden handlar dette om ei bevisstgjerjing av korleis vi som har definisjonsmakt på kulturfeltet, omtalar kvalitet. Sjølv forsøker eg å bli flinkare til å presisere at oppfatningane mine av kva som er god musikk, er mine egne. «Dette er god musikk» vil eg skal bli følgt av «synst eg. Kva syns du?» Eg må som fagperson og (snart) musikkvitar vere audmjuk og klar

---

<sup>219</sup> Kulturdepartementet (2018), «Kulturens kraft», 91.

<sup>220</sup> Kulturdepartementet (2011), «Kultur, inkludering og deltaking».

<sup>221</sup> Mangset (2013), «En armlengdes avstand eller statens forlengede arm?», 46–47.

<sup>222</sup> Kulturdepartementet (2011), «Kultur, inkludering og deltaking», 9.

<sup>223</sup> Norsk publikumsutvikling (2019), «Publikumsutvikling og økt inntjening», 17–18, 36–37.

<sup>224</sup> Ibid.

over at menneske kan stole på meg og mine meiningar om musikk og kultur. Kanskje ikkje alle er klar over at kvalitet ikkje ein attributt eller karakter ved eit verk, men at det er subjektive og personlege meiningar som er verdifulle i seg sjølv.<sup>225</sup> Eg ser det difor som del av mitt ansvar å vere eit førebilete for ein mindre objektiv kvalitetsdebatt.

Denne oppgåva har bidrege til høgst aktuelle diskusjonar. Ulike aktørar har komme med innspel til den nasjonale kulturpolitiske debatten undervegs i arbeidet mitt, og eg har gjort mitt for å prøve å henge med i svingane. I tida med å utforme denne oppgåva har eg belyst enkelte sider av dei notidige kulturpolitiske tendensane, særleg knytt til inkludering, publikumsutvikling, deltaking, mangfald og nyare økonomiske målsetjingar. Det å undersøke dei vidare utviklingane av desse debattane, er derimot noko eg må overlata til andre. Kva blir faktisk resultatane av målet om auka eigeninntening i kulturinstitusjonane? Vil kulturen kunne bli jamnare fordelt mellom menneske med ulike sosiale bakgrunnar på sikt? Kven vil faktisk vere kulturbrukarane om 20 og 30 år?

Kulturlivet treng uansett meir forskning på publikum. Kven er publikum i dag, kven kunne potensielt sett ha vore publikum, og kva eventuelle fordelar søker ikkje-publikummarar ved kulturarrangement? Eg har i hovudsak oppfordra til at kulturinstitusjonar sjølv kan gjere studiar for å søke forståing for sine eigne moglegheiter, men slike prosjekt kunne like godt ha vore offentleg initierte. Gjennom tyngre, offentlege undersøkingar på kulturbruk og deltaking hadde myndigheitene samtidig antyda viktigheita av eit jamnare fordelt kulturtilbod.

---

<sup>225</sup> Ibid., 36.

## Bibliografi

---

- Alexander, Victoria D., Samuli Hägg, Simo Häyrynen og Erkki Sevänen, red. *Art and the Challenge of Markets Volume 1: National Cultural Politics and the Challenges of Marketization and Globalization*, Sociology of the Arts. Cham: Springer International Publishing, 2018.
- Bashford, Christina. «Chamber music». In *Grove Music Online*. Oxford University Press, 2001. Henta 9.5.19.  
<https://www.oxfordmusiconline.com/grovemusic/view/10.1093/gmo/9781561592630.01.0001/omo-9781561592630-e-0000005379>.
- Bjørnsen, Egil. «Publikumsutviklingens begrensninger». I *Om publikumsutvikling*, redigert av Kristin Danielsen, 109–21. Bergen: Norsk publikumsutvikling, 2010.
- Bourdieu, Pierre og Dag Østerberg. *Distinksjonen: en sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oversatt av Annick Prieur og Theodor Barth. Oslo: Pax Forlag, 1995.
- Danielsen, Kristin, red. *Om publikumsutvikling*. Bergen: Norsk publikumsutvikling, 2010.
- De Paoli, Donatella. «Hvordan organisere seg fram til bedre publikumsutvikling?». I *Om publikumsutvikling*, redigert av Kristin Danielsen, 41–52. Bergen: Norsk publikumsutvikling, 2010.
- Duckles, Vincent, Jann Pasler, Glenn Stanley, Thomas Christensen et al. «Musicology». In *Grove Music Online*. 2001. Henta 9.5.19.  
<https://www.oxfordmusiconline.com/grovemusic/view/10.1093/gmo/9781561592630.01.0001/omo-9781561592630-e-0000046710?rskey=Lavabg&result=1>.
- Eliassen, Knut Ove og Øyvind Prytz, red. *Kvalitetsforståelser: kvalitetsbegrepet i samtidens kunst og kultur*. Bergen: Kulturrådet/Vigmostad & Bjørke, 2016.
- Finnegan, Ruth H. *The hidden musicians: Music-making in an English town*. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.
- Giorgi, Liana, Monica Sassatelli og Gerard Delanty, red. *Festivals and the Cultural Public Sphere*. London: Routledge Advances in Sociology, 2011.
- Gran, Anne-Britt. «Hva kan publikumsutvikling være? – En helhetlig tilnærming». I *Om publikumsutvikling*, redigert av Kristin Danielsen, 11–22. Bergen: Norsk publikumsutvikling, 2010.
- Gran, Anne-Britt og Hanne Vaagen. «Et skritt fram – minoritetene kommer! Kulturinteresserte minoriteter i Stavanger». Rapport. Oppdr.: Rogaland Teater Kulturrådet, Stavanger Konserthus et al. Perduco Kultur. 2011. Henta 13.5.19.  
<http://norskpublikumsutvikling.no/assets/insights/Ett-skritt-fram-minoritetene-kommer-1.pdf>.
- Hadley, Richard. «Å lære å elske sitt publikum: publikumsutvikling handler om å være engasjert». I *Om publikumsutvikling*, redigert av Kristin Danielsen, 53–63. Bergen: Norsk publikumsutvikling, 2010.

- Handeland, Ingrid Elisabeth. «– Det kan handle om inntekt eller inkludering. Kunnskap om publikum trenger vi i begge fall». Intervjua av Danby Choi. Norsk publikumsutvikling. 2019. Henta 30.1.19.  
<http://norskpublikumsutvikling.no/news/det-kan-handle-om-inntekt-eller-inkludering-kunnskap-om-publikum-trenger-vi-i-begge-fall>.
- Henriksen, Ida Marie og Gunhild Tøndel. «Spontane dybdeintervjuer». *Norsk sosiologisk tidsskrift* 1, nr. 03 (2017): 216-32.
- Hjelseth, Arve og Oddveig Storstad. «Festivalfolket – hvem er de?». I *Festival! Mellom rolp, kultur og næring*, redigert av Aksel Tjora, 29–52. Oslo: Cappelen Damm Akademisk, 2013.
- Interkultur. «Mangfold i kulturlivet. Hvordan inkludere flere foran, på og bak scenen?». Handbok. Drammen: Interkultur, Drammen kommune, 2019.
- Jenkins, Richard. *Pierre Bourdieu*. Rev. utg., red. Peter Hamilton. *Key sociologists*. London: Routledge, 2002.
- Johansen, Carl Kristian. «Ultima: –Stiller i egen klasse». Foreningen Ballade. 2008. Henta 6.5.19.  
<http://www.ballade.no/sak/ultima-stiller-i-en-egen-klasse/>.
- Karlsen, Sidsel. «The music festival as an arena for learning: Festspel i Pite Älvdal and matters of identity». Doktorgradsavhandling. Luleå tekniska universitet. 2007.
- Kawashima, Nobuko. «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders: a study into audience development in policy and practice». Rapport. Oppdr.: Arts Council England. Warwick: Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick. 2000.
- Kultur- og kyrkjedepartementet. «Kulturpolitikk fram mot 2014». St.meld. nr. 48 (2002–2003). Oslo: Kultur- og kyrkjedepartementet. 2003.
- Kulturdepartementet. «Kultur, inkludering og deltaking». Meld. St. 10 (2011–2012). Oslo: Kulturdepartementet. 2011.
- . «Kulturens kraft – Kulturpolitikk for framtida». Meld. St. 8 (2018–2019). Oslo: Kulturdepartementet. 2018.
- . «Kulturutredningen 2014». NOU 2013: 4. Oslo: Kulturdepartementet. 2013.
- Kyrkje- og undervisningsdepartementet. «Om organisering og finansiering av kulturarbeid». St. meld. nr. 8 (1973–1974). Oslo: Kyrkje- og undervisningsdepartementet. 1973.
- Larsen, Marius Helge. «Kulturmelding om mangfold, privatisering og digitalisering». Dagsavisen. 2018. Henta 25.1.19.  
<https://www.dagsavisen.no/kultur/kulturmelding-om-mangfold-privatisering-og-digitalisering-1.1238254>.
- Maitland, Heather. *A guide to audience development*. London: Arts Council of England, 2000.

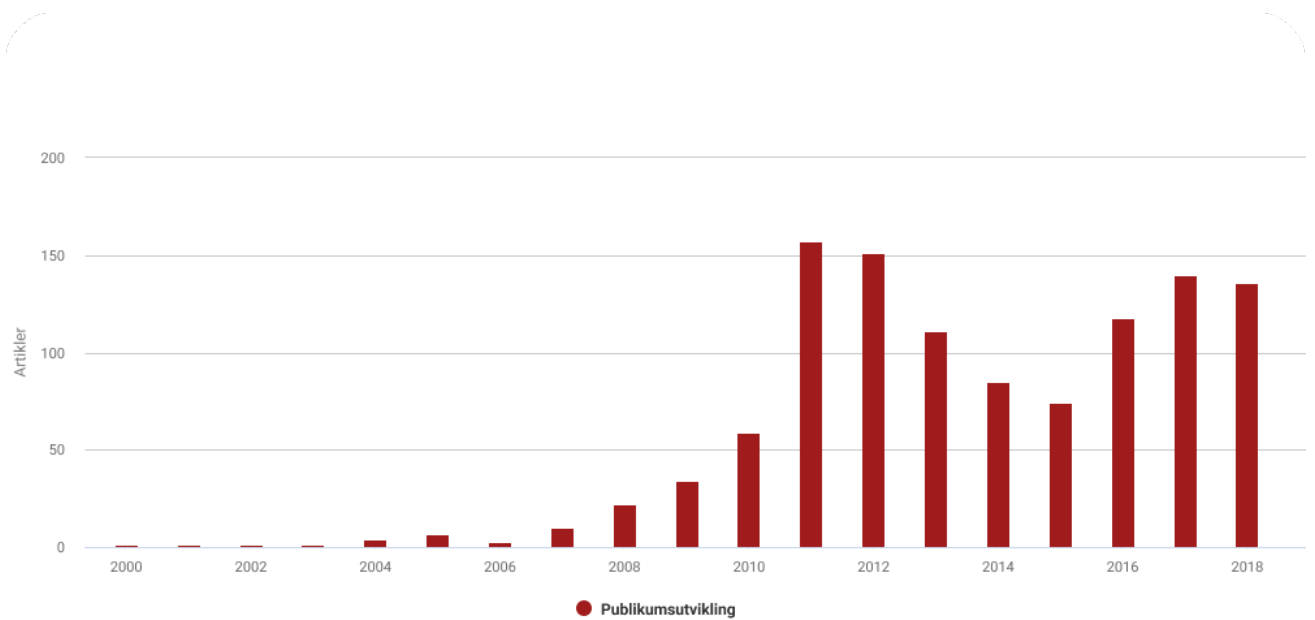
- Mangset, Per. «Demokratisering av kulturen? Om sosial ulikhet i kulturbruk og -deltakelse». Rapport. Oppdr.: Kulturdepartementet. Bø i Telemark: Telemarksforskning. 2012.
- . «En armlengdes avstand eller statens forlengede arm? Et notat om armlengdesprinsippet i norsk og internasjonal kulturpolitikk». Rapport. Oppdr.: Kulturdepartementet. Bø i Telemark: Telemarksforskning. 2013.
- McGuirk, Ellen. «Tørst og tørke: en drøfting rundt utdanning og kulturkonsum». I *Om publikumsutvikling*, redigert av Kristin Danielsen, 77–89. Bergen: Norsk publikumsutvikling, 2010.
- McIntyre, Morris Hargreaves. «Audience Atlas Norway – market report». Rapport. Oppdr.: Norsk publikumsutvikling. Lateral Thinkers. 2014.
- Nettl, Bruno. *The Study of Ethnomusicology: Thirty-one Issues and Concepts*. Ny utg. Urbana: University of Illinois Press, 2005.
- Norsk publikumsutvikling. «Om Norsk publikumsutvikling». Norsk publikumsutvikling. Henta 22.4.19.  
<http://norskpublikumsutvikling.no/about>.
- . «Publikumsutvikling og økt inntjening. Innspillsrapport til Kulturrådet fra Norsk publikumsutvikling». Rapport. Oppdr.: Kulturrådet. Norsk publikumsutvikling. 2019.
- Nyhammer, Erlend. «Mellom habitus og frihet: en kvantitativ studie av kulturelle forbruksmønstre i Norge». Masteroppgåve. Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi: Universitetet i Oslo. 2008.
- Pitts, Stephanie E. og Christopher P. Spencer. «Loyalty and longevity in audience listening: Investigating experiences of attendance at a chamber music festival». *Music & Letters* 89, nr. 2 (2008): 227–38.
- Ruud, Even. *Musikkvitenskap*. Oslo: Universitetsforlaget, 2016.
- Sande, Silje Eikemo. «– Mange er redde for å satse på mangfold fordi de tror det ikke vil gi kunstnerisk eller kommersiell avkastning». Intervju av Subjekt. Norsk publikumsutvikling. 2019. Henta 8.5.19.  
<http://www.norskpublikumsutvikling.no/news/silje-eikemo-sande>.
- Skanding, Maja. «Kritikkens plass på paletten». Foreningen Ballade. 2016. Henta 13.5.19.  
<http://www.ballade.no/sak/kritikkens-plass-pa-paletten/>.
- Smyth, Morton. «Not for the Likes of You. Phase two final report. How to Reach a Broader Audience». Rapport. Oppdr.: Arts Council England. Edinburgh: Morton Smyth Limited. 2004.
- Solomon, Thomas. «The Play of Colors: Staging Multiculturalism in Norway». *Danish Musicology Online*. Særnummer. Proceedings of the 17th Nordic Musicological Congress (2016): 187–201. Henta 13.5.19.  
[http://www.danishmusicologyonline.dk/arkiv/arkiv\\_dmo/dmo\\_saernummer\\_2016/dmo\\_saernummer\\_2016\\_NMC\\_10.pdf](http://www.danishmusicologyonline.dk/arkiv/arkiv_dmo/dmo_saernummer_2016/dmo_saernummer_2016_NMC_10.pdf).

- Sæter, Kirsti. «Med røtter til å vokse og vinger til å fly. Hvordan tre musikkfestivaler kan bidra til å utvikle lokalbefolkningens identitet og tilhørighet til hjemstedet». Masteroppgåve. Institutt for musikkvitenskap: Universitetet i Oslo. 2013.
- Tjora, Aksel Hagen, red. *Festival! Mellom rølp, kultur og næring*. Oslo: Cappelen Damm akademisk, 2013.
- . *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. 2. utg. Oslo: Gyldendal akademisk, 2012.
- Trondheim kammermusikkfestival. «Fem ting du ikke visste om Trondheim kammermusikkfestival». 2018. Henta 30.4.2019.  
<https://www.kamfest.no/nb-no/artikkel/fem+ting+du+ikke+visste+om+trondheim+kammermusikkfestival.html>.
- . «Info». Henta 28.01.19.  
<https://www.kamfest.no/nb-no/info>.
- . «Kamfest får økte tilskudd». 2017. Henta 31.01.19.  
<https://www.kamfest.no/nb-no/artikkel/kamfest+far+okte+tilskudd.html>.
- . «Komplett festivalprogram 2017». Handbok. 2017. Henta 6.5.19.  
[https://issuu.com/kamfest/docs/0329\\_trka\\_magasin\\_endeligv12](https://issuu.com/kamfest/docs/0329_trka_magasin_endeligv12).
- . «Komplett festivalprogram 2018». Handbok. 2018. Henta 6.5.19.  
[https://issuu.com/kamfest/docs/kamfest\\_magasin\\_2018\\_d79be30450ae3d](https://issuu.com/kamfest/docs/kamfest_magasin_2018_d79be30450ae3d).
- . «Studenter i kø for Kamfest». 2017. Henta 13.5.19.  
<https://www.kamfest.no/nb-no/artikkel/studenter+i+ko+for+kamfest.html>.
- Tylor, Edward Burnett. *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. Cambridge Library Collection. London: Murray, 1871.
- Vaage, Odd Frank. «Norsk kulturbarometer 2016». Statistiske analyser. Oslo: Statistisk sentralbyrå, 2017.
- Wolfinger, Nicholas H. «On writing fieldnotes: collection strategies and background expectancies». *Qualitative Research* 2, nr. 1 (2002): 85-93.
- Waagen, Wenche og Frida Røsand. *Musikkopplæring i 100! Hundre år med musikkundervisning i Trondheim*. Trondheim: Schrøderforlaget, 2012.
- Øgrim, Tellef og Aslaug Olette Klausen. «Dette mener musikkfeltet om kulturmeldinga». Foreningen Ballade. 2018. Henta 25.1.19.  
<http://www.ballade.no/sak/dette-mener-musikkfeltet-om-kulturmeldinga/>.

## Vedlegg

---

1. Dekning av ordet «publikumsutvikling» i norske medier sidan 2000. Søket er gjort i Retriever Atekst sitt mediearkiv: <https://web.retriever-info.com/services/archive>.



## Konsertar

Kva publikum kan ein få inntrykk av at Kamfest forsøker å nå gjennom promoteringstekstane frå sine egne heimesider knytt til kvar enkelt konsert?

	T	FK/S	JIFP	HH	BUUA	Dokkhuset	Olavskvartalet	Frimurerlogen	Annan stad
Musikalsk helaften på Credo	x		x						x
Hjemme hos Alnosayrat			x	x					x
Åpningkonsert	x	x					x		
Come Shine med Luftforsvarets Musikkorps			x						x
Hjemme hos Sintef Ocean	x			x					x
Hjemme hos Stokstad			x	x					x
Up-Close		x					x		
Sharaka Ensemble med Moddi			x			x			
Skolekonsert hos nye Heimdal Vgs	x		x	x					x
Hjemme hos deg?	x		x	x					x
Danish String Quartet + Kalichstein	x	x					x		
100% van der Aa		x				x			
Fargespill			x				x		
Seminar: møt festivalkomponisten!		x			x				
Hjemme hos Stavne			x	x					x
Hjemme på Bakke Gård	x		x	x					x
Blank Out		x					x		
Moddi - tett på			x						x
Nattkonsert	x	x							x
Talentlørdag	x	x			x				
Stockholm Syndrome Ensemble	x					x			
Hjemme hos Fjellvang og Wårvik	x			x					
Maxwell og Kirrku i Stiftsgården	x	x							x
Wood Works	x		x			x			
Dokklam	x	x	x			x			
Fabelaktig formiddag					x				x
Akademietts avslutningskonsert	x				x				
Festivalsfinale	x	x							x
TICC distriktkonsertar	x				x				
Mesterklasser	x	x			x			x	
<b>Totalt: 30 forskjellige arrangement</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>Besøkt: 16 konsertar</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>5</b>

### Konserten vart besøkt på

Tirsdag 25.9.
Onsdag 26.9.
Torsdag 27.9.
Fredag 28.9.
Lørdag 29.9.
Søndag 30.9.

### Publikum som er interessert i:

T: tradisjonell kammermusikk  
 FK/S: festivalkomponist/samtidsmusikk  
 JIFP: jazz/internasjonalt/folkemusikk/populærmusikk

### Andre merkelappar

HH: Hjemme hos  
 BUUA: barn/ungdom, utdanning, akademi (TICC)



3. Nobuko Kawashima sin tabell over fire typar publikumsutvikling. Henta frå Kawashima: «Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders», side 8. Sjå bibliografi.

	<i>Target</i>	<i>Form</i>	<i>Purpose<sup>(1)</sup></i>
Cultural Inclusion	People least likely to attend, eg low-income	Outreach	Social
Extended Marketing	Potential attender, Lapsed attender	The same product offered, but with improvement to cater for the target	Financial, Artistic
Taste Cultivation	Existing audience	Introduction to different art forms and genres	Artistic, Financial (and educational)
Audience Education	Existing audience	The same product offered with extensive education	Educational (and financial)

*Note:* (1) only refers to the main one(s), but not excluding the others.

4. «Fem ting du ikke visste om Trondheim kammermusikkfestival». Artikkelen kan finnast i bibliografi under Trondheim kammermusikkfestival.

## **Fem ting du ikke visste om Trondheim kammermusikkfestival**

Trodde du kammermusikk kun handlet om musikere i kjole og hvitt i gamle konsertsaler? Tro om igjen!

Mandag 24. september starter den 23. utgaven av Trondheim kammermusikkfestival. I løpet av sin levetid er festivalen blitt kjent for å kombinere tradisjon med kreativ nyskaping, slik at festivalen står støtt i vår tid. I tillegg har «Kamfest» tradisjon for å trekke musikken ut i nye og uvanlige scenerom. Årets utgave er ikke noe unntak, og i løpet av sju dager og 35 konserter har du mulighet til å få mange overraskelser. Her er fem ting du kanskje ikke visste om Kamfest:

### **1. ...At du kan oppleve verdens første 3D-opera**

Årets festivalkomponist er nederlandske Michel van der Aa. Han er utdannet både lydingeniør, filmregissør og komponist, og benytter dette til fulle i sitt virke. Han kommer til festivalen med hele ni verk, og aller størst forventning knytter det seg til den skandinaviske premieren på det som er blitt kalt verdens første 3D-opera. «Blank Out», som framføres fredag kveld, er en symbiose mellom musikk, film og teknologi, der sopransolist Miah Persson er eneste aktør «live» på scenen. Den elektroniske musikken er innspilt, mens Roderick Williams er barytonsolist på 3D-filmen som utspiller seg på stort lerret bakerst på scenen. Konserten må spilles i Olavshallen, da teknologien krever en scene som er minst syv meter dyp!

### **2. ...At du kan høre konsert mens du spiser på «Norges beste restaurant»**

Avisa Dagens Næringsliv utropte nylig trondheimsrestauranten Credo til Norges beste. På festivalens første dag kan de heldige som rakk å sikre seg plass nyte mat på internasjonalt toppnivå, akkompagnert av musikk som ikke står noe tilbake for det som serveres på fat og i glass. Come Shine er blant landets mest folkekjære jazzband, og kammermusikken

ivaretas av skotske Maxwell Quartet. Trønderske kapasiteter som baryton Lars Eggen og felespiller Sturla Eide bidrar også til musikalsk krydder.

### **3. ...At stua til vanlige folk blir konsertscene**

Gjennom sin «hjemme hos»-konsertserie, ønsker festivalen å ta kammermusikken tilbake til de intime rammene den en gang oppsto. Noen av disse konsertene vil foregå hos bedrifter og skoler – og hele fem av dem i private hjem. Skotske Maxwell Quartet spiller hos det Skottland-elskende ekteparet Baggerud på Flatåsen, mens den syriske familien Alnosayrat er vertskap for de tre palestinske musikerne i Sharaka Ensemble.

### **4. ....At barna har sin helt egen dag**

Barnefamiliene kan sette av søndag 30. september, da Ringve museum er åsted for en rekke konserter, forestillinger og aktiviteter rettet mot den yngre garde. Meg og Kammeraten Min er kjent som et av landets beste barnemusikkband, mens «Verken fugl eller fisk» er en musikalsk teaterforestilling for de aller, aller yngste mellom 0 og 2 år. Frøken Frikadello spiller familiekonserten «Du store mamelukk», mens de litt større barna kan glede seg til det musikalske eventyret «Treet med det rare i».

### **5. ...At du når som helst kan bli utsatt for en gammel bil full av kammermusikere**

«Lyttebilen», som de to siste årene har gjort festivalen synlig i byen, er i år byttet ut med «Lyttelasset». Vi fyller en gammel bil med musikere, som kjører rundt i byen og holder popup-konserter når og hvor du minst venter det!

