

# Kunstens tjener – tjener på kunsten?

*Kunstneridealer og praksis*

**Vibeke Hellemann Berg**



Masteroppgave i sosiologi  
Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

**UNIVERSITETET I OSLO**

15. mai 2006



## **Forord**

Aller først vil jeg rette en stor takk til de syv kunstnerne som satte av tid til å være med på dette studentprosjektet og som så sjenerøst delte sine erfaringer, og fortalte sine historier. Jeg vil også takke Utsmykningsfondet for offentlige bygg, ved Dag Wiersholm, for imøtekommenhet og tilgang til deres database.

En spesiell takk går til min hovedveileder, Oddrun Kristine Sæter, for hennes evne til å lytte og gi gode tilbakemeldinger. Innspillene og kommentarene har vært inspirerende og motiverende. Jeg vil også takke bi-veileder, Ellen K. Aslaksen, spesielt i starten av arbeidsprosessen, der hun bisto med mange lærerike og nyttige råd.

Det har vært av stor verdi å få tilbakemeldinger av mennesker som virker som kunstnere. Jeg vil derfor rette en stor takk til Arnhild, Rolf og Henninge for gjennomlesning og virksomme innspill. En spesiell takk går til Mette, først og fremst for mange hyggelig middager på Blindern, og for nyttige kommentarer til denne oppgaven. Jeg vil også takke Bjørg for støtte og gode innspill til oppgaven, men aller mest til oppgaveprosessen.

Den største takken går til min mann, Frode, for trofast støtte og for at han, gjennom sin virksomhet som frilans bassist, har stått for hoveddelen av den økonomiske inntjeningen mens jeg har vært student, og som uttalte da jeg først fortalte ham om tema for oppgaven min: *"Jeg skal fortelle deg hva som er et godt samspill mellom kunst og kapital. Det er at kona får jobb slik at hun kan forsørge sin kunstnermann"*.

Vi får se hva som skjer nå.

Nes, 15.05 2006

Vibeke Hellemann Berg



## **Sammendrag**

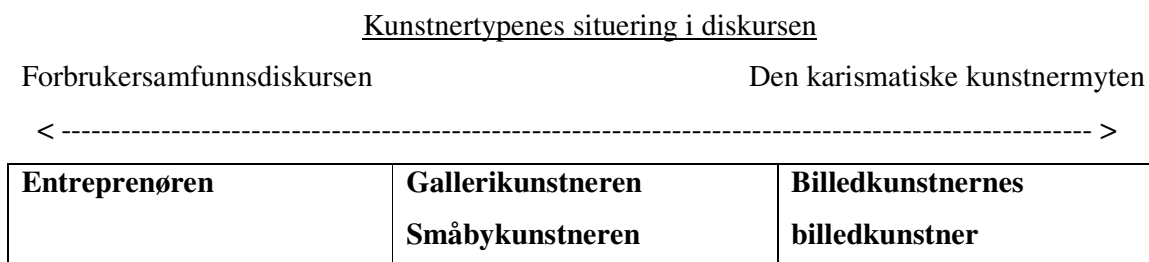
Denne masteroppgaven tar sikte på å undersøke hvilke fortellinger kunstnerne selv har om samspillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger i 2005. Jeg spør: På hvilken måte forholder kunstnere seg til samspillet mellom kunst og kapital? På hvilken måte er de opptatt av penger? Utgangspunktet er knyttet til en utbredt forestilling i samtidens kunst-Norge om et samspill mellom kunst og kapital (her forstått som næringslivet) som har unnfanget nye hybrider. Disse er kjennetegnet av andre handlingsbetingelser enn de vi tradisjonelt forbinder med et kunstnerliv. Formålet er å utfordre mytene og fortellingene om hvordan kunstnerne forholder seg til penger. Dette er ut fra en antakelse om at kunnskap om pengeøkonomiske forhold vil være nyttig for kunstnerne selv, alle som bryr seg om kunst og mer indirekte som et bidrag til en forståelse knyttet til kunstneres samspill med private næringslivskrefter.

Datamaterialet som danner grunnlaget for analysen består av intervjuutskrifter fra 7 kvalitative intervjuer med kunstnere der et av hovedkriteriene er at de har erfaring fra å jobbe på oppdrag, dvs. i et samspill med andre mennesker og andre kompetanser. Som analytisk tilnærming støtter jeg meg til en diskursteoretisk og metodisk innfallsvinkel der analysen av mening står sentralt. Den diskursive praksis som er gjenstand for denne analysen er knyttet til hvordan kunstnere taler om på hvilken måte samspillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger på den, gjøres. Med utgangspunkt i teksten har jeg avgrenset to ulike sosiale praksiser som strukturelt rammeverk. Den første sosiale praksisen viser til den karismatiske kunstnermyten som oppsto i romantikken med idealer knyttet til selvtilstrekkelighet og autonomi, også fra pengeøkonomi. Den andre sosiale praksisen viser til ideen om at vi lever i et samfunn preget av en forbrukerkultur som fordrer en viss økonomisk inntekt for deltakelse. Jeg tenker at vi i disse finner til dels konkurrerende verdier, normer og regler for sosial praksis, og at en analyse av dette kan være fruktbar for å belyse problemstillingen.

I datamaterialet har det synliggjort seg 4 representasjoner av subjektposisjonen "kunstneren" som viser til ulike situeringer i diskursen. De har forskjellige handlingsbetingelser for den kunstneriske praksis. Jeg har valgt en idealtypisk fremstilling og kalt dem *Entreprenøren*, *Gallerikunstneren*, *Billedkunstnerens billedkunstner* og *Småbykunstneren*. De gjenspeiler varierende grad av sosiale og kulturelle mønster for diskursiv praksis, knyttet til den

karismatiske kunstnermyten og forbrukersamfunnsdiskursen. De kan oppfattes som hybrider, der alle definerer seg med utgangspunkt i kunst.

Figur 1.



Billedkunstnerens billedkunstner er situert nærmest idealet om den karismatiske kunstnermyten, mens Entreprenøren befinner seg lengst unna. Jeg kaller dem *kunstnertyper*. I analysen av deres kunstneriske praksis, viser jeg at hver kunstnertype opererer med ulike handlingsbetingelser for samspillet mellom kunst og kapital, ut fra type jobber og posisjon i kunstfeltet. Dette utfordrer ikke den subjektive oppfatningen om hva som oppfattes som kunstnerisk frihet, vist gjennom kunstnertypenes fortellinger om kunstnerisk autonomi. Derimot ser myten om kunstneren som uinteressert i pengeøkonomi å stå for fall, samtidig som pengene *gis ulik valør* ut fra sammenhengen de befinner seg i. Det avgjørende er ikke hvor pengene kommer fra, men hvilke antatte forpliktelser som er forbundet med dem. Det vises til endrede samfunnsforhold knyttet til endringer i levekår, utdanning og demografi der en konsekvens er økt konkurranse blant kunstnerne, samt endrede krav til pengeøkonomisk inntjening. Dette er knyttet til deltakelse i forbrukersamfunnet i forbindelse med forhold som markedsføring, media og ny teknologi som også kan gi nye kunstfaglige muligheter. Og det vises til anledningen for andre former for tverrfaglig samarbeid og kommunikasjon som inkluderer andre arenaer for synliggjøring av kunsten og kunstneriske virke.

## **Innholdsfortegnelse**

Forord.....	3
Sammendrag.....	5
Innholdsfortegnelse .....	7
1. Innledning. ....	9
Innledende kommentarer .....	10
Problemstilling og avgrensning.....	13
Gangen i oppgaven .....	15
2. Teorikapittel. ....	17
Avgrensning av analytisk rammeverk .....	17
Kritisk diskursanalyse.....	20
Intertekstualitet og interdiskursivitet .....	23
Sosial praksis.....	24
Den karismatiske kunstnermyten .....	24
Pengeøkonomi, forbruk og markedstankegang .....	26
Fortellinger: en måte å gi mening.....	27
3. Metodekapittel.....	29
Kvalitativt tilnærming - intervju.....	29
Tolkning.....	35
Idealtyper.....	35
Tekstanalyse .....	37
Tolkningsgrunnlag og troverdighet .....	38
4. Idealtyper. ....	41
Entreprenøren .....	41
Gallerikunstneren .....	45
Billedkunstnerens billedkunstner .....	49
Småbykunstneren .....	53
Oppsummering .....	56
5. Fortellinger om hvordan kunstnere får jobber .....	59
Kravet om å være synlig .....	59
Fortellinger om markedstankegang .....	65
Fortellinger om media.....	68
Fortellinger om den nye teknologien.....	70
Oppsummering .....	73
6. Legitimitet, integritet og kunstnerisk frihet .....	77
Fortellinger om fri kunst og kunstnerisk frihet .....	77
Fortellinger om spillet om legitimiteten – hvem lykkes? .....	80
Fortellinger om ren og uren kunst .....	83
Oppsummering .....	84
7. Penger er ikke penger – det gis ulik valør.....	87
Fortellinger om betydningen av å tjene penger.....	87
Fortellinger om at noen penger er bedre enn andre.....	91
Fortellinger om økonomisk inntjening .....	95
Fortellinger om stipend og garantert minsteinntekt.....	101
Oppsummering .....	103
8. Oppsummering og konklusjon .....	107
Litteraturliste: .....	113
Vedlegg 1. Intervjuguiden.....	119

Vedlegg 2. Informasjonsskriv til Utsmykningsfondet.....	123
Vedlegg 3. Informasjonsskriv til informantene .....	127
Vedlegg 4. Informasjon og samtykkeerklæring .....	129



# 1. Innledning.

Det er sånn jeg tenker: På 80-tallet var den store, rådende greia på Akademiet<sup>1</sup> sånne ekspressive uttrykk. Man skulle være så kraftig og direkte og man skulle stunte mye. På 90-tallet gikk pendelen andre veien. Da var alt fundert på en teori. Og man gjorde nærmest ingen ting, fordi at alt ble jo bare den teorien. Og i kjølvannet av det, den dokumentariske, samfunnskritiske kunsten. Og nå har det vipa over i et nytt årtusen og *nå skal vi overleve alle sammen*.<sup>2</sup> Også er den markedsgreia inne. Så jeg tenker som så at jo da, la det komme. Men altså, i bunn og grunn holder jo kunstnerne på likevel og har alltid gjort det, og noen overlever og andre ikke. Det er så mange forskjellige nivåer, så jeg tenker at det er også en greie man gjør nå og da er det veldig inn. Også balanserer det seg etter hvert... Nå er vi veldig på det at pendelen er på: *å så bra det er at vi kopler kunst og kapital*<sup>3</sup> og sånn. Også roer det seg ned det også, på et eller annet tidspunkt. De som holder på har alltid hatt, tror jeg, en eller annen sans for forretning. Enten så har man noen som jobber for seg som har den sansen, eller så må man ha den sansen selv. Men den er jo til stede hele tiden. Det er ikke så stor forskjell da alle bohemenes satt og drakk på Grand, for 150 år siden. Da satt det noen rundt som syns det var fryktelig spennende å sitte sammen med de kunstnerne for det de sa så mye rart. Også kjøpte de bildene av dem for en slikk og ingen ting, også kunne kunstnerne betale regningen sin... Det er jo det samme som skjer nå. Prinsippet er likt, men det foregår på litt andre måter.

Sitat fra en av mine kunstnertyper; "Entreprenøren".

Sitatet ovenfor er en kunstners oppsummering av tanker, oppfatninger og erfaringer, knyttet til det å overleve økonomisk gjennom sitt kunstneriske virke anno 2005. Alle mennesker blir preget av den samtiden de lever i, også kunstnere. Ingen lever i et vakuum. Et av de sentrale temaene i samtidens Norge, er ideen om samspillet mellom kunst og kapital.<sup>4</sup> Det er en påstand om at det skjer en hybridisering mellom kunst- og økonomifeltet, ved at eksempler fra disse blander seg med hverandre (Gran og De Paoli 2005:250). Begrepet kapital er her forstått som private næringslivskrefter. I den sammenheng er det interessant å undersøke på hvilken måte kunstnerne forholder seg til den enkleste definisjonene av begrepet kapital, nemlig *penger*. Jeg har en antakelse om at kunnskap om dette forholdet kan være av betydning for den enkelte kunstner selv og for alle som forholder seg til et samspill med kunstnere, og som

---

<sup>1</sup> Det som tidligere het Statens kunstakademi og som nå er tilknyttet Kunsthøgskolen i Norge. (KhiO).

<sup>2</sup> Kursiveringer gjennom oppgaven der ikke annet er oppgitt, er foretatt av meg for å fremheve betydningen i utsagnene.

<sup>3</sup> Kapital er her forstått som det selvstendige næringslivet.

<sup>4</sup> Anne-Britt Gran og Donatelle De Paoli (2005) argumenterer for at bakgrunnen for ideen om samspillet mellom kunst, estetikk og næringslivskrefter ligger i oppfatningen om at samfunnet som helhet gjennomgår en "dedifferensieringsprosess", ut fra en postmoderne forestilling om at grensene mellom modernitetens tradisjonelle sfærer og sektorer utviskes. (Gran og De Paoli 2005:250).

indirekte vil kunne bidra med forståelse knyttet til kunstneres samspill med private næringslivskrefter.

### ***Innledende kommentarer***

Et av de sentrale temaene som karakteriserer den vestlige verden, er oppfatningen av at vi lever i et forbrukersamfunn,<sup>5</sup> preget av økt kjøpekraft, økte utdanningsmuligheter og dermed økt konkurranse. De siste 20 årene har det også skjedd en markant økning av kunstnere i befolkningen. Det er stadig flere som ønsker å studere kunstfag og som velger å satse som utøvende eller skapende kunstnere. En forklaring har vært knyttet til en økning i den generelle velstanden i et samfunn. Jo mer velstand i et samfunn, jo flere kunstnere. Dette åpner for et arbeidsmarked som kan sies å være i endring. Stadig flere velger å ta en kunstfaglig utdanning, noe som igjen leder til økt konkurranse, men også etablering av nye tenke- og handlemåter knyttet til å skape kunst og det å tjene penger på den (Bjørkås 1998, Mangset 2004). Ulike tider representerer ulike utfordringer med hensyn til det å ta del i og bidra til det velferdssamfunnet vi lever i. Kapital, eller penger, er noe alle må forholde seg til enten man snekrer, forsker, jobber som økonomer eller skaper kunst. Pengene kan sies å representere noe felles, noe vi alle er avhengig av uansett status, kjønn eller yrke. Hvordan løser kunstnere dette?

I den sammenheng er det interessant å undersøke *hvilke fortellinger kunstnerne selv har om samspillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger i 2005*. Jeg anlegger et postmodernistisk overblikk og låner perspektiver fra strukturalisme, post-strukturalisme og konstruktivisme. Søkelyset rettes mot kunstnerens egne fortellinger og fortolkninger rundt det å overleve økonomisk som kunstner.

På 1700 tallet etablerer den moderne *kunstinstitusjonen* seg i Europa og idealet om *L'art pour l'art*, eller *kunst for kunstens* skyld blir et rådende paradigme. Kunsten løsrives fra de funksjonelle brukskrav til å bli et selvstendig område (Habermas 1971:34.). Opplevelsen av en egen kunstnerrolle får manifestere seg.<sup>6</sup> Dette gir grobunn for ideen om den karismatiske kunstnermyten der kunstneren framstår som selvtilstrekkelig og økonomisk uberørt, forbundet med et spesielt talent som er medfødt og som har konnotasjoner til en gudgitt "gave"

---

<sup>5</sup> Jf. Mike Featherstone (1990).

<sup>6</sup> Jf. Mangset (2004:51)

(Mangset 2004:10). I Norge skjedde dette litt senere. Den norske kunstinstitusjonen ble etablert 27.april 1836 (Solhjell 1995:11). Med den etableres ideen om en autonom kunstverden, frigjort fra samfunnet for øvrig, selv om det aldri har blitt et helt skille mellom kunsten som selvstendig felt og de funksjonelle brukskrav som samfunnet har stilt. For billedkunst gjelder dette for eksempel samspillet med kirken om utsmykking i kirkelige sammenhenger (St.meld. 47. 1996-97:8).

Mytene og fortellingene om kunstneren er mange. Ulike forskere har beskjeftiget seg med spørsmål om hvorvidt hele fundamentet for den karismatiske kunstnerrollen er i ferd med å forsvinne.<sup>7</sup> Sosiologen Per Mangset (2004) drøfter om den karismatiske kunstnerrollen kun er en historisk konstruksjon eller om den fortsatt setter preg på dagens unge kunstnere: ”Er den romantisk-karismatiske kunstnerrollen *modernitetens* kunstnerrolle, mens helt nye og annerledes kunstnerroller vokser fram i den *postmoderne*<sup>8</sup> epoken?” (Mangset 2004:10).

”Den typiske samtidskunstneren er (...) fristilt fra den tyngende karismatiske rollen. Hun velger sin kunstnerrolle helt fritt innenfor et vidt repertoar av rollemodeller. Dermed er hun heller ikke lojal mot kunstneriske disipliner, sjangere eller asketiske krav til kunstnerisk renhet. Hun krysser villig grensene mellom høyt og lavt, rent og urent. Hun har et friere og mer lekent forhold til kunstfeltets tunge tradisjoner, uttrykksformer og rollemodeller. Og hun lar seg ikke lukke inne av kunstinstitusjonens tradisjonelle grenser og stengsler” (Mangset 2004:10-11).

Fra å ha vært styrt av markedet gjennomgikk kunst- og kulturpolitikken et hamskifte på 1960- og 1970 tallet. ”Det endret karakter fra å være et blandingsøkonomisk regime dominert av markedet, til å bli en blandingsøkonomi regulert av staten” skriver Bjørkås (1995; 1998:59). Staten ble i større grad enn markedet en hovedinntektskilde for kunstinstitusjonene. Fra 1990 tallet og utover ser det imidlertid ut til at kunstfeltet har fått mer av både marked og stat. Endringer i eierskap, økt markedsorientering (for eksempel krav til inntjening), og monopoldannelser i oppløsning. Dette har medført former for næringsvirksomhet som også har implikasjoner for ”arten og omfanget av den kunstneriske sysselsettingen” (Bjørkås 1998:60). På bakgrunn av dette har jeg en forestilling om at postmoderne ideer som

---

<sup>7</sup> Jf. Mangset (2004); Aslaksen (1997); Schmedling (1998) og Klausen (1984). Karin Haugen viser at problemstillingen også er problematisert av kunstnere, som Marianne Heier i egenskap av redaktør, i boken ”*Calculated risks*”, i Klassekampen 30. mars 2005.

<sup>8</sup> Begrepene *postmodernitet* og *senmodernitet* synes å representere begrep som defineres ulikt ut fra den enkelte forfatter og kontekst. Jeg vil holde meg til en oppfatning av postmodernitet som en avvisning av en ultimate sannhet, (Burr 1995, 2003:11) og en oppløsning av skillene typisk for det *moderne* samfunn, (Fairclough 2003:218) og avstå fra en dypere drøfting av begrepene.

fleksibilitet, innovasjon, tverrfaglighet og refleksivitet står sentralt for kunstnere i dag. Vi har økt levestandard. Det er endringer i familie og husholdningsstruktur og endringer i nærings- og jobbstruktur (St.meld. 48. 2002-2003).

### **Begrepsavklaringer:**

Begrepet *kapital* har ulike betydninger ut i fra hvilken sammenheng det blir uttrykt. I sosiologien gir begrepet konnotasjoner til Marx` kapitalismeforståelse der skillet mellom en posisjon som proletar eller eiendomsbesitter betinger livsmulighetene. Dette er knyttet til historiske endringer rundt framveksten av kapitalismen som følge av den industrielle revolusjon med en underklasse fullstendig prisgitt lønnsarbeid som eneste inntekstkilde (Marx 1992). Eller Webers granskning av forskjellige rasjonalitetsformer i kjølvannet av kapitalismen, der ideen om en ”*formålsrasjonalitet*” knyttes til en slik utvikling (Weber 1995). I Norsk illustrert ordbok (1993) viser en betydning av kapitalbegrepet til ”*penge; formue; eiendom; verdier*”, mens en annen viser til adjektivene: ”*vesentlig; avgjørende*”. For eksempel i betydningen en ”*kapital dumhet, misforståelse (eller) skuffelse*” (Guttu 1993:429). Atter en annen betydning finner vi blant annet i avisenes daglige næringsbilag som viser til det selvstendige næringslivet. I denne studien viser begrepet kapital i all hovedsak til betydningen *penger*. Der begrepet har andre betydninger vil det bli gjort rede for.

Selve kunstbegrepet er ikke et tema for denne oppgaven. Jeg vil derfor ikke gå inn på noen definisjon om hva kunst er. Mitt fokus er kunstnerne og deres fortellinger om egne kunstneriske praksiser.

En måte å gi mening på er gjennom fortellinger og bilder (Frønes 2001:87).<sup>9</sup> Sosiologen Ivar Frønes (2001:87) tar utgangspunkt i fortellingen som støttepunkt for mytologiske strukturer for mening og opplevelse (jf. De Certau 1984 i Frønes 2001). I denne forståelsen er kulturens fortellinger fundamentet for våre opplevelser og følelser. For å gi mening må man ta fatt i ”den form som de symbolske forestillingene tar for aktøren (...) Den kulturelle basis har ulike nivå, fra de generelle dominerende fortellingene og metaforer vi lever etter til de mer særegne fortellinger for ulike deler av samfunnet” (Frønes 2001:87). En av samfunnets

---

<sup>9</sup> Begrepet ”*Fortellinger* refererer til aktørens forestillinger om forløpene innhold og struktur. Fortelling bruker vi her på samme vis som ”story” mens ”narrativ” refererer til en bredere kategori strukturerte beskrivelser.” (Frønes 2001:90).

nøkkelfortellinger<sup>10</sup> finner vi som nevnt i den karismatiske kunstnermyten, der ideen om et ”kunstnerkall hevet over alle verdslige behov” er framtreddende. Det er en idé om at kunsten er nok belønning i seg selv og at forgjengelige behov som penger til mat, bolig og pensjon ikke er så farlige. Derfor vil det være spennende å drøfte hvordan dynamikken mellom ”kunst/penger” kan gjøre seg gjeldende i kunstlivet. Unge kunstnere som skal ut i arbeidslivet har ingen erfaring om hvordan samspillet mellom det å skape kunst og det å klare å leve av den, gjøres, ”men de har med seg fortellinger som både i forløp<sup>11</sup> og koreografi forteller dem hvordan (dette samspillet) skal realiseres” (Frønes 2001:89). Enten det handler om å tjene penger på kunsten, eller ikke.

### ***Problemstilling og avgrensning***

Jeg har en forestilling om at kunstnere flest ikke har noen problemer knyttet til penger i seg selv. Derimot har samfunnet noen fortellinger om hvordan dette samspillet foregår. Jeg tenker at penger er et sentralt tema i en kunstners hverdag av flere årsaker, blant annet fordi mange er organisert som *selvstendig næringsdrivende*, i enkeltpersonsforetak. Statusen som selvstendig næringsdrivende, kan sies å utgjøre en sosial struktur som kunstnere får sine arbeidsrammebetingelser gjennom (i likhet med andre mennesker i andre yrker som er organisert på denne måten). Dette innebærer krav til økonomisk og administrativ styring som man er skånet for som lønnsinntaker, der man har en arbeidsgiver som har ansvaret for dette. Det kan være en utfordring for mange kunstnere å klare å tjene nok penger til å livnære seg gjennom sitt kunstneriske virke.<sup>12</sup> Billedkunstnerne som har bidratt til denne studien har utpekt fire hovedinntektskilder: *utsmykningsoppdrag, utstillinger, stipend og ikke-kunstnerisk arbeid*, der type hovedinntektskilde er forskjellig ut fra deres plassering og orientering i kunstfeltet. Denne oppgaven tar ikke sikte på å diskutere om kunst har en verdi, eller ikke. Det er således ikke en diskusjon om kunstens berettigelse eller eksistens jeg søker å befatte meg med. Det ligger heller ingen vurderinger om det er blitt for mange kunstnere eller ikke, eller om et samfunn trenger denne kunsten som skapes. Jeg søker å gi en beskrivelse av hvilke

---

<sup>10</sup> Nøkkelfortellinger har ofte mytisk innhold og beskriver vesentlige aspekter av en kultur som kan virke inn på individenes handlinger og oppfatninger (Frønes 2001:108-9). En myte kan beskrives som en ”fortelling som levendegjør et kultisk innhold”, og som fremstilles eller oppfattes som en sannhet (Guttu 1993:577).

<sup>11</sup> Når vi plasserer en hendelse i et forløp, gis fortellingen mening (Frønes 2001:89). Fortellingene er sentrert rundt en tidsakse og de er kjennetegnet ved å ha innhold, struktur og plott, der plottet viser til ideen om hvordan ting henger sammen (Frønes 2001: 91-2). I denne sammenheng er ”forløpet” selve samspillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger på den.

<sup>12</sup> I 1993 var gjennomsnittlig inntekt for billedkunstnere 108 100 kroner (Inas-rapporten tabell 6.2 og 6.3 i St.meld.nr. 47. 1996-97:62). Kirke og kulturminister Trond Giske har varslet en ny levekårsundersøkelse med intensjon om å sikre ”brukbare levekår” (Odd Inge Skjævesland i Aftenposten 9.11 2005).

utfordringer kunstnere i dag opplever i sitt virke som skapende kunstner og det å kunne forsørge seg selv og sine nærmeste, via kunsten. Kunstkvaliteten er ikke relevant i denne sammenhengen, men om kunstneren kan leve økonomisk av den. Mine problemstillinger er som følger:

***På hvilken måte forholder kunstnere seg til samspillet mellom kunst og kapital? På hvilken måte er de opptatt av penger?***

For å belyse dette har jeg tatt utgangspunkt i en diskursteoretisk tilnærming, der diskurs handler hvordan vi ser ut til å foretrekke en betydning framfor en annen, innenfor en gitt kontekst (Jørgensen og Philips 1999:146).

Med utgangspunkt i datamaterialet har jeg avgrenset to ulike sosiale praksiser som strukturelt rammeverk. Den første viser til *den karismatiske kunstnermyten*. Det er et ideal som tilhører moderniteten og som oppsto i romantikken med idealer knyttet til selvtilstrekkelighet og autonomi, også fra pengeøkonomi<sup>13</sup> og som synes å ha hegemoni blant kunstnere. Mytebegrepet er interessant fordi det ofte ikke er ”overensstemmelse mellom de sosiale struktureringer og myten. Myten er således på den ene siden en misoppfatning av virkelighetens beskaffenhet, men på den andre siden er den en helt nødvendig horisont for våre handlinger”<sup>14</sup> (Jørgensen og Philips 1999:52). Mytene overlever i dagligtalen av mennesker i dialog med andre mennesker (Barthes 1969).

Den andre sosiale praksisen jeg har tatt utgangspunkt i viser til den postmoderne ideen om at vi lever i et *forbrukersamfunn*. En slik samfunnstype fordrer en viss økonomisk inntekt for deltakelse, og ulike markedsdiskurser synes å infiltrere språkbruken i offentlige institusjoner.<sup>15</sup> Samfunnet ser annerledes ut enn det gjorde for 20-30 år siden. Mye har skjedd siden den etablerte kulturpolitikken ble fastlagt. De viktigste stikkordene er knyttet til globalisering, kommersialisering og individualisering (St.meld.48. 2002-2003).

I dette spennet mellom marked og kunstmyte antar jeg at vi kan finne til dels konkurrerende verdier, normer og regler for sosial praksis, og at den karismatiske kunstnermyten, analytisk,

---

<sup>13</sup> Mangset (2004:9-10) viser til den karismatiske kunstnerrollen. Jeg har valgt å vektlegge det mytiske aspektet.

<sup>14</sup> Sitatene er oversatt av meg der intet annet er oppført.

<sup>15</sup> Jf. Fairclough (1992:6).

kan fungere som en motdiskurs til forbrukersamfunnsdiskursen. Jeg går også ut i fra at vi i denne sammenhengen vil kunne oppdage reproduksjon av det bestående, men også endringer av kunstnerisk praksis. (Dette vil bli nærmere belyst i kapittel 2). På bakgrunn av dette har jeg følgende delspørsmål:

1. *Hvordan portretteres og situeres kunstnernes fortellinger om samspillet mellom kunst og kapital?*
2. *Hva karakteriserer kunstnertypenes kunstneriske praksis?*
3. *På hvilken måte gjenspeiler forbrukersamfunnet og den karismatiske kunstnermyten seg i kunstnertypenes fortellinger om kunstneriske verdier?*
4. *På hvilken måte gjenspeiler forbrukersamfunnet og den karismatiske kunstnermyten seg i kunstnertypenes fortellinger om penger?*

Man sier ofte at *penger ikke er noe problem når man har dem*. Problemet oppstår når man ikke har dem, eller det er lite av dem. Fortellingen om den fattige kunstneren står sterkt.<sup>16</sup> Like fullt vet vi at det er store forskjeller mellom kunstnere, også i inntektsevne. I stedet for å fokusere på problemer knyttet til det å ha lite penger, har jeg søkt å finne fortellingene til godt etablerte kunstnere som på ulike måter har klart og klarer å livnære seg økonomisk gjennom sitt kunstneriske virke. Min motivasjon er å lære mer om hva som er kunstnernes egne fortellinger om samspillet mellom kunst og kapital. Er de i virkeligheten slik som mytene og fortellingene sier at de er? Jeg har en forventning om at det er mange sider ved dette samspillet som ikke er kjent, og at det er av samfunnsmessig verdi å dykke litt nærmere ned i hva dette egentlig handler om, for kunstnerne selv og for alle andre som er interessert i kunst.

## ***Gangen i oppgaven***

I kapittel 2 vil jeg presentere og redegjøre for valg av et diskursteoretisk rammeverk for analysen. Metode og metodologi vil bli belyst i kapittel 3 der jeg vil ta utgangspunkt i kjente metaforer som viser til en kunstnerpraksis. I kapittel 4 har jeg som et metodisk grep valgt å konstruere fire idealtypiske modeller på bakgrunn av de ulike mønstrene for samspill mellom kunst og kapital som har synliggjort seg i materialet. Jeg har kalt dem: Entreprenøren,

---

<sup>16</sup> Dag Solhjell (2000:319) viser at flere enn halvparten av norske billedkunstnere tjener halvparten av minstelønnen til lavinntektsyrker, samtidig som kunstnerbefolkningen øker med 5 % hvert år. Like fullt fins det mye penger i kunstfeltet, men inntektene er ulikt fordelt.

Gallerikunstneren, Billedkunstnerens billedkunstner og Småbykunstneren. I kapittel 5 er kunstnerens kunstneriske praksis gjenstand for analyse der forhold som markedsføring, media og ny teknologi er sentrale temaer. I kapittel 6 tar jeg utgangspunkt i ideen om at kunst og kapital synes som to uforliknelige motsetninger. Jeg trekker fram idealer knyttet til legitimitet, integritet og kunstnerisk frihet og drøfter på hvilken måte disse gjenspeiles i kunstnerens fortellinger om egen kunstneriske praksis i forhold til temaer som kunstnerisk frihet, spillet om legitimiteten og skillet mellom ren og uren kunst. Med utgangspunkt i ideen om at kunstnere ikke har problemer med penger, men forpliktelsen penger kan medføre, behandler jeg i kapittel 7 kunstnerens fortellinger knyttet om betydningen av å tjene penger, ideen om at noen penger er bedre enn andre, økonomisk inntjening og stipend og garantert minsteinntekt. I kapittel 8 gir jeg en oppsummering av funnene og trekker noen konklusjoner. Til slutt vil jeg komme med forslag til temaer som kan være av interesse å undersøke videre.



## 2. Teorikapittel.

Nu skuer han lidende inn i seg selv,  
Og minen er fjern som hos selvdød makrell,  
Han sier: "Mitt liv er en ubetalt gjeld".

Det rasler av regninger gjennom hans liv.  
"Betal oss!" forlanger de. "Skriv, dikter! Skriv!".  
Men slikt gjør en kunstnersjel uproduktiv.  
Andrè Bjerke<sup>17</sup>

I dette kapitlet vil jeg gjøre rede for og begrunne valg av teoretisk rammeverk for analysen. Mytene og fortellingene om kunstnerens forhold til penger er mange. Her presenterer dikteren Andrè Bjerke (1951) en skildring av kunstneren som blakk, intuitiv, og sikkert for mange, ganske ustrukturert. Kunstneren som krever økonomisk støtte, "kunstneren som bare skal ha". Men er dette et representativt bilde for kunstnerens situasjon og kunstnerens forhold til penger? Det kan kanskje være slik hvis man leser diktlinjene bokstavelig og ikke har mer informasjon om dikteren, konteksten diktet er forfattet i, hvem det er skrevet for eller måten kunstneren tjener penger på. Leserens plassering i den sosiale og kulturelle konteksten har også betydning for hvordan mening skapes og hva som vektlegges. Med andre ord: Hva som oppleves som virkelig og sant er kontekstavhengig. Bjerkes dikt er en illustrasjon av kunstnerens pengeforhold, der dikteren forteller. Et bilde av billedkunstneren kunne være av en lidende maler som ser utmattet opp fra regningsbunken og over på sitt lerret. "Mal, billedkunstner! Mal!". Vi må huske at diktlinjene ovenfor er skrevet av kunstneren selv, sansebedragets og fabuleringens maestro. Så vet vi egentlig om dette er et representativt bilde av kunstnerens finansielle situasjon og forhold til penger? Hadde kanskje dikteren bare en dårlig dag? Disse spørsmålene skal belyses i denne oppgaven. Først vil jeg komme med noen innledende kommentarer til hvordan sosiologien har behandlet temaet kunst og kulturliv.

### ***Avgrensning av analytisk rammeverk***

Kunst og kulturliv har vært emner som sosiologien har ansett for å være etisk problematisk og derfor uheldig å studere. Sosiologen Dag Østerberg (1997) skriver:

---

<sup>17</sup>Utdrag fra diktet: "I dårlig selskap" av Andrè Bjerke (1951).

”Kultursosiologien kan vekke uvilje hos dem som er opptatt av kultur, for så vidt som sosiologisk betraktning synes næret av et ønske om å trekke kulturen ned i hverdagen, hvor det strides om penger og makt, og det iblant rår smålighet, ja elendighet. Kulturen skulle jo være et fristed hvor det gikk an å glemme slikt, om så bare for en kort stund. Å oppfatte forholdet mellom ”kulturlivet” og resten av samfunnslivet er ikke innlysende riktig. Men selv om så var, så blir ikke kultursosiologien overflødig eller en uting, for den kaster lys over de sosiologiske vilkårene for et slikt fristed, og klargjør når disse vilkårene svikter” (Østerberg 1997:42).

Den franske sosiologen Pierre Bourdieu<sup>18</sup> (1992) skriver:

”Sociologi och konst trivs inte bra ihop. Det beror på at konsten og konstnärnana inte tål att den föreställning de har om sig själva kränks. Konstens värld är en trons värld; man tror på begåvning, på den unika skaparen som inget har skapat og när sociologien, som vil förstå, förklara och begripeliggjöra, kommer instörtande är skandalen ett faktum. Han bryter förtrollningen, utover reduktionism, han är kort sagt oanständig eller, vilket är samma sak, kättersk” (Pierre Bourdieu (1992) sitert i Mangset 2004:32).

Jeg velger å trosse disse påminnelsene om kunstens og kulturlivets uvilje mot kultursosiologien, ut i fra begrunnelsen om at jeg er usikker på om det virkelig er slik at kunstnere ikke ønsker mer innsikt og kunnskap om hvordan dette samspillet gjøres. Jeg vil undersøke kunstnerens ulike vilkår for kunstproduksjon og på hvilken måte de forholder seg til penger og forhold knyttet til pengespørsmål. På godt og vondt. Bakgrunnen for et slikt fokus er forestillingen om at dette er et tema som kunstnerne selv kan oppleve som utfordrende, og som det derfor er ønskelig at blir belyst nærmere. En målsetning for arbeid er ofte belønninger, som regel i form av penger, men også ære og berømmelse kan være ulike motivasjonsfaktorer. Det er et spørsmål om temaet penger i realiteten er så vanskelig for kunstnere som mytene forteller om? Sosialantropologen Howard Becker (1982) kalte det kunstneriske produksjonsfeltet som kunstnerne er en del av for ”*kunstverdenen*”, som består

---

<sup>18</sup> På veien frem mot en avgrensning av et analytisk rammeverk, hadde jeg idé om at Pierre Bourdieus (1993) teori om det kulturelle feltet, og dets særegne form for produksjon av tro, ville fungere som ”hånd i handske” som teoretisk verktøy for å belyse de innsamlede dataene i denne studien. Men ved nærmere lesning vurderte jeg det dithen at min forestilling om andre fortellinger om hvordan kunstnerne forholder seg til penger, ikke ville utforskes i tilstrekkelig grad, men kunne være med på å opprettholde og bekrefte de mytene jeg søker å utfordre. Og de fortellingene jeg har en forestilling om at fins der, ville forbli usynlige. Derfor har jeg valgt en mer pragmatisk bruk av Bourdieus (1993) teoretiske perspektiver, men kun som aspekter i et teoretisk rammeverk som jeg tenker vil være fruktbart til å belyse de innsamlede dataene. Dette blir nærmere redegjort for nedenfor. I denne avgjørelsen ligger det også et etisk perspektiv om å søke å formidle kunstnerens fortellinger slik de ble fortalt meg, og ikke presse dem inn i et teoretisk rammeverk som, slik jeg oppfatter det, vil skjule mer enn det klargjør. En utvidet begrunnelse for dette valget ligger i oppfatningen om endrede samfunnsforhold fra Bourdieus` samtid i Frankrike, til dagens postmoderne forestilling om nye og endrede kategorier mellom kunst- og det økonomiske feltet, enten de selv definerer seg med utgangspunkt i kunst og/eller kapital (Gran og De Paoli 2005:253).

av ulike felt tilpasset den enkelte kunstart. Min undersøkelse omhandler billedkunstfeltet. Dette feltet består av for eksempel billedkunstnere, kuratorer, gallerister, publikum, kunstkjøpere, museumsdirektører og kunsthistorikere, for å nevne de mest sentrale rollene. Omkring temaet kunst og penger er det derfor ikke usannsynlig at det ligger mange ulike interesser og interesserter.

### **Sosialkonstruktivistisk perspektiv**

”Hvis folk definerer situasjoner som virkelige, så er de virkelige i sine konsekvenser”.<sup>19</sup>

Sosiologien er en mangefasettert vitenskap med mange ulike tilnærminger og perspektiver som bidrar til ulike vinkler for vitenskapelighet og forskning. Et sosialkonstruktivistisk perspektiv tar høyde for at vi i hverdagen, innenfor en kontekst, ofte har samme syn på virkeligheten (Mjøset 2001:6-7). Det er tale om et kognitivt ordensproblem (Barnes 1995:91), der tilnærminger på individ og gruppe-nivå av hverdagslivets beskrivelser av felles virkelighetsforståelser, vil kunne forklare fenomener på aggregert nivå (Mjøset 2001:157).<sup>20</sup> Et eksempel kan være forestillingen om at noen penger ”lukter”.<sup>21</sup> Denne ideen er knyttet til et virkelighetssyn innad i kunstfeltet og kan for mennesker utenfor synes uforståelig, både i innhold og form. Den amerikanske psykologen Vivian Burr (1995) hevder at det ikke finnes en egenskap som kan identifisere den sosialkonstruktivistiske posisjonen, men hun trekker fram fire nøkkelantakelser: En kritisk holdning til all tatt – for – gitt kunnskap, våre virkelighetsoppfatninger er betinget av hvor og når vi lever med konsekvens i relative oppfattelsesmåter i historisk og kulturell forstand. Kunnskap opprettholdes gjennom sosiale prosesser og fabrikkeres gjennom samhandling med andre mennesker, og kunnskap i interaksjon med sosial handling har som konsekvens at noen mønstre og konstruksjoner opprettholdes og andre ekskluderes (Burr 1995: 3-5). Hvis vi vender tilbake til ideen om at noen penger ”lukter”, synes dette eksemplet også å illustrere en virkelighetsoppfatning som nå blir utfordret innad i kunstfeltet, som en historisk og kulturell konstruksjon. I denne oppgaven vil jeg i hovedsak støtte meg til diskursanalyse som er en av flere sosialkonstruktivistiske retninger (Jørgensen og Philips 1999: 11). Diskursanalyse blir forstått både som teori og

---

<sup>19</sup> ”Thomas-teoremet” (Robert K. Merton i Østerberg 1978:152).

<sup>20</sup> Som en kontrast til for eksempel en tilnærming vi finner i teorien om *rasjonelle valg*, der individet antas å være ”uavhengig, rasjonell/beregnende, målorientert og egoistisk eller selvopptatt” (Barnes 1995:6). Et ordensproblem forbundet med individenes jakt på personlige fordeler, ubesmittet av kollektive orienteringer (Barnes 1995:25).

<sup>21</sup> Jf. Solhjell (1995:38).

metode. Jeg har foretatt et pragmatisk skille ut fra hva som syntes mest hensiktsmessig for å belyse problemstillingen. I det følgende presenteres et diskursteoretisk rammeverk for analysen, mens det metodiske introduseres i metodekapitlet.

## ***Kritisk diskursanalyse***

Begrepet diskurs representerer ikke en entydig måte for analyse. Psykologene Marianne Winther Jørgensen og Louise Philips (1999:9) viser til at diskursbegrepet har vært brukt på mange ulike måter, men at en fellesnevner for de ulike diskurstilgangene vanligvis ligger i oppfatningen av språket som ”strukturert i forskjellige mønstre”. Tankegangen er at når vi opptrer innenfor ulike sosiale felt følger utsagnene våre disse språklige mønstrene, der ” (...) diskurs er en bestemt måte å tale om og forstå verden (eller et utsnitt av verden) på”. (Jørgensen og Philips 1999:9). Vitenskapsteoretisk trekker diskursanalytiske retninger på en strukturalistisk<sup>22</sup> og poststrukturalistisk<sup>23</sup> språkfilosofi, som forfekter at språket er vår inngang til virkeligheten. Språket blir forstått som redskap til å skape representasjoner<sup>24</sup> av virkeligheten. Det fungerer som et speilbilde av en eksisterende virkelighet, men også som konstruerende av en realitet (Jørgensen og Philips 1999:17). Det handler om at en oppfatning kan synes ”sannere” enn en annen og er dermed også en avvisning av andre oppfatningsmåter. Diskurs kan defineres slik:

”Diskurs er et system for frambringelse av et sett utsagn og praksiser som, ved å innskrive seg i institusjoner og framstå som mer eller mindre normale, er virkelighetskonstruerende for sine bærere og har en viss grad av regularitet i et sett av sosiale relasjoner” (Neumann 2001:18).

Diskursanalyse omhandler med andre ord en analyse av disse språklige mønstrene (Jørgensen og Philips 1999:9). Vi kan vanskelig lene oss til en diskursanalytisk retning uten å trekke inn idéhistorikeren Michel Foucault (1969). Han har vært en sentral støttestøtte i utviklingen av den diskursteoretiske og -metodiske tilnærmingen. Gjennom språkets retorikk var han opptatt av å undersøke forholdet mellom makt og kunnskap, knyttet til hvilke utsagn som i en bestemt historisk periode ble forstått som overbevisende og korrekte (Foucault 1969:17).

---

<sup>22</sup> Strukturalismen oppstod med Saussure (1974) og viser til ideen om at ”verden slik den fremstår for oss er et resultat av skjulte strukturer” (Burr 1995, 2003:11). Utgangspunktet for perspektivet er oppfatningen av språket som et system der nøkkelbegrepet er *tegn* som viser til ting vi er opptatt av, tenker på osv. og som vi forsøker å formidle til andre, gjennom innhold og uttrykk (Burr 1995, 2003: 50).

<sup>23</sup> Poststrukturalisme viser til oppfatningen av tegnenes evne til å forandre betydning eller gli inn i hverandre som en konsekvens av ideen om at den underliggende strukturen er foranderlig (Jørgensen og Philips 1999:20).

<sup>24</sup> Mellom verden og vårt grep på den kommer representasjonene av verden (Neumann 2001:33).

”(...) diskurser er ikke en gang for alle underkastet makten eller hevet opp mot den, noe mer enn tausheten er det. Vi må ta hensyn til den komplekse og ustabile prosessen der diskursen både kan være et instrument og en effekt av makten, men også en brems, en hindring, et motstandspunkt og et startpunkt for en motsatt strategi. Diskurs overfører og produserer makt; den forsterker den, men også underminerer og eksponerer den, gjør den sårbar og umulig å motarbeide” (Foucault 1978 sitert i Mills 2003:54-5).

På hvilken måte fortellingene blir fortalt, kan ha avgjørende betydning for hvordan de blir oppfattet. Det ligger mye makt i konstruksjonen av fortellingene. Hvordan representasjonen oppfattes avhenger av hvordan den blir tolket, hvilke tegn som blir vektlagt, hvilken betydning de blir tillagt og i hvilken sammenheng de forstås.

Jeg anlegger en pragmatisk tilnærming i oppgaven og støtter meg til Norman Faircloughs (1992) versjon av det som omtales som *kritisk diskursanalyse*<sup>25</sup>. Kritisk diskursanalyse vekt på språket som kun *èn* form for sosial praksis og forstår diskursen som et dialektisk forhold som på den ene siden er sosialt skapt og begrenset i videste forstand, og på den annen side som sosialt konstituerende (Fairclough 1992: 64).<sup>26</sup> *Meningen* står sentralt og ikke språkets lingvistiske karakteristika (Fairclough 2003:2).<sup>27</sup> I så måte er det en diskursteoretisk tilnærming som åpner for sosialteoretiske elementer<sup>28</sup> med hovedinteresse i studiet av forandring (Jørgensen og Philips 1999:15). Fokus i denne studien er kunstnerens egne representasjoner av seg selv, i forhold til ideen om den karismatiske kunstnermyten, men også i forhold til hvilke andre diskurser de trekker på i sine fortellinger om egen kunstnerisk praksis. Dette er ut fra tanken om at de bygger på etablerte betydninger som den konkrete språkbruken viser tilbake til (Jørgensen og Philips 1999:15). Jeg vil støtte meg til Faircloughs (2003) definisjon av diskurs:

---

25 Jeg ser dette som mest hensiktsmessig, i motsetning til en mer poststrukturalistisk tilnærming (Lachlaur og Mouffes 1985) som ser diskurs som konstituerende for en virkelighet, eller en sosialpsykologisk tilnærming (Potter og Wetterell 1987) som ser diskurs som konstituert av en virkelighet (Jørgensen og Philips 1999:29).  
26 Fairclough (1992) trekker i stor grad på Foucaults (1969) bidrag til en sosialteoretisk tilnærming til diskurs, ”som forholdet mellom diskurs og makt, den diskursive konstruksjonen av sosiale subjekter og kunnskap og diskursens funksjon i sosial endring” (Fairclough 1992:37-8). Men der Foucault representerer en mer abstrakt tilnærming, er dette et forsøk på en utvikling av en mer tekstorientert diskursanalyse. ”Foucaults diskursanalyse inkluderer ikke diskursive og lingvistiske analyser av ekte tekster” (Fairclough 1992:56). Fairclough vektlegger både beskrivelse av teksten og en fortolkning av den diskursive praksis, samt at dette skal analyseres i forhold til tekstens sosiale betingelser (Fairclough 1992:56). Dette vil bli nærmere redegjort for nedenfor.

27 Tilnærmingen går ut på å ikke ”reduere samfunnslivet til språket, (...) men at det ofte gir mening å benytte diskursanalyse i sammenheng med andre analyser” (Fairclough 2003:2).

28 Fairclough (1992) benytter begrepet ” ”elementer”, fremfor koder eller formasjoner” for å beskrive de ulike delene av en diskursorden (Fairclough 1992:68).

”Jeg ser diskurser som måter å representere aspekter av verden på – prosessene, relasjonene og strukturene til den materielle verden, den ”mentale verden” av tanker, følelser, tro osv., og den sosiale verden” (Fairclough 2003:124).

Ideen om at vi lever i et forbrukersamfunn er knyttet til kravet om at alt skal lønne seg, pengeøkonomisk sett, og reflekterer en forandring av en bredere sosial praksis, nemlig den samfunnsmessige utvikling i postmoderniteten, der markedsdiskurser<sup>29</sup> er i ferd med å kolonisere offentlige institusjoners diskursive praksiser (Fairclough 1992:6). I dette perspektivet forstås kunst som varer, der det handler om å appellere til kunstkjøpere for å få solgt varene, og der alle medlemmene i samfunnet møter et krav om et visst økonomisk forbruk. I den sammenheng oppstår det endrede kategorier, der et tidsaktuelt utsagn er at det skjer en krysning mellom sfærene kunst og kapital. Med den konsekvens at *hybridene* kommer i posisjon, samtidig som de fordømmes hardt ut i fra et kunstnerisk *renhets* perspektiv (Gran og DePaoli 2005:252-3). Støttet av ideen om handlingsbetingelser som er i stadig endring (Neumann 2001:178-9), er kunstneres fortellinger interessante fordi de kan gi nye innsikter og kunnskap om på hvilken måte kunstnere forholder seg til sin kunstneriske praksis.

I analysen av diskurs, trekker Fairclough fram to sentrale dimensjoner. *Den kommunikative begivenhet*, ” er orientert mot forståelse og utveksling av mening”,<sup>30</sup> og viser til et tilfelle av språkbruk (Fairclough 2003:214). Hvert tilfelle av språkbruk har igjen tre dimensjoner. For det første, *tekstdimensjonen*, som viser til tale, skrift, bilde eller en blanding av det språklige og det visuelle (Jørgensen og Philips 1999:79). I denne studien viser det i hovedsak til intervjuutskriftene som danner tekstgrunnet for analysen. For det andre det som blir kalt en *diskursiv praksis*, som viser til utøvelsen av diskursen og blir forstått som en sosial praksis som former den sosiale verden. På den ene siden, viser det til handlinger som ”(...) konkrete, individuelle og kontekstbundne, men på den annen side er de samtidig institusjonaliserende og sosialt forankrede og har derfor en viss regelmessighet” (Jørgensen og Philips 1999:28). Den diskursive praksis som er gjenstand for denne studien, er knyttet til *hvordan kunstnerne taler om på hvilken måte samspillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger på den, gjøres*. Dette blir forstått gjennom den konkrete språkbruk som grunnlag for analysen.

---

<sup>29</sup> I denne beskrivelsen trekker Fairclough på Jurgen Habermas (1984) ideer om økonomiske - og statlige systemers kolonialisering av ”livsverdenen,” gjennom en målorientert språkbruk rettet mot suksess. (Fairclough 1992:6).

<sup>30</sup> Fairclough trekker også på Habermas (1984) i skillet mellom kommunikative begivenhet og strategisk handling, der sistnevnte ”er orientert mot produksjon av effekter”. (Fairclough 2003:214).

Utøvelsen av diskursen gjør den virkelig, for en selv og for verden rundt. For det tredje er et hvert tilfelle av språkbruk også en *sosial praksis* som vi kan forstå som språklige og ikke-språklige handlinger mediert av den diskursive praksis (Fairclough 2003:223). Sentralt i denne forståelsen er oppfatningen av hvordan folk gjennom den diskursive praksis bruker språket for å produsere og konsumere tekster og at sosial praksis er noe som former og blir formet av tekster. Den vesentlige hensikten er en kartlegging av sammenhengene mellom språkbruk og sosial praksis (Jørgensen og Philips 1999:81-82).

For å gi mening trekker den diskursive praksis på tidligere ”betydningsdannelser” (Jørgensen og Philips 1999:144). For å kunne studere dette anvender Fairclough det han kaller en *diskursorden*, som er ”en bestemt kombinasjon eller konfigurasjon av *genre, diskurser og stil* som konstituerer det diskursive aspektet til nettverket av sosiale praksiser. (...) (kjennetegnet) av stabilitet og utholdenhet – samtidig som de selvsagt også endres” (Fairclough 2003:220). Dette viser til den andre dimensjonen som er sentral i kritisk diskursanalyse. Denne undersøkelsen tar for seg kunstneres forhold til penger. Min idé er at kunstnere trekker på det vi kan kalle *kunstfeltets diskursorden*, der diskursordenen blir forstått som både ”struktur og praksis” (Jørgensen og Philips 1999:83). Mellom den kommunikative begivenhet og diskursordenen er det et dialektisk forhold (Jørgensen og Philips 1999:83). Dette betyr at når billedkunstneren bruker en kunstdiskurs, trekker hun på et system eller en diskursorden som muliggjør, men også setter begrensninger for samtaleemner samt *hvordan* det snakkes om dem. Ved å gjøre det er hun også med på å konstituere den samme diskursorden. Forskjellige diskurser konstruerer sosiale fenomener på ulike måter og medfører ulike muligheter for menneskelig samhandling.

## **Intertekstualitet og interdiskursivitet**

I en analyse av endring er tekstens intertekstualitet og interdiskursivitet relevant. ”Tekstens intertekstualitet er tilstedeværelsen av andre teksters elementer i den, (og derfor potensielt andre stemmer enn forfatterens egen), som kan bli relatert til (snakket om, antatt, avvist osv.) på forskjellige måter” (Fairclough 2003:218). Begrepet *interdiskursivitet* er en form for intertekstualitet<sup>31</sup> og viser til forholdet diskurser i mellom. Det omhandler en ”tekstanalyse av en bestemt miks av diskursgenre, og av stilarter som den trekker på, og av hvordan forskjellige genre, diskurser eller stilarter er artikulert (eller ”jobbet”) sammen i teksten”

---

<sup>31</sup> Jf. Jørgensen og Philips (1999:84)

(Fairclough 2003:18). Høy interdiskursivitet forbindes med endring, ”mens lav interdiskursivitet tyder på reproduksjon av det bestående” (Jørgensen og Philips 1999:94). Dette innebærer at kunstnernes fortellinger ikke kan forstås isolert. De preges av og spiller på samtiden de befinner seg i, samt tidligere historiske hendelser. De må ses i sammenheng med hvilken samfunnsmessig kontekst de befinner seg i, som for eksempel økt levestandard, økt kunstnerbefolkning og forbrukerkultur.

## **Sosial praksis**

En diskursorden er altså en teoretisk konstruksjon som fungerer som et rammeverk for analysen (Jørgensen og Philips 1999:146). Vi kan si at den er konstituert av ulike sosiale praksiser som omhandler forholdet mellom potensial og virkelighet, og som dermed setter rammene for den diskursive praksis. Som hjelpemiddel til å oppdage og innramme denne diskursorden har jeg benyttet begrepet ”flytende betegner”.<sup>32</sup> Termen viser til begreper som gis mange forskjelligartede definisjoner (Jørgensen og Philips 1998:154). I fortsettelsen vil jeg se nærmere på de to sentrale forestillingene som ble presentert innledningsvis, og som innehar karakteristikene til en ”flytende betegner”; *den karismatiske kunstnermyten* og *forbrukersamfunnet*. Dette er begreper som trekker på hhv *kunst* og *kapital* og som er problematiske å spesifisere, og som viser til sentrale diskurser og genrer som utgjør dette kunstfeltets diskursorden. På mange måter viser de til to ulike praksisformer som antas å representere ulike handlingsbetingelser for kunstneren.

## **Den karismatiske kunstnermyten**

Kunstdiskursen viser til ideen om kunstnerisk frihet, der stikkord er kreativitet og originalitet. Kunsten i seg selv er ansett å ha en egenverdi og kunstnerens opplevelse av å ha integritet og legitimitet i forhold til sitt arbeid, står sentralt (En verdi jeg antar vi også kan finne blant andre yrkesgrupper og som kan knyttes opp mot begrepet yrkesstolthet). Jeg tenker ikke at penger fungerer som en motivasjonsfaktor for unge mennesker som ønsker seg et liv som kunstner, men utsiktene til å få bruke seg selv og sine evner i kunstfaglig sammenheng. Den *karismatiske kunstnermyten* har vist seg som en idé som har fått manifestere seg som en

---

<sup>32</sup> Begrepet ”flytende betegner” er lånt fra diskursteorien og representerer et metodisk verktøy for å ramme inn en diskursorden (Jørgensen og Philips 1999:154). Det viser til tegn som har forskjellige meningsinnhold ut i fra hvilken diskurs de presenteres gjennom. Med andre ord, det er tegn som er gjenstand for maktkamper om hva som er den ”rette” definisjonen ut fra et meningsaspekt og i så måte er vanskelig å enes om (Jørgensen og Philips 1999:39).



arketyp. Bourdieu (1993:76) trekker også på denne ideen når han viser til den karismatiske ideologien som utgangspunkt for hans beskrivelse av den særegne form for *trosproduksjon*<sup>33</sup> han hevder finner sted i det kulturelle produksjonsfeltet.<sup>34</sup> Slik jeg forstår det, virker dette determinerende på aktørene, i denne sammenheng kunstnerne, ved at strukturene virker gjennom deres habitus<sup>35</sup> som en strukturerende struktur (Bourdieu 1995:220). Denne trosproduksjonen er forbundet med en bestemt måte å oppfatte virkeligheten på og eksisterer gjennom en felles synsmåte som godkjenner hva som er den rette *legitimiteten* til kunstner og kunstverk (Bourdieu 1993:35). Det er snakk om tre konkurrerende prinsipper for legitimitet. For det første: Legitimitetsprinsippet som viser til oppfatningen av den autonome, selvtilstrekkelige verden av ”kunst for kunstens skyld” og der det ikke kan sies å være et uttalt ideal å tjene penger. For det andre: legitimitetsprinsippet som samsvarer med den ”borgerlige” smaken, og for det tredje: det ”populære” legitimitetsprinsippet, som korresponderer med ordinære forbrukere, forstått som ”massepublikum” (Bourdieu 1993:50-1). Ut i fra en forståelse av dette trosuniverset som strukturert i en dualisme mellom høy- og lavkultur; mellom begrenset - og masseproduksjon; mellom eksklusiv og kommersiell, identifiserer idealet til den karismatiske kunstnermyten seg med det første legitimitetsprinsippet med den konsekvens at pengeøkonomisk fortjeneste ikke anerkjennes. Idealet om autonom kunst er basert på ulike former for symbolske goder,<sup>36</sup> der avstanden til pengene harmonerer med graden av kunstnerisk legitimitet (Johnson i Bourdieu 1993:15). I en virkelighetsoppfatning der pengespørsmål så eksplisitt kan knyttes til oppfatningen av graden av kunstnerisk legitimitet, antar jeg at disse legitimitetsprinsippene er interessante i en drøfting av de særegne utfordringene kunstnere står overfor med hensyn til hvordan etablere sitt kunstneriske virke og hvordan knytte pengeøkonomi til kunsten.

---

<sup>33</sup> Denne *troen* er kjennetegnet av en avvisning av ”normal” logikk, ved at man ”later som man ikke gjør det man gjør” (Bourdieu 1993:74).

<sup>34</sup> Det vises til en teoretisk konstruksjon der ulike *felt* (for eksempel det økonomiske, det kulturelle og det politiske felt) til sammen utgjør en sosial formasjon (Randal Johnson i Bourdieu 1993:6). Det kulturelle feltet er kjennetegnet av lav grad av økonomisk kapital og blir dermed styrt av det økonomiske feltet (Bourdieu 1993:75). Som vist ovenfor benytter jeg begrepet kunstfelt i sammenheng med ideen om en kunstfeltets diskursorden, og som omfatter begge de sosiale praksisene jeg antar har forklarende kraft i forhold til tema.

<sup>35</sup> Habitus handler om hvorledes samfunnets objektive strukturer, gjennom sosialisering, blir nedfelt i aktørene som ”kroppsliggjorte, sosiale strukturer”, og som igjen sier noe om aktørens måte å tenke, handle og oppfatte på (Bourdieu 1995:220).

<sup>36</sup> Det kulturelle feltet kjennetegnet av en høy grad av *symbolsk kapital* som viser til graden av ære, prestisje og anerkjennelse, og der det pengeøkonomiske aspektet er ignorert Bourdieu (1993:75).

Jeg har en forestilling om at kunstnere generelt ikke har problemer med penger, men snarere forpliktelsene pengene kan medføre. Ved å betrakte kunsten og kunstutførelsen som en gave<sup>37</sup> unngås en direkte pengeøkonomisk kobling til kunstverket og gavebyttet blir eufemisert, det vil si at pengetransaksjonen skjules som en gave (Bourdieu 1996:180). Dette er en logikk som innebærer en stilltiende aksept om at det er tale om en økonomisk transaksjon, men uten at det uttrykkes eksplisitt. Tankegangen er dermed i tråd med idealet til den karismatiske kunstnermyten.

## **Pengeøkonomi, forbruk og markedstankegang**

Med utgangspunkt i kapital forstått som penger, har jeg en forestilling om at vi finner en *pengediskurs*, som viser til talen om penger og som er knyttet til individets muligheter til å delta og nyttegjøre seg av samfunnets goder. Pengediskursen knyttes til graden av oppfattet vellykkethet for det enkelte individ og/eller gruppe, der penger er knyttet til mulighetene for deltakelse i velferdssamfunnet, eller ikke. Således kan vi hevde at pengediskursen er innleiret i en *nyliberalistisk forbrukerdiskurs*. Mike Featherstone (1991:13) trekker fram tre perspektiver om forbrukerkulturen som kan sies å prege den vestlige verden i dag. Det har skjedd en ekspansjon av kapitalistisk vareproduksjon som har gitt en økning i en enorm akkumulering av materiell kultur i form av konsument, varer og steder for handel og forbruk. Sosiologisk kan det hevdes at mennesker bruker forbruksvarer på forskjellige måter for å skape sosiale bånd eller distinksjoner. I dette perspektivet er menneskets tilfredsstillelse av varene relatert til deres sosialt strukturerte tilgang i et null sum spill, der tilfredsstillelse og status avhenger av å vise fram og opprettholde forskjeller innen inflasjonsforhold. Forbruket manifesterer seg også i en emosjonell nytelse av drømmer og ønsker som blir feiret i forbrukerkulturens billedbruk og forbrukssteder, som i varierende grad genererer direkte kroppslig opphisselse og estetisk nytelse. Dagens samfunn er med andre ord preget av forbruk. Dette er noe alle samfunnsborgere møter, også kunstnere. Ting koster penger og jeg antar at kunstnere også ønsker å ta del i, og ha tilgang til det vi kan kalle forbrukersamfunnets goder. For ikke å snakke om *den nye teknologien*, forstått som mobiltelefoner, datamaskiner, internett osv. som er innleiret i forbrukerdiskursen og som også trekker på en *globaliseringsdiskurs*, der de skarpe grensene mellom verdensdelene, de enkelte land og by og bygd, utvannes. Dette muliggjør helt andre former for yrkesutøvelse og kommunikasjon,

---

<sup>37</sup> Ved å betrakte kunst som en gave, gis konnotasjoner til en forpliktelse om en gjenytelse, (Mauss 1990:1; Bourdieu 1996:180) gjerne i form av penger. På denne måten unngås en eksplisitt bytting av kunsttjenester mot penger, men det ligger som en implisitt forventning.

knyttet til endrede handlingsbetingelser innleiret i en *mediediskurs*, som muliggjør synliggjøring utover by og landegrensene. Pengediskursen viser også til ideen om nytteverdi, vist gjennom den samme nyliberalistiske forbrukerdiskursen, via et merkantilt vokabular som kan sies å gjennomsyre velferdssamfunnet. Språket er satt sammen av begreper som kommersialisering, målstyring, sponsor, mentor og markedsstrategi, som igjen viser mot en instrumentell rasjonalitet som et ideal. Sentrale stikkord er kreativitet, nyskaping og nytenkning. Begrepet ”innovasjon” ser til å gjennomsyre alt fra næringsliv til offentlige tjenester og byplanlegging.

Mangel på penger, kan derimot knyttes opp mot en *fattigdomsdiskurs*. En ikke helt søkt tankerekke, tatt i betraktning tall fra gjennomsnittsinntekten til billedkunstnere. Fattigdom i Norge i dag<sup>38</sup> er ikke preget av mangel på mat, men av mangel på ting og de rette tingene, samt utsikter til å ta del i opplevelser og muligheter knyttet til fritid, ny teknologi osv. Dette er også hverdagen for kunstnere, samt deres eventuelle barn og partnere. I et arbeidsliv der man ofte ikke vet hva som skal skje et halvt år fram i tid, har jeg en forestilling om at det krever spesielle former for tilpasning, og at kunstnere som er aktive som kunstnere over tid, besitter en form for grunnleggende *tillit* til at jobbene vil komme og at ting vil gå bra. Et interessant sosialteoretisk element finner vi i Anthony Giddens (1991:35) framstilling av tillit i forbindelse det han kaller *ontologisk sikkerhet*. En slik sikkerhet er grunnfestet i det ubevisste i form av et emosjonelt fenomen forbundet med det sosiale og materielle handlingsmiljø, knyttet til en tiltro til individers og gjenstanders stabilitet (Giddens 1997:70). Vi kan tenke at denne tryggheten er koblet sammen med tidligere erfaringer fra barndommen, men også erfaringer om jevnlig arbeidstilbud fra starten av kunstnerkarrieren, som gjør at uvissheten om hva som skal skje fram i tid, ikke er så vanskelig å bære. Og at kunstnere som ikke besitter denne grunnleggende tryggheten vil ha større vanskeligheter med å gjennomføre en kunstnerkarriere.

### ***Fortellinger: en måte å gi mening***

Informantenes fortellinger er interessante fordi det er gjennom dem at de diskursive elementene kommer til uttrykk. Diskurs kan i så måte forstås som en kamp om den rette

---

<sup>38</sup> Det hersker uenighet blant forskere om hva som skal defineres som fattigdom. Men det synes å være enighet om at ”man er fattig i forhold til det samfunnet man lever i, hvis man ekskluderes fra det som oppfattes som allment akseptabel levestandard” Hege Roll-Hansen (2002).

fortellingen. Gjennom oppvekst, utdanning og samhandling med andre kunstnere har jeg en antakelse om at det er noen fortellinger som befester seg som mer ”sanne” enn andre. De blir dominerende fortellinger som gir ”relativt detaljerte bilder av viktige forløp” (Frønes 2001:110) som man forholder seg til bevisst eller ubevisst, og kan hende også søker å leve opp til. Forskjellige aktører kan ha ulike interesser i å opprettholde forskjelligartete fortellinger, som i et maktkampspill, der fortellingene kan bli hegemoniske i sin karakter og konsekvens, eksemplifisert gjennom ideen om at noen penger lukter, knyttet til den økonomiske kildens markeds plassering. ”Hovedregelen er: Jo lenger unna markedet den økonomiske kilden befinner seg, jo høyere status gir pengene” (Solhjell 1995:38). Dette er en virkelighetsbeskrivelse der plottet viser til sjansespillet kunstnere tar ved å arbeide for penger som kan knyttes for nært et kommersielt marked, og som er forbundet med risikoen for å miste den rette legitimiteten knyttet til idealene om kunstnerisk autonomi. I dette kapitlet har jeg presentert det teoretiske rammeverket, samt forsøkt å gi noen illustrasjoner på hvorfor jeg mener disse teoretiske bidragene er mest hensiktsmessig for å belyse problemstillingene og datamaterialet.

### 3. Metodekapittel

I dette kapitlet vil jeg redegjøre for metode og metodologi. Sosiologen Robert Nesbit (1978) argumenterer for at et skille mellom kunst og vitenskap, slik vi kjenner det i dag, dekker til mer enn det klargjør. " Dette gjelder særlig kilden til ideer innenfor hvert felt" (Nesbit 1978:26). Men det gjelder også det faktum at både kunsten og sosiologien er preget av ulike stilarter eller perioder som har preget ulike historiske epoker. Her forstått som "de mønstre, og konfigurasjoner i kunstnerisk og intellektuell aktivitet vi kan se etterfølger hverandre historisk, innenfor en gitt disiplin" (Nesbit 1978:47).

#### ***Kvalitativ tilnærming - intervju***

Med inspirasjon fra oppfatningen av at vi lever i et forbrukersamfunn der penge- og markedsøkonomiske hensyn stadig gjennomsyrrer nye områder, er pengespørsmålet sentralt. Det jeg ønsker er altså å finne ut noe om hvordan intervjupersonene forstår dette samspillet. For å få til det har jeg benyttet en kvalitativ tilnærming med vekt på intervjuer. Som en måte å få mer kjennskap til billedkunstfeltet har jeg også benyttet meg av observasjon, men det er intervjuetekstene som danner hovedmaterialet for denne studien.

Kirsti Malterud (2003) viser til tre grunnlagsbetingelser for vitenskapelig kvalitet. For det første er det et krav om *relevans*, et kriterium for resultatenes anvendelsesmuligheter. For det andre *validitet* som viser til forskningsfunnenes "gyldighet", med vekt på hvilken kunnskap som er avdekket. Og for det tredje *refleksivitet* som "handler om hvordan forskningsprosessen har preget funn og konklusjoner" (Malterud 2003:11-12). Dette er tre perspektiver som fungerer som ledetråder i prosessen, og som vil utdypes gjennom beskrivelsen av den metodiske framgangsmåten.

Jeg har benyttet en induktiv tilnærming som tar utgangspunkt i at undersøkelser av enkelttilfeller vil kunne gi kunnskap om mer generelle sammenhenger, med tyngdepunktet på empiri, i motsetning til en mer teoridrevet tilnærming (Malterud 2003:171-2). Selv om utgangspunktet for oppgaven er studiet av ny kunnskap gjennom en erfaringsdrevet tilnærming, har også jeg med meg et sett av "briller" preget av *min* representasjon av virkeligheten, på bakgrunn av erfaringer, fordommer og forforståelse. Perspektiver som virker

inn på, styrer og som vil og kan ha konsekvenser for framgangsmåten og hvilke funn som vektlegges. I dette kapitlet vil jeg derfor gjøre rede for og forklare de valgene jeg tar, og drøfte betydningen og relevansen av disse.

### **Tilnærming til feltet og intervjuguiden**

Jeg kunne lite eller ingen ting om billedkunst før jeg startet å jobbe med dette prosjektet. Billedkunstfeltet oppfattet jeg som noe litt fjernt, men fascinerende. Men i bagasjen hadde jeg med meg min bakgrunn som frilans danser, dansepedagog og koreograf, i all hovedsak ved scener i Oslo, gjennom 12 år. Jeg syntes jeg kunne noe om tema, om hvilke utfordringer mange møter når det gjelder å overleve som kunstner. Dansefeltet er likevel noe annet enn billedkunstfeltet. Jeg antar at det finnes noen felles problemstillinger for alle feltene som kan sies å være plassert innenfor kunstfeltet, men også store ulikheter.

Intervjuguiden ble utarbeidet på grunnlag av forundersøkelser. Jeg valgte å utføre minnearbeid<sup>39</sup> og å lese relevant forskningslitteratur. Over en periode noterte jeg daglig ned mine fortellinger om tema. Dette var for å synliggjøre for meg selv hvilke oppfatninger, følelser og tanker hadde om dette temaet. I tillegg hadde jeg mange uformelle samtaler med venner og bekjente som lever av å jobbe som hhv. dansere og musikere. Dette var en mulighet til å undersøke rundt hva de opplever som relevante problemstillinger i sin hverdag, og dessuten om selve fokuset jeg hadde valgt var noe de opplevde som aktuelt i deres livssituasjon. Fordi det finnes lite forskning om kunstneres forhold til penger, valgte jeg en omfattende lesing av antatt relevant forskning. Disse ulike tilnærmingene dannet så grunnlaget for intervjuguiden.<sup>40</sup>

### **Selektivt og strategisk utvalg<sup>41</sup>**

Som jeg nevnte i innledningen, har det vært et poeng for meg å oppsøke billedkunstnere som klarer å leve økonomisk av kunsten sin. Det vil si at de selv har en økonomisk inntjeningssevne som har gjort det mulig å etablere seg og overleve som billedkunstnere, gjennom utstillinger, utsmykningsoppdrag, stipender og eventuelt andre ikke-kunstneriske jobber. Dette er et

---

<sup>39</sup> Jf. Widerberg (2001:40).

<sup>40</sup> Se vedlegg 1.

<sup>41</sup> Med et krav om erfaring fra såkalte utsmykningsoppdrag, søkte jeg opprinnelig etter kunsthåndverkere som informanter fordi jeg hadde en forestilling om at det var den gruppen som kunne fortelle meg om dette samspillet. Noe jeg er overbevist om at de også kan. Men det var billedkunstnere jeg fant i databasen til Utsmykningsfondet for offentlige bygg. Det fins også kunsthåndverkere representert i denne databasen, men av tilfeldige årsaker kom jeg ikke bort i dem.

strategisk utvalg gjort ut fra en antakelse om *hvem* som kan fortelle noe om akkurat dette temaet, jf. grunnlagsbetingelsen om *intern validitet* (Malterud 2003:24). Et slikt utvalg er en motsetning til et mer representativt utvalg som ville fordret en annen metodisk innfallsvinkel, grunnet et større antall informanter og med en annet mål om overførbarhet av forskningsfunnene, enn det en kvalitativ tilnærming gjør.<sup>42</sup> Målsetningen for denne oppgaven er å bidra til kunnskap om *hvordan* samspillet *gjøres*, ved vise mønstre og sammenhenger, men også gjenkjennelse. Målsetninger som dette belyses gjennom en ”bottom-up” tilnærming som innebærer ”tykkere” beskrivelser av enkelttilfeller (Malterud 2003:171; Thagaard 1998:172). I denne studien har jeg derfor valgt å se bort fra problemstillinger knyttet til kunstnere som blir forsørget av ektemaker, familie osv. Datamaterialet er dannet på grunnlag av intervjuer med syv informanter, fire kvinner og tre menn. Som kriterier hadde jeg satt opp at de skulle være over 35 år og yrkesaktive. De skulle være etablerte og aktive innen visuell kunst med en fartstid som skulle overstige 10 år. De skulle ha erfaring fra såkalte utsmykkingsoppdrag. Det vil si at de skulle ha kunnskap med å ta jobber på oppdrag og dermed erfaring med å forholde seg til andre menneskers ideer og ønsker, og det å skape kunst ut i fra dette. I denne sammenhengen har jeg ikke ansett alder som en relevant bakgrunnsvariabel, men snarere det at de har valgt å jobbe i skjæringspunktet mellom kunst og kapital, og at de har erfaring fra dette. Likevel har jeg tatt sikte på å få til en spredning mellom kjønn, og også en viss geografisk spredning. Fem av informantene holder til i Oslo og to er bosatt noen timers kjøring utenfor hovedstaden.<sup>43</sup> Et kriterium for valget av informantene i distriktet var at det skulle finnes et kunstnerisk faglig nettverk der slik at de ville ha en kunstnerisk diskurs om utfordringene de møter i sin hverdag. Dette er et relevant perspektiv som antas å virke inn på kunstnernes arbeidsbetingelser<sup>44</sup> knyttet til deres opplevelse av samspillet mellom kunst og penger.

### **Informantene**

Informantene er plukket ut fra Utsmykkingsfondets database som består av ca 1500 kunstnere.<sup>45</sup> Jeg har tilbrakt, til sammen, et par timer der og skrevet ned i overkant av 100

---

<sup>42</sup> Jf. Malterud (2003:61).

<sup>43</sup> Dette skillet er interessant fordi funn viser at Oslo fungerer som et kunstens sentrum og at demografiske forhold virker inn på handlingsbetingelsene for den enkelte kunstner. Jf. Mangset (1998)

<sup>44</sup> Jf. Sæter (1989)

<sup>45</sup> Det er i alt registrert ca 1500 kunstnere i databasen til Utsmykningsfondet for offentlige bygg. Dette tallet omfatter kunstnere som har hatt konsulentoppdrag, utsmykningsoppdrag, blitt innkjøpt eller deltatt i lukkede konkurranser. (Kilde: Telefonsamtale med representant for Utsmykningsfondet for offentlige bygg.)

navn.<sup>46</sup> Jeg har vært inne på ulike steder i databasen. Deretter har jeg, ut i fra kriteriene nevnt ovenfor, plukket ut 8 navn som jeg har tatt kontakt med via e-post og telefon.<sup>47</sup>

Jeg opplevde å komme til et metningspunkt etter at jeg hadde intervjuet 6 informanter. Jeg hadde da intervjuet fire kvinner og to menn. For å sikre et kjønnsperspektiv, valgte jeg å intervju en mann til. Å finne informanter viste seg å ikke være en vanskelig eller tidkrevende prosess. Av åtte spurte, svarte syv ja. Seks av informantene er utdannet fra Statens kunstakademi i Oslo<sup>48</sup> og den siste på Kunstakademiet i Trondheim. Alle har mellom 8 og 10 års utdanning på høyskolenivå.

### **Intervjusituasjonen**

Jeg valgte en relativt ustrukturert intervjuform. Alle intervjuene foregikk i en en-til-en situasjon. Det vil si at det kun var informanten og jeg selv tilstede. Etter råd fra Kvale (1997:80) forsøkte jeg å formulere et åpnings spørsmål slik at de introduserte dimensjonene dannet grunnlag for resten av intervjuet. Som en strategi valgte jeg å la informantene få fortelle sine historier uten for mye avbrudd av meg. Jeg tenkte at det er viktig å la dem få fortelle ferdig før jeg trakk intervjuguiden inn i samtalen med temaer som ikke hadde vært berørt. Siktemålet var at den fortellingen de startet med skulle bli et utgangspunkt for resten av intervjuet og at jeg så forsøkte å belyse denne fortellingen fra ulike sider, knyttet til spørsmålene jeg hadde uttenkt på forhånd.

Målet var å få til en god samtale om disse temaene, men også å være åpen for andre temaer som kunne bli introdusert. Disse temaene ble så videreført i senere intervjuer i den samme undersøkelsen. Under selve intervjuet benyttet jeg en MP3 spiller slik at jeg lettere å kunne lytte til den enkelte informant.

Alle informantene fikk lese og underskrive på en *informasjons- og samtykkeerklæring*<sup>49</sup> før vi startet intervjuet.<sup>50</sup> Jeg erfarte, etter å ha forsikret om en anonym framstilling av dataene, en vilje og evne blant informantene til å prate om dette temaet. Mine spørsmål representerte ikke nye perspektiver for dem. Jeg opplevde snarere å treffe et tema som de var opptatt av og som

---

<sup>46</sup> Vedlegg 2. Informasjonsskriv som ble gitt Utsmykningsfondet.

<sup>47</sup> Vedlegg 3. Informasjonsskriv til informantene.

<sup>48</sup> Nå kalt Kunsthøgskolen i Oslo. (KhiO)

<sup>49</sup> Se vedlegg 4.

<sup>50</sup> Jf. de etiske retningslinjene for kvalitative studier forbundet med informert samtykke og konfidensialitet (Thagaard 1998:21-2).



de hadde mange tanker rundt, men som ved å befinne seg innenfor dette diskursive rommet, ikke var tillatelig å drøfte åpenlyst. Til det var potensielle sanksjoner for store, både fra andre billedkunstnere, og personer plassert i ulike maktposisjoner som bl.a. kurator, gallerist eller kunsthistoriker.

### **Etter intervjuet fikk jeg lære...**

I flere av intervjuene ble møtet mellom informanten og meg også en samtale om kunst. Jeg bad om en time av deres tid, og fikk mellom halvannen og tre og en halv. I den forbindelse gjorde jeg meg noen refleksjoner om hvordan intervjuene ble avsluttet. Etter at jeg hadde skrudd av mp3 spilleren tok flere av informantene seg tid til å formidle sin kunst til meg. Jeg fikk se, høre og lære. Med åpenhet om at jeg ikke hadde kunnskap om billedkunstfeltet, opplevde jeg å bli tatt i skole. Det gjaldt både maleriteknikker, kunstuttrykk og trykkteteknikker for grafikk. Det ble drøftet forskjeller på litografier og grafikk og bilder av tidligere utførte utsmykningsoppdrag ble vist fram. Det ble fortalt om hvorfor og hvordan de hadde tenkt rundt ulike prosjekt, samt erfaringer da og i ettertid. Det var ikke noe problem at jeg manglet kunnskap om billedkunstfeltet, det var jo ikke det jeg skulle skrive om. Men de syntes godt at jeg kunne lære litt. Dette var en kunnskap jeg tok i mot med glede og som bidro til en erfaring av at selve intervjuet ikke bare var en del av møtet mellom informanten og meg selv, og at kontakten før og etterpå også var betydningsfull.

### **Observasjon og ”røde lapper formet som prikker”.**

Flere av informantene inviterte meg til utstillingsåpninger, et tilbud jeg tok i mot der jeg hadde anledning. I tillegg valgte jeg å ta noen turer til noen av Oslos gallerier og museer som ledd i prosjektet ”å gjøre meg litt mer kjent med billedkunstfeltet”. Måten gallerier markerer at et kunstverk er solgt på er å sette opp en liten rød lapp, formet som en prikk, ved siden av kunstverket. På den måten er det en enkel sak å få informasjon om hvor mye som er solgt og hvilke kunstverk dette gjelder. Nå skal det sies at ikke all kunst som blir stående uten røde lapper ikke blir solgt. De er bare ikke solgt på tidspunktet for utstillingen de blir presentert gjennom. Likevel har jeg valgt å ta noen runder i galleriene og titte etter røde lapper. Med et bevisst valg om å bryte noen tabuer har jeg sett, fundert og ikke egentlig kunnet forklare hvorfor den ene kunstneren selger mer enn den andre, på bakgrunn av kunsten. Men det er utenfor mitt mandat. Det er ikke min oppgave å vurdere kunstverket ut fra kunstfaglige kriterier, derimot søke å forstå kunstnerne og deres *samspill mellom det å skape kunst og det å tjene penger på den*. Og dessuten vil jeg drøfte dette innenfor et sosiologisk rammeverk. Men

som en kuriositet; der en kunstner fikk røde lapper på nesten alle bildene kort tid etter at utstillingen åpnet, fikk andre noen få røde lapper, og atter andre hadde ingen røde lapper da det nærmet seg slutten for utstillingen. Det er store forskjeller.

### **Sammendrag og transkripsjon**

Etter utført intervju valgte jeg umiddelbart å skrive et sammendrag av intervjuet, med kommentarer og refleksjoner. Dette med forståelse av at det kunne være ting jeg ville huske rett etter et intervju, men som jeg senere ville glemme. Dette er i tråd med Widerberg (2001:101) som hevder at sammendraget og det transkriberte intervjuet representerer ulike tekster som kan utfylle hverandre.

Som masterstudent uten en bestemt teoretisk eller analytisk retning pekt ut på forhånd, valgte jeg å transkribere intervjuet i sin helhet, ut fra en tanke om at dette ville gi meg flest muligheter når jeg senere bestemte meg for hvordan jeg skulle gjøre analysen.<sup>51</sup> I utgangspunktet hadde jeg sett for meg en mer tematisk analyse, men ved nærmere arbeid med datamaterialet syntes det mest fruktbart å gjøre en meningsanalyse for å belyse teksten. Alle informantene er kjennetegnet av å være taleføre og reflekterte, noe som innebar et datamateriale bestående av lengre refleksjoner og beskrivelser rundt tema. Jeg valgte derfor å redigere de allerede transkriberte dataene for å få fram meningen i det uttalte.<sup>52</sup> Jeg fjernet alle fyllord som hmm, sånn, liksom og jeg fjernet pauser. Dette er ikke et dybdeintervju i en etnometodologisk forstand der intervjuene skal foregå med samme framgangsmåte, og der *måten* samtalene foregikk på er relevant. Det vesentlige for denne studien er å vise *meningen* som er formidlet gjennom intervjuene. All behandlingen av data foregikk ved manuell bearbeidelse.

### **Sletting av prosjektdata.**

Prosjektet er meldt til *Personvernombudet for forskning*, Norsk samfunnsfaglig datatjeneste AS. Alle data vil bli slettet ved prosjektets slutt.

---

<sup>51</sup> Jf. Widerberg (2001:103).

<sup>52</sup> Jf. Kvale (1997:105).

## Tolkning

En vesentlig del av undersøkelsen er ” (...) å identifisere mønstre og lese betydningen av dem (...)” (Malterud 2003:46). Min begrunnelse for å gjøre en meningsanalyse framfor en mer tematisk analyse, var oppfatningen av at det vil gi en bedre belysning av de innsamlede dataene. Informantene lever i et miljø og en kultur der det ikke er ansett som god tone å snakke om penger, verken av dem selv eller andre. På bakgrunn av samtalene med informantene har jeg sluttet meg til at temaet *penger* blir oppfattet som særdeles viktig av kunstnere. Jeg har også lært at kravet om troverdighet handler om at *det å ta noen på alvor*, kan handle om å trekke fram elementer og meningsaspekt som kan synes vanskelige, så lenge datamaterialet gir grunnlag for det. Samtidig som potensielle negative konsekvenser for informantene vurderes fortløpende og nøye.

## Idealtyper

For å presentere de ulike mønstrene for diskursiv praksis var min første tanke å utarbeide portretter for hver av informantene, slik at mangfoldet av måter å gjøre samspeillet mellom kunst og kapital ble tydeliggjort. Etter å ha utarbeidet portretter mente jeg derimot at det etiske kravet om anonymisering var utfordret.<sup>53</sup> Billedkunstfeltet rommer mer enn 3000 personer.<sup>54</sup> Med krav om erfaring fra utsmykningsoppdrag er gruppen betydelig mindre. Den enkelte informant har funnet sitt uttrykk og sine kanaler for salg av kunsten, og det er å anta at de er godt kjent i billedkunstmiljøet. Jeg valgte derfor å benytte det analytiske grepet å konstruere *idealtyper*.<sup>55</sup> Dette ut i fra to begrunnelser: For det første er ikke kunstmiljøet i Norge særlig stort. Det ville antakelig være mulig for et trent øye å gjennomskue hvem som hadde gitt meg sine fortellinger, med en eventuell mulighet for negative konsekvenser for den enkelte informant (Thagaard 1998:24). Dette var uønsket for ikke å snakke om uetisk, i forhold til denne typen forskning, og må unngås. Kravet om anonymisering står sterkt. For det andre er det sentrale mønstre som går igjen i flere av fortellingene, noe jeg opplever de idealtypiske modellene fanger opp. Det er derfor, slik jeg ser det, et empirisk belegg i

---

<sup>53</sup> Jf. Thagaard (1998:22).

<sup>54</sup> Det har ikke vært mulig å finne et eksakt tall for antall billedkunstnerne i Norge, men det henvises til et uformelt tall på ca 3500. Konkrete tall finner vi hos de ulike forbundene: *NBK* oppgir ca 2400 medlemmer, *UKS* ca 860 medlemmer og *Forbundet frie fotografer* ca 190 medlemmer. Men det er et stort antall av medlemmene av de to sistnevnte organisasjonene som har såkalte kryssende medlemskap med NBK. (Kilder: telefonsamtaler med representanter for hhv. NBK, UKS og Forbundet frie fotografer).

<sup>55</sup> Jeg følger Max Webers (2000:199 - 201) framstilling av idealtypen, ikke som en beskrivelse av virkelige mennesker, men som et metodisk verktøy, en modell som i denne sammenhengen handler om å fremheve det særpregete og det spesielle ved samspeillet mellom kunst og kapital, som kunstnerne forfekter.

datamaterialet for å bruke idealtyper.<sup>56</sup> Det er uinteressant for denne studien *hvem* den enkelte kunster er. Det interessante er deres *fortellinger* om temaet. Det interessante er at kunstnerne ser ut til å *gjøre* samspillet mellom kunst og kapital på ulike måter ut ifra hvilken sammenheng de befinner seg i. I datamaterialet har det synliggjort seg fire idealtyper som jeg har valgt å rendyrke. Jeg har kalt dem for hhv.: *Entreprenøren, Gallerikunstneren, Billedkunstnerens billedkunstner og Småbykunstneren.*

### **Kunstnertypene er ulike representasjoner av samme posisjon i diskursen.**

Hver kunstnertype kan sees som en representasjon av en posisjon i diskursen som viser til den samme subjektposisjonen, nemlig "kunstneren".<sup>57</sup> I Faircloughs kritiske diskursanalyse ses subjektet som skapt i diskurser, og dermed desentrert. Et viktig fokus i analysen er dermed konstitusjonen av subjekter. Graden av subjektets bevegelsesfrihet ligger likevel i et dialektisk forhold og er i større grad "i overensstemmelse med Barthes` (1982) slagord om, at folk både er "språkets herrer og slaver" (Jørgensen og Philips 1999:26-27). På den måten fungerer diskursene som en ressurs av nye konstruksjoner av setningsord som aldri før har vært uttalt, med et mulig resultat i nye "hybrid-diskurser". Det vil si at språkbrukere aktivt gjengir og forandrer diskurser og dermed bidrar til endring, både sosialt og kulturelt (Jørgensen og Philips 1999:27).

### **Kunstnertypene og deres situering i diskursen.**

"Å situere" handler om å demonstrere *hvor* man finner noe. Det handler om "(...) hvor de er "in situ", altså på plass)" (Neumann 2001:97). "Subjektposisjoner er situert i forhold til diskurser – de eksisterer som deler av diskurser, av og til som grenseposisjoner (man sier da at de er liminare)" (Neumann 2001:178). Dette er forhold som kan belyses gjennom å "påvise intertekstualitet mellom uttrykk, tekster og diskurser" (Neumann 2001:97). Hver kunstnertype har ulik situering i diskursen, noe som innebærer forskjellige handlingsbetingelser for diskursive praksis. I så måte kan idealtypene også fungere som verktøy for å situere analysen av forskjellige kulturuttrykk.

---

<sup>56</sup> Jeg har valgt å konstruere idealtyper som et metodisk verktøy for å kunne beskrive de ulike diskursive praksisene jeg opplever å finne i datamaterialet. På bakgrunn av dette har jeg vektlagt enkelte sider som jeg opplever som relevante overfor problemstillingen. Dette for å gjøre det tydelig for leseren. Jeg har ikke tatt meg noen friheter med å dikte utenfor det jeg opplever er deres historie, men selve vektleggingen er jeg ansvarlig for. En konsekvens av dette, kan være at den enkelte informant muligens vil kunne kjenne seg igjen i flere av kunstnertypene. På en gang eller gjennom et livsløp. Det at virkeligheten nok oppfattes som mer nyansert enn dette bildet jeg her tegner. Likevel forsvarer jeg mitt valg med begrunnelsen i å kunne vise dette empiriske mangfoldet som jeg opplever å finne i dette datamaterialet.

<sup>57</sup> Jf. Neumann (2001:116).

## **Han og hun**

Jeg har ikke sporet tydelige kjønnsforskjeller i datamaterialet. Kjønnsperspektivet blir derfor ikke belyst i denne studien. Av pragmatiske hensyn har jeg latt Entreprenøren og Billedkunstnerens billedkunstner omtales i hunkjønn, mens Gallerikunstneren og Småbykunstneren omtales konsekvent i hankjønn.

## **Etikk**

I følge Widerberg (2001:154) ligger det særskilte etiske utfordringer knyttet til en diskursanalyse, fordi lengre tekstutdrag gjør det mulig for informantene å kjenne seg igjen. I krysningpunktet mellom ønsket om å framstille datamaterialet slik det framstår for meg og å sikre informantene anonymisering, har det også vært en målsetning å presentere dataene på en slik måte som ikke oppleves som opprørende eller krenkende. Jeg har ønsket å beskrive dataene på en måte som bidrar til gjenkjennelse for informantene (Malterud 2003:201). Grepet jeg har tatt i første omgang er å konstruere idealtyper som illustrasjoner av mønstre, og ikke personer. I så måte vil den enkelte informant, i større og mindre grad, være representert i flere av typene ved at det har vært en målsetning at det var tekstutdragene som skulle motivere kunstnertypene og ikke den enkelte informant. Jeg har også valgt å la andre kunstnere, fortrinnsvis musikere, lese tekstutdrag for å få innspill og kommentarer som åpner for en annen tolkning enn min egen. I den sammenheng har jeg henvendt meg til venner og bekjente som har vist interesse for oppgavens tematikk.<sup>58</sup> Dette har blitt gjort for å sikre en så troverdig framstilling som mulig.<sup>59</sup> Det er viktig å understreke at et individ alltid vil være mye mer enn en idealtipe. Og de idealtypene som er skissert her påstås på ingen måte å være uttømmende, men representerer kun det som ble synlig i dette datamaterialet.

## **Tekstanalyse**

Temaet for oppgaven er den sosiale praksisen som utgjør kunstnerens samhandling mellom kunst og kapital. I analysen vil jeg derfor sikte inn mot *den spesifikke sosiale praksisen* den utgjør og holde meg på et mikronivå.<sup>60</sup> Jeg antar at en interessant metodisk innfallsvinkel vil

---

<sup>58</sup> Jf. Widerberg (2001:154).

<sup>59</sup> Som en kuriositet kan jeg nevne at kunstnertypene ser ut til å gi gjenklang hos musikerne som fikk lese tekstutdragene, ved at de overførte dem til en musikervirkelighet og begynte å anvende dem i beskrivelse av sin egen hverdag.

<sup>60</sup> Jf. Neumann (2001:134).

være å undersøke hvorledes subjektene forholder seg kreativt til diskursen, og å se hvilke representasjoner som kommer til syne.<sup>61</sup> Fairclough (1992) forklarer prosedyren som omhandler tekstanalyse for ”beskrivelse,” og analysen av den diskursive praksis og den sosiale praksis som diskursen er en del av, for ”fortolkning” (Fairclough 1992:73). Med dette utgangspunktet har jeg valgt å ta utgangspunkt i noen av samfunnets fortellinger om samspillet mellom kunst og kapital. Det er en måte å gi mening til de ulike kunstnertypenes fortellinger og dermed sette analysen inn i en sammenheng.<sup>62</sup> ”En metafor er en implisitt eller eksplisitt sammenlikning mellom tegn” (Thwaites, Davis & Mules 1994:44). Det handler om hvordan man tilegner seg forståelse av et fenomen, gjennom et annet (Lakoff and Johnson 1980:5). ”Metonymi henviser til at vi trekker slutninger om helhet ut fra observasjoner av en del” (Frønes 2001:71). Med utgangspunktet i dette har tekstens egne metaforer og metonymier vært sentrale for analysen.

Maktperspektivet er sentralt, begrunnet i at diskurser er gjennomsyret av makt.<sup>63</sup> Jeg har i den anledning benyttet to maktformer skissert av Neumann (2002:637). ”*Conceptual power*” og ”*governmentality*”. ”*Conceptual power*” eller begrepsmakt<sup>64</sup> omhandler det å gi navn og å begrepsfeste ting slik at de får en ny autoritet. ”*Governmentality*” eller styringsmakt omhandler vedlikeholdsperspektiver i meningstilstanden ”så lenge mennesker handler i samsvar med etablerte praksiser” (Neumann 2002:637). Disse perspektivene har vært anvendelige i analysen av tekstens intertekstualitet og interdiskursivitet, i forhold til forbrukersamfunnsdiskursen og den karismatiske kunstnermyten.

## **Tolkningsgrunnlag og troverdighet**

Jeg har i det foregående forsøkt å gi en grundig redegjørelse for mitt valg av metode. Av interesse for denne studien er ideen om at kunst og kapitalkrefter ikke hører sammen. Det er et spørsmål om det å tjene penger betyr noe annet for kunstnere enn det gjør for mennesker i ikke-kunstneriske yrker. Jeg har kjent på en usikkerhet med hensyn til valg av tema. Penger er å anse som et sårbart tema (som man skal være forsiktig med). Samtidig har jeg tenkt at nettopp dette ubehaget var en motivasjon til å velge å fokusere på nettopp penger. Det kan ligge sterke følelser forbundet med det å ha lite penger, som for eksempel skam, fornektelse

---

<sup>61</sup> Jf. Neumann (2001:150).

<sup>62</sup> Jf. Neumann (2001:165).

<sup>63</sup> Jf. Neumann (2001:133).

<sup>64</sup> Begrepene er oversatt av meg.

av situasjonen og en følelse av mislykkethet. Alle disse forholdene er vanskelige for den det gjelder. Ingen mennesker lever av luft og kjærighet alene. Utfordringen har dermed vært å finne ut *hvordan* jeg skulle snakke om penger. Min intensjon har ikke vært å snakke om pengesummer, men om hvordan kunstnere forholder seg til penger. På den måten handler kanskje ikke penger bare om kroner og øre, men om muligheter og begrensninger knyttet til levekår. Dette ut i fra en oppfatning av at kunstnerne, i likhet med resten av befolkningen, må forholde seg til trender og emner som er med på å utgjøre et samfunn.





## 4. Idealtyper.

I dette kapitlet tar jeg utgangspunkt i 1. delpørsmål: *Hvordan portretteres og situeres kunstnerens fortellinger om samspillet mellom kunst og kapital?* Robert Nesbit (1978) viser til at i sosiologien har portrettet vært en betydningsfull ytring. Han trekker fram Marx og Weber med portrettene eller rolletypene: *borgeren, arbeideren, byråkraten* og den *intellektuelle*, som eksempler på dette (Nesbit 1978:91). Portrettet eller idealtypen er en måte å tydeliggjøre visse egenskaper og trekk som innebærer et visst abstraksjons- og generaliseringsnivå. ”Man gjør individer og familier større enn virkeligheten, men samtidig smelter man dem bevisst sammen med det som hender i epoken, det vil si man tillegger dem historiet så vel som individualitet” (Nesbit 1978:91-2). Som nevnt innledningsvis er et sentralt trekk ved vårt samfunn i dag, oppfatningen av at vi lever i et forbrukersamfunn med stikkord som: økt kjøpekraft, økte utdanningsmuligheter og økt konkurranse. Hver idealtipe (heretter omtalt som kunstnertyper), representerer ulike sosiale og kulturelle mønster for diskursiv praksis, som i denne sammenheng er talen om hvordan samspillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger på den, gjøres.

### ***Entreprenøren***<sup>65</sup>

*Kunsten er fri, så lenge man føler  
at man kan gjøre det man selv vil.*

Entreprenøren kjennetegnes av å ha en klar kobling mellom kunst og pengeøkonomi. Hvis ikke hun hadde tjent penger hadde hun heller ikke kunnet arbeide som kunstner. Uten det ene, ikke det andre:

Det at jeg kan tjene penger på det jeg gjør, gir en verdivurdering tilbake som gir meg selvillit. Det handler om at de tingene blir verdsatt. Det er helt essensielt, selvfølgelig. Hvis ikke jeg hadde tjent penger på det, hadde jeg ikke hatt mulighet til å jobbe en hel dag. Da hadde det blitt en hobby.

---

<sup>65</sup> Kunstnerrepresentasjonen Entreprenøren er inspirert av Andrea Ellmeiers (2003:3) beskrivelser av kulturarbeideren som en kulturell entreprenør som er kjennetegnet av at hun ikke følger oppsatte standarder, men prøver ut sine egne kombinasjoner og hevder seg i markedet og i samfunnet for øvrig.

Dette er en representasjon av kunstneren som i stor grad bryter med beskrivelsen av det romantiske kunstnerbildet der kunstnerrollen framstår som uforenlig med rutine og hverdagsliv. Hennes hovedinntektskilde er utsmykningsoppdrag og hun presenterer seg som *totalentreprenør*. Dette er knyttet til selvbilde, identitet og språk. Hun er eksplisitt både i sin tale om penger og i handling rundt pengespørsmål. Hun forhandler selv om økonomi i startfasen av et utsmykningsprosjekt, enten ved å framforhandle en sluttsum eller ved å operere med en fast timepris, tilsvarende arkitekters. Hovedregelen er skriftlige kontrakter som indikerer at byttet av tjenester er noe som skjer eksplisitt. Hun benytter i stor grad et merkantilt vokabular og er fortrolig med begreper som *initiativtager*, *strateg*, *entreprenør* og *prosjektleder*. Hun ser seg selv i alle rollene. Hun har en mentor i en person utenfor kunstmiljøet. Og hun er selvlært i forhold til økonomistyring og administrasjon.

### **Flere prosjekter på en gang**

Entreprenøren har alltid flere prosjekt gående samtidig. Mange av dem går over flere år. På den måten er hun ikke så sårbar for svingninger med hensyn til jobbtilbud eller økonomisk inntjening. Om et prosjekt skulle gå i vasken har hun flere andre å holde på med. Ved å ordne arbeidet slik, innebærer ikke hvert enkelt prosjekt en stor risiko i forhold til økonomi. Dette gjelder også i de tilfellene der hun er invitert til å være med på konkurranser som også kan fungere som en idé og/eller utprøvningsfase. Ved at hun ikke er så økonomisk avhengig av å få akkurat dette oppdraget, får hun frigjort en del krefter og ideer til å utvide sitt kunstneriske repertoar og leve ut aspekter ved legitimitetsprinsippet om *kunst for kunstens skyld*.<sup>66</sup> I dette rommet dyrker hun følelsen av å ha full kunstnerisk frihet.

Entreprenøren har en offensiv tilnærming til sitt virke som kunstner ved selv å ta initiativ og styring. Hun har overlevd økonomisk på kunsten sin siden hun var ferdig utdannet og hun har selv tatt initiativ til jobber, gjort grundig administrativt forarbeid og tatt kontakt med potensielle jobbkontakter. Det har tatt ti, femten år å bygge seg opp, og endelig har telefonen begynt å ringe og jobbtilbudene strømmer inn. Hun forteller at rent strategisk, for å få gjennomslag for ideene sine, er det viktig å gå til toppsjefen med en gang:

Toppsjefene de sitter så høyt oppe og de er åpne og tør. Men de kan ikke gjøre noe, så de henvender seg nedover i systemene til rette person. Og når man kommer ovenfra og nedover er dørene åpne, i forhold til å gå nedenfra og opp. Fordi de tør ikke si ifra.

---

<sup>66</sup> Jf. Bourdieu (1993: 50).

For å overleve har hun altså funnet en *egen nisje* utenfor galleriene og museene. Dette har imidlertid ført til at hun har møtt motstand i kunstmiljøet. Hun har utfordret og dermed våget å være kontroversiell i eget miljø. I den forstand er hun en pioner, noe som også viser seg i at hun ikke tilhører det som kan kalles det *eksklusive* kunstnettverket i Norge.<sup>67</sup> Hun befinner seg litt i utkanten. Et uttrykk for det, kan være at hun aldri har blitt tildelt flerårig arbeidsstipend.<sup>68</sup> Men hun får jevnlig mindre stipend, noe hun tilskriver at hun har en anerkjennelse innad i kunstmiljøet.

### **Tverrfaglig samarbeid**

Entreprenøren liker samarbeid og å få impulser fra andre mennesker. I så måte bryter hun også her med ideen om den selvtilstrekkelige og selvforsynte kunstneren som helst arbeider alene. Idealet om kunstnerisk autonomi er av betydning så lenge hun selv er fri til å definere hva det skal inneholde. Begrepsparene *fri kunst* og *kunstnerisk frihet* ser hun som subjektive størrelser som handler om å ha frihet til å gjøre det hun selv vil:

For meg er kunsten fri så lenge jeg føler at jeg kan foreslå det jeg selv vil. Så lenge man føler at man har frihet til å gjøre det man selv vil er den kunsten fri, enten det er oppdrag eller ikke. Så for meg handler det mye mer om mentaliteten bak. På rammene.

I Entreprenørens representasjon av seg selv kan vi si at hun bryter med legitimitetskravet om kunstverdens autonomi og selvtilstrekkelighet, ved at hun ikke er så bekymret for hva andre i kunstfeltet måtte mene om det hun gjør for å tjene penger. For henne er det kunst selv om hun beveger seg innenfor områder som design eller landskapsarkitektur, så lenge hun opplever at hun har en kunstfaglig vinkling til det aktuelle prosjekt eller kunstverk. Hun kan også oppleve at rammene for et oppdrag som er avklart kan fungere frihetsskapende, fordi klart definerte grenser også gir noen impulser tilbake som hun kan bygge videre på. Dialog og kommunikasjon er derfor viktige begreper, i både tale og handling. Det gjelder i forhold til menneskene hun skal forholde seg til, men også stedet som skal utsmykkes. Utsmykningen skal fungere i en kontekst, og hennes jobb er å få til en best mulig kobling mellom idé, sted,

---

<sup>67</sup> Det eksklusive nettverket gir konnotasjoner til Solhjells (1995) beskrivelser av "Det eksklusive kretsløpet" som bygger på Bourdieus (1993) logikk om at agentene "definerer seg ved en avgrensning og utelukkelse, dvs. gjennom ekskludering". (Solhjell 1995:27). Som en motsetning til det kommersielle kretsløpet. (Solhjell 1995:31).

<sup>68</sup> Flerårig arbeidsstipend kan gis fra 1 til 5 år. Summen er på 163 500 kroner i 2006. (Kilde: Statens kunstnerstipend).

oppdragsgiver, brukere osv. I den sammenheng er ikke kunsten noe som lever isolert, men snarere noe som skal tilføre, berike og ikke minst *brukes* av publikum.

En fortelling jeg opplever gir gjenklang hos ”folk flest” handler om kunstneren som sover lenge og stikker innom atelieret under inspirasjon. Denne fortellingen passer dårlig på Entreprenøren. I likhet med alle de andre kunstnertypene jobber hun lange arbeidsdager, og hun er stort sett på jobb når også andre mennesker er på jobb. Hun er avhengig av å være i takt med samfunnet rundt seg, fordi hun i stor grad har samarbeidsprosjekter med ikke-kunstneriske aktører. I den forbindelse er ikke begrepet om markedstankegang noe nytt. Men der markedsbegrepet er forbundet med salg av en vare, tenker Entreprenøren at det hun selger er *ideer*. Hennes bidrag i en samspillprosess kan være ideer om hvordan et utsmykningsoppdrag skal løses. Som en representant for forbrukersamfunnet har hun for lengst tatt i bruk den nye teknologien med dataprogrammer, internett og mobiltelefoni. Både som hjelpemidler til skapelsen av kunsten, og som kommunikasjonsverktøy. Hun har ingen hjemmeside ennå, men den er under produksjon.

### **Kunstnerkallet er ikke gudgitt**

Entreprenøren bryter med ideen om den karismatiske kunstnermyten ved at hun ikke ser noen guddommelig kraft i det å være kunstner. Hun føler seg fremmed for tanken om at hun skulle være *utvalgt* til å være kunstner. Slikt er bare noen gamle fortellinger. Det å være kunstner i dag handler om hardt arbeid, ha utholdenhet, stå på-vilje og ”drive”. I så måte fins det heller ingen ”skitne penger.” Så lenge rammene er satt og oppdraget er avklart er det uten betydning hvem som betaler regningen. Men dette er i teorien. I praksis har hun liten erfaring med oppdrag for det private næringsliv eller velstående privatpersoner, men hun er ingen prinsipiell motstander av det.

### **Entreprenøren kort oppsummert**

Kunstnertypen Entreprenøren er en idealtipe for en kunstnerrepresentasjon med konnotasjoner til entreprenør- og prosjektlederskap Hun er en initiativtaker som i tillegg til å ha ideene, også gjennomfører dem. I så måte beskriver hun et mønster på flere rasjonaliteter<sup>69</sup> og trekker på flere diskurser. Hun er den representasjonen av kunstneren som mest eksplisitt bryter med ideen om den karismatiske kunstnermyten. Dette er fordi hun har bygd en karriere

---

<sup>69</sup> En beskrivelse som viser til Bjørkås (1998) beskrivelse av kunstnere som ”bærere av flere rasjonaliteter”, uavhengig av ideen om ”en formålsfri kunstproduksjon” (Bjørkås 1998:110-111).

i grenselandet av kunstfeltet. Kunstnertypens situering er i diskursens grenseland, om enn ikke i en liminal posisjon.<sup>70</sup> Dette er en representasjon av kunstneren knyttet til det Bourdieu (1993:50) kaller det ”populære” legitimitetsprisnippet, som viser til innvielse skjenket av ordinære forbrukere, forstått som ”massepublikum”. Unntatt når det gjelder oppfatningen om kunstnerisk frihet og fri kunst, der hun gjennom sin diskursive praksis opprettholder ideen om kunstnerisk autonomi. Entreprenøren beskrives gjennom diskursive elementer som totalentreprenør, merkantilt vokabular, markedsorientering, ny teknologi og kunst for kunstens skyld.

### **Gallerikunstneren**

*Tøv at kunstnere ikke er opptatt av penger,  
men for å komme til de virkelig store pengene  
kan du ikke tenke økonomi.*

Gallerikunstneren er også kjennetegnet av å ha en klar kobling mellom kunst og pengeøkonomi. Gallerikunstneren er like opptatt av penger som Entreprenøren men han uttrykker det ikke i eksplisitt tale. I så måte opprettholder han fortellingen om den karismatiske kunstnermyten i tale, men ikke i handling. Denne dobbeltheten har trekk av en forskjønnende godkjenning av kunstfeltets strukturelle føringer,<sup>71</sup> og preger denne kunstnertypens representasjon av samspeillet mellom kunst og kapital. Penger er noe man gjør, men ikke snakker om. I motsetning til Entreprenøren har han tre inntekstkilder: utstillinger, utsmykningsoppdrag og stipend. Og han gjør det godt på alle områdene.

Det er viktig for Gallerikunstneren å tjene penger og han knytter det direkte til sitt virke som kunstner. I tillegg til selve overlevelsesdelen, ser han også økonomisk inntjeningssevne som en god kritikk:

Jeg får økonomisk frihet og mulighet til å jobbe videre. Så for meg er det veldig frihetsskapende. Og som en vurdering syns jeg det er en veldig god kritikk når noen faktisk ønsker å bruke store summer på det jeg skaper.

---

<sup>70</sup> Liminalitet viser til en marginal posisjon, i motsetning til en sentral (Frønes 2001:130). I denne sammenhengen er Entreprenørens situering nærmest forbrukersamfunnsdiskursen og lengst vekk fra den karismatiske kunstnermyten.

<sup>71</sup> Jf. Bourdieu (1996:180)

Det at noen er villige til å bruke mange penger på kunsten han skaper oppleves positivt, fordi det gir ham tillit til egne kunstneriske vurderinger.

### **Galleriet, tillit og muntlige avtaler**

Som navnet sier er Gallerikunstneren tilknyttet et galleri som tar seg av omsetningen av kunsten hans, samtidig som de bidrar til at han får bygget opp signaturen sin.<sup>72</sup> Det å være tilknyttet et galleri gjør at han ikke selv trenger å forhandle og prissette eget arbeid. Det gjør galleriet for ham, noe han på den ene siden finner bekvemt og på den andre siden tidvis kan oppfatte som litt problematisk. Årsaken til det er at han kun har en muntlig avtale med sitt galleri som han helst ikke vil gå i detalj på. Denne muntlige avtalen er kjennetegnet ved at byttet ikke skjer eksplisitt, men er basert på tillit og er i så måte et eksempel på et skjevt maktforhold som fungerer fordi det er en kollektiv aksept av forholdene.<sup>73</sup> På den ene siden beskriver Gallerikunstneren sin forbindelse til galleriet som et *tillitsforhold*, men det ligger som et premiss at galleriet når som helst kan velge å ikke representere den enkelte kunstner skulle de ikke finne det økonomisk interessant. En risikofaktor er derfor at Gallerikunstneren ikke har noen garanti for at bildene hans vil selge like godt neste år. Han risikerer dermed å plutselig stå uten tilknytning til et galleri. Like fullt er det økonomisk lukrativt å være tilknyttet et galleri. I spillet om den rette legitimiteten fungerer galleriet som en garantist for kvaliteten til det enkelte kunstverk og den enkelte kunstner, som mer eller mindre kyndige kunstinteresserte kan relatere seg til.

Gallerikunstneren er godt etablert innenfor det eksklusive kunstnettverket. Dette vises ved at galleriet har få problemer med å selge bildene hans. Han møter prinsippene for legitimitet både ved å representere ideen om den autonome, selvtilstrekkelige kunstneren, samtidig som han har legitimitet fra en kjøpesterk kundegruppe. I tillegg nyter han anerkjennelse fra sine egne kunstnerkolleger ved at han ved flere anledninger har mottatt store stipend, sågar arbeidsstipend som indikerer at han er akseptert ved at juryen i utdelingskomiteen består av billedkunstnere. Et stipend er i den forstand også en anerkjennelse fra sine egne.

---

<sup>72</sup> Det å bygge opp signaturen sin er for mange kunstnere av betydning i kampen om oppmerksomheten. I dette spillet om hva som er kvalitet, hvem som er den nye store osv. En anerkjent signatur kan være vel så viktig for å få solgt kunsten, som kunstens kvalitet.

<sup>73</sup> Jf. Bourdieu 1996:184.

## Utsmykningsoppdrag, skriftlige kontrakter og ”skitne”? penger

I tillegg til å gjøre separatutstillinger, er Gallerikunstneren attraktiv i forhold til utsmykningsoppdrag. Under utsmykningsoppdrag fungerer han som en prosjektleder. Der Entreprenøren anlegger et merkantilt vokabular, gjør ikke Gallerikunstneren det samme. Han opplever motstand mot den type begreper og ser heller sin rolle som en slags prosjektleder for selve utsmykningen. I likhet med Entreprenøren har han ikke lært noe bestemt om økonomi og/eller administrasjon, annet enn gjennom livets skole. Gallerikunstneren opprettholder representasjonen av den karismatiske kunstnermyten som selvforsynt ved at han trives bedre på atelieret sitt, enn med å jobbe på byggeplasser. Den eufemiseringen av relasjoner og bytter som finner sted i forhold til galleriet, gjelder ikke for utsmykningsoppdrag med arbeid på byggeplasser. Han har gjort seg negative erfaringer med å ikke ha skriftlig kontrakter med innleid arbeidskraft. I byggebransjen er det noe som heter *minstestandard* som er ganske dårlig. Ønsker han at noe skal gjøres skikkelig må alt spesifiseres skriftlig i kontrakten. Den tilliten som eksisterer i forhold til galleriet, og som gjør at muntlige avtaler er tilstrekkelig, er ikke gyldig på byggeplasser.

De gamle fortellingene om ”skitne” penger har han ikke noe forhold til. Det finnes ingen ”skitne” penger. Det spiller ingen rolle hvor pengene kommer fra så lenge oppdraget er av interesse. Men til forskjell fra Entreprenøren er Gallerikunstneren i større grad opptatt av statusen som følger det enkelte oppdrag. Og det er et skille mellom oppdrag gitt av henholdsvis det offentlige og det private næringsliv, ved at de offentlige pengene går til offentlige bygg som igjen er mer attraktive å utsmykke, enn private kontorlokaler:

Det er noen prosjekter som har litt mer status enn andre. Og de offentlige pengene går ofte til offentlige bygg. Og offentlige (bygg) er ofte litt mer stas enn et kontorbygg på Økern. Statusen ligger ikke i pengene, men i type oppdrag. Det kan ofte være mer penger i et privat oppdrag. - Hadde jeg blitt spurt om å gjøre Operaen hadde jeg sagt ja til Operaen.

Statusen ligger med andre ord i selve prosjektet og ikke i hvem som betaler regningen. Prinsipielt er oppdrag fra næringslivet like interessante. Men i praksis har han ikke opplevd at et privat bygg er like flott som et offentlig eid bygg. I tillegg har det private næringsliv som oftest ikke noen utsmykningskonsulent som fungerer som et mellomledd mellom kunstner og oppdragsgiver. Gallerikunstneren foretrekker å kommunisere gjennom en utsmykningskonsulent, framfor å måtte gjøre alt selv.

### **Kunstnerisk frihet er makten til å bestemme**

For Gallerikunstneren handler kunstnerisk frihet om makten til selv å kunne bestemme det kunstneriske uttrykket. Uten opplevelsen av full frihet er den kunstneriske integritet truet, noe som igjen truer kunstens uttrykk. Vi kan si at han er en kunstnertype som konstruerer sin kunstnerrepresentasjon ved å sammenfatte de elementene han trenger fra den karismatiske kunstnermyten, samtidig som han forholder seg til samfunnet rundt. Han kan for eksempel finne fastsatte rammer rundt et utsmykningsoppdrag som stimulerende og triggende for nye kunstneriske ideer. Kunstnerisk frihet og fri kunst handler derfor om subjektive vurderinger, der makten eller avmakten ligger i den opplevde friheten, eller ufriheten.

Gallerikunstneren tar initiativ til jobber, men ikke så direkte som Entreprenøren. Han har blitt spesialist på eget uttrykk og er etablert som en å regne med. Kunstkjennere vil kunne gjenkjenne ham hvis de fikk se hans kunstverk. Han har ikke valgt å skape kunst utenfor det sosialt aksepterte innad i kunstfeltet. Han har heller ikke vært nødt til det, fordi han har en god pengeøkonomisk inntjeningsevne. Han er opptatt av markedsføring og å bli ”sett”, men han arbeider helst innenfor det rommet som representerer gallerier, museer eller offentlige utsmykningsoppdrag. Han er en aktør i forbrukersamfunnet og benytter seg av den nye teknologien som data, internett og mobiltelefon. Dataprogrammer, som verktøy i den kreative arbeidsprosessen, er tatt i bruk. Men han har valgt å ikke ha en hjemmeside, fordi han er representert på galleriets hjemmeside. I den forstand blir han sett. Han ser markedsføring som et middel til å få omsetning på kunsten sin. Samtidig fins det en grense for hvor langt man skal strekke seg for å bli sett. Det kan oppfattes som negativt, og han risikerer å miste sin status innad i det eksklusive nettverket. Det ligger derfor hele tiden en avveining og vurdering av hvordan han kan opprettholde sin posisjon som en kunstner tilhørende det eksklusive nettverket, og samtidig sørge for om en økonomisk inntjening. Gallerikunstnerens viser gjennom sin diskursive praksis en åpenhet om markedsaspektet i hans kunstneriske virke, samtidig som han beveger seg i et rom der dette ikke er uttalt eller tillatt markert.

### **Gallerikunstneren kort oppsummert**

Kunstnertypen Gallerikunstneren er en idealtipe for en kunstnerrepresentasjon som har konnotasjoner til eksklusivitet, anerkjennelse, sentrumsnær og knyttet til gallerier og museer. På denne måten uttrykker også denne representasjonen et mønster på flere rasjonaliteter, om enn på en annen måte enn Entreprenøren. Som en kunstnerrepresentasjon, kan han sies å ha et



dobbelthforhold til ideen om karismatiske kunstnermyten. Han opprettholder den karismatiske kunstnermyte i tale, men bryter med den i handling. For Gallerikunstneren er det helt ok å tjene penger, gjerne mange penger. Han har oppnådd dette ved å være tilknyttet et galleri som ordner med alle forretningsmessige forpliktelser. Dette er fordi han har bygd en karriere i kunstfeltets eksklusive sfære. Kunstnertypen er i så måte situert midt i diskursen mellom idealet om den karismatiske kunstnermyten og forbrukerdiskursen. Dette er en representasjon av kunstneren knyttet til det Bourdieu (1993:50) kaller legitimitetsprisnippet som korresponderer med den ”borgerlige”<sup>74</sup> smaken, som sørger for en relativt økonomisk lukrativ situasjon. Gallerikunstneren beskrives gjennom diskursive elementer som mystisk, eksklusiv, prosjektleder, markedsorientert, ny teknologi og kunst for kunstens skyld.

### ***Billedkunstnerens billedkunstner***

*Jeg skulle jo gjerne ha solgt mer (men)  
det er jo redselen for å virke kommersiell, ikke sant.*

I motsetning til de to kunstnertypene nevnt ovenfor, har ikke Billedkunstnerens billedkunstner noen klar kobling mellom kunst og pengeøkonomi. Penger er noe hun *ikke* gjør og helst ikke vil snakke om. Hun opplever ingen sammenheng mellom hennes virke som kunstner og hennes evne til å omsette kunsten til økonomisk verdi. I så måte representerer hun den kunstnertypen som ligger nærmest ideen om det romantiske kunstnerbildet som den karismatiske kunstnermyten trekker på:

Det er ekstreme valg som man tar som ganske ung hvis du går inn og virkelig satser på dette her. Og da venner du deg til det med litt dårlig råd. Det vil si at du hele tiden er på jakt etter jobber, og du er i et miljø hvor det er helt vanlig. Du får det inn i systemet at dette er en del av det. Og så er du så opptatt av det du driver med, det uttrykket, at du tar disse jobbene på si for å få gjort ting du har lyst til å gjøre. Den drivkraften er så sterk - og da tåler du det andre.

Denne kunstnertypen har skapt seg et kunstnerliv som i stor grad har vært finansiert av offentlige støtteordninger. Hun har mottatt mange stipend, deriblant flerårig arbeidsstipend,

---

<sup>74</sup> Uttrykket ”borgerlig” gir konnotasjoner til borgerskapet som en historisk konstruksjon knyttet til adel og en sterkere klassesdeling mellom samfunnsgruppene, enn vi har hatt i Norge. Der Frankrike på 1800 tallet var plassert i sentrum for verdensøkonomien, befant Norge seg i periferien og var mer preget av en bondekultur. (Mjøset 1991:78-85). I denne sammenhengen viser betegnelsen til den gruppen som har kjøpekraft og som er i stadig vekst, grunnet forhold som økt levestandard, økt utdanningsnivå og som er knyttet til større bevissthet og kunnskap rundt kunst og kultur.

som har gjort det mulig for henne å arbeide med kunsten uten å måtte skjele til pengeøkonomiske hensyn. Hun arbeider hovedsakelig mot utstillinger, og hun er den eneste av kunstnertypene som hele tiden har hatt en ikke-kunstnerisk jobb ved siden av for å kunne møte de økonomiske kravene overlevelse i det norske samfunnet stiller.

### **Kunstnerisk frihet, garantiinntekten og ikke-kunstneriske jobber**

Billedkunstnernes billedkunstner har fått kunstnernes garantiinntekt<sup>75</sup> som sikrer henne en årslønn fram mot pensjonsalder. På den måten har hun en økonomisk uavhengighet som beskytter henne mot kravet om økonomisk inntjening fra kunsten, så lenge hun har en nøktern livsstil. Lite penger er hun blitt vant til, og det er en felles skjebne hun deler med de fleste av sine kolleger. I tillegg har hun valgt å beholde en ikke-kunstnerisk jobb ved siden av for å spe på inntekten:

Jeg synes det er ålreit å ha noe ved siden av. Selvfølgelig også fordi jeg må ha penger, men jeg liker å være sammen med folk. Jeg merker at det er sånn for veldig mange andre også. Du lengter etter litt vanlige sosiale sammenhenger. Du har samspillet - at du går på jobb og har kolleger på en jobb på en vanlig måte - Det blir for mye frihet, vet du.

Det handler om to ting. For det første penger, men også behovet for å møte og få impulser fra andre mennesker. Det kan være ensomt å stå alene på et atelier.

### **Å gjøre gode penger på kunsten kan være negativt**

Billedkunstnernes billedkunstner tilhører den eksklusive sfæren i kunstfeltet. Hun har opplevd anerkjennelse fra sitt eget miljø i hele sin yrkesaktive karriere. Men i motsetning til Gallerikunstneren har hun ikke oppnådd (eller ønsket?) en legitimitet som korresponderer med den borgerlige smaken. Hun selger ikke mange bilder på utstilling, og hun opplever det som sårt. Men hennes ideal er å være *Billedkunstnernes billedkunstner*,<sup>76</sup> der det å bli

---

<sup>75</sup> Kunstnernes garantiinntekt viser til en type inntekt kunstnere kan søke om etter å ha markert seg i kunstfeltet over tid. I 2006 er det beløpet som maksimalt kan utbetales, 167 500 kroner, per år. Denne inntekten er kun en minstegaranti, for tjener en mye penger et år, trekkes det tilsvarende fra kunstnerlønnen. (Kilde: Statens kunstnerstipend).

<sup>76</sup> En *sender* og en *mottaker* viser til reelle mennesker, der senderen viser til tegnets kilde og mens mottaker er destinasjonen (Thwaites, Davis & Mules 1994:13). Benevnelsen Billedkunstnernes billedkunstner har sin inspirasjon fra uttrykket *forfatternes forfatter* som viser til en hedersbetegnelse av noen få forfattere, gitt av andre forfattere. Betegnelsen forfatternes forfatter befinner seg således i en mottakerposisjon der andre forfattere eller bokinteresserte står som sendere, noe som også kjennetegner denne kunstnertypen. Samtidig er det også et uttalt mål å bli oppfattet slik. Slik sett befinner Billedkunstnernes billedkunstner seg også i en senderposisjon og viser til hvordan kunstnerrepresentasjonen ønsker å bli forstått og viser til hva som er denne kunstnertypens ideal.

oppfattet som autonom og selvtilstrekkelig av sine egne, veier tyngst. I talen om samspeillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger, føler hun at det er mange hensyn som må tas. I motsetning til Gallerikunstneren, kjenner hun ikke at det er entydig positivt å plutselig selge mange bilder. Hvis omverdenen har fått øynene opp for kunstnerens kvaliteter er det bra. Hvis ikke kan det være at kunstneren har ”solgt” seg, noe som er veldig negativt og kan medføre sanksjoner fra andre kunstnere:

Jeg merker at jeg har noen venner, kolleger, som plutselig begynner å selge. Også merker jeg at de vil nødig si det. De vil nødig snakke om det. Eller at det er vanskelig. Man er sikkert redd for at man, sett utenfra, skal virke som om man nesten har kapitulert, - at man har gått over til å bli noen sånn salgssuksess. For da er det jo et eller annet tvilsomt i det, ikke sant.

Trusselen om å bli oppfattet som kommersiell er stor. Den kan synes større enn å tjene gode penger. Hun har derfor valgt å ikke forholde seg til salgsaspektet ved kunsten sin, men det er ikke helt uproblematisk. På denne måten er Billedkunstnerens billedkunstner den representasjonen av kunstneren som nærmest lever opp til oppfatningen om at det kulturelle feltet er et troens univers,<sup>77</sup> der logikken fører til en avvisning av økonomisk fortjeneste i bytte for symbolske goder. Idealet er å bli oppfattet som en som ikke er opptatt av penger.<sup>78</sup> Hun mener at det ikke burde være slik, men opplever at det er det. Det å tjene gode penger på kunsten kan gjøre noe med omdømmet til kunstneren slik at det blir negativt.

Samspeillet mellom å skape kunst, tjene penger til livets opphold og det å ha en legitimitet innad i kunstfeltet, opplever Billedkunstnerens billedkunstner som et dilemma. I motsetning til de to andre kunstnertypene tenker ikke Billedkunstnerens billedkunstner strategisk rundt sitt arbeid med hensyn til salg. Hun har valgt å ikke spesialisere seg på ett uttrykk, fordi hun liker å ta utgangspunkt i kaos når hun skal starte prosessen med å lage bilder. Der noen kunstnere nærmest blir spesialister på eget uttrykk slik at de er lettere gjenkjennelige, ønsker ikke hun det. I et markedspektiv går hun dermed glipp av gjenkjennelseeffekten, ved at publikum ikke umiddelbart kjenner arbeidene hennes igjen. Dette støttes av at anerkjennelsen fra egne

---

<sup>77</sup> Jf. Bourdieu 1993:74.

<sup>78</sup> Det er et spørsmål om idealet om kunstnerisk frihet frikoplest fra pengeøkonomiske hensyn er så forskjellig fra idealet man finner innen forskning, uavhengig av disiplin, der også målet er fri forskning, uavhengig av kapitalkreftene eller andre styringsmakter. Dette som et krav til - og en kvalitetssikring av resultatene som frembringes av forskningen. Kommer pengemakten med utøylet styringsvilje for nær, er potensialet for å bli oppfattet som kjøpt og betalt stor og til skade for troverdigheten til forskningsresultatene, der forskeren selv, men også forskningsmiljøene, er utsatt.

kunstnerkolleger veier tyngre enn å bygge en signatur som kan risikere å treffe en kommersiell bølge. I likhet med alle de andre kunstnertypene arbeider Billedkunstnerne billedkunstner lange dager.

### **Penger er ikke penger - men det er et vanskelig spørsmål**

I motsetning til de to foregående kunstnertypene, har det for Billedkunstnerne billedkunstner, en prinsipiell betydning om det er offentlige eller private penger som betaler regningen. Ideen om at det fins penger som er bedre enn andre, har hegemonisk kraft. Tanken om å arbeide mer for næringslivet er i den forbindelse utenkelig. Samtidig er det frustrerende ut fra en erkjennelse av at hun vet lite om hva det private næringslivet og private penger handler om, utover fortellingene om hva det er. Dette er et problematisk område. Billedkunstnerne billedkunstner har ingen erfaring med hvordan dette samspillet foregår.

Billedkunstnerne billedkunstner har erfaring fra utsmykkingsoppdrag, men trives best med utstillinger. Hun arbeider stort sett kun mot en utstilling av gangen. Der de to foregående kunstnertypene er fortrolige med entreprenør-/prosjektlederkravet, er ikke hun det. Hun tenker ikke forretning. Hun tar heller ikke initiativ til utsmykkingsjobber. Hun har stort sett blitt invitert til utstillinger, men hun har måttet søke også. Derimot er også hun godt oppdatert når det gjelder den nye teknologien. Om hun ikke benytter dataverktøy i samme grad som Entreprenøren og Gallerikunstneren, anser hun data og internett som fantastiske verktøy. Tilgjengeligheten mobiltelefonen har ført med seg oppfatter hun som mest positiv. Der hun før kunne være helt fraskåret fra omverdenen i sitt arbeide på atelieret, er det nå godt å ha kommunikasjonsmulighetene som mobiltelefonen medfører. Samtidig utfordrer det behovet for grensesetting for sosialt samvær, når hun er midt inne i en arbeidsprosess.

### **Billedkunstnerne billedkunstner kort oppsummert**

Kunstnertypen Billedkunstnerne billedkunstner er en idealtipe for en kunstnerrepresentasjon som har konnotasjoner forfatterens forfatter som viser til den lille eksklusive gruppen forfattere som opplever anerkjennelse og beundring fra andre forfattere. De oppfattes ofte som utilgjengelig for offentligheten. Hun anerkjennes som avansert, elitistisk, kompromissløs og kunstnerisk fri. På denne måten artikulere også denne representasjonen et mønster på flere rasjonaliteter, om enn på litt andre måter enn Entreprenøren og Gallerikunstneren. Hun er den representasjonen av kunstneren som, gjennom sin diskursive praksis, i størst grad kan sies å leve opp til ideen tegnet av den karismatiske kunstnermyten. Hennes situering er nær dette

idealet. Det er ikke uproblematisk å tjene gode penger på kunsten sin. Sammen med frykten for å miste legitimitet som en fri kunstner, er frykten for sanksjoner fra egne kolleger stor. Anerkjennelsen fra sine egne veier derfor tyngre enn det å tjene penger. Hun er en representasjon av kunstneren knyttet opp mot det Bourdieu (1993:50) kaller ”det spesifikke legitimitetsprinsippet” med konnotasjoner til en avvisning av forbilder om økonomisk gevinst, og der kunsten er nok i seg selv. Hun er den kunstnerrepresentasjonen som er minst villig til å kompromisse med sitt kunstneriske ideal, men som kanskje også har vært og er i en posisjon der hun ikke har måttet.

## **Småbykunstneren**

*Det må være best mulig kunst (også er det viktig)  
å være tilgjengelig for mange. Begge deler er fint.*

Småbykunstneren har, i likhet med Entreprenøren og Gallerikunstneren, en klar kobling mellom kunst og pengeøkonomi, om enn på en litt annen måte. I motsetning til de tre nevnte kunstnertypene, har Småbykunstneren valgt å bosette seg i distriktet for å slippe å måtte tjene så mye penger.<sup>79</sup> Det har hele tiden vært en målsetting å klare seg økonomisk på kunsten. Der de andre kunstnertypene er representanter for 1990 tallets kunstnere, var Småbykunstneren ung på 1970 tallet. Han er dermed også en representasjon av en annen generasjon.<sup>80</sup> I likhet med Gallerikunstneren, har Småbykunstneren hatt inntektskilder i utsmykningsoppdrag, utstillinger og stipend.

Småbykunstneren valg om å bosette seg i distriktet har vært økonomisk smart. Det har vært et bevisst ønske å sørge for en livssituasjon der han ikke har hatt mange og store økonomiske utgifter. Han har ikke trengt å tjene så mye penger. Han har på den måten vært friere til å

---

<sup>79</sup> Et eksempel på konstruksjon av idealtyper finner vi i Per Mangset (1998) rapport: ”Kunstnerne i sentrum. Om sentraliseringsprosesser og desentraliseringspolitikk innen kunstfeltet”, der han studerer kunstneres bosetningsvalg og kunstneriske tilpasning. På bakgrunn av kvalitative intervjuer med 22 kunstnere har han utviklet fire idealtypiske samfunn som han plasserer langs en sentrum-periferi-akse, der Oslo fungerer som et kunstens sentrum. Han kaller dem ”Metropolis”, ”Middletown”, ”Smallville” og ”Countryside”, der den første viser til den sentrumsnære delen av aksene, Oslo, og den siste befinner seg lengst ute i periferien. ”Typologien avspeiler disse kunstneres mer eller mindre subjektive oppfatninger av hvor det er ønskelig å være bosatt (eller ikke bosatt) som kunstner” (Mangset 1998:180). Jeg har hentet inspirasjon fra denne typologien i presentasjonen av kunstnertypen Småbykunstneren som, slik jeg oppfatter det, er situert i ”Smallville” og hele tiden forholder seg til en sentrum-periferi-akse i sin diskursive praksis.

<sup>80</sup> Dette er interessant fordi det synes å være klare grensedragninger mellom ulike genre, men også ulike generasjoner i billedkunstfeltet (Aslaksen 1997:25).

jobbe med kunsten sin uten å ha det samme kravet til økonomisk inntjening, som hvis han hadde bodd og virket i Oslo:

Vi hadde et lite lån på 50 000 som vi ikke brukte alt av. Vi hadde så lite faste utgifter at vi behøvde ikke ta noen andre jobber. Vi var aldri i pengenød. Vi bare brukte ikke noe særlig penger. Du er nødt til å klare husleia, atelierutgiftene og andre utgifter. Vi er langt forbi det der hvor kunstnerne flyttet på landet med katt og kanin.

På denne måten møter han legitimitetsprinsippet om kunstnerisk autonomi. Småbykunstneren tjener i dag en god årsinntekt på kunsten sin, noe han ikke finner problematisk. I så måte bryter han med denne normen. I likhet med Entreprenøren og Gallerikunstneren og i motsetning til Billedkunstnerens billedkunstner, er han ikke opptatt av hva andre kunstnere måtte mene om det. Småbykunstneren plasserer seg i midtsjiktet av norske billedkunstnere. Han er ikke en å regne med i det mest eksklusive sjiktet, men nyter like fullt stor anerkjennelse innad i kunstfeltet. Han har mottatt mange stipend, deriblant flerårig arbeidsstipend, som han opplever som er en anerkjennelse det er viktig å vise seg verdig.

#### **Alle må få se, ikke bare de ”fine”.**

I likhet med Gallerikunstneren og Entreprenøren har Småbykunstneren spesialisert seg på et uttrykk. Han er dermed lettere gjenkjennelig for et bredere publikum. Kunstnertypen mestrer entreprenør-/prosjektlederkravet som følger med utsmykningsoppdrag, men han trives best med utstillinger. Han har mange prosjekter gående samtidig med dertil lange arbeidsdager. På grunn av begrenset produksjon av malerier, blir ingen av dem solgt uten at de har vært vist på et galleri i Oslo først. Han har hele tiden vært orientert mot Oslo som et salgssentrum. På den måten er penger noe han absolutt gjør, men i likhet med Gallerikunstneren, snakker ugjerne om. Han viser fram kunsten i sentrale gallerier i Oslo, men også i mindre gallerier i periferien. For å møte utfordringen med å få solgt bildene, arbeider også Småbykunstneren med å informere om aktuelle utstillinger. For denne kunstnertypen er det maktpåliggende...

(...) å be masse folk til utstillinger. Av både naboer, slekt og venner og kolleger – og viktige folk. Det tror jeg vi har igjen for. Samtidig får en jo utvidet det der med å være synlig som er viktig, for det fører med seg ting som er betydningsfulle for det eksklusive faget også, – nye muligheter.

Ut fra en markedstankegang mener han at det er viktig at så mange som mulig får se kunsten hans. Ikke bare de få som våger seg inn på et galleri i Oslo. Han utfordrer dermed

eksklusivitetslogikken og anerkjenner det ubehaget publikummere kan oppleve hvis de beveger seg inn i et galleri og ikke kjenner til de spesifikke kodene og normene som gjelder for det såkalt eksklusive kunstfeltet.<sup>81</sup> På den måten opprettholder han på den ene siden en kunstnerrepresentasjon med idealer i den karismatiske kunstnermyten, samtidig som han ivaretar markedsaspekter som synliggjøring og tilgjengelighet. Denne dobbeltheten har en eufemiserende framtoning. Det skjer uten at han er eksplisitt i tale om at det er det som skjer.

### **Taktisk, eksklusiv og folkelig.**

Småbykunstneren er den kunstnertypen som har mest til felles med Entreprenøren, med hensyn til strategisk overveielse knyttet til økonomisk inntjening, men han vil aldri benytte begrepet ”strategi”. Han bruker heller ord som: taktikk og tilgjengelighet:

Det er jo viktigst at en lager bra ting. Å være eksklusiv, samtidig som jeg syns det er bra også å være folkelig. Og det tror jeg man tjener på økonomisk hvis man kan kombinere det. Å samtidig være kravstor på kvaliteten, men også vise litt fram i forskjellige sammenhenger så ikke bare noen få som våger seg inn på noen fine gallerier, ser det.

Målet er å være eksklusiv og folkelig på samme tid. Tilgjengelig og inkluderende. For å få til det viser han fram bildene flere ganger, og han har en relativt stor produksjon som gjør dette mulig. Men Småbykunstneren vil aldri eksplisitt uttale at man skal tenke markedsføring i forhold til kunst, men det er viktig å være litt *taktisk*. I likhet med Billedkunstnerens billedkunstner er Småbykunstneren mest bekvem med å jobbe for offentlige penger. Det handler om å ha en kollektiv bevissthet. Han trives best med å arbeide alene på atelieret. Under utsmykningsoppdrag anerkjenner han betydningen et godt samspill med alle menneskene som er involvert. Han tar selv initiativ til jobber, men trives best når han blir kontaktet.

### **Kunstnerisk frihet og det å selv sørge for å bli sett**

Småbykunstneren tar altså markedsmessige hensyn når han vektlegger betydningen av å vise fram kunsten han skaper for å få en økonomisk inntjening. Denne kunstnertypen mener at det heller ikke skader å gå på andres utstillingsåpninger.

---

<sup>81</sup> I så måte utfordrer han spørsmålet om forskjellene mellom en inngruppe og en utgruppe (Jf. Østerberg 2003:28) og henvender seg til alle mennesker, uavhengig av sosiokulturell status. Kunsten skal være eksklusiv, men ikke ekskluderende.

Småbykunstneren er den av kunstnertypene som har størst reservasjoner mot den nye teknologien som data, internett og mobilbruk. Samtidig han har laget en hjemmeside for å gjøre seg synlig, men den oppdateres sjelden. Ideen om kunstnerisk frihet står imidlertid sterkt. I likhet med de andre kunstnertypene handler kunstnerisk frihet om makten til selv å bestemme det kunstneriske uttrykket. Han har en klar oppfatning om hva han må gjøre for å tjene mer penger, og han er av den formening om at det vet nok de fleste kunstnere. Der han bor skulle han malt blomster og bygninger som lokalbefolkningen kjente seg igjen i, men det vil han ikke. Det ville korrespondere for mye med det ”populære” legitimitetsprisnippet<sup>82</sup> som refererer til sjiktet av ordinære forbrukere, forstått som ”massepublikum” og som vil true hans ideal om kunstnerisk autonomi.

### **Småbykunstneren kort oppsummert**

Kunstnertypen Småbykunstneren er en idealtipe for en kunstnerrepresentasjon som har konnotasjoner til periferien som en motsetning til et sentrum. Metonymien *Småby* gir konnotasjoner til noe som er utenfor, der det knyttes andre handlingsbetingelser til et kunstnerskap enn å være plassert i det eksklusive sentrum. På denne måten uttrykker også denne representasjonen et mønster på flere rasjonaliteter. Kunstnertypen er på mange måter en kobling mellom de tre foregående kunstnertypene og innehar på sitt vis også flere rasjonaliteter, ved at han går inn og ut av ulike maskeringer ettersom situasjonen krever det. Han evner strategisk tenkning og entreprenørskap som Entreprenøren. Dobbeltheten som kjenner seg Gallerikunstneren, med hensyn til skille mellom tale og handling, er også gyldig for Småbykunstneren. Og som Billedkunstners billedkunstner står idealet om kunstens autonomi sterkt. Han har løst idealet om ikke å måtte fokusere på penger ved å bosette seg i periferien. Rent pengeøkonomisk har det vært fordelaktig. Småbykunstneren beskrives gjennom diskursive elementer som eksklusiv, taktisk, markedsorientert, prosjektleder, inkluderende og kunst for kunstens skyld.

## ***Oppsummering***

### **Konstruerte, inkonsekvente? kunstnertyper**

I dette kapitlet har vi sett at elementene som beskriver de ulike kunstnertypene kan synes inkonsekvent på bakgrunn av den oppsatte diskursordenen, der de trekker på diskurser som tilsynelatende forvalter motstridende verdssystemer. Like fullt kan de diskursive elementene

---

<sup>82</sup> jf. Bourdieu 1993:50



oppleves meningsfullt for den enkelte kunstnertype og viser til det vi kan kalle en tetthet av ulike og motstridende diskurser som kjemper om en hegemonisk posisjon. Dette er i form av ulike diskursive hybrider som med grunnlag i kunst, trekker på en kunst- og pengediskurs.

Figur 1.

Kunstnertypenes situering i diskursen

Forbrukersamfunnsdiskursen

Den karismatiske kunstnermyten

< ----->

<b>Entreprenøren</b>	<b>Gallerikunstneren</b> <b>Småbykunstneren</b>	<b>Billedkunstnernes</b> <b>billedkunstner</b>
----------------------	--	---

Det er Billedkunstnernes billedkunstner som i størst grad fyller suverenitetskriteriene til den karismatiske kunstnermyten i praksis. Det betyr ikke at de tre andre er uberørt av dette idealet, snarere tvert i mot. Idealet presentert gjennom Billedkunstnernes billedkunstner synes internalisert hos alle, men deres situering i diskursen tilrettelegger for et mangfold av andre handlingsbetingelser knyttet til markedet og tiden, belyst gjennom deres diskursive praksis. På den andre enden av skalaen, situert nær forbrukersamfunnsdiskursen, finner vi Entreprenøren som representerer størst avstand til idealet om kunstnerisk autonomi. Men handlingsbetingelsene forbundet med denne kunstnertypen synes også internalisert hos de tre andre typene. Således er ingen av typene helt ”rene,” men gjenspeilinger av varierende grad av sosiale og kulturelle mønster for diskursiv praksis, knyttet til den karismatiske kunstnermyten og forbrukersamfunnsdiskursen.

Det er et spørsmål om ikke mange kunstnere kan bli litt fanget i ideen om et kunstnerideal frikoblet fra pengeøkonomi. Det fortelles om et ønske om å selge mer kunst, samtidig som det er usikkerhet knyttet til hvordan dette skal gjøres. Det ligger med andre ord en ulik kompetanse om hvordan dette ”spillet” fungerer, hos de ulike kunstnertypene. Dette gir seg utslag i deres ulike handlingsbetingelser.



## 5. Fortellinger om hvordan kunstnere får jobber

I dette kapitlet tar jeg utgangspunkt i 2. delspørsmål: *Hva karakteriserer kunstnertypenes kunstneriske praksis?* En myte om kunstnerliv er at *kunstens vei er tornefull*. Denne metaforen er bilde på en tøff, risikofylt tilværelse som kan gå på helsa løs. Tornene gir konnotasjoner til de vakreste blomster, som den blodrøde rosen med sitt budskap om lidenskap eller tornekrattets løfte om mange risp hvis man kommer for nær. Tornene understreker alvoret og risikoen ved et valg - eller den subjektive oppfatningen om å være utvalgt til et kunstnerliv.<sup>83</sup> Det er bilder av et kunstnerliv, der fortellingens forløp viser til et plott om en pågående risiko forbundet med dette valget. Rett til arbeid og rett til å bli sett er således utopiske forhold som er ugyldige innenfor kunstverdenen. Hvordan forholder kunstnere seg til denne usikkerheten?

### ***Kravet om å være synlig.***

Felles for alle kunstnertypene, forstått som ulike representasjoner av subjektposisjonen "kunstneren", som framkommer i dette materialet, er oppfatningen om at de selv må vise seg fram for å få jobber. De har ulike fortellinger om hvordan dette gjøres alt etter som hvordan de er situert i diskursen. De konkrete stedene de har mulighet til å bli sett er på egne og andres utstillinger, og gjennom utsmykningsoppdrag og stipendutdelinger. Av de fire kunstnertypene er Billedkunstnerens billedkunstner posisjonert slik at hennes hovedarena for å bli sett er gjennom stipendutdelinger, i tillegg til utstillinger. Både Gallerikunstneren og Småbykunstneren blir sett gjennom alle tre arenaene, mens Entreprenøren kun har utsmykningsoppdrag som område.

### **Utstillinger:**

Alle kunstnertypene forteller om betydningen av det å være synlig eller vise seg fram for å få jobber. Det handler først og framst om å vise fram egne kunstverk - gjennom separat- og fellesutstillinger og/eller gjennom utsmykningsoppdrag. Men også egen person er av betydning. Det være seg på egne eller andres utstillingsåpninger. Det presenteres en

---

<sup>83</sup> I rapporten "Mange er kalt, men få er utvalgt" undersøker Per Mangset (2004:8) prosesser knyttet til utvelgelse av rekruttering til kunstnerrollen og viser til at kunstneryrkene gjennomgående har en veldig stor søknadsmasse, men mange som faller fra. Noe som gir metaforen om at *kunstens vei er tornefull* et visst sannhetsgehalt.

forestilling om at for å bli lagt merke til som billedkunstner, må man sørge for å komme i en posisjon der man får vist seg fram, enten gjennom eget initiativ eller via andre aktører i kunstverdenen. Det synes å være en utbredt oppfatning om at det ikke holder å være spennende inne på atelieret hvis ingen får se deg.

### **Man må gidde å vise seg fram.**

Kunstnertypen Småbykunstneren poengterer at det å sørge for å bli sett er særlig viktig i begynnelsen av en karriere. Det er en beretning om hardt arbeid, det å selv ta ansvar for å bli sett og strategier for hvordan dette kan skje:

Utstillinger er noe du må gjøre for å være synlig. Det kan ikke gå for lang tid mellom hver gang. Så veit du veldig godt at det er et tapsprosjekt. Det koster deg en bråte med penger å lage en utstilling og sjansen for at du får igjen noe på det er helt minimal. Det er hverdagen for veldig mange.

Det er en beretning om det å selv ta kontakt med mulige utstillingssteder for å sørge for å få vist seg fram, der fortellingens plott trekker på en markedsføringsdiskurs. En kunstner kan ikke regne med at folk vil vite hvem han eller hun er, hvis ikke de har en sjanse til å se arbeidene i flere sammenhenger. Det er således også en beskrivelse av forskjellige strategier for å få finansiert sine utstillinger og muligheter til å søke om økonomisk og administrativ støtte. Det er store forskjeller med hensyn til hvilken type utstilling man ønsker å skape. Det er en stor forskjell rent pengeøkonomisk å gjennomføre en grafikk- eller akvarellutstilling, enn tyngre produkter som skulptur. Man kan også gå til det skritt å låne inn ting man har solgt før hvis det ikke behøver å være til salgs. Slik kan man synliggjøre seg og dermed få nye jobber. Det handler om å orke et pågående arbeid knyttet til presentasjon av kunsten gjennom et kunstnerliv. Hver nye utstilling eller utsmykningsprosjekt er knyttet til forholdet mellom tillit og risiko: Den potensielle muligheten for å bli sett eller ignorert:

Ikke tro at de som gir oppdrag eller kjøper inn har like god peiling på ting som det du har selv. Det tror jeg er veldig viktig, i forhold til det å tjene penger, at man gidder å vise seg fram. For hvordan skal ellers andre vite hva du gjør? For de ser bare det de ser på utstillinger. Og du kan lett tro at de har mer peiling på det enn de har. Men det er jo egentlig veldig små glimt de får. Og siden det er såpass lite eksakt fag må de, for å være trygg på å velge ut ting, ha sett deg i forskjellige sammenhenger, før du i det hele tatt blir valgt.

Plottet går ut på at man selv må ta initiativ til søke på fellesutstillinger og ofte måtte tåle å få en del nei, før man får ja. Dette er en diskursiv praksis som viser til en målorientert rasjonalitet som bryter med ideen om den karismatiske kunstnermyten der kunstneren er uinteressert i dagligdagse gjøremål. Derimot aksepteres en markedslogikk som trekker på forbrukersamfunnsdiskursen om tilbud- og etterspørsel. Et sentralt element er *tilliten* til markedskreftene som instrumentelle med hensyn til nye jobbtilbud.

### **Utstillingsåpninger, ”kundepleie” og fortellinger rundt kunstner og kunstverk.**

Ved å være tilknyttet et galleri er Gallerikunstneren plassert i et system der andre aktører tar seg av informasjons- og markedsføringsaspektet ved hans virke som kunstner, med medhørende rettigheter og plikter. Fra galleriets side har han ingen formelle krav om å bidra til markedsføring, men implisitt ligger det en oppfordring om å være sosial. Det handler om å møte opp på andre kunstneres utstillingsåpninger, der det ofte blir serverer hvitvin og sushi eller tapas. Dette er en arena der kundene kan få hilse på og snakke med kunstnerne. Det kalles kundepleie:

Det er ofte at galleriet føler at det de kan by på, utover gode utstillinger, er at kundene får møte kunstnerne i åpningssammenhenger eller andre sosiale events som de lager. For at kunder og kunstnere skal møtes og sosialiseres, og prate litt. Jeg har et sånt ubehag ved det, ofte. Kanskje det er der jeg ikke er fri nok, at jeg føler meg litt sånn at jeg nesten skal stå i takknemlighetsgjeld, eller være veldig takknemlig for disse kundene.

I begrepet oppfordring ligger det en grad av frivillighet til ikke å følge oppfordringen, men i praksis ligger det noen forpliktelser mellom galleri og kunstner som gjør det vanskelig ikke å stille opp. Det er en forpliktelse om en gjenytelse til galleriet i en eufemisert form. Dette er således en fortelling om en forpliktelse som stiller andre krav til kunstneren enn å jobbe fram kunstverk. Det er også en framstilling av en oppfatning om at det er forskjeller på kunder med hensyn til hva som blir forventet som en gjenytelse, der de kundene som ikke er samlere, men som kanskje har kjøpt noe for første gang, oppfattes som mest krevende. Men det er også en forståelse for at de vil ha kontakt. Det er ikke ofte at kundene får møte kunstnerne, og dette møtet handler det vel så mye om fortellingene rundt kunstner og maleriet, som maleriet selv:

Kunst blir jo ofte mye bedre, for mange, av den personlige historien rundt det; at du har møtt kunstneren, han kom med en god historie, vet du hva han sa om det bildet jeg har kjøpt eller? Det er jo det vi liker fortsatt i dag, rundt store kunstnere som Munch når han var i Berlin og alle de fortellingene

rundt verkene. Man liker jo det. Man liker den personlige, kanskje litt odde historien. Det er også disse kundene på jakt etter. Det personlige møtet. Den personlige historien rundt det de har investert i.

Gallerikunstneren viser gjennom sin diskursive praksis at han trekker på en tradisjon som verdsetter de gamle fortellingene og mytene som befinner seg i kunstfeltet som et verdi- og trossystem.<sup>84</sup> Men dette er forbeholdt de såkalte *private* kundene, for det er forskjell på kunder:

Det er noen kunder som er mer store institusjoner som har sine representanter og som er veldig kunnskapsrike og veldig flotte folk. De står uavhengig av den kapitalen de har investert i kunst. Det er ikke noe personlig for dem. De prøver bare å investere i kunst på et høyt nivå. Mens de mer private kundene, som bruker sine private penger på kunst, ofte vil ha mye mer igjen av den sosiale biten. For dem betyr det kanskje mye mer, både at de syns de har brukt mye penger på det, eller at de klenger mer på oss kunstnerne. Ja, det er ganske rart. For dem er det viktigere.

Det er med andre ord store forskjeller på hva som oppleves som en forventet gjenytelse til kundene ut fra hvordan de er kategorisert som kunstkjøpere. Skillet går mellom private og institusjonelle penger. Dette er et fortellingsforløp der private penger krever en mer eksplisitt gjenytelse i form av fortellinger og anekdoter, enn institusjonelle penger, og som viser til en diskursiv praksis som samtidig trekker både på ideen om den karismatiske kunstnermyten og en markedsføringsdiskurs. Det handler om å gå på de riktige stedene i forståelsen av at det å få legitimitet også er et spill med andre maktpersoner innad i kunstfeltet. Selv om det ikke skjer åpenlyst, gir denne legitimiteten pengeøkonomiske muligheter for den enkelte kunstner til å overleve og å arbeide videre med sin kunstneriske virksomhet. Dette "spillet" skjer i en forståelse med galleriet om at det ikke skal tulle med den kunstneriske friheten. Mister de den, risikerer galleriet og kunstneren at kunstverkene mister sin legitimitet og dermed sin markedsverdi.

## **Stipend og prosjektstøtter**

I motsetning til Gallerikunstneren er ikke kunstnertypen Billedkunstneres billedkunstner tilknyttet et enkelt galleri, og hun er ikke driftig i å selv sørge for å bli sett. Hennes situering i diskursen er slik at hun jevnlig har blitt invitert til utstillinger gjennom hele sin karriere. Det er noe som bare skjer og ikke noe hun er instrumentell i forhold til. Dette er en fortelling om en kunstnertype som ikke blir sett i offentligheten, men som har skapt seg en signatur innad i

---

<sup>84</sup> Jf. Bourdieu 1993:74.

det eksklusive kunstfeltet. Hun blir foretrukket, i konkurranse med andre kunstnere om nye stipender, av sine egne kunstnerkolleger:

Det er det som er helt fantastisk at vi har disse stipendene i kunstmiljøene. Jeg regner med at det er en tanke bak at hvis markedet er ikke-eksisterende, må man dele ut de pengene for å få en viss frihet i uttrykket. De deles jo ut av kunstnere. De fleste. Det er noen private fond som deles ut av andre, så der er det også en anerkjennelse. Der kan det være kunstnere som kanskje ikke er sånn at de stiller ut i de flotteste galleriene, men som har veldig respekt og det er synlig med at de får flotte stipender. Så der har du den anerkjennelsen som fører til at du får penger. Og vederlagsfondet.<sup>85</sup> Du har prosjektstøtter også. Der er det mye av det samme – kunstnere som jobber med vanskelig uttrykk, der kan de få prosjektstøtte. For du får ikke lyst som kunstner når du blir populistisk eller yndling. Du har det: borgerskapets yndling.

Denne kunstnertypen viser til en kunstnerrepresentasjon som utelukkende forholder seg til legitimiteten gitt av andre kunstnere. Fortellingens dramaturgi utpensles i tråd med idealet til den selvtilstrekkelige kunstneren, uavhengig fra markedslogikken forbundet med ideen om å tilhøre et forbrukersamfunn. Det er ingen tydelig link mellom hennes kunstneriske virke og forbrukersamfunnet. Pengebehovet løses gjennom en tilsynelatende uavhengig instans, stipendkomiteene.<sup>86</sup> I så måte gir stipendene og prosjektstøttene nye jobber ved at de gir penger som muliggjør et kunstnerisk virke.

## Utsmykningsoppdrag

En tredje arena der kunstnerne kan bli sett er gjennom utsmykningsoppdrag. Både Gallerikunstneren og Entreprenøren er drevne innen utsmykningsoppdrag, men de forteller om ulike veier inn i dette arbeidet. Det ser ut til å være krav til en forståelse for prosjektlederskap eller entreprenørskap for billedkunstnere som gjør utsmykningsoppdrag. Dette handler ikke om selve utsmykkingens kvalitet, men om kunstneren evner, rent økonomisk og administrativt, å dra et prosjekt i havn innenfor de rammene som er satt. Dette er i tillegg til det rent kunstneriske, og det representerer ikke en kunnskap de har tilegnet seg gjennom billedkunstutdanningen.

---

<sup>85</sup> Dette er en parallell til forskervirksomheter som får støtte gjennom ulike forskerstipender. Et eksempel er Norsk faglitterært fond som også deler ut mange stipender.

<sup>86</sup> Det er spørsmål om hvor uavhengig en stipendkomité vil være, eller om det kan være andre mekanismer som personlige preferanser som gjør seg gjeldende for å oppnå anerkjennelse av sine egne. Dette er et forhold nåværende kirke- og kulturminister Trond Giske har varslet en gjennomgang av. (Per Kristian Bjørkeng i Aftensposten 19.4 2006). Dette er en prinsipielt viktig diskusjon som jeg vil la ligge her.

### **Utsmykningsoppdrag er som en snøball...**

Veien til utsmykningsoppdrag for Gallerikunstneren har vært gjennom invitasjoner fra aktører som har sett ham i andre sammenhenger. Ettersom tiden har gått og oppdragsgiverne har sett at han evner å gjennomføre prosjektene, har han fått stadig større utsmykningsprosjekter å bryne seg på. Dette er et fortellingsforløp, i tråd med en nyliberalistisk markedslogikk, som beskriver en sammenheng mellom gjennomføringen av et heldig utsmykningsoppdrag og en kumulativ rekke av flere:

Jeg får større jobber nå. Man ser at jeg kan gjennomføre store prosjekter, og da får man tillit. Da får man større oppdrag også. Det er vel sånn for alle. Jo mer man gjør som blir relativt vellykket – det utløser andre ting.

Denne diskursive praksisen trekker på en bedriftsøkonomisk markedsdiskurs med sine krav om ryddighet i forhold til økonomi og administrasjon, samtidig som den subjektive oppfatningen av kunstnerisk frihet ikke blir utfordret. Dette er en praksis som understreker Gallerikunstneren som bærer av flere rasjonaliteter. Han forholder seg eksplisitt til andres forventninger i denne sammenhengen, i motsetning til relasjonen til galleriet.

### **Å ta initiativ til jobber: kriterier og nettverksbygging**

Entreprenøren har også evnen og kompetansen til å gjennomføre store utsmykningsprosjekter innenfor rammene nevnt ovenfor. Men der Gallerikunstneren har blitt invitert til å gjøre utsmykningsoppdrag, har Entreprenøren i stor grad selv vært pådriver. Hun skildrer en annen historie om hvordan hun har fått jobber og etablert seg som kunstner, nemlig ved selv å vise initiativ og ordne seg jobber:

Jeg har ringt, spurt og vært interessert i om det er ting som foregår. Men etter hvert så har jo folk begynt å ringe, og det er veldig ålreit.

Dette er en fortelling om en klar, målorientert strategi for hvordan bli sett, få gjennomslag for ideene sine og dermed nye jobber. Med en oppfatning av hvordan makt kan fordeles, beskriver hun betydningen av selv å gjøre undersøkelser av potensielle arbeidsgivere, for så å ta direkte kontakt med den aktuelle toppsjefen. Som beskrevet i kapittel 4,<sup>87</sup> handler det om å ta direkte kontakt med aktører som sitter i maktposisjoner, fordi det til syvende og sist er de

---

<sup>87</sup> Se sitat på side 36.



som bestemmer. I hennes erfaring er de ofte mer åpne for nye ideer enn andre aktører litt lenger ned i hierarkiet. Dette er en beskrivelse som trekker på en markedsdiskurs, der hun ser seg selv som en aktør i et marked, med et produkt å selge.

Entreprenøren viser, gjennom sin diskursive praksis det konstruktivistiske poeng, at hun selv er instrumentell og aktiv i konstruksjonen av sin egen kunstnerkarriere og virkelighet. Entreprenøren er opptatt av nettverksbygging og opplever det som viktig å være raus mot andre. Hvis noen ringer for å få råd, det være seg kolleger eller studenter, holder hun ikke igjen. Hun ikke ser noe poeng i det. Man høster det man sår.

### ***Fortellinger om markedstankegang***

En sentral oppfatning i forbrukersamfunnsdiskursen gjelder begrepet markedsføring. Begrepet er knyttet til ideen om kjøp og salg og det å få en omsetning på varen man produserer. Dette har konnotasjoner til begreper som effektivitet, likviditet, kvantum og tilgjengelighet, begreper de færreste ville forbinde med kunst. Men i et pengeøkonomisk perspektiv er også kunst varer som kan selges.

#### **Det er ideene som er markedsgeia.**

Entreprenøren viser til at det er en markedsøkonomisk idé som handler om at *hvis ikke et produkt lønner seg økonomisk på sikt, er det dårlig*. Dette er en logikk hun avviser, fordi det bryter med autonomiidealet knyttet til den karismatiske kunstnermyten. Som en konsekvens er den derfor ikke-eksisterende. Men som den entreprenør hun er har hun noe å selge, men det er ikke kunsten. Det er tanker og ideer:

Man må ha en slags forretningsmessig sans i forhold til det å være en aktør i samfunnet. Som en kunstaktør i et samfunn har man ikke noe produkt å selge, men man har noen tanker. De tankene kan være forskjellige ut fra hvem man snakker med, og ut i fra hva man snakker om. Det handler om et samspill. Jeg tror ikke på noe sånt som at det bare er i seg selv. Man må ha impulser. Man må ha noe å reagere på, og reagere mot. Jeg tror det handler mer om at man er en idébank. Det handler mye mer om at vi har noen ideer. Det er det vi selger inn. Ikke produktene. Vi kan selge inn det at vi kan reagere på ting og se ting på en annen måte. Vi kan stille andre spørsmål som er viktige. Og det er kanskje mer den markedsgeia enn selve produktet. Jeg kommer inn som en person med utgangspunkt i noen ideer, og det er det de vil ha.

Dette er en fortelling om en tilpasning av sitt kunstneriske virke til å møte et markedsbehov som er åpen for en kunstnerisk innfallsvinkel. Forløpet viser til en kjøp-og-salg logikk, men uten en håndfast, materiell vare å selge. Snarere inntar hun en konsulentrolle, der hennes kunstneriske kompetanse kan benyttes i samhandling med andre ikke-kunstneriske aktører, i en tverrfaglig sammenheng. Entreprenøren viser gjennom sin diskursive praksis til handlingsbetingelser som er i stadig bevegelse, men som hun ser som nye muligheter til kunstnerisk virke utenfor de tradisjonelle galleri- og museumssfærer.

### **Ute av syne er ute av sinn**

Selve markedsføringsbegrepet er noe alle kunstnertypene forholder seg til og som kun Billedkunstnernes billedkunstner har et anstrengt forhold til. Gallerikunstneren diskursive praksis viser til en fortelling om markedsføring som en del av den kunstneriske virksomheten. Det ligger i sakens natur at kunsten hans er til salgs, og han har liten forståelse for kunstnere som reagerer negativt på det:

Det er veldig mange kunstnere som blir litt sånn selvmotsigende, - biter seg selv i halen. Hvis et galleri tar kontakt med dem fordi at de har lyst til å selge bilder, sier de nei med en gang. Og det er jo helt merkelig. Sånt skjønner jeg ikke. Det vil jo hjelpe at de får omsetning på tingene de lager og dermed frigjøre mer tid til kunsten. Og de vil bygge opp signaturen sin. Fordi det er nesten sånn at hvis du spissformulerer det kan vi si at *hvis ingen vet om kunsten, eksisterer du jo som kunstner egentlig ikke.*

Denne skildringen viser til en praksis som eksplisitt trekker på en nyliberalistisk forbrukerdiskurs, der kunst også oppfattes som en vare som er til salgs. Det betyr at det er noen terskler han ikke vil stige over, men i denne kunstnertypens representasjon av en virkelighet, kan han ikke arbeide som kunstner hvis ikke han selger bilder. Det henger sammen. Det er en beskrivelse av begrensede handlingsbetingelser og -muligheter, skulle han velge å ikke forholde seg til et markedsaspekt, også rent kunstnerisk. Samtidig er dette et tema det sjelden tales eksplisitt om. Det resulterer i en tilsynelatende diskursiv praksis som mer bekrefter enn avkrefter ideen om den karismatiske kunstnermyten.

### **Det skal helst skje på en finurlig måte.**

Billedkunstnernes billedkunstner, derimot, har større problemer med se seg selv som markedsfører av eget arbeid. Et kunstnervirke handler vel så mye om hvordan og hvor man selger:

Jeg er jo en del av et marked så lenge jeg stiller ut, og det er en salgsutstilling. Jeg setter en pris på det jeg selger. Derfor prøver jeg å stille ut på steder som er såkalt seriøse og som har en tradisjon på dette her. Hvis jeg får henvendelser der det er veldig mye snakk om salg, slik at det er det som du merker – det blir ofte det med nye steder, fordi de må tenke på at de må kunne selge og drive videre – enn om du stiller ut på steder hvor de er litt flinkere til ikke å snakke om salg, men de snakker om andre ting. Men du har en følelse av at de tar seg av det.

Dette er en fortelling om hvordan man kan delta i et kunstmarked uten at det skjer eksplisitt, men gjennom en *finurlig maner* ved at kunstneren gir informasjon til galleriets intendant som formidler det videre i en litt penere innpakning. Dette er en diskursiv praksis som illustrerer Bourdieus (1993:74) konstruksjon av det kulturelle feltet som et *troens univers*, der galleri eller kunsthandler innvier kunstneren og kunsten, og jo mer eksklusiv kunst, jo mindre er spillerommet for kunstneren til å forholde seg eksplisitt til penger. Markedselementene som prissetting, reklame, kjøp og salg foregår i en eufemisert form gjennom en kultivert samtale for å få lokket inn kundene. De viser til en mekanisme de seriøse gallerier og kunstutstillere har opparbeidet seg gjennom mange årtier. Dette er en beskrivelse av et makt-/avmaktforhold som også beskrives slik:

Jeg synes det er mye mer realt at man får ekstra inntekter på arbeid som ikke er relatert til kunsten, enn at du prøver å tilpasse det du gjør et marked. Det smaker vondt. Da er det bedre å ta seg vaskejobb ved siden av.

Denne fortellingen beskriver hvordan mange kunstnere velger å løse sine pengebehov, nettopp ved å skaffe seg en jobb som utelukkende er for å tjene penger, og som dermed ikke vil kunne oppfattes som er trussel mot ideen om kunstnerisk autonomi.

### **Taktisk uten at en er beregnende...**

I Småbykunstneren fortelling om begrepet markedstankegang vektlegges betydningen av å ha en jevn produksjon og hele tiden sørge for å bli sett i ulike sammenhenger. Det kan ikke understrekes nok, viktigheten av å la såkalte maktpersoner få se ens arbeider:

Det er på en måte litt taktikk i det der å vise seg fram. Jeg vet ikke om det kan være sånn markedstankegang? For å få oppdrag må du vise deg fram.

Dette er en fortelling om en praksis som bygger på en bevisst markedsstrategi, samtidig som det ikke er uttalt at det er det som foregår. Praksisen går ut på å opprettholde en jevn

produksjon, samtidig som det er viktig å ikke mette markedet. Det er for eksempel en forskjell på maleri, grafikk og litografier. Av malerier er det naturlig nok en begrenset produksjon. Av grafikk og litografier blir det trykket opp flere eksemplarer av samme versjon:

Galleriene har folk på venteliste. Det er jo for at hvis vi hadde hatt litografi som vi trykket på et trykkeri og fikk en bunke med to hundre og vi leverte fem og tjue av hver, dit, i skuffene... Da ville det ikke vært på den måten. Det er nesten samme pris for trykk og om de er veldig håndgjort. Det blir sånn at det ikke er så mange bilder. Også er det den markedsmekanismen. Tilbud og etterspørsel. Uten at en beregner. Det blir sånn av praktiske grunner og.

I denne konstruksjonen av en virkelighet er markedsmekanismen på den ene siden bare noe som skjer, men på den andre siden også noe som han forholder seg aktivt til. Fortellingen er bygget opp slik at begrepet markedstankegang avvises i tale, gjennom at det ikke klinger godt hos Småbykunstneren som assosierer begrepet med det å gå på akkord med seg selv og sin kunstneriske virksomhet. Samtidig viser den diskursive praksis til konkrete handlinger som har en markedsmessig effekt på publikum. I motsetning til Billedkunstnerens billedkunstner, har Småbykunstneren valgt å løse utfordringen med hensyn til markedsføring gjennom en strategi der han ikke har måttet forholde seg til et markedsøkonomisk *vokabular*. Han har tenkt ut egne veier og taktikker for å komme i en posisjon der han blir sett og som fra et pengeøkonomisk ståsted, synes fruktbar. Dette er en oppvisning av det konstruktivistiske moment om at meningen får sin betydning gjennom språket, og blir det ikke snakket om, eksisterer det egentlig heller ikke. Et spillerom Småbykunstneren ser ut til å mestre i det fulle.

### ***Fortellinger om media***

Arenaen der en kunstner lettest kan bli sett av mange mennesker er gjennom ulike medier som aviser, magasiner, tv, osv. Alle informantene, som har bidratt med sine fortellinger i denne studien, forteller om vanskelighetene med å bli sett gjennom media. Det å få spalteplass oppleves som nesten umulig, og inntrykket er at det skrives lite om det i aviser. Mindre enn det gjorde for ti år siden. Og de har forskjellige forklaringer på hvorfor det er slik.

#### **Det er bare plass til noen få.**

En fortelling viser til oppfatningen om at billedkunst anses for å være vanskelig tilgjengelig, og at det i mediebildet kun er plass til noen få. Som tidligere nevnt, har det i Norge skjedd en påfallende vekst i kunstnerbefolkningen som konkurrerer om oppmerksomheten. Det er en

fortelling om mange kunstnere og få formidlere i forhold, samt at det i befolkningen generelt er liten kultur og oppdragelse i forhold til samtidskunsten med den følge av begrensede handlingsbetingelser for kunstneren:

Og det kan være to ting. Det kan være journalistene som skriver som har sine favoritter som de følger opp, og det kan være redaksjonen som ikke tar det inn selv om det blir skrevet. Eller en kombinasjon av begge deler.

Det er en framstilling av et sjansespill for å bli sett gjennom media, der en blir glad bare en blir nevnt, nesten uavhengig av kritikken. Dette kan oppleves sårbart for den enkelte kunstner som er avhengig av å bli sett for å få etablert og bygd en karriere. Samtidig er det en beskrivelse av økte konkurranseforhold, der mange kunstneriske aktører skaper forvirring for pressen. Det oppfattes som tilfeldig hvem pressen går til, hvis ikke man allerede er etablert i mediebildet og har en kjent signatur. Eller at man har en tilknytning gjennom andre personlige relasjoner som å kjenne noen som kjenner...:

Har du utstilling skal du ha litt flaks og ikke minst personlige kontakter for å komme inn i media. Og det er kjempeviktig, for det handler om at folk skal vite om at du har utstilling. Ellers er det ingen som vet om deg.

Det er en skildring av forventninger og kamp for å bli inkludert i en mediediskurs som kan forstås som en sammensmeltning av penge- og kunstdiskursen, der medieomtale vil kunne ha implikasjoner både med hensyn til kunstneriske virke og pengeøkonomisk inntjening. Det handler først og framst om ære og berømmelse, men ofte etterfølgende av en virkning som innebærer økonomisk profitt.

### **Maktkamp og utilgjengelig eksklusivitet i kunstfeltet?**

I tillegg til forklaringsfaktorer som økt konkurranse innad i kunstfeltet, samt manglende interesse i medie-Norge, blir det også trukket fram andre fortellinger med andre plott som forklaring på vanskelighetene med å bli sett gjennom media. Ett plott omhandler oppfatningen av at det pågår en maktkamp innad i kunstfeltet mellom kuratorer, kunsthistorikere, kunstfilosofier og billedkunstnerne gjennom et pågående diskursivt arbeid om hvem som besitter den hegemoniske versjon av virkeligheten:

Vi har kunstnerne på den ene siden og kuratorene som arrangerer utstillinger, på den andre siden. På den tredje siden har du disse filosofene, de som prøver å være filosofer, og teoretikerne og historikerne. Det er tre grener som innbyrdes sloss med hverandre. Det er klart at det merker media og folk at de krangler. Og da blir det enda mer masende. De drar ikke lasset i lag. Det har vært referert til Sune Nordgren<sup>88</sup> som sa at samtidskunstnere her i Norge er som pulverkaffe der kuratorene kommer og heller varmt vann på.

Dette er en fortelling som trekker fram billedkunstfeltet selv som medansvarlig for vanskelighetene med å bli lagt merke til i media. Inntrykket som formidles signaliserer forvirring og usikkerhet for mottakerne:

Media har kanskje ikke skjont den greia der og er kanskje også usikre på samtidskunsten, fordi at i perioder har samtidskunsten og aktørene gjort seg litt for eksklusive, eller for elitistiske, eller for utilgjengelige.<sup>89</sup> Så vi har litt skyld i det selv også. Det har vært teoretiske utstillinger i veldig sanne teori og teori og tekst og tekst og gjesp, gjesp. Jeg skjønner at mange har angst for samtidskunst. Mediefolk også, "hva slags spørsmål skal jeg stille her?" og: "Hvis jeg ikke skjønner dette, så er jo jeg dum?". Det er jo veldig dumt.

Denne beskrivelsen kan også forbindes med utfordringer knyttet til ideen om kunstens autonomi, der kunstens vesen fattes som noe udefinerbart som ikke kan, eller skal begripes eller fanges. Med den følge at den også er egnet til å ekskludere og utfordre sitt publikum. Dette har det utfall at mange ikke forstår og derfor kan oppfatte seg som mindre intelligent eller dum i møte med den. Slik sett kan det også forstås som kunstfeltets egen måte å hevde seg på ved å være eksklusiv, nyskapende og utilgjengelig.

### ***Fortellinger om den nye teknologien.***

Endrede samfunnsforhold, grunnet forhold som globalisering, utdanningseksplasjon og den nye teknologien, har ført til at det er en rekke ting kunstnere kan gjøre med hensyn til markedsføring og det å synliggjøre seg selv som de ikke hadde muligheten til før. Dette, kall det spillerommet, gir i prinsippet større muligheter til selv å administrere og styre sin egen

---

<sup>88</sup> Lotte Sandberg skriver i artikkelen "Liten og dum kunst:" "Nasjonalmuseets samling er som pulverkaffe, forklarte nylig Sune Nordgren på norsk fjernsyn. Kuratorens oppgave er i følge museumsdirektøren å helle over det kokende vannet" (Sandberg i Aftensposten 20.05 2005).

<sup>89</sup> En kritikk som kan illustrere denne påstanden er fremsatt av Sarah Sørheim og Nora Ceciliedatter Nerdrum. De hevder at kunstkritikere opptre i flokk i sin hyllest uten å fungere som selvstendige kritiske røster, og som mer er tjent til ekskludere publikum enn å inkludere (Sørheim og Nerdrum i Morgenbladet 9 – 12 desember 2005).

kunstnerkarriere, fordi det er andre utsikter til markedsføring og kommunikasjon. Dette, hvis nyttegjort på riktig måte, gir større makt til den enkelte kunstner.

### **Tilgjengelighet – internett og mobiltelefon.**

Felles for alle kunstnertypene er at de har gått til anskaffelse av datautstyr og mobiltelefon. Alle har internettilgang, men det er kun Entreprenøren som har alt utstyret på atelieret sitt. Det er bred enighet om at mobiltelefonen er viktig for tilgjengeligheten, og den er igjen betydningsfull for det å gjøre seg synlig, og det er positivt:

Tilgjengelighet er viktig. Jeg vet ikke akkurat om jeg har fått oppdrag på grunn av det, men det er en stor hjelp i det å være tilgjengelig. Det letter arbeidet veldig. Jeg tror folk hadde blitt litt irritert hvis de skulle ringe på min hjemmetelefon og aldri få tak i meg, og begynne å sende brev i posten og aldri få svar. Jeg vet ikke – jeg tror det.

Dette er fortellinger om betydningen av å holde seg oppdatert med hensyn til en teknologiutvikling som kan sies å gjennomsyre de fleste, om ikke alle arbeidslivsområder, uavhengig av felt. Det handler først og framst om aktualitet, nyhetsinteresse og ikke minst hvilke nye handlingsbetingelser det setter for det kunstfaglige arbeidet, samt at det er moro. Men mobiltelefonen representerer også en utfordring i forhold til grensesetting. Det å kunne treffes til alle døgnets tider kan utfordre og forstyrre flyten og konsentrasjonen i arbeidet, samt at opplevelsen av å kunne være utilgjengelig tidvis også har en verdi.

På den annen side forteller Entreprenøren om en økende kompetanse med interesse og vilje for å lære mer. Dette er på grunn av den direkte implikasjonen dataverktøyet kan ha i det kunstfaglige arbeidet. Det er utviklet masse dataprogrammer for kunstnere, men hun er mer opptatt av å utvikle et eget sammen med en IKT-ekspert. En uttalelse som gir konnotasjoner til Ellmeiers (2003:3) begrepsfesting av den *kulturelle entreprenøren* som har en markeds- og samfunnsposisjon, kjennetegnet av en utvikling av egne forbindelser og sammensetninger. Det handler om å prøve ut nye og annerledes ting gjennom å se muligheter framfor begrensninger. Datateknologien synes derimot ikke å ha bidratt rent kunstfaglig til å korte ned tiden til ferdig produkt. Gallerikunstneren trekker fram positive aspekter ved den nye teknologien, som at kommunikasjonen er blitt lettere ved at internett er hurtigere enn postgangen, men på den annen side gjør dataverktøyet det viktigere å være tydeligere og grundigere enn før, noe som også er tidkrevende:

Det jeg har merket er at jeg sitter på et CD-program som lager tingene så perfekt og så fint at av og til så lurer du på om det er nødvendig å gjøre dette ferdig? Jeg går rundt dette her og ser på maskinene, og spenningen med å lage det ferdig er nesten borte. Etter at jeg begynte å bruke det verktøyet ordentlig, tror jeg egentlig at produksjonen av ferdig kunstverk har gått ned. Men det som ligger der av skissemateriell og kan realiseres, det har vokst til en kjempehaug!

På den måten ser den nye teknologien ut til å representere andre måter for kunstfaglig tilnærming med endrede og utvidete nedslagsfelt og muligheter for kunstnerisk produksjon. Dette kan også innebære endrede krav og utfordringer til ferdigstilt kunstverk, og hva som anses som spennende og originalt akkurat nå. På den måten er det ikke kun et hjelpemiddel, men innebærer endrede handlingsbetingelser, også rent kunstnerisk.

### **Hjemmeside**

Internett har åpnet opp for nye måter å bli sett på, og hjemmesider er eksempler på det. Der man før måtte aktivt søke i miljøer, bibliotek osv., kan man nå gå inn på en søkemotor på internett og få informasjon om en person eller et emne i løpet av sekunder. Nå kan kunstnere selv sitte hjemme og lage en slik side. Og det er stor enighet blant de fleste kunstnertypene om at det i prinsippet er veldig interessant og at det er noe de ønsker å skaffe seg, og som kan virke positivt i deres utfordring om å bli sett. Men det er også enighet om at skal de ha en slik hjemmeside, skal de lage den selv. Verken Entreprenøren eller Billedkunstnerens billedkunstner har skaffet seg en hjemmeside ennå, med felles begrunnelse:

Jeg liker å gjøre ting selv. Jeg tenker at hvis jeg skal ha hjemmeside, skal jeg i alle fall lage den selv. Og da må jeg vente til jeg kanskje en eller annen gang, blir flinkere med data.

Gallerikunstneren viser, gjennom sin diskursive praksis, et tvetydig forhold til det å lage en hjemmeside. Men han er også den eneste av kunstnertypene som ikke trenger den, fordi han blir sett gjennom galleriets hjemmesider, en mulighet de andre ikke har:

Det er det å ha et galleri i ryggen. De har en hjemmeside og der ligger jeg på en oversikt over kunstnerne deres. Det var en diskusjon en stund, i NBK,<sup>90</sup> om å få hjelp til å lage egne hjemmesider, med de underligste resultater. Nei, jeg har ikke hatt et så stort ønske om det egentlig. Altså, jeg liker å ha en litt anonymisert tilværelse. Jeg syns det er veldig ålreit. Ja, jeg syns det skaper frihet å slippe så mange forventninger som mulig.

---

<sup>90</sup> Norske billedkunstnere. Fagorganisasjonen til billedkunstnere.



Dette er en fortelling som understreker dobbeltheten i Gallerikunstnerens situering i diskursen. Ved å ikke selv ha ansvaret for å bli sett, slipper han å forholde seg til en markedsdiskurs. På den måten kan han konsentrere seg om sitt kunstneriske arbeid, tilbaketrukket fra samfunnet for øvrig og i tråd med den karismatiske kunstnermyten. Dette er en situering som er mulig så lenge han er representert av et galleri, med de mulighetene til å være synlig som det innebærer.<sup>91</sup>

Med en annen situering i diskursen har Småbykunstneren andre utfordringer. Han er den eneste av kunstnertypene som har erfaring med hjemmeside. Og det sentrale tema i presentert gjennom hans diskursive praksis er at *en ting er å lage en hjemmeside, en annen ting er å hele tiden oppdatere den*. Det er et arbeid som må gjøres kontinuerlig og som ikke blir gjort. Hjemmesiden fungerer derfor kun delvis, men bedre enn ikke å ha det i det hele tatt:

For å være helt ærlig. Jeg har ingen oversikt over hvor mange som er innom den siden og det tror jeg er riktig at med mindre du er jævlig flink til å oppdatere den, er den ikke brukbar. Så det jeg gjør er at jeg henviser til den hvis man ønsker mer informasjon og materiell enn det jeg har sendt fra meg.

På den måten blir hjemmesiden et visittkort man kan henvide til, men som ikke er helt og holdent representativt for kunstneren til enhver tid. På den måten kan den også være misvisende. Samtidig fyller den sin funksjon om å gjøre tilgjengelig utover tid og rom.

## **Oppsummering**

Områdene, presentert i dette datamaterialet, der kunstnere har mulighet til å vise seg fram for å få nye jobber og som kan gi pengeøkonomisk inntjening, er gjennom utstillinger og utsmykningsoppdrag. I tillegg kommer ulike stipender og støtteordninger, der pengene ikke representerer en lønnsinntekt, men som like fullt muliggjør videre kunstnerisk arbeide. I en virkelighet preget av potensielt eksistensielle bekymringer knyttet til et uforutsigbart og vekslende arbeidsliv, kunne man anta at de fleste kunstnere ville befinne seg i en usikker og ustabil tilstand. I et arbeidsliv der man ofte ikke vet hva som skal skje et halvt år fram i tid,

---

<sup>91</sup> Gjennom et raskt internettsøk gjennom søkemotoren Google, 17.mars 2006, av de mest anerkjente galleriene i Oslo, fant jeg at svært få av billedkunstnerne som var representert, sto oppført med henvisning til egen hjemmeside. Dette er et funn jeg fant overraskende ut fra en oppfatning av hjemmesiden som en suveren mulighet til å bli sett, samtidig som man selv kan styre presentasjonen. Like fullt virker det som at billedkunstnere som er situert i en galleridiskurs foretrekker å avstå fra denne muligheten.

har jeg en forestilling om at det krever spesielle former for tilpasning. Kunstnere som er aktive som kunstnere over tid, ser ut til å besitte en form for grunnleggende tillit til at jobbene vil komme og at ting vil gå bra. Men en grunnleggende tillit til at ting vil gå bra, er ikke tilstrekkelig som forklaringsfaktor. Det ser ut til at mange kunstnere utvikler en sterk mestringskompetanse knyttet til å overleve med en usikkerhet over tid. Det er fortellinger om en god og grundig økonomistyring, fordi de har lite å rutte med. Det handler om å lære seg å mestre rådløsheten gjennom erfaringen om at *ting ordner seg* som manifesterer seg i en tillit til hverdagen. Det er utviklinger av ulike veier og ulike knep, og når et repertoar ikke lenger er fruktbart, finner de nye.

Alle kunstnertypene viser, gjennom sin diskursive praksis, en relasjon til markedsdiskursen, men de har funnet litt ulike måter for hvordan løse utfordringene knyttet til å ivareta egen kunstneriske integritet og samtidig forholde seg til et kunstmarked.

Figur 2.

Kunstnertypenes diskursive praksis i.f.t. markedsdiskursen.

<b>Entreprenøren</b> Offensiv og eksplisitt	<b>Gallerikunstneren</b> Offensiv og implisitt
<b>Småbykunstneren</b> Defensiv og eksplisitt	<b>Billedkunstnerens billedkunstner</b> Defensiv og implisitt

Der Entreprenøren snakker og handler eksplisitt i en offensiv tilnærming til markedet, innebærer Gallerikunstnerens situering i diskursen en praksis der galleriet forholder seg eksplisitt til et marked, uten at han selv trenger å være instrumentell til det. Dette gjelder så lenge han følger galleriets ønsker. På den andre enden av skalaen finner vi Billedkunstnerens billedkunstner. Hun inntar en mer defensiv holdning og praksis ved en avvisning av ideen om en potensiell markedstilpasning som hun knytter til en risiko forbundet med tap av kunstnerisk legitimitet. Dette løser hun ved å heller ta ikke-kunstneriske jobber. Småbykunstneren sitter med mange av de samme innfallsvinklene som Billedkunstnerens billedkunstner, men han har utviklet en praksis knyttet til det å bli sett som ikke blir utfordret av et markedsøkonomisk vokabular.

Arenaen kunstnere lettest kan bli sett av et stort publikum, er gjennom media. Men alle kunstnertypene beretter om vanskelighetene med å få spalteplass, enten i avisene eller på tv. Det trekkes fram to forhold som forklaring på det. Det ene er knyttet til oppfatningen av økningen i kunstnerbefolkningen forbundet med økt konkurranse. I tillegg kommer manglende kjennskap og oppmerksomhet hos medieaktørene, der påstanden er at *man må kjenne noen som kjenner noen*, for å få oppmerksomhet. Men det trekkes også fram utfordringer knyttet til samtidskunstfeltets egen måte å presentere kunst og kunstrelaterte forhold på, som kan virke ekskluderende på mange utenfor kunstfeltet.

I dette kapitlet har vi også sett at alle de fire kunstnertypene, gjennom sin diskursive praksis, anerkjenner og benytter seg av mulighetene den nye teknologien som redskap representerer som kommunikasjonsverktøy. Samtidig fortelles det om at data også åpenbarer nye utveier og åpninger rent kunstfaglig. Data som verktøy er med andre ord interessant i seg selv, men den stiller andre krav til administrativt, så vel som til kunstnerisk arbeid. Som en representant for 1970 tallet, bekrefter Småbykunstnerens bruk av den nye teknologien fenomenets nedslagsfelt i hele befolkningen, uavhengig av alder. De tre andre kunstnertypene, som representanter for begynnelsen av 1990 tallet, plasserer seg i en mellomgenerasjon i forhold til den nye teknologien og beretter om aktiv bruk. Og de varsler at generasjonen som har kommet etter dem har en helt annen og dypere kompetanse. Mer eksplisitt, de omtales som helt rå.



## 6. Legitimitet, integritet og kunstnerisk frihet

I dette kapitlet vil jeg behandle 3. delspørsmål: *På hvilken måte gjenspeiler forbrukersamfunnet og den karismatiske kunstnermyten seg i kunstnertypenes fortellinger om kunstneriske verdier?* I et markedsføringsperspektiv er begrepene *omdømme* og *troverdighet* sentrale størrelser direkte knyttet til økonomisk inntjeningssevne. Ved tap av omdømme mister bedriften eller produktet sin legitimitet som attraktiv for publikum. Med utgangspunkt i ideen om at det kulturelle feltet er styrt av en annen type logikk enn den nevnt ovenfor, er det nødvendigvis ingen sammenheng mellom graden av kunstnerisk legitimitet og integritet, og økonomisk inntjeningssevne. ”Kunstverket er et objekt som kun eksisterer gjennom ærbarheten til en (kollektiv) tro som kjenner og anerkjenner det som et kunstverk” (Bourdieu 1993:35). Det handler om en logikk som anerkjenner verdien av symbolske goder, som ære og anerkjennelse, over økonomisk profitt. Dette er knyttet til en dualisme mellom høy- og lavkultur (Johnson i Bourdieu 1993:15), der idealet til den karismatiske kunstnermyten definerer seg som det første. Billedkunstneren Frans Widerberg uttalte på fjernsyn at *”det er alltid noe tvilsomt med det som blir populært”*.<sup>92</sup> Det som blir populært blir forbundet med lavkulturen og allmennheten. Det bryter med eksklusivitetslogikken forbundet med det unike og enestående som kjennetegn på kunstnerisk integritet. Han bemerket videre at *”det er ingen som er så mislykket som en vellykket kunstner”*. Dette er en logikk som synliggjør kompleksiteten av hensyn som må tas i byggingen av en kunstnerkarriere og som støtter Bourdieus (1993:74) beskrivelse av det kulturelle feltet som ”et troens univers”. En for eksplisitt kobling mellom kunsten og pengekapitalen kan således være skadelig for kunstnerens og kunstverkets anseelse og hederlighet.

### **Fortellinger om fri kunst og kunstnerisk frihet**

Ulike fortellinger bygger opp under ideen om at kunst og kapitalkrefter ikke hører sammen. Metaforen *kapitalen dreper kunsten*,<sup>93</sup> bygger opp under fortellingen om den skapende kunstneren som ligger under for kravene og styringsviljen til en besværlig og herskesyk maktpersonlighet som ikke besitter tilstrekkelig kulturell kapital til å fatte kunstens vesen. En annen metafor er at *man skal lide for kunsten*. Det skal koste svette, tårer og blod, (hvis ikke

---

<sup>92</sup> Frans Widerberg ble intervjuet av Marte Spurkland, i programmet *Safari* på NRK 1, 4. april 2006.

<sup>93</sup> Sitat fra kunstner i uformell samtale.

er man ikke kunstnerisk nok). Dette er begge fortellinger knyttet til en logikk der kunstnerens omdømme og troverdighet er knyttet til graden av oppfattet kunstnerisk autonomi og legitimitet, forbundet med en avvisning av pengeøkonomiske goder. Hvordan forholder kunstnerne seg til samspillet mellom kunstnerisk legitimitet og integritet og det å overleve økonomisk av den, i et slikt perspektiv?

### **Kunstnerisk frihet er å bestemme selv.**

Blant alle kunstnertypene råder det tvil om ideen om *kunstnerisk frihet* er noe mer enn en historisk og kulturell konstruksjon, forbundet med en annen tid. Samtidig er frihetsbegrepet forbundet med en uavhengighet fra andres synspunkter og overbevisninger. Dette manifesterer seg i det som omtales som en *uskreven regel* knyttet til en praksis i forhold til utstillinger, så vel som utsmykningsoppdrag: at kunstneren selv tar hånd om den kunstneriske utformingen uten innblanding fra utenforstående aktører eller interesser. Entreprenøren forteller:

Jeg syns kunsten er fri så lenge jeg føler at jeg kan foreslå det jeg selv vil. I forhold til utsmykkingsforslag er den helt fri. Hvis jeg vinner er det også basert på en veldig fri tanke. Vel, den er satt i en ramme eller den forholder seg til en ramme som definerer noen grenser som jeg må bryne meg mot, men jeg vil ikke si at den er ufri.

Det er en fortelling om frihet som en subjektiv størrelse definert av kunstneren selv, men også om pengeøkonomisk frihet knyttet til vilkårene for opplevd kunstnerisk frihet. Gallerikunstneren forteller:

Jeg føler meg helt fri. Og det er et helt essensielt krav i enhver situasjon. Jeg kan godt forholde meg til et gulv, men på mine premisser. Jeg kan aldri forholde meg til en oppdragsgiver som sier at ”vi har en grønnfarge på naboveggene der, se her er fargekoden, den må du bruke.” Sånne ting kan jeg aldri forholde meg til. Jeg må alltid ha frihet i forhold til det jeg gjør, og alle som formidler den type jobber er helt inneforstått med det. Dette er noe av det første som blir formidlet til en bruker, altså til en kunde. Det handler om integritet også, hvis man skal få gode kunstnere til å gjøre den type oppdrag. Kunden får jo en signatur. Man får et verk av den spesifikke kunstneren, ikke bare en dekorert vegg. Og da innebærer det frihet til å skape akkurat det man vil. Også kan jo selvfølgelig kunden si, ”vi vil ikke ha det.” Da må det utløses noen penger for skissearbeid og sånn, men de kan godt si ”nei, vi syns ikke det ble noe bra.” Men friheten til å skape, den må være helt uforstyrret.

Kjernen i fortellingen om kunstnerisk frihet er i tråd med uavhengighetsidealene til den karismatisk kunstnermyten. Men denne friheten blir ikke nødvendigvis utfordret ved å få noen føringer eller rammer rundt prosjektet. Snarere kan tverrfaglighet, dialog og fastsatte rammer også virke kunstnerisk frihetsskapende og kan igjen lede til nye ideer og uttrykk:

Det kan være inspirerende, triggende, at du får noen føringer som går på sted og tema. Det var det som gjorde at jeg begynte med sånne modellgreier. Utstillingen trigget meg til å tenke nytt. En del rammer kan virke triggende.

Dette er en informasjon som bryter med handlingsbetingelsene satt av de diskursive rammene til den karismatiske kunstnermyten som selvtilstrekkelig, og som trekker på en markedsdiskurs. Den opplevde kunstneriske friheten er et element i markedstransaksjonen, der handlingsbetingelsene for rammene rundt samspeillet mellom kunst og kapital er at kunstneren besitter full frihet til utforming av kunstnerisk idé. Mot dette får kunden kunstnerens signatur og et kunstverk, men også en mulighet til å si nei. Dette er et plott som tar høyde for forholdet mellom tillit og risiko, der mye arbeid med en skisse kan resultere i ingenting, men som Gallerikunstneren i liten grad opplever grunnet sin etablerte og anerkjente posisjon i kunstfeltet.

Billedkunstners billedkunstner trekker fram et annet meningsaspekt knyttet til ideen om kunstnerisk frihet:

Det jeg tenker på som frihet til å jobbe som kunstner er kanskje ikke så mye i uttrykket som at jeg kan jobbe. At jeg kan gå og styre hverdagen min, eller at jeg bestemmer mer hvordan livet mitt skal være. Fordi det med frihet er jo veldig relativt. Det er jo et veldig romantisk begrep.

Dette er en fortelling som går igjen i alle kunstnertypenes diskursive praksis. Den er knyttet til muligheten til selv å styre sin hverdag gjennom en organisering som selvstendig næringsdrivende. Ved å ikke være i et ansettelsesforhold har de heller ingen som bestemmer over når, hvor og hvordan de skal gjøre sitt arbeid. Dette er en jobbsituasjon som likner *entreprenørens* med ansvar for økonomi og administrasjon, og som gir konnotasjoner til kunnskap som innovasjon, gjennomføringsevne og prosjektlederskap. Alle begreper som trekker på en nyliberalistisk forbrukerdiskurs, der den opplevde kunstneriske friheten både rommer en tiltro til nye muligheter og et ansvar og forpliktelse for det som måtte komme.

## ***Fortellinger om spillet om legitimiteten – hvem lykkes?***

Kunstverdenen, i Beckers (1982) forståelse, består av mange ulike aktører. I dette feltet er det mange interesser hvor mange kan sies å ta form av et spill. Det er mange forhold i kunstverdenen som avgjør om en kunstner lykkes eller ikke. Kunstnerens evner alene synes ikke å være nok, men hvilken legitimitet han eller hun oppnår innad i kunstfeltet. Dette er forhold som kan ha skjønsmessige og uberegnelige vilkår.

### **Galleriet gir og tar legitimitet**

Det er enighet blant kunstnertypene om at det å være tilknyttet et galleri av en viss status, gir fortrinn pengeøkonomisk sett. I galleriet er pengeøkonomien koblet tett sammen med oppfatningen om hva som er god og attraktiv kunst og kunstnere. Galleriets status fungerer som en garantist for kvaliteten og legitimiteten til kunstnerne, overfor de kjøpsterke kundene. I så måte er Gallerikunstneren plassert midt i det vi kan kalle det legitime markedet. Han forteller:

For å lykkes på det vi kan kalle det private markedet og å selge bilder fra utstilling, er du helt avhengig av å komme inn på de riktige stedene, de riktige galleriene. De stedene hvor de som investerer i kunst føler seg trygge og komfortable med å handle. Folk med mye penger kjøper ikke aksjer uten at de er rimelig sikre på at det går i været, og enten må det være et sånt sted, eller så må Dronning Sonja ha deg som favoritt. Det henger sammen.

Det enkelte kunstkjøp kan i denne sammenhengen også fungere som en markør på sosial status for kunstkjøperne, der det å eie kunst av enkelte kunstnere også kan være med å gi sosial status. Men en kunstners plass i stallen til et galleri kan fjernes ubarmhjertig:

Det er nådeløst. Det er det samme som i alle plateselskaper. Sånn man har hørt om er om en kunstner som har vært veldig etterspurt, og plutselig skjer det ikke noe mer. Plutselig er det utbrukt. Så går den kunstneren ut. Vekk med deg. Eller det kan være sånn at de har en ung kunstner som var veldig attraktiv og som man trodde skulle bli veldig interessant, gående litt på gress. Så går det en tid også tenker det stedet at nei, kanskje det ikke er så attraktivt. Også sier de nei, det blir ikke noen utstilling. Da har den personen ikke kunnet søke andre steder, ikke kunnet prøve å opparbeide en plattform noe annet sted.

En plass i stallen til et galleri kan derfor også være et sjansespill i tillegg til forpliktelsen om gjenytelsen. På den ene siden handler fortellingens plott om muligheter rent økonomisk, men også kunstnerisk ved at man tjener penger slik at man kan jobbe videre med kunsten. På den



andre siden har kunstneren ingen garanti for at det varer. Dette er et forløp eksemplifisert gjennom historiene om mange kunstnere som har vært satset på, vært i rampelyset, og som plutselig forsvinner og blir oppfattet som uinteressante. Det er også et element i forbrukerdiskursens logikk om tilbud og etterspørsel, alt i denne kampen om hva som er den rette smaken, den beste kvaliteten, den mest spennende nye og originale...

### **Stipend som mål på kunstnerisk legitimitet**

Alle kunstnertypene forteller at stipend handler om mer enn bare pengene, nærmere bestemt anerkjennelse og legitimitet fra kunstfeltet. Fordi det er kunstnere som sitter i stipendkomiteene og vurderer hvem som skal få stipend, handler det også om hvem som blir oppfattet som legitim nok til å bli utvalgt av sitt eget miljø. På den måten får kunstnere ulike situeringer innenfor kunstfeltets diskursorden, der stipendutdelinger også fungerer som et sosialt reproduserbart faktum som forteller noe om den aktuelle kunstnerrepresentasjonen. Entreprenøren forteller det slik:

Stipend handler jo litt om noe annet altså. Selvfølgelig man leser lista<sup>94</sup> og er man ikke blant dem, stikker det litt. Det er en sånn selvtillitsgreie.

For Entreprenøren, som har en god årsinntekt av sin kunstnervirksomhet, viser den diskursive praksis om stipend at det ikke er pengene som er av betydning. Det handler om anerkjennelsen fra sine egne, eller snarere savnet av den. Billedkunstnerens billedkunstner viser til en helt annen fortelling:

Stipend har man fått, ikke hvert år, men jevnlig oppover i karrieren. Så det er en venn å regne med. I løpet av en karriere på tjue år har man fått en god del stipend. Såpass mange stipend deles ut at man kan få det.

I likhet med Småbykunstneren og Gallerikunstneren har hun jevnlig fått anerkjennelse og bekreftelse fra egne kunstnerkolleger gjennom ulike stipender. Dette er en legitimering som viser seg i deres identitet som hhv. eksklusiv, tilbaketrukket og kunstnerisk autonom, og som har gitt motivasjon og inspirasjon til å arbeide videre.

---

<sup>94</sup> Listen over alle som har mottatt de ulike typene av stipend kommer til kunstnerne i brevform, samt at den som oftest legges ut på den respektive stipendutdelerens hjemmesider på internett.

### **Ikke alle får solgt kunsten sin**

En annen fortelling det later til å være enighet om er at det i kunstfeltet ligger en brutalitet med hensyn til hvem som skaper seg navn og karrierer, og hvem som ikke gjør det. Det handler om et spill om å bli sett av de rette, på de riktige stedene og til riktig tid. Det å få til et salg handler derfor i stor grad om et samspill med noen aktører utenom kunstneren.<sup>95</sup> Småbykunstneren forteller:

Det er uforholdsmessig stor forskjell på det med å selge. Noen selger ikke og noen selger alt. Og du kan ikke se av kvaliteten på bildene at det skal være så stor forskjell. Det har med andre ting å gjøre. Hvis de rette personene begynner å kjøpe kan en utstilling plutselig selge masse, mens noen aldri kommer over det første viktige kjøpet. Det er urettferdig fordi det er ikke det at den ene er kjempemye bedre enn den andre, men at noen, de viktige, har valgt å satse.

Denne forskjellen kan ofte ikke forklares med at det er stor forskjell i kvaliteten på bildene. Den følger en markedets logikk med konnotasjoner til oppfatningen av kunst forstått som vare, der målsettingen først er å oppnå rett type legitimitet før en kan regne med et salg. Men dette er noe som skjer i eufemisert form i et samspill mellom kunstner, galleri og kjøpesterke kunder. Plottet går ut på å få solgt det første bildet og hvis en kunde kjøper, tørr kanskje en til og hvis to har kjøpt, så er det lettere for den tredje, osv. Det blir som et dominospill der en brikke kan sette i gang et skred. En forklaring kan være at et maleri koster relativt mye penger, og sammen med manglende erfaring fra kunstkjøp og en engstelse for å tape pengene, velger en å se til andres vurderinger.

### **En ting er å bli sett, en annen ting er hvordan...**

De ulike kunstnertypene presentert i denne studien er, som nevnt, ulikt plassert og situert i kunstfeltet og diskursen. For å følge logikken om at jo mer eksklusiv, jo høyere status, er det kun representasjonen av kunstnertypen Entreprenøren som ikke tilhører de utvalgte få på en eller annen måte. Hun befinner seg lengst unna det eksklusive sjiktet, men med sin målrettede evne til selv å skape jobber og en kunstnerkarriere, opplever hun likevel seg selv som en å regne med:

Ja, det er ikke kynisk, men litt sånn derre faen tilbake, i og med at man ikke er blant den innerste kretsen. Så lenge man bare holder på og holder på og klarer å få produsert ting, eller klarer å få gjort ting. På et eller annet tidspunkt kan man ikke unngå å bli sett eller lagt merke til. Men jeg er jo

---

<sup>95</sup> Jf. Bourdieu 1993:76.

forfengelig. Selvfølgelig. Jeg vil jo bli sett. Og bli sånn hurra, ikke sant. Men jeg vil jo bli sett på grunnlag av det jeg gjør.

Det er med andre ord ikke nok å bli et kjent navn. Det er på hvilket grunnlag og med hvilken legitimitet som er av betydning. Ved å ikke være plassert i det eksklusive sjiktet, som kan antas å være målet for de fleste, har Entreprenøren funnet en måte å tenke rundt dette på som er forbundet med hvilken betydning det skal ha for henne:

Jeg tror at jeg vil ha det mer ålreit i mitt liv nå, enn ved å ikke føle at jeg blir sett lenger. Da vil jeg heller holde på. Også får jeg kanskje litt smådrypp inne i mellom, men det kommer kanskje jevnt. Kanskje summen er konstant, ikke sant.

Dette er en fortelling som vektlegger tidsaspektet i en kunstnerkarriere, der intensjonen er aktivitet over tid. Plottet går ut på at heller enn å komme fort høyt opp for så å bli revet ned, er det bedre med en virksom kunstnerkarriere litt utenfor det eksklusive nettverket.

### ***Fortellinger om ren og uren kunst***

Det er ikke min påstand at skillet mellom såkalt ren og uren kunst i all hovedsak er en historisk og kulturell konstruksjon som ikke lenger har samme gjennomslagskraft for dagens kunstnere i Norge. Snarere tvert i mot. Jeg oppfatter dette skillet som høyst relevant, men i en litt annen betydning tilpasset dagens samfunn. Et eksempel er Entreprenøren som ikke finner det vanskelig å kople en kunstnerlegitimitet opp mot oppdrag som faller utenfor det som klassifiseres som rent kunstnerisk:

Jeg syns det er ålreit å bryne meg opp mot oppgaver som ikke er rent kunstbetinget, for jeg bruker meg selv som kunstner og min erfaring som kunstner. Selv om det kanskje er en designoppgave som ikke egentlig handler så mye om kunst, er det likevel med grunnlaget kunst. Og jeg syns det er ålreit, men der vet jeg at kunstnere er forskjellige. De syns den grensegangen er vanskelig. Jeg syns ikke den er vanskelig.

Dette er en fortelling der plottet går ut på selv å konstruere hva som skal oppfattes som ren eller uren kunst, ut fra oppfatningen om at hun besitter makten til å definere hva som utfordrer hennes legitimitet og integritet, ikke de andre:

Den var veldig mye hardere før. Man skulle holde sin sti ren som kunstner. Og da å drive og lefle med andre jobber som kanskje ikke var kunst nok, det var å prostituere seg. Da ble du uren som kunstner. Og det er jo en masse beskyttelse i det. Men det har forandret seg veldig. På 90-tallet forandret den innstillingen seg blant mange kunstnere, fordi man så at man overlevde faktisk ikke. Så begynte man å se at det fantes andre arenaer å være kunstner på. Jeg er nok er produkt av akkurat det.

Dette viser en opprører som ikke aksepterer handlingsbetingelsene gitt henne av det kunstneriske feltet, der konsekvensen er at de konvensjonelle veiene ikke er åpne. Det viser et fortellingsforløp som skildrer en utsjekking av andre handlingsbetingelser forbundet med satsing på å skape nye jobbmuligheter. Og hun er ikke alene:

Det er mange kunstnere som tenker i forskjellige baner, som gjør at kunstarenaen ikke bare handler om museer og gallerier lenger og de oppdragene man får fra fondet.<sup>96</sup> Det handler om å være en aktør i samfunnet, rett og slett. Og det er en generasjonsforskjell. De kunstnerne på min generasjon og yngre, *de tenker ikke så mye på den urenheten eller den rene sti*. Man er mye mer. Jeg tror man er nødt til å tenke videre og gjøre ting selv. På 90-tallet poppet det opp veldig mange forskjellige visningssteder. Det poppet opp forskjellige prosjekter hvor man tok for seg forskjellige steder, nedlagte butikklokaler og hvor kunstnere tok og lagde vindusutstillingene, for eksempel på Steen og Strøm og på Glassmagasinet. Det var stunts og kunstprosjekter. Det var rene kunstprosjekter, men satt i kommersielle sammenhenger. *Og når man bestemmer seg for at dette er kunst*, ikke at det er en vanlig vindusdekorasjon, *ja, da blir det kunst*.

Hun skildrer en fortelling om en trosproduksjon som bryter med beskrivelsen av kunstneren som avvisende til økonomisk profitt og som er henvist til å bli ”oppdaget” av en gallerist eller kunsthandler.<sup>97</sup> Plottet går ut på selv å ta initiativ til kontakt og å tenke nytt som kunstner i et samfunn som viser til endrede kategorier og handlingsbetingelser, knyttet til forhold som for eksempel den nye teknologien.

## **Oppsummering**

I dette kapitlet har vi sett at ideen om kunstnerisk autonomi trekker på det karismatiske kunstneridealet som et mønster til etterfølgelse, men er lite gjennomførbart i praksis. Det er heller ikke ønskelig gjennom fortellinger om tverrfaglighetens mulighetsbetingelser for dialog og nye ideer, så lenge den subjektive opplevelsen av kunstnerisk frihet er intakt. Men frihet er også ansett som et utopisk ideal i forhold til erkjennelsen av å leve i et samfunn som er preget

---

<sup>96</sup> Utsmykningsfondet for offentlige bygg.

<sup>97</sup> Jf. Bourdieu 1993:76

av stadig nye betingelser og muligheter for deltakelse. Den subjektive opplevelsen av kunstnerisk frihet viser til opplevelsen av å kunne bestemme selv over eget arbeid og hverdag. Det fortelles om det å ha tid til å undersøke ting eller muligheten til å gå i dybden i faget, og at det som blir funnet blir en base eller leksikon som det siden kan hentes fra, under oppdrag. Samt handlingsbetingelsene knyttet til å ha tilstrekkelig med tid til analysing av et utsmykningsoppdrag, for å kunne danne seg en oppfatning som er så gjennomtenkt at argumentasjon for valgene er mulig.

I forhold til spørsmål knyttet til hvem som ”lykkes” som kunstnere i kunstfeltet, beskrives det ulike fortellinger om hvordan dette henger sammen. Den mest opplagte måten å lykkes på i det *private* markedet er ved å få en plass i et galleri som tilhører den eksklusive gruppen, og som legitimerer kunstner og kunstverk til en kjøpesterk kundegruppe. Dette er en posisjon som ofte genererer pengeøkonomisk kapital for kunstneren, men som kan tilbaketrekkes uten begrunnelse eller forklaring. Man kan også legitimeres som kunstner gjennom anerkjennelsen fra stipendier som i like stor grad handler om anerkjennelse fra sine egne, som ren pengeøkonomi. Det er viktig å bli oppfattet som å ha den *rette legitimiteten* innad i kunstfeltet. Dette er en godkjennelse som ikke nødvendigvis sikrer salg av kunsten. Det synes å være et sjansespill *hvem* det er som skaper seg et navn og karriere, frigjort fra kvaliteten på kunsten de skaper, og det vises til et plott som går ut på å få til det *første* salget som vil legitimere det neste, og det neste...

Det er ikke alle kunstnertypene som befinner seg i dette spillet, eksemplifisert gjennom Entreprenøren som verken er representert gjennom et galleri eller får legitimitet gjennom de store stipendene. Denne fortellingens plott går ut på at hvis man er aktiv og jobber hardt over lang tid, kan man ikke unngå å bli sett og dermed få kunstnerisk anerkjennelse. Kunstnertypen gir, gjennom sin diskursive praksis, konnotasjoner til en kunstnerisk *hybrid* som med utgangspunkt i kunst, i praksis forholder seg aktivt som aktør i et marked som favner utover det tradisjonelle kunstfeltet forbundet med museer og gallerier. Entreprenøren søker muligheter i andre sektorer som tradisjonelt ikke har vært forbundet med kunst.



## 7. Penger er ikke penger – det gis ulik valør.

I dette kapitlet tar jeg utgangspunkt i 4. delspørsmål: *På hvilken måte gjenspeiler forbrukersamfunnet og den karismatiske kunstnermyten seg i kunstnertypenes fortellinger om penger?* Jeg tenker at kunstnere generelt ikke har problemer knyttet med penger, men at det kan være utfordringer knyttet til forpliktelsene pengene kan medføre. En metafor jeg tenker er relevant for denne forståelsen er oppfatningen av *kunst som en gave*,<sup>98</sup> der begrepet gave gir konnotasjoner til gavmildhet, sjenerøsitet og varme. Ved å spille på den romantiske – modernistiske ideen, gir gaven et bilde på kunstnerens overflod, den gudgitte gaven kunstneren har fått ved sine kunstneriske evner, eller ideen om kunstneren som er så heldig å ha så mye i seg selv. Gaven henviser da til talentet eller evnene. Jeg antar at det ligger store utfordringer knyttet til det å tenke pengeøkonomi for kunstnere, i form av lønn, men også i forhold til kontrakter og avtaler. Det synes å være en norm i billedkunstfeltet i Norge at det i stor grad blir benyttet muntlige kontrakter og – avtaler, og ikke skriftlige, noe jeg vil anta bryter med praksis i de fleste andre områder i arbeidslivet. Disse muntlige kontraktene bygger på en oppfatning av tillit.<sup>99</sup> Et spørsmål er knyttet til hva som ligger i denne tilliten? Ligger betydningen av begrepet tillit nær Giddens (1991:35) beskrivelse av ontologisk sikkerhet, eller kan det være slik jeg mistenker at det her er tale om en strukturert sannhet, som er kollektivt fortrent?<sup>100</sup> Jeg tenker at et spørsmål kan være hvor eksplisitt kunstneren og andre aktører i kunstverdenen tillater seg å formidle dette, ut fra anskuelsen om at penger ikke er penger, - det gis ulik valør.

### ***Fortellinger om betydningen av å tjene penger.***

Pengespørsmålet ser ut til å være fraværende i en beskrivelse av det følelsesfulle kunstneridealet. Det står som en kontrast knyttet til ideen om autonom kunst:

”Det romantiske kunstnerbildet framhever kunstneren som et menneske med særlig følsomt sinn, og som fra naturens side er ”dømt” til å skape. I en slik sammenheng blir begrepet *inspirasjon* sentralt, forstått som en slags åndelig tilstand, ofte med religiøse/mystiske dimensjoner. Vi får et kunstnerideal der kunstnerens følelsesliv er i sentrum for den skapende virksomheten. En slik kunstnerrolle framstår

---

<sup>98</sup> Jf. Mauss (1990); Bourdieu (1996).

<sup>99</sup> Jf. kapittel 5.

<sup>100</sup> Jf. Bourdieu (1993:81).

ofte som uforenlig med rutinemessige og dagligdagse aktiviteter, og kan innebære en avvisning av og atskillelse fra det øvrige samfunnet” (Aslaksen 1997:19).

Opp mot en slik skildring av kunstneren skulle vi anta at penger slett ikke var av betydning i en kunstnertilværelse. Hvilke fortellinger er det så kunstnerne i denne studien beretter?

**Entreprenøren forteller:**

Det er kjempeviktig. Det å kunne tjene penger på det jeg gjør, gjør at jeg kan gjøre det jeg gjør. Og jeg ønsker ikke å gjøre noe annet enn det jeg gjør heller. Det gir også en verdivurdering tilbake som gir meg selvtillit. Det handler om at tingene blir verdsatt. Det er helt essensielt selvfølgelig. Hvis ikke jeg hadde tjent penger på det hadde jeg ikke hatt mulighet til å jobbe en hel dag. Da hadde det blitt en hobby.

**Gallerikunstneren forteller:**

Det er helt essensielt på alle måter. Det er 1: livsviktig, livsnødvendig. 2: jeg syns penger også er en anerkjennelse. Det at noen faktisk er villige til å bruke 100 000 kroner på et maleri, gjør at jeg får tillit som jeg trenger for å jobbe. Jeg får økonomisk frihet og mulighet til å jobbe videre. Så for meg er det veldig frihetsskapende. Og som en kritikk syns jeg det er en veldig god kritikk når noen ønsker å bruke store summer på det jeg skaper.

Både Entreprenørens og Gallerikunstnerens fortellinger bryter med nøkkelfortellingen vist i den karismatiske kunstnermyten. Dette er to fortellinger som begge viser til et forløp der en kunstnerkarriere forutsetter penger. Ingen penger, ingen kunstnerkarriere. Og der pengenes betydning favner videre enn kun rent materielle forhold, men også knyttes til meningsbærende størrelser som kritikk, anerkjennelse og frihet. På den måten trekker fortellingene også på en pengediskurs som instrument til å nyttegjøre seg og delta i velferdssamfunnet. Dette beskrives som en forutsetning for et kunstnerliv i dag. Begge er eksplisitte i sin karakter. Motivasjonen om å være tydelig med hensyn til viktigheten av å tjene penger, virker mer uavklart hos de to andre kunstnertypene.

**Billedkunstnerens billedkunstner forteller:**

Det er ikke interessant å ha penger på bok, utover den tryggheten det kan gi arbeidsmessig framover. Men du må ha til det som defineres som nødvendige utgifter uten at det er råflott. For har du ikke det blir du så opptatt av økonomien på en negativ måte.



### Småbykunstneren forteller:

Det er ikke noe mål i seg selv å tjene mye penger, men det har hele tiden vært et mål å prøve å kunne leve av dette her. Alternativet er å gå ut og finne seg en annen jobb på si og det er det mange som gjør. Når man møter disse yngre - sånne som gjør litt media, litt reklame - er det veldig fint at noen kan holde på med såpass beslektede ting. Andre tar seg vaskehjelp eller vaskejobber eller sånt noe. Jeg har sluppet å gjøre det, men det kan jo godt hende at andre i min situasjon synes det hadde vært litt lite penger inne i mellom og at de hadde gjort det. Men du venner deg til å være blakk selv om det ikke er så moro. Men det har retta seg etter hvert.

I disse to fortellingenes forløp er det ikke en like tydelig sammenheng mellom kunstnerisk virke og pengeøkonomi. Selv om Småbykunstneren viser til målet om å ha klart å overleve økonomisk av kunsten, har det ligget en aksept for det å ha lite penger og de livsbetingelsene det måtte innebære. Pengene i seg selv knyttes ikke til meningsaspekter som anerkjennelse eller ære, men handler om å klare å betale regningene sine slik at de har råd til å arbeide med kunsten. Pengespørsmålet ligger som en implisitt størrelse knyttet til en pengediskurs som også berører fattigdomsdiskursen med begrenset deltakelse i velferdssamfunnet, men som forsvares gjennom idealene knyttet til den karismatiske kunstnermyten.

### **Fortellinger om at kunstnere ikke bryr seg om penger...**

Som vist ovenfor, viser det romantiske kunstnerbildet til et kunstnerideal som er ubesmittet av hverdagslivets alminneligheter og der kunstneren portretteres som kompromissløs og selvtilstrekkelig. I hvilken grad er dette typisk for disse representasjonene av en kunstnervirkelighet?

### Gallerikunstneren:

Tøv, tenker jeg om det. Penger er helt nødvendig for å kunne jobbe. Har man ikke penger, eller tjener man for lite på jobben sin, må man vurdere å gjøre andre ting. Man må ha noe å leve av, i hvert fall hvis man har familie, og da spiser det av den tiden man skal være kreativ. Det tar energi og du må tenke, fylle hodet med andre ting. Penger er viktig i den forstand at det er noen som er interessert i det du gjør. Det er både en god indikator på at du gjør noe riktig, og at det er noe som er respektert. Og det er frihets skapende i forhold til det å kunne stå og skape.

### Entreprenøren:

Det tror jeg er bare tull. For det handler om to ting. Det handler om ære og berømmelse, og er det noe kunstnere bryr seg om er det i hvert fall det. Også handler det rett og slett om å overleve. Og det må vi jo det også. Tross alt. Enten man er alene eller har ansvar. Kommer ikke unna det, men det er veldig vakkert å tenke at man ikke bryr seg om det, men jeg tror ikke noe på det.

Entreprenøren og Gallerikunstneren avkrefter i disse fortellingene ideen om at ikke kunstnere bryr seg om penger. Dette er fortellingene om kunstnerliv knyttet til andre aktører som familie og barn. Det handler om forsørgeransvar, men også grensesetting i forhold til definisjon av egen kunstneridentitet, knyttet til fleksibiliteten en tilværelse i sentrum av et forbrukersamfunn fordrer. Utfordringer også Billedkunstnerens billedkunstner opplever:

Det som er interessant er at man er nødt til å tenke veldig mye på penger når man ikke har det.

Det er ikke sånn at man skal ha det i bøtter og spann, men man skal ha det for å kunne overleve. Det er klart at det øyeblikket du har penger, da venner du deg til et forbruk. Og plutselig er det ikke lenger så mye penger. Men det er ikke så viktig for meg å ha mye penger. Nå følte jeg at jeg jugde litte grann. Det var ikke helt sant. Veldig idealistisk. Det er ikke sånn at jeg tenker på det, men jeg merker nå, når jeg ikke må tenke på det at det er veldig deilig.

Med motivasjon om et kunstnerliv uberørt av forbrukersamfunnets krav, viser denne fortellingen til en forståelse om betydningen av pengenes mulighetsbetingede egenskaper, når man har dem. Småbykunstneren tilhører som sagt en annen generasjon enn de andre kunstnertypene og representerer således også en annen tid med andre økonomiske handlingsbetingelser:

Du klarer ikke leve i dette samfunnet her uten at du er opptatt av penger. Du er nødt til å klare husleia, atelierleia, utgiftene – vi er langt forbi det der hvor kunstnerne flytta på landet med katt og kanin. Det er klart du kan leve rimeligere. Det er jo helt ekstremt for de som bor i storbyene. Jeg mener Oslo og andre byer i Europa, med husleier og utgifter, som i hvert fall er noe helt annet enn da jeg begynte. Vi kunne bo i nedrivningsgårder på Grünerløkka for to hundre og femti kroner måneden.

Denne fortellingen ser tilbake på en tid med andre økonomiske utfordringer enn det som kjennetegner vår tid, tatt i betraktning samfunnstrender, normer og verdier. Her fortelles det med utgangspunkt i den eksplosjonen som har funnet sted med hensyn til boligprisene i sentrum, Oslo, og dertil økende boligutgifter.<sup>101</sup> Og som på den måten trekker på en markedslogikk, knyttet til tilbud og etterspørsel, som kan virke økonomisk diskriminerende for en kunstnerrepresentasjon forankret i et ideal om kunst frikoblet fra kapitalkreftene. De

---

<sup>101</sup> Oddrun Sæter (2004) beskriver i artikkelen "Den nye byklassen" at "tradisjonsrike bystrøk har blitt isolerte middelklassegettoer" ved at kapitalsterke krefter investerer i gamle bygårder (Sæter i Morgenbladet 27.08 2004). En konsekvens av dette er at tilbudene om det som mange kunstnere anser som gode atelierlokaler minsker, og at de som finnes er kostbare å leie. Mange kunstnere velger derfor å dele lokaler til atelier.

har rett og slett ikke råd til å bo der, hvis ikke de har arvet penger, eller var så heldige å komme seg inn på markedet før den store prisstigningen kom.

### ***Fortellinger om at noen penger er bedre enn andre.***

Kunstsosiologen Dag Solhjell (1995) viser til at i kunstverdenen er noen penger bedre enn andre:

”I de eksklusive og inklusive kretsløpene finner vi en meget vid statusskala, med ytterpunkter langt fra hverandre. På den ene siden ren statlig finansiering, på den andre siden inntekter fra salg av kunstverk til den vanlige publikum. Hovedregelen er: jo lenger unna markedet den økonomiske kilden befinner seg, jo høyere status gir pengene. (...) Penger som mottas uten forpliktelser i form av gjenytelser, er bedre enn penger som det må ytes tjenester for, som igjen er bedre enn inntekter fra utsmykking, som er bedre enn penger fra salg på utstilling” (Solhjell 1995:38).

Her framkommer det en påstand om at penger som mottas uten forpliktelse om gjenytelser er bedre enn penger det er knyttet klare bånd til. Dette synet er i tråd med logikken beskrevet ovenfor, der en ytelse alltid skal etterfølges av en gjenytelse. Et annet moment er påstanden om at jo lenger unna omsetningsmulighetene pengene befinner seg, jo høyere posisjon har de. Jeg har en forestilling om at det ligger noen utfordringer med hensyn til gave/gjenytelse - forholdet for kunstnere i dag, men jeg er usikker på i hvilken grad det har en betydning hvor den økonomiske kilden befinner seg. I denne sammenheng har det tradisjonelle skillet gått mellom offentlige og private penger, der offentlige har vært ansett å ha større status enn penger knyttet til private aktører.<sup>102</sup> I de følgende avsnitt vil dette bli belyst i relasjon til omstendigheter rundt private – kontra offentlige penger og sponsing.

#### **Private penger kontra offentlige penger**

Alle kunstnertypene har erfaring knyttet til utsmykningsoppdrag. Private penger er i denne sammenhengen knyttet til private aktører i det private næringslivet, som en motsetning til offentlige penger som er knyttet til staten. Private penger kan gi konnotasjoner til kontrollering, styringsvilje og manglende kulturell kapital,<sup>103</sup> samt en videre forbindelse til et arbeidsmarked styrt av en bedriftsøkonomisk tankegang, tuftet på markedsliberale verdier.

---

<sup>102</sup> Jf. Solhjell (1995:38)

<sup>103</sup> Det viser til en virkelighetsoppfatning om at mange mennesker innen det private næringslivet ofte ikke besitter den rette kunnskapen og innsikten til å fatte kunstens og kulturens vesen. Jf. Bourdieu (1993:7).

Dette er knyttet til samfunnsendringer som har gitt konsekvenser i forhold til levestandard, utdanningsnivå og demografi. Noe som gir konsekvenser for både individenes – men også bedriftenes oppfattelse av seg selv, av markedet og av andre aktører, men også kunstneres praksisorientering. Private penger gir også tilknytninger til rike enkeltpersoner og institusjoner, som avhengig av deres situering i diskursen, blir oppfattet som mer eller mindre legitim.

Verken Entreprenøren eller Gallerikunstneren beskriver en virkelighet der de forholder seg verdimeessig til hvor pengene kommer fra. Det er uten betydning så lenge kravet om oppfattet kunstnerisk frihet er til stede:

Pengene ser like ut for meg. Så lenge jeg kan gjøre det jeg vil gir jeg vel egentlig blaffen i hvor de kommer fra.

Men ingen av dem har mye erfaring knyttet til utsmykking av såkalte private bygg. Det dreier seg mest om foretakender som kan være delvis privatisert, eller det kan være private utsmykningsoppdrag som formidles gjennom Utsmykningsfondet og på den måten, styrt gjennom et offentlig organ. Det er Gallerikunstneren som har størst erfaring med å være etterspurt til å utsmykke private bygg og institusjoner og som har bygget en etterspurt signatur i dette markedet.

Det har blitt en større trend til at man skal ha store, dekorerte, kunstneriske flater i bygg og nybygg. Det er ikke nok å kjøpe et opplag med grafikk på kontoret. Det handler mye om at institusjoner og bedrifter har lyst på en identitet, og da er kunst en måte å skaffe seg identitet på.

Dette er en fortelling om et arbeidsmarked i endring, også for kunstnere. Den støtter beskrivelsene om at det skjer en ”kulturalisering”<sup>104</sup> av næringslivet og viser dermed til andre spilleregler og forventninger hos flere kunstnere, men også til andre praksiser i forhold til kunstens verdi og kvaliteter hos aktører i andre deler av arbeidslivet, som bl.a. Telenor.<sup>105</sup> Et annet eksempel på andre spilleregler og forventninger knyttet til utsmykningsoppdrag for

---

<sup>104</sup> Det er en påstand om at det skjer en ”kommersialisering” av kunstfeltet og en ”kulturalisering” av næringslivet (Ellmeier 2003:3).

<sup>105</sup> Donatella De Paoli (2003) gir en illustrasjon av samspillet mellom kunst og kapital i Telenors bruk av kunstens fokusområder som estetikk og estetiske virkemidler i utforming av ny logo, bygningsarkitektur, interiørdesign, grafisk design og kunst (Danielsen, De Paoli, Gran og Langdalen 2003:45). Dette er et eksempel på en henvendelse fra næringslivssektoren til kunstsektoren om kjøp av kunstneriske tjenester.

private aktører, er at de også kan forlange bankgarantier. Dette er en virkelighet som ikke er praksis for utsmykninger i offentlig regi og som krever egenskaper utover det rent kunstfaglige tilknyttet kommunikasjonsorienterte og tverrfaglige samarbeidsevner.

Der skal alt være med. Mitt honorar, materialer, frakt, opphenging og forsikringer underveis.

De få gangene jeg har hatt oppdrag for firmaer har de også forlangt bankgarantier for de beløpene du har fått, under prosessen. Jeg hadde en stor jobb. Da måtte jeg stille en bankgaranti på 600 000. Det gikk det og. Det er ikke så vanskelig å få banken til å skrive ut en hvis du har en kontrakt som dekker det.

Dette er en fortelling om hvordan verdier, normer og regler fra næringslivet overføres på kunstsektoren, ved at betingelsene utsmykningsoppdraget blir til under, trekker på en næringslivsdiskurs. På den måten gir den en beskrivelse av en kommersialisering av kunstsektoren. Men det blir en for enkel forklaring. Samtidig som at begrepet kommersialisering gir konnotasjoner til lavkultur, kulturindustri og massekultur, viser Gallerikunstnerens situering i diskursen til en kunstnerrepresentasjon som ikke kan forbindes med disse elementene. Dette er ut i fra hans praksis om kunstnerisk frihet i utførelsen av utsmykningsoppdraget. På den måten spiller det ingen rolle hvem som betaler regningen, så lenge det er kastet lys over at når kundene ber om den aktuelle kunstneren får de også vedkommendes signatur. Det er avklart at kunstneren ikke risikerer sin legitimitet og integritet ved å gå på akkord med sin utsmykningsidé, fordi den manifesterer eksempelet om kunstnerisk frihet og fri kunst, knyttet til ideen om originalitet og nyskaping. Dette er også sterke nyliberalistiske verdier. Småbykunstneren derimot har ikke sansen for private penger:

Jeg liker sånne offentlige ting best. Det sitter i ryggmargen. Det er noe med fellesskapet. Og jeg syns det sklir ut med privatisering, og det liker jeg ikke helt generelt, i samfunnet. Men jeg synes det er stas når Storebrand og Statoil har kunstsamlinger og kjøper inn bilder av meg. Men jeg syns det er en del av det som det offentlige bør ta seg av, som for eksempel Utsmykkingsfondet. Jeg syns ikke det ville vært så ålreit hvis det var en gruppe i Statoil som tok seg av å kjøpe inn bilder til Universitetet i Stavanger. Det ville jeg ikke synes var ålreit. Jeg føler at det er en stabilitet i det offentlige, og jeg regner med at det er litt kompetanse over tid også som ikke er avhengig av om du er ansatt, og som kanskje blir mer personavhengige og ustabil. Men jeg syns det er veldig bra at rike enkeltpersoner og rike firmaer satser på kunst.

Denne framstillingen beskriver en verdimessig forankring mot kollektivet, der økende grad av individualisme i et samfunn ikke nødvendigvis er av det gode. Det er en fortelling om ansvar

for fellesskapet og statlig ansvar, i en ambivalent tiltro til konsekvensene knyttet til markeds mekanismer og privat eierskap. I så måte er det en virkelighetsoppfatning som søker å begrense den økende kommersialiseringen av kunstfeltet, og som synes aldersbetinget.<sup>106</sup> For Småbykunstneren representerer inntoget av de private kapitalkreftenes verdier, normer og regler på denne måten en materiell trussel mot idealet om kunstnerisk autonomi.

### **Sponsing**

Et annet tema knyttet til spørsmålet om at noen penger er bedre enn andre, handler om næringslivets sponsing av kunst og kunstfeltet, men som informantene som gruppe hadde mindre erfaring med. Der det synes å være en enighet mellom Gallerikunstneren og Entreprenøren om at det er betydningsløst hvem som finansierer utsmykningsoppdraget, forholder de seg annerledes til sponsing. På den ene siden viser Gallerikunstnerens diskursive praksis til en representasjon av sponsing som noe positivt og som er fint hvis man har et navn. Et eksempel kan være at kunstneren får midler og materialer fra den sponsende bedriften, mot at de får promotert seg selv i katalog og tekst. Og det er ikke noe problem så lenge man er profesjonell og vet hva en driver med. Er kunstneren derimot mindre etablert, er det større risiko forbundet med å inngå en slik avtale, og forpliktelsen om gjenytelsen kan virke begrensende på anskuelsen av kunstnerisk autonomi. På den måten kan sponsing lukte litt:

Sånn som jeg tenker på sponsing syns jeg det lukter litt. Fordi jeg har inntrykk av at sponsorer stiller krav til de pengene de gir på en måte som hemmer dem de sponser. De sponser noen fordi de ser at her er det kvaliteter, samtidig stiller de krav som gjør at de kvalitetene blir hemmet og låst. Skal man sponse, må de man sponser stå helt fritt til å bruke de pengene de får til akkurat hva de vil. Da kan man lage festforestillinger for næringslivet som har sponsa dem, eller de må gjerne få noen fribilletter til en eller annen forestilling. Men de kan ikke kreve å bli servert så mye, fordi de sponser jo nettopp fordi kanskje dette er en institusjon som har stått veldig fritt og gjort veldig flotte ting. Og det er jo det de sponser og det de må feire. Og ofte syns jeg sponsorer i mye større grad feirer seg selv, enn det de sponser.

Sponsing representerer private kapitalkrefter. Det ser det ut til å være enighet om at samspillet mellom kunstner og den sponsende part er mer preget av forventninger om en gjenytelse som kan true legitimitetsprinsippet om kunstnerisk autonomi. I så måte er dette en framstilling av

---

<sup>106</sup> Dette er et poeng som ble presentert av Donatella De Paoli (2003) i artikkelen "Kulturell kapitalforvalter". Det blir hevdet at yngre mennesker, i dag, har en mer fleksibel og åpen holdning til samspill mellom kunst og kapital enn eldre mennesker. De eldre ser ut til å ha en mer sementert holdning til at et slikt samspill ikke er mulig eller ønskelig (Dagens Næringsliv den 29./30. mars 2003).

en forpliktelse om en gjenytelse som hemmer det den er satt til å sponse, nemlig kunsten. Det kan synes som en kamp om hva som skal stå i sentrum, kunstnerne og kunsten eller sponsorene selv. Her blir kunst oppfattet som en vare, på lik linje med en bil eller et klesplagg, og brukes som et middel for sponsorkreftene til å promotere seg selv. Dette er en presentasjon av fenomenet sponing som viser til en virkelighetsoppfatning der markedsdiskurser begrenser og søker å definere kunstdiskursen med, for kunsten, uheldig utfall. Entreprenøren eksemplifiserer fenomenet sponing:

Det handlet også om galleristen som ikke turte å sette grenser. Vi skulle vise vår kunst som skal være fri, men hun syntes plutselig at hun hadde et større ansvar overfor de som sponset. Et større sted, som har en større legitimitet i ryggen, ville nok ikke bry seg om det, men det var et problem for et mindre sted som var veldig avhengig av den sponingen. For hun satte ikke begrensninger overfor reklamen, men hun satte begrensninger overfor oss. Vi klarte å få til det vi ville så vi fjernet ikke noen ting, men klarte å gå inn på et kompromiss.

Dette er en fortelling der det er av betydning hvem som betaler regningen. Det vises til en oppfatning av begrensede vilkår knyttet til den kunstneriske friheten, forbundet med forpliktelser om gjenytelser som risikerer å true det kunstneriske uttrykket.

### ***Fortellinger om økonomisk inntjening***

Med kjennskap til at kunstnere flest organiserer sitt arbeid gjennom enkeltpersonsforetak og dermed er klassifisert som selvstendig næringsdrivende, har jeg en forestilling om at kunstnere, i større grad enn lønnsinntakere, er opptatt av penger.

#### **Brutto-/nettoinntekt**

Alle informantene som har bidratt til denne studien er som sagt organisert som selvstendig næringsdrivende. Det vil si at når de opererer med en sluttsum eller pris, viser den til bruttoinntjening før alle utgifter er trukket fra. Det er utgifter til skatt, materialer, men også relativt store provisjoner til galleriene for hvert solgte kunstverk. Men dette er ulikt fordelt ut fra hvilke typer jobber den enkelte kunstnertype tjener penger på og hvor de er situert i diskursen. Entreprenøren, som i all hovedsak forholder seg til utsmykningsoppdrag, forteller at de fikk noen råd om fordeling mellom lønn og materialer under utdanningen på Akademiet:

Ideelt sett var 2/3 lønn og 1/3 utgift, og hvis det dreier seg om et hundre tusen kroners oppdrag syns jeg kanskje det er en reell deling. Hvis det begynner å bli en åtte, ni hundre tusen, er det en litt verre deling. Fordi da krever man at det er mye større omfang på ting. Og det er vanskeligere å få til den delingen. Så det burde i hvert fall vært andre veien, altså 1/3 del lønn og 2/3 utgifter. Men det kommer også an på hvor lang tid det tar. Ofte er utsmykningsoppdrag på cirka et år. Da tenker jeg at hvis det er en seks, syv hundre tusen kroners sak, så skal jeg ha en årslønn av den. I hvert fall et par hundre tusen.

Dette er en fortelling om talen om pengespørsmål som tilstedeværende under kunstutdanningen, samtidig som det ikke informeres om i hvilket omfang. Plottet trekker på en markedsdiskurs gjennom tre aspekter: fordeling av midlene, oppdragets omfang og til slutt tidsrammen som styrende for hvordan denne delingen til syvende og sist blir sendes ut. Dette er en betraktning knyttet til Entreprenørens situering med makt, men også ansvar til å vurdere gjennom egne overveielser og skjønn. På den annen side er det fortellinger om valg enkelte kunstnere tar som et ledd i byggingen av egen karriere. Når de endelig får et utsmykningsoppdrag, resulterer det i en økonomisk smell fordi lønnen salderes bort i ønsket om å levere et utsmykningsoppdrag som igjen kan gi nye jobber. De er blindet for hvilke signaler det gir til oppdragsgiver. Det er andre handlingsbetingelser forbundet med en plass i et galleri:

Hvis jeg selger et stort bilde ligger det på ni og tjue tusen. Da går førti prosent til galleriet og en seks, sju tusen til å lage det og som jeg må betale. Også betaler jeg trettifire prosent skatt på det igjen. Det er veldig få som tenker på det. Før jeg får puttet penger i lommen, er det tre stykker som har tatt av kaka. Det er jo faktisk kunstnere som har gått i minus når de har laget utsmykninger. Når man sier at man omsetter for en million kroner høres det utrolig mye ut. Men jeg sitter igjen med en 300 000,- netto. Det er jo i grunnen en del penger.

Dette er en fortelling der dramaturgien viser til den muntlige avtalen mellom kunstner og galleri. Galleriet bidrar med administrative oppgaver som prissetting, formidling og salg, samt legitimering av kunstnerisk anseelse av den enkelte kunstner til en kunstinteressert og kjøpesterk kundegruppe. For dette tar galleriet en viss prosentsats av salget alt ettersom hvor eksklusive de er: alt fra 25 % av salgssummen hos små lokale kunstforeninger til 50 % hos de virkelige eksklusive i Oslo. For Gallerikunstneren innebærer det en utgift opp mot 50 % av salgssummen før han sitter igjen med den summen som skal dekke lønn, skatt og utgifter til atelier og materialer. For et bilde på 100 000 kroner innebærer det at 50 000 kroner går til galleriet, mens de resterende 50 000 kronene skal dekke alle kunstnerens kostnader. Like fullt



er det økonomisk lønnsomt, ved at bildene i stor grad blir solgt. Dette er en luksus og/eller belastning Småbykunstneren er fri for:

Hvis noen kommer på atelieret hos meg og vil ha noe er det bare materialutgiftene, for jeg har ikke noe galleri som legger seg opp i hva jeg gjør privat.

Dette er en omstendighet der kunstneren sitter igjen med en mye større del av bruttoinntekten, men uten galleriets makt til å innvie eller markedsføre kunsten til en kjøpesterk kundegruppe og dermed også større vanskeligheter med å få solgt. Et viktig element i denne fortellingen er også informasjonen om at det ikke alltid er så attraktivt å få kunder på besøk i atelieret. Det er en fortelling om at atelieret tilhører prosessen med å skape bildene, mens salget er forbundet med andre kanaler.

### **Pensjon og sykepenger**

Et aspekt ved en arbeidsorganisering som selvstendig næringsdrivende, er at man ikke har krav på verken alderspensjon, sykepenger eller forsikring gjennom folketrygden:

Pensjon, tenker jeg av og til på. Burde man gjort noe med det. Jeg vet ikke. Jeg har liksom alltid klart meg på kunsten siden jeg gikk ut på akademiet. Stort sett. Noen ganger går det veldig bra, andre ganger går det. Men jeg har alltid klart akkurat å betale skatt og få til smør på brødskiva.

Gjennom den diskursive praksis kan trygdeordninger som sykepenger og pensjon synes å være et ikke-tema blant kunstnere. Det er et problem de gjerne skulle sett en løsning på, men grunnet en oppfatning av egen posisjon i samfunnet, ikke har tillit til at skal blir en realitet:

Det var et tema i fagorganisasjonen. Men vi har en veldig svak fagorganisasjon. Den er uhyggelig svak. Og det handler om medlemmer med liten påvirkningskraft utover det de skaper. Tenk, hvis vi skulle streike, gå i demonstrasjonstog eller si at fy fader, nå lager vi ikke mer kunst så bare pass dere! Vi har ingen makt og det gjør at vi ikke kan rette krav eller sette makt bak noen pensjonskrav, eller sosiale fordeler.

I utgangspunktet skulle man tro at det var en fortelling om usikkerhet og bekymring, men det som preger framstillingene er en aksept av disse handlingsbetingelsene, forstått som en konsekvens av valget om å leve en kunstnertilværelse. Like fullt fortelles det om uroligheter og rådløshet over framtiden, der rettigheter til barselpermisjon, sykepenger og pensjon hadde vært kjærkomne. Men det er forbundet med en avmaktfølelse om mulighetene for endrede

ordninger. I så måte trekker fortellingene på handlingsbetingelsene til den karismatiske kunstnermyten som uinteressert i dagligdagse og ordinære forhold. En ”sannhet” som synes å ha visse modifikasjoner. Det samme er gangbart i forhold til sykdom:

Jeg har aldri tatt ut noen sykepenge. Man får alltid gjort litt selv om en er syk. Man bare gjør det på litt annen måte. Man kan sitte og skrive regnskap, man kan tenke. Man tenker jo ganske mye. Sitte og se på bilder kan man gjøre time etter time. Finne ut hva man kunne forbedre litt på. Det er veldig mye glaning, og du kan spenne opp lerreter og gjøre helt håndverksmessige ting. Så om man ikke er opplagt eller at det passer samme hva man gjør med sånne skavanker, har jeg ikke vært veldig syk over veldig lang tid. Da ville man nok ha vurdert sykepenge.

Dette er et plott som tar høyde for at kunstnere aldri eller sjelden blir syke, og skulle de bli syke er terskelen for å legge seg ned, veldig høy. Det er en holdning som synes internalisert gjennom sosialiseringen til en kunstnerkarriere med krav til selvtilstrekkelighet og frihet. Dermed blir heller ikke temaet sykepenge aktuelt, ut fra et fortellingsforløp som handler om å stå på og gi det man har, der og da. Det fins muligheter til kjøpe velferdsordninger, enten privat eller ved at man betaler inn til folketrygden, men dette beskrives som lite utbredt grunnet manglende likviditet. Dette er et forhold som viser hen mot en fattigdomsdiskurs der manglende betalingsevne stopper deltakelse i velferdssamfunnet.

### **Men pengene kommer ikke når de skal...**

En ting er utførelsen av jobbene, en annen ting er *når* pengene kommer kunstneren til hende. Alle kunstnertypene forteller om dilemmaer knyttet til at oppdragsgivere eller gallerister er sene med å utbetale det de skylder:

Jeg syns det er veldig mange situasjoner hvor enten de som har formidlet et salg for deg eller skal betale for et oppdrag, sitter uforholdsmessig lenge på penger. Det er for eksempel sånn at et galleri betaler ikke kunstneren før kunden har betalt galleriet. Og galleriet tar veldig stor provisjon. Samtidig ser de seg bare som en formidlingsentral. Det syns jeg er underlig. De tar på en måte ikke noe økonomisk ansvar i forhold til de kunstnerne de formidler. De formidler bare pengene, altså kunsten en vei og pengene en annen vei. Men da må pengene ha kommet inn før de blir sendt videre til kunstneren.

Dette plottet går ut på at kunstneren ikke får utbetalt noen penger før etter at galleriet har fått inn *alle* pengene fra kundene, noe som kan ta flere måneder. Det blir ikke utbetalt delvis eller

stykkevis, men som en stor sum etter endt oppdrag.<sup>107</sup> Denne praksisen forutsetter økonomiske handlingsbetingelser for kunstneren der de har spart opp penger til uforutsette utgifter, noe som ikke later til alltid å være tilfelle. Det er heller ikke kontraktfestet når de skal få utbetalingen. Dette har den konsekvens at kunstnerne blir satt i en sårbar posisjon grunnet manglende likviditet. Det er et spørsmål om ikke forsinket utbetaling over flere måneder i andre felt, som det private næringsliv, ville blitt møtt med krav om rentebetaling. Dette er et forhold som ikke har vært nevnt i dette datamaterialet og som uttrykker kunstnernes posisjonering i forhold til pengemakten i kunstfeltet. Dermed risikerer å de å bli sene med betaling av egne utgifter, noe som igjen kan gi næring til skildringen av kunstneren som ustrukturert og uøkonomisk.

### **Fortellinger om prissetting av utstillinger og utsmykningsoppdrag**

En vesentlig del av handelen med kunst omhandler det å finne rett pris tilpasset kunstnerens signatur, kunstverk og det aktuelle markedet. Dette er et arbeid alle kunstnertypene må forholde seg til, med unntak av Gallerikunstneren:

Jeg er i den heldige situasjon at jeg kan si at du må snakke med galleriet mitt. For det er jo markedet som styrer dette her. Og mine ting har vært ute i markedet en stund, og da vet folk hva det koster. Også vet folk at nå koster det litt mer enn det kostet på siste utstilling. Og galleriet mitt prissetter det i forhold til at de tilpasser det markedet. Det er viktig å ikke sette en for høy pris. I hvert fall i forhold til det de er villige til å betale, sånn at du må dumpe prisene. Det er dårlig hvis markedet registrerer det. Det er bedre å starte litt nede og gå opp. Og så er det alltid vanskelig å finne ut priser fordi en må ta hensyn til produktet i seg selv, og så må du se litt på deg selv, hvilken merkevarestatus har din signatur? Og så må du legge deg der du er i systemet.

Dette er en fortelling som trekker på en markedsdiskurs der kunsten oppfattes som en vare tiltenkt en bestemt omsetning, der Gallerikunstnerens handlingsbetingelser tillater uavhengighet fra denne oppgaven. Det er en komfort som ikke er de andre kunstnertypene til del:

Det er ikke helt fritt hva vi finner på. Jeg priser mine ting etter størrelse. Et lite trykk er alltid mindre enn et stort trykk. Og et lite maleri koster mindre enn et stort. Det kan være enkeltganger hvor jeg kan prise det litt ekstra, fordi jeg synes det har blitt noe ekstra, og så har jeg kanskje ikke så lyst til å selge det. Men som regel prissettes det etter størrelse.

---

<sup>107</sup> Dette gjelder ikke for alle typer utsmykningsoppdrag. Det er vanlig at pengesummen blir utbetalt i tre rater: Innledningsvis, i midten og i avslutningen av prosjektet.

Det som er felles, uavhengig av posisjon, er beretningene om at kunstverk ikke kommer på salg. Når kunsten først er lagt på et prisnivå kan den ikke settes ned igjen. Det ville bryte med markedslogikken i kunstfeltet som fordrer at kunsten og kunstnerens signatur, over år, skal stige i verdi. På samme måte som en hvilken som helst børsnotert aksje. Når det gjelder utsmykningsoppdrag, fortelles det om begrensede økonomiske forhandlingsmuligheter. Pengesummen kan av og til være utløst av prosentandelene fra byggets totalbudsjett, gjennom for eksempel en halv til en prosent. Men sluttsummen er låst:

Den er alltid gitt, men den er ofte romslig. Det skal sånne oppdrag ha. De har ofte gode budsjetter. De er litt styrt av markedet for løskunst, tenker jeg. Du kan ikke gange opp antall kvadratmeter med kunst og få en sum der. Hvis en oppdragsgiver har lyst på en kunstner, ser de på prisnivået på den kunstneren. Også ser de på hva må budsjettet for den kunstneren være for at man i det hele tatt skal være interessert. Jeg tror det er noe sånt.

Småbykunstneren er eldre og har gjort seg andre erfaringer. I utgangspunktet er sluttsummen fast, men ved tidlig å komme inn i prosessen og det er en arkitekt som er villig til å samarbeide, kan det være forhandlingsmuligheter:

Hvis du på skissestadiet kommer fram til en løsning du syns er så spennende at du presenterer den, men den vil koste mer penger, kan det hende at det vil ligge noe der. Men det er ikke noen store ting. Det går an å få noe mer hvis du er så tidlig ute i prosessen at du kan integrere det i byggeprosessen, uten at det er merkostnader. For da kan du, hvis det skal støpes en betongvegg, like gjerne legge inn et relieff i forskalinga. Det koster veldig mye mindre enn å produsere noe og plassere det der etterpå. Da kan man få frigjort mye.

Denne fortellingen viser at kunstnere har liten styringsmulighet i forhold til prissetting av eget arbeid. Deres stilling er å tilpasse eget arbeid til allerede gitte økonomiske rammer. Utfordringen for den enkelte kunstner består i å skape best mulig kunst, samtidig som de sitter igjen med litt lønn. Det er en utfordring i de oppdragene der pengesummen ikke er avpasset kunstnerens økonomiske utlegg til materialer og som kan utgjøre et dilemma mellom å betale for materialene og egen lønn. En vanskelighet enkelte løser gjennom valget om å ikke kompromisse med kunsten og heller tjene mindre penger, og som innebærer en praksis som bygger opp under myten om kunstneren som uberørt av pengespørsmål.

## **De store pengene...**

En ting er at kunstnere gjennomsnittlig har en relativt lav årslønn, enn annen sak er fortellingene om hvilke summer et enkelt maleri kan generere for kunstneren, kunsthandler og galleri, samt hvilke spilleregler som gjelder. Gallerikunstneren forteller:

For å få tak i de helt store pengene i kunsten, er man nødt til å være helt fri for penger. Altså fra penger, i den forstand at man aldri må tenke på penger, når man skal lage kunst. Og det tror jeg er viktig. Fordi det er den friheten som skaper de mest interessante tingene. Og det er de interessante tingene folk er mest villige til å bruke penger på. Det er mye risiko. Du gambler ganske mye. Og begynner man å safe, i den forstand at nå må jeg tjene noen penger, taper man, tror jeg. Da er det kjørt. Du kan alltid få noen oppdrag eller selge noen bilder, men du får aldri tak i den store interessen, fordi jeg tror det er lett gjennomskuelig. Hvis folk skal bruke 100 000, 200 000 kroner på noe, så vil de ha noe unikt. Det er ikke noe vanskeligere enn det.

En illustrasjon av en logikk som ved å forkaste pengeøkonomiske motiver, muliggjør og gir anledning til kunstverk som legitimeres som unike og eksepsjonelle, og som dermed også gir en god pengeøkonomisk innbringning.

## ***Fortellinger om stipend og garantert minsteinntekt.***

Kunstneraksjonen på 1970 tallet førte til en framvekst av ulike stipendordninger for kunstnere, samt innføring av statens garantiinntekt (St.meld. nr. 47. 1996-97:31). Stipender og garantiinntekten handler først og framst om utløsning av pengekapital som igjen frigjør tid og krefter for kunstneren til å arbeide med kunsten sin. Men stipender handler ikke bare om ren pengeøkonomi. Entreprenøren forteller om et ønsket pusterom i en travel kunstnerisk hverdag:

Jeg skulle gjerne hatt et stort stipend der jeg kunne satt av tid og hvor jeg kunne gått inn i en konsentrasjonsperiode for meg selv. Det tror jeg er kjempeviktig for kunstnere som holder på. En ting er pengene og at man har råd til å drive videre. For meg handler det like mye om at jeg trenger å gå innover, fordi jeg har gått ut, ut, ut, ut og gitt, gitt, gitt, gitt. Passet innmari mye. Så jeg tror det hadde vært utrolig deilig å kunne gått inn.

Grunnet tildelingspraksisen der det er kunstnere selv som vurderer hvem som skal motta stipend, handler denne fortellingen også om ære og anerkjennelse av sine egne, knyttet til den kunstneriske legitimitet, frigjort fra pengeøkonomiens styringselementer. I motsetning til

Entreprenøren blir Billedkunstnerne billedkunstner ”sett” gjennom stipendutdelinger, men det er et spørsmål om kunstens autonomi er sikret:

Der er noen diskusjoner som er kommet med folk som har jobba i gallerivirksomhet som sier at det er betent at staten gir stipender. De mener at det skal ligge en slags styring i det. Men nå gis jo de ganske fritt ut, og det er ingen styring fra statens side. De sier ikke at de skal brukes til noe annet, men at du skal jobbe med det du jobber med hele tiden. Men de mener at det er litt sånn Sovjet, eller jeg vet ikke helt hva de tenker, men det ligger et eller annet der. Det er noen som mener at det ligger noe vanskelig i det, men det syns ikke jeg. Jeg tenker at det er en grunn til at de gir den støtten, og da tar jeg i mot. Det er ikke noe problem for meg.

Dette fortellingsforløpet utfordrer frihetsidealet og påpeker andre bånd som kan virke ledende på den kunstneriske aktivitet, samt et bilde av hegemoniske kamper om hva som er den rette oppfatningen om kunstnerisk verdi mellom ulike aktører i kunstverdenen, som galleri og kunstnerorganisasjonene. Men det er også en illustrasjon av det individuelle valget aktøren selv har til å bestemme sine handlingsbetingelser ut fra oppfatningen av hva som er godkjent og hva som er uakseptert. Det betyr ikke at alle stipendier er oppfattet som respektable:

Det noen private fond, noen stipender som har dukket opp som jeg velger å ikke søke på. Da syns jeg det begynner å bli noe som jeg ikke liker. Det er noen betingelser. Det ligger et eller annet i det. Det er fordi det er knyttet til et navn eller en bedrift eller en virksomhet.

Billedkunstnernes billedkunstner, som er nærmest situert idealet knyttet til den karismatiske kunstnermyten, forteller om valg om ikke å søke stipender der troverdigheten kan utfordres. Dette er en betraktning som ikke nødvendigvis er gyldig for de andre kunstnertypene.

### **Garantert minsteinntekt**

Historiene om garantiinntekten forteller noe om hvor strevsomt en kunstnerkarriere kan oppleves. Det handler om å få frigjort tid til å kunne konsentrere seg utelukkende om kunstarbeidet, uavhengig av pengeøkonomiske behov, over tid.

Hadde ikke jeg hatt det stipendet nå ville jeg vært i en forferdelig situasjon, for da måtte jeg jobbe ved siden av, noe jeg er kjent med fra tidligere. På en måte er det litt luksus. Det er fantastisk, for nå jobber jeg ikke med pengejobb i det hele tatt. Og for første gang å være i en situasjon hvor du bare kan tenke på ditt eget stress. For man er stresset, men likevel tenker man at man slipper å jobbe så og så mange dager i uka som gjør det til en spesiell situasjon. For første gang å virkelig kjenne at man kan synke inn i problematikken og virkelig jobbe.

Det fortelles om en slitasje på individet knyttet til et stort arbeidspress med hensyn til å både konsentrere seg om sitt kunstneriske virke og å ha en ikke-kunstnerisk jobb ved siden av, hvis hovedformål er penger. Dette viser til en innsikt i at en kunstnervirkelighet kan innebære større og andre utfordringer enn de man så for seg da man var ung og lovende, samt en rettferdighetsoppfatning over kravet om en viss alder før man er kvalifisert til å søke. I tillegg knyttes garantiinntekten til opplevelsen av å tilhøre et fellesskap med andre mottakere. På den måten befinner man seg i en eksklusiv krets. Men det er også legitimitetskrav forbundet med garantiinntekten:

Tidligere var det sånn at det ble gitt litt slapt. Det var på den måten at man opparbeidet poeng som ikke var vanskelige å få, og fikk du de poengene var det nesten sånn at de blir delt ut etter årstall. Når du var kommet opp i en viss alder kunne du regne med å få garantert minsteinntekt. Det ble strammet inn på det. For det første ble det krevd litt mer deltakelse på utstillinger i utlandet bl.a. for å høyne nivået, for kritikken begynte å gå ut i samfunnet. Det begynte å rekke departementet og da begynte det å bli farlig. Da sier de at *det gis ikke til de som jobber som kunstnere*. Og da ordnet departementet det slik at det kunne deles ut til kunstnere som var litt yngre også.

Dette er et forløp som tar høyde for *hvordan* garantiinntekten utdeles, knyttet til hvilke kriterier som ligger til grunn som avgjørende for ordningens troverdighet innad blant kunstnerne selv, men også utad i samfunnet for øvrig.

## **Oppsummering**

I dette kapitlet har vi sett at skildringen av kunstneren som uberørt av pengespørsmål er mer et ideal å regne, enn en beskrivelse av en kunstnervirkelighet anno 2005. Uten penger har man liten eller ingen mulighet for deltakelse i velferdssamfunnet for seg selv og sin familie. Men det synes å være noen elementer knyttet til fortellingen om at kunstnere ikke bryr seg om penger, som har autoritet. Dette er koblet til en selvrepresentasjon som trekker på ideen om den karismatiske kunstnermyten. Merkelappen *kunstner* har en frigjørende kraft i forhold til et oppfattet press om å måtte tilpasse seg eller være konform. Dette gir seg konkrete utslag i en erkjent frihet i forhold til forbruksvarer som valg av klær, møbler eller bilsort og fungerer som en beskyttelse mot et statusjag man forbinder med andre samfunnsfelt. Når det gjelder de ”gamle” fortellingene knyttet til at jo lenger unna statlig finansiering, jo mindre status har pengene, synes det å oppleves forskjellig av de ulike kunstnertypene.

Figur 3.

Kunstnertypenes fortellinger om pengenes valør.

Lik valør < ----- > Ulik valør

<b>Entreprenøren</b>	<b>Gallerikunstneren</b>	<b>Småbykunstneren</b>	<b>Billedkunstnerens billedkunstner</b>
----------------------	--------------------------	------------------------	---

For Entreprenøren ser alle pengene like ut. Det samme gjelder i stor grad for Gallerikunstneren, men han forteller om litt større vilkår. Men begge er enige om at skillet om pengenes status er forbundet med graden av opplevd kunstnerisk frihet i utførelsen, ikke hvem som betaler regningen. Småbykunstneren og spesielt Billedkunstnerens billedkunstner, derimot, viser større reservasjoner mot private samarbeidstiltak så lenge det ikke handler om rene kunstkjøp, som er ønskelig. Derimot forteller alle om en større skepsis til sponing av kunst, der opplevelsen av forpliktelsen om gjenytelsen ser ut til å virke begrensende på den kunstneriske frihet, og dermed den kunstneriske kvaliteten.

Gjennom en arbeidsorganisering som selvstendig næringsdrivende, har kunstnere selv økonomisk og administrativt ansvar for sin virksomhet. Det vil si at man ikke har rett på pensjon og sykepenger gjennom folketrygden. Dette er et forhold som framtrer som et ikke-tema grunnet en opplevelse av manglende mulighet til å endre disse forholdene. Kunstnere opplever en manglende mulighet til å legge makt bak sine krav, knyttet til sin lave status i samfunnet forøvrig. En konsekvens av dette er at kunstnere ikke ser ut til å bli syke. Fortellingene synliggjør et plott der kunstnere, gjennom sin vei inn i kunstneryrket, er sosialisert inn i en norm som handler om å stå på og der aksepten for å legge seg ned, er lav. Dette er et forhold som gir konnotasjoner til handlingsbetingelser koreografert av den karismatiske kunstnermyten der en implikasjon av kunstneryrket er knyttet til akkurat dette.

En annen fortelling går på at oppdragsgivere og gallerier betaler kunstnerne sent. Etter en utstilling kommer ikke pengene kunstnerne i hende før etter at galleriet har fått inn *alle* pengene. De blir ikke utbetalt stykkevis og delt. Dette kan ta flere måneder og er ikke kontraktfestet. Det gir ofte den konsekvens at kunstnere blir gående og vente på pengene, noe som kan gi likviditetsproblemer for kunstneren som ikke får betalt regningene i tide. I andre



del av arbeidslivet ville dette sannsynligvis blitt møtt med rentekrav, og det uttrykker kunstnerens begrensede handlingsbetingelser i forhold til pengemakten. Det synes ikke å være en norm at kunstnere har oppsparte midler å tære på i slike situasjoner, og det viser til en omstendighet som igjen kan gi næring til en oppfatning av kunstneren som ustrukturert og uøkonomisk.

Når det gjelder prissetting av kunst er det avhengig av om man er tilknyttet et galleri eller ikke. Kunstnere utenfor galleristallen, prissetter selv. Det fortelles at de i starten av en karriere har lagt seg på et prisnivå, for deretter å stige langsomt oppover. Prisnivået blir funnet gjennom å skjele til andre kunstnere det er naturlig å sammenlikne seg med. For en gallerikunstner forholder det seg litt annerledes. Der er det galleriet som prissetter, enten alene eller i samråd med kunstneren, i forhold til det antatte markedet. Oppgaven er å ikke prise kunsten for høyt for å sikre salg, fordi det er uakseptabelt å sette prisen ned igjen. Har en kunstner først lagt seg på et nivå, forventes det av kjøpere og gallerier at verdien av den kunstneren skal stige gjennom år, som en aksje. Det er ikke slik at kunstverk kommer på salg. Dette er et forhold som både ville true kunstnerens legitimitet og integritet, med skadelige følger for troverdigheten.

Fortellingene om stipender og den garanterte minsteinntekten handler som sagt både om pengene i seg selv og anerkjennelsen av sine egne, som disse tildelingene uttrykker. Samtidig er det ikke så enkelt. Det er ikke alle stipend som gir like høy status. Det er avhengig av hvem som utdeler dem og det blir knyttet til de ”gamle” fortellingene om at noen penger er ”skitne”. Stipender gitt av staten har høyere status enn mer private stipend som er utdelt av bedrifter eller organisasjoner, der det hersker usikkerhet rundt forpliktelsen om gjenytelsen. Det sentrale poeng er ikke *hvem* som utdeler, men hvilke *forventninger* som blir forbundet med utdelingen. Dette er en sammenheng det også fortelles om i forhold til garantiinntekten, der tildelingskriteriene er av betydning for ordningens status og legitimitet.



## 8. Oppsummering og konklusjon

Denne masteroppgaven har tatt sikte på å undersøke hvilke fortellinger kunstnerne selv har om samspillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger i 2005. Med utgangspunkt i forestillingen om et økende samspill mellom kunst og kapital som har ledet til endrede handlingsbetingelser for kunstnerisk praksis, er hovedspørsmålet:

*På hvilken måte forholder kunstnere seg til samspillet mellom kunst og kapital? På hvilken måte er de opptatt av penger?*

Ved hjelp av en diskursteoretisk tilnærming, har jeg forsøkt å drøfte og løfte fram de fortellingene som informantene så sjenerøst har fortalt om. Jeg har ønsket å utfordre fortellingen om den karismatiske kunstnermyten ved å undersøke hva som er kunstneres egne fortellinger, om dette samspillet. Dette har utgangspunkt i oppfatningen om at det er gjennom dem at de diskursive elementene kommer til uttrykk og kan gi mening. Maktaspektet står sentralt i en slik tilnærming. Måten vi taler om noe på har betydning for hvordan det blir oppfattet, og sier noe om hvordan vi oppfatter verden.

Gjennom en pragmatisk tilnærming til oppgaven har jeg valgt å støtte meg til Faircloughs (1992) versjon av kritiske diskursanalyse. Analysen har sentrert seg rundt den kommunikative begivenhet som viser til selve språkbruken som har vært gjenstand for analysen og som har tre dimensjoner. I denne sammenhengen er det for det første: intervjuutskriftene. For det andre: den diskursive praksis som viser til hvordan kunstnere *taler om på hvilken måte samspillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger på den, gjøres*. Og for det tredje: to sosiale praksiser presentert som den karismatiske kunstnermyten og forbrukersamfunnsdiskursen. Dette er analysert i forhold til et strukturelt rammeverk jeg har kalt kunstfeltets diskursorden som står i et dialektisk forhold til den kommunikative begivenhet. Et sentralt spørsmål har vært i hvilken grad kunstnertypenes fortellinger har vært innvevd i eller trukket på andre og flere diskurser, enn de myten forteller om. I det etterfølgende vil jeg drøfte mine hovedfunn.

I dette datamaterialet har det synliggjort seg fire forskjellige fortellinger om dette samspillet. Det vil si fire ulike representasjoner av subjektposisjonen ”kunstneren”, som alle viste til ulike situeringer i diskursen. Som et metodisk verktøy valgte jeg å gi idealtypiske

framstillinger av disse, med begrunnelse av at analysens fokus er på *mønstre, sammenhenger* og *gjenkjennelse*. Den enkelte kunstner er ikke interessant i denne sammenheng.

Alle kunstnertypene er kjennetegnet av å være mønstre på flere rasjonaliteter. De er også gjenspeilinger av sosiale og kulturelle mønstre knyttet til den karismatiske kunstnermyten og forbrukersamfunnsdiskursen, om enn i en varierende grad. Situert nærmest den karismatiske kunstnermyten finner vi Billedkunstnernes billedkunstner. Det er den kunstnertypen som i størst grad fyller autonomikravene til kunstnermyten og som nyter stor anerkjennelse innad i kunstfeltet gjennom tildeling av flerårige arbeidsstipender stipender tidlig i karrieren, for senere å få kunstnernes garantiinntekt. På den andre enden av skalaen, nærmest forbrukersamfunnsdiskursen, finner vi Entreprenøren som ikke nyter samme aktelse av sine egne. Hun har måttet skape egne veier for kunstnerisk virksomhet og økonomisk inntjening. I mellom disse posisjonene finner vi Gallerikunstneren og Småbykunstneren.<sup>108</sup> På den måten er ingen av kunstnertypene helt ”rene”, men representasjoner av posisjonenes forskjelligartete handlingsbetingelser og handlingsmuligheter som gir seg uttrykk i ulike hybride tilnærminger, men der alle definerer seg gjennom en kunstoppfatning.

En dominerende fortelling i forhold til kunstnerisk praksis er *kravet om å være synlig*. De ulike kunstnertypene forteller om ulike strategier og metoder for å møte dette kravet. Småbykunstneren forteller at man må være litt taktisk med hensyn til selv å ta initiativ til å bli sett, mange ganger i ulike sammenhenger, slik at de som betyr noe har en mulighet til å se en. Gallerikunstneren blir sett gjennom galleriet, men han forteller om betydningen av ”kundepleie” som omhandler sosialisering med de ”rette personene”. Entreprenøren opererer med andre handlingsbetingelser. Hun forteller om det å selv ta initiativ til synliggjøring gjennom å kontakte potensielle arbeidsgivere, mens Billedkunstnernes billedkunstner får oppmerksomhet gjennom tildelingen av stipender og garantiinntekten. Disse måtene å bli sett på, representerer ulike handlingsbetingelser for økonomisk inntjening som øker sjansene for videre kunstnerisk praksis.

En annen dominerende fortelling er knyttet til ideen om kunstnerisk autonomi, og den er forbundet med idealet til nøkkelfortellingen om den karismatiske kunstnermyten. Grunnet Entreprenørens situering i diskursen skulle man tro at opplevelsen av kunstnerisk frihet er av

---

<sup>108</sup> Se figur 1, på side 51.

mindre betydning, enn det er for Billedkunstnernes billedkunstner. Dette ser ikke ut til å være tilfelle. Alle kunstnertypene beskriver, gjennom sin diskursive praksis, opplevelsen av å inneha kunstnerisk frihet i forhold til sitt kunstneriske virke. Det handler om *makten til å bestemme selv*. Og det kravet er ubøyelig. Det er med andre ord en fortelling om en subjektiv oppfatning av de kunstneriske handlingsbetingelsene i forhold til det gitte oppdraget. Dette er uanhengig av om det er i forhold til et enkeltstående kunstverk eller et utsmykningsoppdrag. Et element i fortellingen er også knyttet til tverrfaglig samarbeid, der på forhånd gitte rammer kan fungere frihetsskapende for den enkelte kunstner og det kunstneriske uttrykk.

En tredje dominerende fortelling er knyttet til ideen om at penger gis ulik valør. Jeg finner at myten om *kunstneren som uinteressert i pengeøkonomi er ugyldig*. I det ligger det ingen påstand om at det beskrives et ønske om mange penger, men nok til å klare seg og leve komfortabelt. Dette er i en erkjennelse av at ting koster penger i samfunnet vi lever i nå. Og kunstnere, i likhet med andre mennesker, ønsker livsbetingelser som muliggjør en deltakelse i velferdssamfunnet. I så måte er de ”gamle” fortellingene om ”skitne” penger ikke gangbare for å beskrive skillet knyttet til penger fra det private næringsliv kontra penger fra staten. For Entreprenøren og Gallerikunstneren handler det nåværende skillet mellom ”skitne” og ”rene” penger om graden av opplevd kunstnerisk frihet i forhold til oppdraget og kunstprosjektets status, ikke hvem som betaler regningen. Det som er av interesse er selve kunstoppdraget. I så måte kan et utsmykningsprosjekt som har privat finansiering være like interessant som et finansiert av staten. Dette oppleves litt forskjellig for de to andre kunstnertypene. De viser litt større reservasjoner. Billedkunstnernes billedkunstner og Småbykunstneren har større betenkeligheter med hensyn til rent privatfinansierte prosjekter så lenge det ikke handler om kunstsalg. For det er fint. Felles for alle kunstnertypene er at det ikke er pengene i seg selv som er problemet, men den antatte forpliktelsen om gjentelsen. Dette er en forbindelse som vises gjennom en utbredt skepsis til sponing, men også til ulike stipendutdelinger. På den måten kan vi si at framdeles *gis pengene ulik valør*.

Det konstruktivistiske perspektivet hevder at ”sannheten” lever i sin virkelighetskontekst og er historisk og kulturell spesifikk.<sup>109</sup> Dette impliserer at representasjonene av en virkelighet og fortellingene om den også er historisk og kulturell spesifikk. Dette gjelder også for kunstnertypene som vi har sett representerer ulike hybrider av samme subjektposisjon,

---

<sup>109</sup> Jf. Burr (2003:3).

”kunstneren”. Hvilke ideologier og framstillinger som til en hver tid har hegemoni, endres gjennom sosial praksis der språket er ett element. Dette er knyttet til sosiale og kulturelle faktorer. For kunstnertypene handler det hele tiden om en balanse mellom mål og middel, mellom å ivareta identiteten som kunstner knyttet til ideen om kunstens autonomi og kravet om økonomisk inntjeningssevne. Og det handler om hvordan kunstnere forholder seg til andre aktører i kunstfeltet som selv ikke er kunstnere, det være seg gallerister, kunstkjøpere, kuratorer o.s.v., for å klare å opprettholde en kunstnerkarriere. Kunstnertypene er i så måte eksempler både på hvordan sosial praksis konstruerer, men også blir konstruert. Med andre ord, i tillegg til å bli påvirket av virkeligheten de eksisterer i, illustreres de også som aktive og handlende aktører i sin egen konstruksjon av en virkelighet.

### **Veien videre**

Funnene i denne undersøkelsen har gitt nye spørsmål knyttet til for eksempel hva disse muntlige kontraktene mellom galleri og kunstner innebærer i praksis, for kunstnere. Hva ligger der av formelle og uformelle avtaler og forventninger? Et annet spørsmål er knyttet til normen om muntlige kontrakter. Hva skjer når noen andre enn kunstneren setter ideene ut i livet? Hvordan defineres hvem som besitter opphavsretten da? Og hvordan avtales dette formelt/uformelt? Et tredje tema viser til makt-/avmaktsforholdet som er beskrevet mellom kunstner på ene siden og kurator, kunsthistoriker og filosof på den andre siden. Hvem er det som besitter definisjonsmakten i kampen om en hegemonisk plassering i diskursen?

Funnene presentert her gir ingen beskrivelse av billedkunstnerpopulasjonen som sådan, men kan kanskje benyttes som grunnlag for utviklingen av et spørreskjema benyttet i en større survey. Det vil kunne trekke noen konklusjoner om et representativt utvalg forbundet med andre krav til overførbarhet og validitet,<sup>110</sup> og gi resultater som trolig vil kunne si mer generelt om tematikken. Et annet tema er i hvilken grad disse kunstnertypene kan overføres på andre kunstfelt?

En svakhet ved denne studien er at jeg ikke hadde anledning til å snakke med en kunstner som opererte innenfor medierommet. Det ligger en mistanke om at det der befinner seg enda en type billedkunstner som, ved å være situert i den posisjonen, viser til et annet mønster for diskursiv praksis knyttet til samspillet mellom kunst og kapital.

---

<sup>110</sup> Jf. Malterud (2003:61)

Gjennom arbeidet med oppgaven har det også synliggjort seg et annet teoretisk perspektiv som virker interessant å belyse tematikken igjennom. Med bakgrunn i en oppfatning om at mange av handlingsbetingelsene til kunstnertypene blir beskrevet i spilltermer, er spillteori et nærliggende analyseredskap. Spillteori fokuserer på hva som i et gitt tilfelle er det optimale utfall for en gitt situasjon.<sup>111</sup> Dette er et spennende perspektiv, men også etisk utfordrende ut i fra en antakelse om at ideen om et bevisst, kalkulerende individ oppleves som provoserende av de fleste kunstnere og på den måten ikke vil bidra til gjenkjennelse for den enkelte kunstner.

### **Avsluttende bemerkninger**

En kvalitativ innfallsvinkel innebærer at jeg kun får vist små glimt av hvordan dette samspillet gjøres ved å belyse noen mønstre og ”spilleregler” gjennom de ulike kunstnertypene. Min intensjon har vært å ta på alvor de dilemmaer og utfordringer omkring samspillet mellom det å skape kunst på den ene siden og det å tjene til livets opphold på den andre, som kunstnerne har fortalt om i intervjusituasjonen. I denne sammenhengen har det å ta på alvor handlet om å søke å undersøke ulike sider ved den sosiale praksisen de har beskrevet og å skildre aspekter ved dette som befinner seg på både den positive og den negative siden. Som ”gammel” danser har det vært av betydning å ikke la meg forføre til å skrive et forsvarsskrift for kunstnere opp mot kapitalkreftene, men å gå bak fortellingen om at ”kapitalen dreper kunsten” og se hva som befant seg der. Det har vært viktig å se oppgaven som et ledd i det å skaffe innsikt og forståelse om de særegne utfordringene kunstnere sitter med i sitt arbeidsliv. Dette er en innsikt jeg tenker kan være verdifull for kunstnere selv, men også andre ikke-kunstnere som søker seg et samarbeid over egne praksisfelt. Det har handlet om et bidrag til en begrepsavklaring av verdier, normer og holdninger som dominerer innenfor kunstfeltet i dag, uttrykt i en ydmykhet om at dette kun er noen få fortellinger. Jeg tror det fins flere...

---

<sup>111</sup> Jf. Barnes (1995:12).





## **Litteraturliste:**

Aslaksen, Ellen, K. (1997), *Ung og lovende*. 90-tallets unge kunstnere – erfaringer og arbeidsvilkår (9 – 54, 146 – 162). Oslo: Norsk kulturråd. (Rapport nr. 8).

Barnes, Barry (1995), *The Elements of Social Theory*. UCL Press.

Barthes, Roland (1969), *Mytologier*. Utvalgte essays om vor mytologiske hverdag. København: Bibliotek Rhodos.

Becker, Howard S (1982), *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.

Bjerke, André (1951), *Den hemmelige sommer*. Oslo: Aschehoug & co.

Bjørkås, Svein (1998), *Det muliges kunst*. Arbeidsvilkår blant utøvende frilandskunstnere (7 – 22, 30 – 122). Oslo: Norsk kulturråd (Rapport nr. 12).

Bourdieu, Pierre (1992), *Men vem skapade skaparna? I* : Bourdieu, P.: *Texter om de intellektuelle*. En antologi redigerad av Donald Broady. Brutus Östlings Bokförlag, Symposien, Stockholm/Stehag.

Bourdieu, Pierre (1993), *The Field of Cultural Production* (1-111). Cambridge: Polity Press

Bourdieu, Pierre (1995), *Distinksjonen*. Oslo: Pax Forlag A/S

Bourdieu, Pierre (1996), *Symbolisk makt*. Oslo: Pax Forlag A/S

Burr, Vivian (2003), *Social Constructionism*. Second edition. London and New York: Routledge.

Danielsen, Anne, De Paoli, Donatella, Gran, Anne-Britt og Langdalen, Jørgen (2003), *Kunsten å hellige middelet?* Kristiansand S.: Høyskoleforlaget AS.

Ellmeier, Andrea (2003) “Cultural Entrepreneurialism: On the Changing Relationship between the Arts, Culture and Employment” i *The International Journal of Cultural Policy*, 2003 Vol. 9 (1), pp. 3-16.

Fairclough, Norman (1992), *Discourse and Social Change* (1 – 137). Cambridge: Polity Press.

Fairclough, Norman (2003), *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. London, New York: Routledge.

Featherstone, Mike (1991), *Consumer Culture & Postmodernism* (1-95). London: SAGE Publications.

Foucault, Michel (1969), *The Archaeology of Knowledge*. London and New York: Routledge.

Frønes Ivar (2001), *Handling, kultur og mening*. Bergen: Fagbokforlaget

Giddens, Anthony (1991), *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press

Giddens, Anthony (1997), *Modernitetens konsekvenser*. Oslo: Pax Forlag A/S

Gran, Anne-Britt og De Paoli, Donatella. (2005), *Kunst og kapital. Nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv* (7 – 257). Oslo: Pax Forlag A/S.

Guttu, Tor (red.) (1993), *Norsk illustrert ordbok. Moderat bokmål og riksmål*. Oslo: Kunnskapsforlaget.

Habermas, Jürgen (1971), *Borgerlig offentlighet*. Oslo: Gyldendal

Jørgensen, Marianne Winther og Philips, Louise (1999), *Diskursanalyse som teori og metode* (7 – 33, 72 – 104, 143 – 168). Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.

Klausen, Arne Martin (1984), ”Ny norsk kulturpolitikk og billedkunstnerne – rollekonflikt og revolusjon” i Arne Martin Klausen (red.) *Den norske væremåten*. Oslo: Cappelen.

Kvale, Steinar (1997), *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal akademisk.

Lachlaur, Ernesto og Mouffes, Chantal (1985), *Hegemony and Socialist Strategy. Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.

Lakoff, George and Johnson, Mark (1980), *Metaphors We Live By*. Chicago and London: The University of Chicago Press.

Malterud, Kirsti (2003), *Kvalitative metoder i medisinsk forskning – en innføring*. Oslo: Universitetsforlaget.

Mangset, Per (1998), *Kunstnerne i sentrum*. Om sentraliseringsprosesser og desentraliseringspolitikk innen kunstfeltet (9 – 33, 63 – 110, 180 – 232) Oslo: Norsk kulturråd (Rapport nr. 11).

Mangset, Per (2004), “*Mange er kalt, men få er utvalgt*”. Kunstnerroller i endring (7 – 256) Bø i Telemark: Telemarksforskning Bø. Rapport 215.

Marx, Karl (1992), *Arbeid, kapital og frammedgjøring*. Sentrale tekster av Karl Marx. Åsmund Birkeland (red.) Oslo: Falken.

Mauss, Marcel (2002), *The Gift*. London and New York: Routledge.

Merton, Robert (1978), “Den selvoppfyllende spådom” i Dag Østerberg (red.) *Handling og samfunn*. Oslo: Pax Forlag.

Mills, Sara (2003), *Michel Foucault*. USA and Canada: Routledge.

Mjøset, Lars (1991), *Kontroverser i norsk sosiologi*. Oslo: Universitetsforlaget AS.

Mjøset, Lars (2001), “Theory, Understandings of in the Social Sciences” i *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. (red.) Smelser, Neil & Bates, Paul B. Pergamon/Elsevier 2001 pp. 1 – 13.

Nesbit, Robert (1978), *Sosiologi som kunstform*. Oslo – Bergen – Tromsø: Universitetsforlaget

Neumann, Iver (2001), *Mening, materialitet og makt: En innføring I diskursanalyse* (11 – 179). Bergen: Fagbokforlaget.

Neumann, Iver (2002), ”Returning Practice to the Linguistic Turn: The Case of Diplomacy” i *Millennium: Journal of International Studies*. Vol. 31, No. 3, pp. 627-651.

Potter, Jonathan og Wetterell, Margaret (1987), *Discourse and Social Psychology*. London: Sage.

Schmedling, Olga (1998), ”Kunstens tidsrom”. Sæter, Oddrun (red.) i *Kunstrommet, Byrommet, Maktrommet*. KULTs skriftserie nr. 102.

Solhjell, Dag. (1995), *Kunst-Norge* (11 – 121, 256 – 277). Oslo: Universitetsforlaget.

Solhjell, Dag (2000), “*Poor Artists in a Welfare State: A Study in the Politics and Economics of Symbolic Rewards*”. *Cultural Policy*. Vol. 7, no. 2, pp. 319-354.

St.meld nr. 47 (1996-97), *Kunstnerne*. Oslo: Kulturdepartementet.

St.melding nr. 48 (2002-2003), *Kulturpolitikk fram mot 2014*. Oslo: Det kongelige kultur- og kyrkjedepartement.

Sæter, Oddrun (1989), *Kunstnerkår i nord*. Oslo: Kommuneforlaget.

Thagaard, Tove (1998), *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.

Thwaites, Tony, Davis, Lloyd and Mules, Warwick (1994), *Tools for Cultural Studies. An introduction*. Australia: Macmillan Publishers Australia PTY LTD.

Weber, Max (1995), *Den protestantiske etikk og kapitalismens ånd*. Oslo: Pax Forlag.

Weber, Max (2000), *Makt og byråkrati*. 3. utgave. Norge: Gyldendal akademisk.

Widerberg, Karin (2001), *Historien om et kvalitativt forskningsprosjekt*. Oslo: Universitetsforlaget.

Østerberg, Dag (1997), *Fortolkende sosiologi*. 2 utgave. Oslo: Universitetsforlaget.

Østerberg, Dag (2003), *Sosiologiens nøkkelbegreper*. 6. utgave. Oslo: Cappelen akademisk forlag AS.

### **Annet:**

#### **Tv-program:**

”Safari” vist på NRK 1, 4. april 2006.

#### **Internett:**

Roll-Hansen, Hege (2002) ”Fattigstatistikk mellom økonomi og moral”. Frigitt 2. mai 2002 på SSB. <http://www.ssb.no/samfunnsspeilet/utg/200202/01/index.html> (Lesedato 10.05. 2006).

Statens kunstnerstipend. [URL:http://www.kunstnerstipend.no](http://www.kunstnerstipend.no) (Lesedato 06.05. 2006).

**Avisartikler:**

Skjævesland, Odd Inge. ”Grundig sjekk av kunstneres levekår” i Aftenposten 9.11 2005.

Bjørkeng, Per Kristian. ”Ikke bare på fest” i Aftenposten 19.4 2006.

De Paoli, Donatella. ”Kulturell kapitalforvalter” i Dagens Næringsliv den 29./30. mars 2003.

Sandberg, Lotte. ”Liten og dum kunst” i Aftenposten 20.05 2005.

Sæter, Oddrun (2004) ”Den nye byklassen” i Morgenbladet 27.08 2004.

Sørheim, Sarah og Nerdrum, Nora Ceciliedatter. ”Keiserens klær og kritikken” i Morgenbladet 9. – 12. desember 2005.



## ***Vedlegg 1. Intervjuguiden.***

### Holdninger til samspill mellom kunst og kapital.

Intervjuguide for kunstnere som har erfaring fra såkalte utsmykkingsoppdrag. ( På hvilken måte forholder kunstnere seg til samspillet mellom kunst og kapital? På hvilken måte er de opptatt av penger?)

### Tema: Hvordan gjøres samspillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger på den – rent praktisk?

#### a) Din beskrivelse av dette samspillet.

Kan du beskrive, så detaljert som mulig, en typisk jobb for deg? Eks. et prosjekt du har vært med på?

Hvordan planlegger du jobber i løpet av et år?

Hvem tar initiativ til jobber?

Er det stor variasjon i type jobber?

Hvem tar avgjørelsene om - kunstnerisk utforming? – pengebeløp?

Hva slags arbeidsfordeling har du og oppdragsgiver dere i mellom?

Hva gjør du hvis det kommer flere jobber på en gang?

Hvordan vil du beskrive din rolle som kunstner?

#### b) Din vurdering av dette samspillet?

Hvordan vurderer du betydningen av å tjene penger på jobbene du gjør?

Hvordan vurderer du betydningen av å ha frihet i forhold til utformingen av jobben?

Er det noen motsetning mellom dette?

Hva er din vurdering av hvordan kunstnere får jobber? Eks. er det spesielle utfordringer, slik du ser det?

Hvordan fungerer samarbeidet om avgjørelsene som skal tas, i forhold til jobben?

Har du opplevd faglige konflikter, mht kunstneriske krav?

Har du opplevd diskusjoner over pengebeløpets størrelse?

### Tema: Hvordan organiserer kunstnerne sitt arbeid?

Hvordan går du fram for å få jobber?

Har dette endret seg fra tidligere i karrieren?

Hva er viktig for å knytte til seg jobbkontakter? Hvorfor?

Noe av det som kan virke tiltrekkende ved en tilværelse som selvstendig næringsdrivende, er oppfatningen om at da har man mulighet til selv å styre dagen sin. Kan du fortelle litt om det?

### Tema: Kulturelle entreprenører

Hva slags forhold har du til en markedstankegang, i forhold til ditt virke som kunstner?

Jeg tenker at det kan oppleves som et dilemma, å skulle sette en pris på den kunsten man lager. Har du en slik erfaring? Kan du beskrive en slik erfaring for meg?

Hva slags forhold har du til det å selv skape jobber?

Har du mange ulike jobber? Kan du fortelle litt om det?

Har du lært spesifikt om økonomi og administrasjon, ift til virke som kunstner?

### Tema: Det nye arbeidsmarkedet og teknologi

På hvilken måte er de nye kommunikasjonsmidlene koblet sammen med samspillet mellom kunst og kapital?

Har du tilgang til internett og mobiltelefon?

Har teknologien bidratt til nye kunstneriske muligheter?

Er det utviklet dataprogrammer som kan være nyttig for deg?

Er det noe du benytter deg av?

Har teknologien bidratt rent kunstfaglig til å korte ned tiden til ferdig produkt?

Har du lagt vekt på å være på internett, i jobbsammenheng?

Har du laget en hjemmeside, som promoterer deg og ditt arbeid?

Har den nye teknologien, som internett og mobilbruk, en betydning, i det å få jobber? Kan du gi et eksempel?

Føler du at tilgjengelighet er av betydning for å få jobber?

### Tema: Kunst for kunstens skyld

En fortelling om kunstnere er at de ikke bryr seg om penger. Hva tenker du om det?

Har du noen forestillinger om hva det vil si at kunst er fri?

Hva slags forhold til det har du, når du gjør jobber? Kan du gi et eksempel?

### Tema: Penger er ikke penger, - det gis ulik valør

Har du noen kriterier for hvilke jobber du vil ta?



Er det jobber du har sagt nei til?

Kan du si litt om hvorfor?

Er det noen jobber som kun er for å tjene penger? Såkalte ”brødjober”?

Hva tenker du om det?

Har du fått noen stipend?

Hvordan vurderer du betydningen av stipender, for kunstnere?

Har det noen betydning for deg, hvem som finansierer jobben? Dvs. hvem som betaler regningen?

Har du erfaringer fra å jobbe for næringslivet? (Hvis ja) Kan du gi et eksempel?

Er det forskjeller på jobber som er finansiert av offentlige og private penger?

Har du erfaring fra sponing av kunsten din?

Hvordan vurderer du sponing av kunst?

Er det en motsetning mellom såkalt fri kunst og det å jobbe for penger fra næringslivet eller private aktører i samfunnet?

### Avslutningsvis

Er det noen spørsmål du savner, som jeg ikke har stilt? Er det noe du ønsker å tilføye? Har du flere sluttkommentarer?



## ***Vedlegg 2. Informasjonsskriv til Utsmykningsfondet***

### Informasjonsskriv til Utsmykningsfondet for offentlige bygg.

Jeg heter Vibeke Hellemann Berg og er fulltidsstudent på masternivå i sosiologi. Jeg har 12 års arbeidserfaring som frilanser i teatret, der jeg jobbet som danser, dansepedagog og koreograf. Nå holder jeg på med den avsluttende oppgaven i mastergraden i sosiologi, ved Universitetet i Oslo.

### Om prosjektet:

Prosjektets foreløpige tittel er: *Kunst og kapital – venner eller fiender? Holdninger til samspill mellom kunst og kapital hos aktører i kunstsektoren.*

Dette prosjektet tar sikte på å *undersøke hvilke fortellinger kunstnerne selv har om samspillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger, i 2005.* De siste 20 årene har det skjedd en markant økning av kunstnere i befolkningen. Det er stadig flere som ønsker å studere kunsthøgskole og som velger å satse som utøvende eller skapende kunstnere. En forklaring har vært knyttet til en økning i den generelle velstanden i et samfunn. Jo mer velstand i et samfunn, jo flere kunstnere. Dette igjen åpner for et arbeidsmarked som også må sies å være i endring. Det er stadig flere som velger å ta en kunsthøgskole utdanning, noe som igjen leder til økt konkurranse, men også etablering av nye måter å tenke og handle rundt dette med å skape kunst og det å tjene penger på den. (Bjørkås 1998). Ulike tider, representerer ulike utfordringer mht det å ta del i og bidra til det velferdssamfunnet vi lever i. Kapital eller penger er noe alle må forholde seg til, enten de snekrer, forsker, jobber som økonomer eller skaper kunst. Pengene kan sies å representere noe felles, noe vi alle må ha og også forholde oss til, uansett status, kjønn, yrke for å nevne noe. Dette, som et bindeledd til det å være en del av et velferdssamfunn. Hvordan løser kunstnere dette?

Det er ulike fortellinger og myter om hvordan kunstneren forholder seg til penger. ”En kunstner er ikke opptatt av penger, det er kunsten som står i sentrum” eller ”kapitalen dreper kunsten”. Et bilde, kan være av den lidende kunstneren som ofrer ”alt”, for å skape sin kunst, koste hva det koste vil. En påstand er at kunstnere kan tenke strategisk rundt dette med å bygge en karriere og tjene gode penger på kunsten sin, men at det er noe som skjer i handling, og som ikke blir snakket om. Mulig fordi koblingen mellom det å skape kunst og det å sette en pris på den, kan oppleves som problematisk og ikke ordentlig stueren?

Samfunnet i dag ser annerledes ut enn det gjorde for 20-30 år siden. Mye har skjedd siden den etablerte kulturpolitikken ble fastlagt. Viktigste stikkord for dagens samfunn er globalisering, kommersialisering og individualisering, med andre ord kan vi si at vi står overfor en dynamisk kultursektor i endring. Det er endringer i levekår, utdanning og demografi. Globaliseringen innebærer muligheten til å forflytte seg og sin kunst til ulike deler av verden. Dette som en følge av de nye kommunikasjonsmidlene, som internett. I dette perspektivet har det oppstått nye kontaktflater mellom for eksempel kultur og næringsliv. Avstanden mellom kunst, media, reklame og kulturindustrien ser ut ha blitt kortere, siden 1980-tallet. Dette gjelder både Norge og internasjonalt. (St.meld.48. 2002-2003).

I hvilken grad ligger det, hos kunstneren selv, en vektlegging av det å tjene penger når man arbeider med kunst. Er det slik at kunstnerne slett ikke er opptatt av penger og at pengeproblematikk ikke er et tema, i sammenheng med utførelsen av kunstnerisk arbeide? Er det slik at man tenker kroner, når man tar en jobb, eller ikke? Er det ”lov” å tenke kapital, i forhandlingen av en jobb? Kan det være ulike interesser? Kan det for eksempel være slik at for kunstneren selv, så er det fint å tjene penger, men for de som sitter på andre siden av forhandlingsbordet, så er det formålstjenlig å bygge opp under myten om at kunstnerne ikke trenger penger for å leve, for å slippe å betale så mye? Å være fokusert på penger i samme åndedrag som kunst, er det en mulighet, eller en utenkelighet? Dette for å sette det på spissen. I denne sammenheng vil jeg spørre: *På hvilken måte forholder kunstnere seg til samspillet mellom kunst og kapital? På hvilken måte er de opptatt av penger?*

#### Hvordan vil jeg gjøre det?

Min intensjon er å intervju ca 10 personer som er etablerte kunstnere. I denne sammenhengen anser jeg ikke alder eller kjønn som en relevant bakgrunnsvariabel, men snarere det at de har erfaring fra å jobbe på oppdrag, dvs. i et samspill med andre mennesker og deres, kan hende, førende rammer, rundt utsmykkingsoppdraget. Selve utsmykkingsoppdraget således, kan sies å være et resultat av et samspill mellom ulike mennesker og ulike kompetanser, der kunstneren tilslutt står ansvarlig for det synlige resultatet. Når det gjelder intervjuform, tenker jeg at det vil kunne bli relativt ustrukturert. Jeg tenker at det er viktig å være bevisst hvilke temaer det skal spørres om, men at selve rekkefølgen på spørsmålene, vil tilpasse seg det enkelte intervju. En målsetting er å få til en god samtale om disse temaene.

Jeg ønsker altså å finne noe ut om hvilke tanker, forventninger, valg og oppfatninger kunstnerne har om det å tjene penger på kunsten, i 2005? Metoden jeg vil benytte, er det som kalles en kvalitativt tilnærmet forskningsmetode. I denne sammenhengen, vil det si å intervju informanter som jeg antar kan si noe eksplisitt om problemstillingen. I den forbindelse er det særskilte etiske forpliktelser, som at alle som deltar i prosjektet vil bli anonymisert. Jeg vil kunne benytte meg av sitater, men ingen skal kunne vite hvem som har sagt hva. Prosjektet er også meldt til Personvernet for forskning. Norsk samfunnsfaglig datatjeneste AS, der jeg har forpliktet meg til å følge de rådende lover og regler som gjelder, for denne type forskning.

Litteratur:

Bjørkås, S. (1998) Det muligens kunst. Arbeidsvilkår blant utøvende frilandskunstnere. Oslo: Norsk kulturråd (rapport nr. 12).

St.melding nr. 48 (2002-2003). *Kulturpolitikk fram mot 2014*. Oslo: Det kongelige kultur- og kyrkjedepartement. (s.25– 59).



### ***Vedlegg 3. Informasjonsskriv til informantene***

#### Informasjonsskriv til informantene.

Jeg heter Vibeke Hellemann Berg og er fulltidsstudent på masternivå i sosiologi. Jeg har 12 års arbeidserfaring som frilanser i teatret, der jeg jobbet som danser, dansepedagog og koreograf. Nå holder jeg på med den avsluttende oppgaven i mastergraden i sosiologi, ved Universitetet i Oslo. I mitt masterprosjekt tar jeg sikte på å *undersøke hvilke fortellinger kunstnerne selv har om samspillet mellom det å skape kunst og det å leve av sin kunst.*

#### Hvordan vil jeg gjøre det?

Min intensjon er å intervju ca 10 personer som er etablerte kunstnere, som har det til felles at de har skapt seg et levebrød av kunsten sin. I denne sammenhengen anser jeg ikke alder eller kjønn som en relevant bakgrunnsvariabel, men snarere det at de har erfaring fra å jobbe på oppdrag, dvs. i et samspill med andre mennesker og deres, kan hende, førende rammer, rundt kunstopdraget.

En målsetting er å få til en god samtale om dette temaet. Metoden jeg vil benytte, er det som kalles en kvalitativt tilnærmet forskningsmetode. I denne sammenhengen, vil det si å intervju informanter som jeg antar kan si noe eksplisitt om det jeg vil undersøke.

I den forbindelse er det særskilte etiske forpliktelser, som at alle som deltar i prosjektet vil bli anonymisert. Jeg vil kunne benytte meg av sitater, men ingen skal kunne vite hvem som har sagt hva. Prosjektet er også meldt til Personvernet for forskning, Norsk samfunnsfaglig datatjeneste AS, der jeg har forpliktet meg til å følge de gjeldende lover og regler for denne type forskning.





## ***Vedlegg 4. Informasjon og samtykkeerklæring***

### Informasjon til deltakere i prosjektet om holdninger til samspill mellom kunst og kapital.

Jeg heter Vibeke Hellemann Berg og er fulltidsstudent på masternivå i sosiologi. Jeg har 12 års arbeidserfaring som frilanser i teatret, der jeg jobbet som danser, dansepedagog og koreograf. Nå holder jeg på med den avsluttende oppgaven i mastergraden i sosiologi, ved Universitetet i Oslo.

#### Om prosjektet:

Den foreløpige tittelen til prosjektet er: *Kunst og kapital – venner eller fiender*, med undertittelen, *holdninger til samspill mellom kunst og kapital hos aktører i kunstsektoren*. Dette forskningsprosjektet tar sikte på å finne ut noe om hvordan kunstnere tenker rundt samspillet mellom det å skape kunst og det å tjene penger. Bakgrunnen for dette temaet er at det de siste 20 årene har skjedd en markant økning av mennesker som velger å leve som kunstnere i befolkningen som helhet. En forklaring på dette, er økt velstand i samfunnet vi lever i. Dette åpner for et arbeidsmarked som også må sies å være i endring. Det er stadig flere som velger og har mulighet til å ta en kunstfaglig utdanning, noe som igjen leder til økt konkurranse, men også til nye måter å tenke og handle rundt dette med å skape kunst og det å tjene penger på den.

#### Hvordan vil jeg gjøre det:

Framgangsmåten eller metoden, jeg legger opp til, er det som kalles kvalitative intervjuer. Det handler om å forsøke å få til noen gode samtaler om dette temaet. Hvilke tanker, forventninger, valg og oppfatninger har du om det å tjene penger på kunsten? Det er helt frivillig å delta i dette prosjektet, det er viktig at hvis du ikke synes dette er ok, så kan du trekke deg fra prosjektet på et hvilket som helst tidspunkt. Det vil ikke medføre noe erstatnings- eller begrunnelsesplikt, eller noen andre konsekvenser. For å bedre kunne høre etter hva du sier, ønsker jeg å ta opp intervjuet på en MP3 spiller, fordi jeg da kan være mer nøyaktig når jeg skal gå igjennom intervjuet etterpå. Intervjuet vil deretter bli skrevet ut, for så å bli brukt som grunnlag for forskningsprosjektet. Enkelte utsagn kan bli sitert, men alle intervjupersonene kommer til å bli anonymisert. Det skal ikke være mulig å kunne finne ut av hvem som har sagt hva. Videre vil ikke opplysningene bli videreført til andre. Jeg er underlagt

taushetsplikt og alt som kommer fram av opplysninger, vil bli behandlet konfidensielt. Datamaterialet vil anonymiseres ved at lydbandopptakene slettes ved prosjektets slutt, i mai 2005. Prosjektet er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsfaglig datatjeneste AS.

Jeg er fulltidsstudent og prosjektet mottar ingen økonomisk støtte.

Hvem er ansvarlig for dette prosjektet:

Dette prosjektet er knyttet til Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, ved Universitetet i Oslo. Adressen er: Boks 1096 Blindern, 0310 Oslo.

Hovedveileder for prosjektet er:

Oddrun Sæter, som for tiden jobber som forsker på Institutt for kriminologi og rettssosiologi, med adresse:

Postboks 6706, St. Olavs plass, 0130 Oslo.

E-post adresse: [oddrun.sater@sosiologi.uio.no](mailto:oddrun.sater@sosiologi.uio.no)

Biveileder for prosjektet er:

Ellen Aslaksen, som jobber som forskningsleder på Norsk kulturråd, med adresse:

Postboks 101 Sentrum, 0102 Oslo

E-post adresse: [ellen.aslaksen@kulturrad.dep.no](mailto:ellen.aslaksen@kulturrad.dep.no)

Samtykkeerklæring:

Jeg er informert om prosjektet og deltar frivillig.

Navn: \_\_\_\_\_

E-post adresse: \_\_\_\_\_

Underskrift: \_\_\_\_\_

---

Antall ord i oppgaven: 39 354.

Alle kilder som er brukt i denne oppgaven er oppgitt.

