

TEAT350
Masteroppgave i teatervitenskap

Preferanser og Smak
-Publikums ønsker og Teaterets svar



Márita Ch. P. Fossum

Institutt for lingvistiske, litterære og estetiske
studier
Universitetet i Bergen

Vår 2021

Innhold

Abstract	4
Forord	5
1. Introduksjon	6
1.2. Problemstilling og Metode	7
1.3. Begrepsforklaring.....	7
2. Teater og COVID19	9
3. Teater og Kulturpolitikk	12
3.1. Teater i Norsk kulturpolitikk- Historie.....	12
3.2. Teater i Norsk Kulturpolitikk- Nå	13
3.2.1. Laila Bertheussen, Ways of seeing og BlackBox teater.....	14
4. Teater i Tall	16
4.1. Den Nationale Scene, Det Vestnorske Teater og Teater Vestland	17
4.1.1. Teater Vestland	18
4.1.2. Den Nationale Scene	20
4.1.3. Det Vestnorske Teater	22
4.2. Norsk Publikumsutvikling- Publikumsatlas Hordaland og segmenteringsmodellen «Culture Segments».....	23
4.2.1. Interesse for teater ifølge Publikumsatlas Hordaland.....	25
4.2.2. Sjanger	27
5. Undersøkelse	29
5.1. Alder.....	30
5.1.1. Alder og smak	31
5.1.2. Alder og grunner til å ikke oppsøke teateret.....	34
5.2. Teater og Utdannelse	36
5.2.1. Utdannelse og Smak	36
5.2.2. Utdannelse og grunner til å ikke oppsøke teateret	39
5.3. Kjønn og teater.....	40
5.3.1. Kjønn og smak	41
5.3.2. Kjønn og grunner til å ikke oppsøke teateret.....	43
5.4. Avrundende Diskusjon av Undersøkelsen	44
6. Teater og Publikum	48
6.1. Oppdeling.....	49
6.1.1. Det Normale publikummet.....	50
6.1.2. Assosiert publikum.....	51
6.1.3. Det tilfeldige publikummet.....	53
6.1.4. Markedsføring i teateret.	53
6.2. Behaget i kulturen av Arild Danielsen	56
6.2.1. Alderssegmentene i kulturen	56
6.2.2. Kjønn i kulturen	57
6.2.3. Utdannelse i kulturen.....	59
6.3. Publikumsforberedelse og risikovilje	60

6.4. Publikumsidentitet.....	63
7. Teater og smak.....	68
7.1. Hva syns vi er god kunst?	68
7.2. Kjendisfaktor.....	69
7.3. Teater og andre kulturtilbud	70
8. Konklusjon.....	73
8.1. Sjanger	73
8.2. Skaffe nytt publikum	74
8.3. Eksisterende Publikum.....	76
9. Avslutning.....	77
10. Litteratur	78
Liste Bilder.....	80

Abstract

Actor and audience is the most important relationship in theatre. But who are our spectators? And what do they like to watch? And how does the theatre meet their demand? These are the questions I will try to clarify and answer in this thesis. We will look at the relationship between the theatre and the people based in Vestland, Norway, with a special focus on Bergen. Firstly, we will take a look at what the theatre *is* in Norway; where it came from, and what the cultural policy is. Then we will use different statistical material about the theatre and the spectator from Statistisk Sentralbyrå and Norsk Publikumsutvikling among others and discuss which patterns can be detected through those.

What I have found is that most theatregoers in Bergen and Vestland, and the rest of Norway, do prefer theatre that is entertaining, gives them something to think about and is “light” (meaning understandable and not too high culture). If we take this information and relate it to what the theatres are producing, we get a good balance of productions clearly made for the audience, and productions made to challenge the audience. This is possible because of an already existing bond of loyalty between the institutions and their core audience.

Still, only around 45-50% of the population in Vestland visit the theatre within a year. The main reason for people not visiting the theatre is lack of information and the fact that they just do not remember that going to the theatre is a possibility. This opens questions about how the theatre can reach its potential audience and remind them that they are there.

Forord

Takk til Keld Hyldig ved institutt for lingvistiske, litterære og estetiske studier, UiB, for god og hjelpsom veiledning jeg ikke hadde klart meg uten og skulle ha utnyttet meg mye bedre av.

Takk til Ragnhild Gjefsen, Anna Watson, John-Wilhelm Flattun og Maja Bergebakken Sundt for flotte skriveseminarer og faglig påfyll og til Anette Fedje Buseth for støtte, hjelp og en skulder å gråte på.

Takk til pappa for inspirasjon til tittel, min tante Sigrid for støtte og til de tre kattene mine Cleo, Natasha og Nansen for all kos og kjærighet.

En spesiell takk til mamma, Ingrid Fossum, for at du alltid trodde på meg og støttet meg i drømmene mine. Du skulle vært her for å oppleve dette.

1. Introduksjon

I denne oppgaven kommer jeg til å forsøke å gi svar på tre av de viktigste spørsmålene i teateret med et fokus på publikum på Vestlandet, og da særlig i Bergen.

1. Hvem er publikum?
2. Hva liker de å se på?
3. Hvordan når teateret sitt publikum?

Vi skal ta en reise gjennom norsk teaterpolitikk, smak og smakskritikk, rapporter og analyser mens vi stiller oss disse viktige spørsmålene og forhåpentligvis får et klarere bilde på hva teateret er i dag og hvorfor det er det det er.

Jeg har valgt å skrive denne oppgaven på grunn av min interesse for teatervitenskap med en sosiologisk innfallsvinkel. Jeg har også valgt å fokusere mesteparten av oppgaven, med unntak av litt politisk historisk bakgrunn, på det teateret vi ser, og har sett, på scenen de siste årene her på Vestlandet, og da i hovedsak Bergen. Det vil også være størst fokus på det teateret man ser gjennom intuisjonene, med mindre fokus på det frie feltet. Dette har jeg valgt å gjøre fordi jeg er opptatt av å finne en generell trend som kan stemme for majoriteten av det vestlandske teaterpublikum og har derfor valgt å fokusere mest på de teatrene som drar mest publikum.

I første del av denne oppgaven kommer jeg til å fokusere på grunninformasjon som er nødvendig for videre utforsking av temaet, men aller først må vi allikevel snakke om COVID19 pandemien som har pågått imens jeg har arbeidet med denne oppgaven, da den har påvirket teaterkulturen her i Bergen og resten av landet- og verden, mye. Videre vil jeg snakke om hva teateret er- og har vært, kulturpolitisk i Norge. Vi kommer så til å se på ulike tall og statistikker som sier noe om *hva* teatrene setter opp og hva publikum ønsker å se, dette med hjelp av blant annet en undersøkelse jeg selv har utarbeidet. Til slutt ønsker jeg å ta et dypdykk inn i hva, og hvem, publikum er og hva smak er direkte oversett til det publikummet som dukker opp på teaterforestillinger her på Vestlandet.

1.2. Problemstilling og Metode

Målet med oppgaven er å få et sammensatt bilde av hva som drar og interesserer et vestlandspublikum og hvor godt institusjonsteatrene fyller publikums ønsker.

Jeg kommer derfor til å lene meg på flere ulike fremgangsmåter for å utforske temaet mitt. Majoriteten av litteraturen min er undersøkelser og rapporter fra ulike organisasjoner knyttet opp mot kulturlivet i Norge, som for eksempel Kulturrådet, Norsk Publikumsutvikling og tall fra Statistisk Sentralbyrå. Gjennom deres rapporter håper jeg å kunne sette sammen et bilde på hvordan teaterlandskapet i Norge ser ut, hva vi ønsker å fokusere på og hva vi bør fokusere på når det kommer til å skape teater i Norge.

Jeg kommer også til å lene meg på publikumsundersøkelser, her med vekt på Norsk Publikumsutviklings undersøkelse rundt publikum i Hordaland og min egen kvantitative publikumsundersøkelse.

Arbeidet videre blir å reflektere rundt hva all statistikken sier om det Vestlandske publikum og deres forhold til teateret.

1.3. Begrepsforklaring

I lys av denne oppgavens mål er det nødvendig å definere begrepet «teater» da dette kan tolkes på ulike måter. Jeg kommer til å bruke begrepet i hovedsak om produksjoner og forestillinger produsert på et institusjonsteater eller av en «fri gruppe»/et teaterkompani. Lett forklart av modellen «A spille B for C» i en setting som er allmenn anerkjent som en teateroppsetning. Dette vil inkludere sjangere som samtidsdrama, amatør-drama, klassiske stykker, barneteater m.m., men jeg vil også inkludere sjangre som opera, stand-up, og dans som også kan stå som egne kunstformer, men som jeg med hensikt av denne oppgaven vil inkludere i kultursjangeren «teater». Jeg vil ikke inkludere konsert, foredrag, debatter eller lignende som teater i denne oppgaven da dette er sjangre som har fått sin publikumsbase på andre premisser enn de ovenfornevnte sjangrene.

Jeg kommer også til å snakke om «massekultur», «populærkultur», «høykultur» og «lavkultur». Her ønsker jeg å presisere at ingen av disse begrepene kommer til å utelukke et annet med unntak av «høykultur» og «lavkultur» som står i motsetning til hverandre. Min definisjon av hvert av begrepene er som følger:

- **Massekultur:** Kulturfenomener som har blitt allmenn anerkjent og/eller konsumert av en dominerende andel av befolkningen. Kultursjangre som går innunder dette er kino og konsert. Teatersjangre som går innunder dette er musikal, stand-up og revy.
- **Populærkultur:** Kulturformer som er allmenn anerkjent som populære underholdningssjangre. De trenger ikke å bli konsumert av en dominerende andel av befolkningen, men må være akseptert av en majoritet som noe som er verdt å bruke tid på. For eksempel: klassiske stykker, samtidsdrama, musikal, stand-up, revy, barne- og familieforestillinger.
- **Høykultur:** Sjangre som er allmenn antatt å være mer «verdifulle» og/eller «utfordrende» enn andre. For eksempel: opera, eksperimentelt teater, dans, klassiske stykker og samtidsdrama.
- **Lavkultur:** Sjangre som er allmenn antatt å være mindre «verdifulle» med en høyere underholdningsverdi, men med mindre reflekterende og filosofiske kvaliteter. Teater og kultursjangre som ikke krever forkunnskaper eller forberedelser for å nytes. For eksempel: musikal, revy og stand-up.

Andre begrep som blir brukt i oppgaven vil bli definert i teksten.

2. Teater og COVID19

2020 ble et vanskelig år for teatrene og det teaterglade publikum. Mange gamle tradisjoner har gått under, mens mange nye trender har vokst frem. Dette er en kort kommentar av hvordan pandemien har påvirket teatrene i henhold til de temaene som er relevante for oppgaven, og jeg vil også spekulere på og diskutere litt rundt hvordan COVID19 kan påvirke teateret her i Norge i tiden som kommer fremover.

Det første som må nevnes er nedstengningene av landet og hvordan det har påvirket teatrene, da særlig fra et Bergensperspektiv. Med gjentatte innstramminger fra regjeringen og kommunestyret har teatrene i Bergen vært nødt til å stenge, eller spille med begrenset kapasitet gjennom 2020 og 2021. Dette har igjen ført til store tall i mistet billettinntekt, utsettelse av mange premierer og nyoppsetning av flere stykker fra 2019-repertoaret.

Teater-Bergen har vært ute med nådeskrik flere ganger, både i aviser og i gatene. Noe av det mest nevneverdige her var «Red Alert»- bevegelsen som bokstavelig talt satte Bergen sentrum, og mange andre byer både i innland og utland, i rødt lys for å skape oppmerksomhet rundt lys og lydteknikere, og andre scenearbeideres, problemer med arbeid under pandemien. 30. september 2020 var den norske Red Alert dagen. Lysteknikere over hele landet hadde da kledd scenehus, museer og konserthus i rødt lys for å sende et symbol til regjering om å gjøre noe med den dystre situasjonen kulturlivet befant seg i.

Håndteringen av kultur i pandemitid har også fått mer direkte kritikk i Bergen. En av dem som har vært ute og kommentert situasjonen flere ganger i mediene er Solrun Toft Iversen, teatersjef ved Det Vestnorske Teateret. Iversen har gjentatte ganger kritisert kommunestyret for manglende kommunikasjon om restriksjoner og begrensinger som har gjort jobben hennes som teatersjef vanskelig. Flere ganger fikk ikke teatrene beskjed om nye begrensninger før de ble innført, og dette har gjort situasjonen rundt billettsalg og refusjon vanskelig. Iversen skrev blant annet et debattinnlegg i Bergens Tidene 9. november 2020 der hun kritiserte reglene om fastmonterte versus faste seter og oppfordret regjeringen til å forklare dette (Iversen, 2020). 9. september 2020 kommenterte hun ovenfor BT «Dette er symbolpolitikk. Ti dager er enormt mye for oss. Derfor står jeg her nå med kollegene mine og skriker ut og sier at vi trenger en annen dialog med kommunen.» (Ramsvik, Ullebø, 2020) I frustrasjon over at kommunen

igjen hadde bestemt seg for å stenge ned kulturlivet uten å informere kulturledere på forhånd. 14. mars 2020 ba hun publikum om å ikke be om refusjon for kansellerte billetter (Johnsen, 2020). I januar 2021 fikk teatersjefene i Bergen nok og gikk så langt som til å hyre inn advokat for å slåss mot regjeringen når det kom til antall tillatte i salen uten fastmonterte seter (Johnsen, 2021).

Pandemien har altså vært en stor påkjenning for kulturlivet og teatrene i Bergen, Norge, og resten av verden. Dette har påvirket publikumstall og trender for teatrene og gjort det vanskelig for kulturlivet å overleve. Samtidig har vi måttet være kreative. Diskusjoner rundt hva som er teater og hvordan det kan vises har blitt viktigere enn noen gang. Flere teatre i inn og utland har funnet kreative løsninger for å få kultur ut til folket. Digitale medier har vært viktig. Mange teatre har lagt ut arkivmateriale og nye forestillinger på nett, enten bak betalingsmurer eller gratis. Andre har satt opp nye produksjoner elektronisk og sendt dette direkte for et digitalt publikum til blandet respons. Er dette fremtiden til teateret? Eller vil pandemien kanskje få oss til å sette mer pris på det fysiske oppmøtet og live performance?

Norsk teater og orkesterforening sammen med Norsk Publikumsutvikling og Norsk Kulturråd har gjennom pandemien utført tre publikumsundersøkelser for å måle akkurat hva COVID19 restriksjonene har gjort med forholdet mellom scenene og publikum. Den siste av disse rapportene ble publisert i januar 2021 og måler befolkningens holdninger frem til 3. desember 2020. Hovedfunnene fra rapporten er som følger:

- 7 av 10 svarer at de ikke er klare til å vende tilbake til fysisk oppmøte ved teatre, konserthus o.l. så snart myndighetene sier det er trygt.
- 2 av 10 svarer at de avventer vaksine, mens 4 av 10 svarer at de avventer situasjonen i resten av samfunnet.
- Stadig flere ønsker å bruke mer tid og penger på kulturelle arrangement så snart pandemien er over. Førstevalget er i saler med fastmonterte scener, etterfulgt av digitalt oppmøte, før saler uten fastmonterte seter.
- Færre enn før mener digitalt innhold skal være gratis og betalingsviljen ligger på rundt 200 kr.
- 5 av 10 oppgav at de hadde deltatt på et kulturelt arrangement digitalt i løpet av de siste to ukene.

- Flere ønsker seg et permanent digitalt tilbud. 2 av 10 foretrekker lokale produsenter av digitalt innhold, mens 8 av 10 sier de like gjerne kunne oppsøkt digitalt innhold fra produsenter i andre byer og land. (NTO, 2021)

Altså kan vi se at COVID19 har påvirket publikums oppfatning av kultur på en helt spesiell måte. Flere er åpne for å oppleve kunst og kultur som tidligere krevde fysisk oppmøte digitalt, og flere er ukomfortable med å måtte møte opp fysisk. Det har også vokst frem en villighet til å betale for dette innholdet. Det er også klart at behovet for kunst og kultur er stort selv om det må gjennomføres på utradisjonelle måter akkurat nå. Kulturbransjen er derfor ikke i fare for å dø ut i nær fremtid, men det kan virke til at befolkningen har et ønske om modernisering gjennom digitalisering, noe som er en særlig utfordring for en kunstform som er så avhengig av den fysiske nærheten som teateret.

Det er allikevel ikke bare negative ting som har komnt ut av denne pandemien når det kommer til publikumsforholdet. Det å produsere teater digitalt er en god måte å nå ut til et bredere publikum på. Som jeg kommer til å snakke om senere i denne oppgaven foretrekker teaterpublikum, og kulturpublikum, å oppsøke teater som skjer i deres egen kommune, eller i nærheten. Det er faktisk større villighet blant befolkningen i Hordaland til å besøke kultur i utlandet enn det er til å besøke kultur andre steder i landet enn hjemfylket. En større digital tilstedeværelse fra teateret kan derfor bidra til å nå publikum utenfor regionen enn det som var mulig før. Spesielt nå når publikum har fått en økt villighet til å betale for digitalt innhold.

Hvordan dette kommer til å spille ut etter pandemien er over er vanskelig å si. Som vi så ovenfor er flere skeptiske til å vende rett tilbake til teatersalene, samtidig som at flere ønsker å bruke mer tid og penger på kunst og kultur. Det er liten tvil om at teaterpublikummet etter hvert kommer til å vende tilbake til salene da teater i første rekke er en sosial kunstform, men det er heller ingen tvil om at det vi har lært om digitalt innhold og innspillinger av forestillinger også må være en del av fremtiden til feltet vårt.

3. Teater og Kulturpolitikk

3.1. Teater i Norsk kulturpolitikk- Historie

På 1800-tallet var det et voksende ønske om at Norge burde få profesjonelle og nasjonale teatre. Det var derfor ikke lenge før det sprang opp teatre i de store byene i landet som ønsket å fylle dette behovet. Mot midten av 1800-tallet dukket det derfor opp nasjonale teatre, under privat drift, i både Oslo, Bergen og Trondheim. Men når disse teatrene senere ville søke om driftsstøtte fra staten ville svarene i mange år fremover være rungende nei. Mange politikere så viktigheten med å ha et sterkt, norsk, teater, men flere så på det som ugunstig å gi penger til disse institusjonene. (Frisvold, 1980)

Da «Den Nationale Scene» i 1892 fikk driftsstøtte fra Bergen kommune, som var den første kommunen til å gjøre dette, het det at teateret skulle gi «adgang til et Par underholdende og forædlende Aftentimer i Arbeidsugen» for den fattigere del av befolkningen, mer bestemt arbeiderklassen. Og at det var et pluss om teateret også kunne «Lykkes... at drage Ungdommen i dens Fritid til god Skuespilkunst, saa vil den saa meget lettere holdes borte fra raa og udskeiende Forbrytelser» (Frisvold, 1980 s. 19-20)

Teaterets oppgave ble derfor bekreftet å være det å foredle sitt publikum, samtidig som det skulle være underholdende. Dette var selvsagt ikke noen ny oppgave for teateret og som vi skal se danner dette grunnlag for en diskusjon som fremdeles er til stede i dag; Skal teateret følge publikum, eller skal publikum følge teateret?

Den kulturpolitiske utviklingen til scenekunsten var lang og hard. Den første noenlunde faste støtten til institusjonene kom ikke før på slutten av 1930-tallet. Et norsk riksteater ble etablert i 1948 for å spre teateret til land og bygd, ikke bare til byene. En statlig teaterutdannelse kom ikke på plass før i 1953, fast institusjonsstøtte ble etablert på 1960-tallet og støtteordninger for det frie feltet ble ikke utviklet før på 1970-80 tallet (Hylland, Kleppe, 2019 s. 53). Med denne historien i bakhodet er det gunstig å se på hvor teateret ligger i dagens kulturpolitikk for å danne oss et bilde på hvorfor vi har det teaterklimaet vi har i dag.

3.2. Teater i Norsk Kulturpolitikk- Nå

I dag er de politiske partiene ganske enige om at teateret skal drive upåvirket av staten og at det skal få lov å utvikle seg på egenhånd. Det er også generell enighet i at teateret, både intuisjonene og det frie feltet, skal få driftsstøtte fra staten.

Å opprettholde «et variert kunst- og kulturtilbud», har lenge vært ansett som en forpliktelse en kulturnasjon må ivareta. På tross av innvendinger fra liberalistisk hold, har det vært bred enighet at det er en offentlig oppgave å finansiere kulturgoder som anses som spesielt verdifulle. (Danielsen, 2006 s. 23)

Og det er akkurat ordet «verdifulle» som er et diskusjonstema i kulturpolitikken. Hvordan avgjør man hva som er mer verdt enn andre ting? For som Arild Danielsen i «Behaget i Kulturen» videre poengterer opererer kunst og kulturmarkedet med andre kriterier enn det vanlige markedet. Kunst og kultur jobber ikke ut ifra forespørsel, eller «supply and demand», men ut ifra det han kaller en «tilbudsøkonomi». Altså at kunstaktører, teatrene og det frie feltet, er ansvarlig for å skape kunst av høy kvalitet, og å tilby dette til det potensielle publikummet. Publikum kan nemlig ikke *be* om hva de ønsker å se på teater, enten fordi et kunsttilbud ikke kan fungere på den måten, eller fordi publikum ikke nødvendigvis har den kunnskapen som trengs for å kunne be om «kvalitetskunst».

Allikevel operer teateret fortsatt på en måte innenfor linjene til «supply and demand». Hvis teatrene og det frie feltet ikke hadde gjort dette, og heller bare hadde gjort hva de ville uten å tenke på billettsalg og publikumstall, ville de da fortsatt vært garantert den statsstøtten de får i dag?

Hvis vi ser på foredlingen av midler til teaterfeltet i dag er det, som tidligere nevnt, bred politisk enighet om at teateret skal få offentlig driftsstøtte, men det betyr ikke «alt teater». De store intuisjonene og et fåtall frie grupper får i dag tildelt en årlig driftsstøtte fra staten. Utenom dette finnes det ulike kunstnerstipend som frie aktører kan søke om gjennom blant annet kulturrådet og kommunene, men disse er det sterk konkurranse rundt. For å holde på den årlige driftsstøtten kreves det at teatrene holder en viss «relevans» og, som vi skal snakke om senere, ikke er for «provoserende». Teatrene må altså holde en viss legitimitet politisk. Danielsen skriver:

Det finnes eksempler på institusjoner med begrenset allmenn oppslutning som i utgangspunktet har høy politisk legitimitet fordi de er blitt til gjennom allianser mellom kjente kulturpersonligheter og entusiastiske politikere. Når disse grunnleggerne etter hvert forsvinner, kan spørsmålet om legitimitet bli et tema, og det kan oppstå et press i retning av å skape større publikumsopplutning for å opprettholde den offentlige støtten (Danielsen, 2006 s.25)

Det finnes altså store insentiv for at teatrene skal holde publikumstallene oppe. Det er viktig at de holder seg relevante og legitimerte til tross for at de fleste politiske partiene er for et statsstøttet, men politisk uavhengig teater. Og teateret er helt avhengig av denne støtten da det ikke har muligheten til å dekke sin egen kostnad. Teateret er en av mange institusjoner som lider av såkalt Baumols sykdom, altså at det ikke har muligheten til å utvikle seg i trinn med samfunnsøkonomien fordi det er avhengig av menneskelig arbeid som ikke kan erstattes av teknologiske fremskritt. Dette har gjort at teaterets evne til å dekke sine egne kostnader sakte, men sikkert har falt i løpet av de siste hundre årene. Hvis vi bruker Den Nationale Scene som eksempel lå deres evne til å dekke egen drift på hele 95% på starten av 1900-tallet og var nede på 25% i 1970 (Hylland, Kleppe, 2019 s. 57-58). Institusjonene trenger derfor at majoriteten av deres drift dekkes av staten.

Det virker kanskje som om dette er hypotetiske bekymringer og at støtten til, i alle fall institusjonene, er sikker i dagens politiske klima. Derimot er det verdt å se på hva politikerne sier og mener om teateret i forhold til hva som er realiteten. Det mest slående eksempelet her er den nylige saken rundt stykket “Ways of seeing” og Black Box teater.

3.2.1. Laila Bertheussen, Ways of seeing og BlackBox teater

Det er vanskeleg å snakke om publikumsreaksjoner til teateret i dag uten å nevne saken rundt Pia Maria Rolls teaterstykke *Ways of Seeing* og Laila Bertheussen. I november 2018 hadde stykket *Ways of Seeing* urpremiere på Black Box teater i Oslo. Stykket viser film av fasaden til flere forskjellige hus som visst nok skal tilhøre flere kjente personligheter på høyresiden i det norske politiske landskap. Eierne av husene blir koblet opp mot rasisme i Norge. Ett av husene som filmes tilhører justisminister Tor Mikkjel Wara. Waras samboer, Bertheussen ser stykket og politianmelder de medvirkende, men politiet henlegger anmeldelsen. Etter dette

begynner det å dukke opp ulike trusler rundt boligen til Wara/Bertheussen. Dette setter startskuddet for det som endte opp med å bli en av de største diskusjonene rundt norsk teater i nyere tid.

Bertheussen skriver leserinnlegg i VG om hvordan hun opplevde det at huset hennes ble filmet i forestillingen og er åpen og imøtekommende med media om alle truslene som ble rettet mot henne og Wara. FrP gikk blant inn for å fjerne støtten til Black Box teater. FrP politiker Christian Tybring-Gjedde kommenterte til NRK når han fikk greie på at kunstnerne bak «Ways of seeing» hadde fått tildelt kunstnerstipend:

Ytringsfriheten innenfor lovens rammer er total, men den avhenger ikke av offentlige overføringer. Å sende regningen for Black Box teaters spredning av hat, intoleranse og konspirasjonsteorier til skattebetalerne er ene og alene en politisk prioritering.

Tybring-Gjedde sa videre at FrP ville gå inn for at kulturlivet i større grad skulle finansiere seg selv og på den måten utvikle seg som egen næring (Pettersen, Hagen, 2019). Statsminister Erna Solberg kritiserte Black Box teater og kommenterte «De som har laget stykket, må tenke over at de også bidrar til å sette et fokus på politikere og deres omgivelser som bidrar til at det er tøffere å være politiker». Når Laila Bertheussen senere ble arrestert og dømt for å sende disse truslene til seg selv nektet statsministeren å unnskyldte seg for uttalelsen (Aftenposten, 2021).

Uten å gå dypere inn på denne hendelsen kan vi se at teateret i Norge i dag har en viss del frihet, men fortsatt ikke er helt skjermet for politisk kritikk, og da heller ikke er helt sikret sin posisjon som politisk uavhengig med støtte fra staten. Det kan derfor virke til at de ligger under et visst press fra politisk hold om å ikke lage for mange bølger for statens ledere. Så hvor putter det teateret når det kommer til statsstøtten i dag? Eksempelet med «Ways of Seeing» virker til å indikere at det er viktig å holde en viss politisk «nøytralitet» for å være utenfor fare.

Dette er spesielt viktig når vi vet hvor liten andel av sin egen drift institusjonsteatrene dekker selv. Hvis teatrene skulle miste denne offentlige støtten fra staten ville det mest sannsynlig resultere i et dårlige og dyrere tilbud for publikum, noe som igjen hadde vært med på å dra ned interessen og bruken av teatrene. Med dette i bakhodet er det lett å forstå hvorfor de fleste institusjonsteatrene ikke tar sjansen på slike oppsetninger. Det vi også kommer til å se senere i

denne oppgaven er at publikumsinteressen for denne typen politisk teater også er lav. Derfor kan en diskusjon rundt verdien av disse stykkene være viktig å ta.

Det er også viktig å merke seg at oppmerksomheten i media rundt «Ways of Seeing» bare gjorde stykket positivt. Det som vanligvis hadde vært et stykke som hadde gått et par forestillinger på Black Box teater for så å mest sannsynlig ikke komme ut til offentligheten igjen ble invitert på turne rundt over hele landet og fikk en mye større publikumsbase og interesse enn det noen gang ville fått hvis ikke Bertheussen og FrP hadde laget bølger. En diskusjon rundt ytringsfriheten i kunsten fikk mer engasjement enn den har hatt på mange år.

Dette viste at det at kunsten skal ha ytringsfrihet ikke er et problem som opptar befolkningen på daglig basis, men det er et viktig prinsipp som mange er forberedt på å forsvare når det står i fare. Hvor mye publikum tenker på og setter pris på denne ytringsfriheten når de går i teateret er derimot usikkert, men mest sannsynlig ikke særlig mye.

4. Teater i Tall

Som vi skal se nærmere på senere i oppgaven er det noen former for teater som resonerer bedre med publikum enn andre former. For å legge grunnsteinene for den analysen og refleksjonen vi senere skal gjøre rundt publikum og sjanger er det viktig å se på teatrenes publikumstall. Vi skal nå se på noen ulike årsrapporter for tre av de største teatrene i Vestland. Jeg har her valgt å bruke Den Nationale Scene, Det Vestnorske Teater og Teater Vestland som eksempelteatre. Grunnen til at jeg har valgt disse tre teatrene er fordi de alle er forskjellige nok til å vise en viss bredde av hva som blir tilbudt i det vestlandske teatermarkedet, samtidig som at alle tre er store nok til å tilby et bredt spekter av forestillinger. Alle tre teatrene har også et etablert kjernepublikum. Teater Vestland er det minste av de tre teatrene, men også det eneste som ikke ligger i Bergen og har derfor en viktig rolle i denne teksten for å se forskjellen på interessefeltet i byen og i resten av fylket.

Jeg kommer ikke til å legge den analytiske hovedvekten på andre teater på Vestland, som for eksempel BIT Teatergarasjen, eller det frie feltet. Dette er fordi oppgavens rammer ikke tillater at jeg tar meg plass til det, og fordi disse teatrene og gruppene opererer ut ifra andre

kriterier enn det jeg kommer til å diskutere videre. Målet med denne oppgaven er å finne de mest fremtredende trendene blant vestnorsk publikum, og det vil derfor virke mot sin hensikt å bruke for mye tid på teatre og grupper der det er vanskelig å se disse trendene.

Videre i dette kapittelet kommer jeg også til å se på Norsk Publikumsutviklings analyse «Publikumsatlas Hordaland» som kommer til å være viktig for resten av oppgaven. Publikumsatlasen dekker flere områder som er viktige for min hoved-analyse og problemstilling og vil legge mye av grunnlaget for oppgaven. Atlasen vil også fungere komplementært til min egen undersøkelse og andre rapporter og tallgrunnlag, sammen med tallene fra årsrapportene til de ulike teatrene.

4.1. Den Nationale Scene, Det Vestnorske Teater og Teater Vestland

Vi begynner med å se på årsrapporter fra 2018 og 2019 for Den Nationale Scene (DNS), Det Vestnorske Teater (DVT) og Teater Vestland (TV). Det er viktig å huske at de tre teatrene driver litt forskjellig fra hverandre og derfor har ulike forutsetninger for publikumsantall. DNS ligger sentralt til og kjører mesteparten av sine forestillinger ut fra sitt eget hus og har lite turné. Det er også et nasjonalt teater som har godt og solid omdømme i regionen og er derfor førstevalget til mange når de skal på teater. DNS har også tre forskjellige scener av ulike størrelse (Store scene, Lille scene og Teaterkjelleren) og har derfor kapasitet og mulighet til å kjøre flere forestillinger samtidig. DNS produserer også mesteparten av forestillingene sine selv og har få gjestespill samt er det teateret som har størst kjernepublikum.

Teater Vestland har også mange egenproduksjoner, men opererer med høy turnévirksomhet og har flere gjestespill og samproduksjoner. Det er også det eneste av disse tre teatrene som ikke ligger i Bergen, men har hovedkontor i Førde. Teater Vestland er et lite regionsteater og har som mål å nå ut til en størst mulig del av distriktet med sine produksjoner, noe som gjør at de får et mindre kjernepublikum

Det Vestnorske Teateret har både en del gjesteproduksjoner og samproduksjoner samt egenproduserte forestillinger og litt turnévirksomhet. Teateret har vært gjennom en stor

utvikling det siste tiåret og har først de siste årene virkelig slått rot som et ordentlig teateralternativ for alle i Bergen og Vestland.

4.1.1. Teater Vestland

Teater Vestland, tidligere Sogn og Fjordane teater, har som kjennetegn at de spiller teater på nynorsk og dialekt med et fokus på ny, norsk dramatik, ofte regionalt tilknyttet, og at de driver omfattende turnevirksomhet. Teaterets visjon er å gi publikum nye opplevelser, være engasjerende, inkluderende og modig. (Bø m.fl. 2014 s.11) Teateret ble i 2013 evaluert av et panel utpekt for Kulturrådet. Panelet satte spørsmål med om teaterets store fokus på språk kanskje gikk utover andre kunstneriske behov og at teateret manglet vilje til å utforske scenekunsten bredt på andre områder enn scenespråk. Det blir også pekt på at teateret har god forståelse for hva deres publikum ønsker seg siden de avgrensner publikum til hjemfylket sitt. Dette kan derimot i senere tid by på utfordringer siden Sogn og Fjordane fylke ble slått sammen med Hordaland fylke til Vestland fylke og Teater Vestland derfor har fått en mye større publikumsbase. Om denne publikumsbasen har andre interesser er derimot ikke sikkert, men da TV er et teater som tidligere spesialiserte seg på Sogn og Fjordane-kulturen trengs det nå en utviding i denne spesialiseringen for å dekke hele Vestland fylke. Dette er imidlertid en utfordring teateret virker til å ta på strak arm.

Hvis vi ser på TVs årsrapport for 2018 kan vi se at teateret hadde 15 forskjellige oppsetninger det året med et gjennomsnitt på 88 publikummere per forestilling. Forestillingene i 2018 og 2019 gjenspeiler teaterets mål om å sette opp ny, norsk og regional dramatik. Teateret har også noen oppførelser av annen dramatik som virker til å ikke ha hatt noen negativ effekt på publikumstallene.

Deres mest suksessfulle forestilling i 2018 var «Kinnaspelet», som de setter opp hvert år i samarbeid med Kinnaspele-komiteen. Spelet ble spilt fire ganger og hadde et gjennomsnitt på 450 publikummere per forestilling. «Kinnaspelet» er et av landes eldste historiske spill og har per. 2018 vært satt opp 34 ganger (Kinnaspelet, 2021). Det er naturlig å trekke konklusjoner om at denne forestillingen hadde så høye publikumstall ut ifra at spelet har en lang tradisjon på Kinn og områder rundt. (Teater Vestland, 2019)

Som vi også skal se nærmere på senere i denne oppgaven har forestillinger med lokal tematikk vanligvis liten oppslutning når folk blir spurt om deres favorittsjangere, men fortsatt stor tilslutning når slike stykker og fortellinger faktisk blir satt opp. Historiske spill har en lang og god tradisjon i Norge med i underkant av 50 historiske spill som blir satt opp rundt omkring i landet på årlig basis. Historiske spill er ofte på en stor skala og de deltagende er ofte amatører. Altså kan man trygt fastslå at historiske spill er en felles kunstnerisk aktivitet for et lokalmiljø for å holde i live vår felles norske kulturarv. Spill har derfor et spesielt sted i den norske kulturarven og viser verdien rundt et fellesskap rundt norsk teater og amatørteater. Dette er noe jeg vil diskutere videre i [kapittel fem](#).

TVs andre mest suksessfulle oppsetning i 2018 var «Eg er i går» som hadde 20 forestillinger med et gjennomsnittlig publikumstall på 150 per forestilling. Denne forestillingen var også på turné med «Den kulturelle Skolesekken» på ungdomsskoler i Sogn og Fjordane som kan indikere at store deler av publikum ikke var der av eget initiativ. (Teater Vestland, 2019)

I 2019, hvis vi ser bort fra «Kinnaspelet», var den mest populære forestillingen på TV «Oppdrag Mottro» som var innom Teater Vestland på turne og hadde et gjennomsnittlig publikumstall på 286 publikum spredd utover fem forestillinger. Denne forestillingen var av, og med Linda Eide som er en allmennkjent personlighet i Norge utenfor teaterverdenen. Dette kan være en forklaring på hvorfor akkurat denne forestillingen hadde så høye publikumstall. Forestillingen spilte også på Det Vestnorske Teater i 2018 og hadde der et gjennomsnitt på 250 publikummere spredd utover 27 forestillinger.

I 2019 satt Teater Vestland også opp stykke «Translyria» med et gjennomsnitt på 60 publikummere fordelt på 19 forestillinger. Dette er verdt å nevne ettersom stykket er basert på replikker fra flere av Shakespeares mest kjente stykker med en modernisert tvist og fokus på kjønnsvendinger. Det at stykket ikke hadde en høyere oppslutning til tross for at det var basert på Shakespeare er derfor interessant. Spesielt hvis vi ser på de andre forestillingene TV satt opp denne sesongen, som blant annet «Alt det lyse og alt det mørke» som hadde et gjennomsnitt på 83 publikummere spredd utover 21 forestillinger og dermed er et av sesongens mest besøkte stykker. «Alt det lyse og alt det mørke» er basert på boken med samme navn av Brynjulf Jung Tjønn og handler om omsorgssvikt. Forestillingen er altså samtidsteater, som vi skal se senere, generelt sett har mindre oppslutning av interesse enn det klassikere har. (Teater Vestland, 2020)

I 2018 satt TV opp forestillingen «Fysikarane» av Carl Fredrik Engelstad og «Engelen frå Kobane» av Henry Naylor i samarbeid med Det Vestnorske Teater. Begge forestillingene er ikke nypremierer eller dramatik som er direkte koblet til lokalsamfunnet. Disse forestillingene hadde begge relativt lave publikumstall, men ikke så lave at de skiller seg ut når man ser på årsrapporten. I 2019 satt de opp «Georgs magiske medisin» i samspill med Riksteateret og Haugesund teater. Denne forestillingen hadde et gjennomsnitt på 249 publikummere utover 8 forestilling. Altså kan det virke til at Teater Vestland ikke taper noe på å utvikle seg mot å være mer åpen for annen dramatik og at deres publikum vil nyte godt av det.

Teater Vestland driver også mye turnévirksomhet og ligger mye mindre sentralt enn de to andre teatrene jeg ser på som gjør at de generelt sett har en mindre publikumsbase, men at dette også er meningen. Vi ser allikevel at med et gjennomsnitt på 88 publikummere per forestilling, i 2018, er dette også et populært teater. Teater Vestland er klare på hva de tilbyr, og det er en lokal tematikk og ny dramatik, gjerne av politisk profil, som skal oppsøke publikum der de er. De mener også at publikum som ikke ønsker denne typen teater da heller kan oppsøke oppsetninger av Riksteateret og Den Nationale Scene (Bø m.fl. 2014 s. 14). Det virker allikevel til at det kan være gunstig for teateret å utvide horisontene sine da dette har gitt gode resultater de gangene de har gjort det.

Teater Vestlands mest populære oppsetninger virker da til å gå under sjangrene historisk spill, komedie, barne- og familieforestillinger, samtidsdramatik og dramatik basert på bøker.

4.1.2. Den Nationale Scene

Den Nationale Scene er et nasjonalt teater som lenge har vært det største teateret i Vestland. Teateret ble evaluert i 2014. Da uttrykte teateret at de ikke skal betjene et publikum, men treffe publikum. Deres visjon tilbake da var «å skape et samfunnsrelevant, engasjerende og vesentlig teater av høy kunstnerisk kvalitet. DNS skal være en attraktiv scene for publikum og fremstå som en kvalitetsbevisst og anerkjent scenekunstinstitusjon i Norden» (Aas, m.fl. 2015 s.15). Den Nationale Scene er det største teateret jeg har med som eksempelteater i denne teksten og har en del muligheter som de andre teatrene ikke har. Både fordi det får mest støtte,

har størst personale og har tre scener inne på eget hus. De sitter også sentralt i Bergen sentrum og har opparbeidet seg et lojalt kjernepublikum og godt omdømme i regionen.

De mest suksessfulle forestillingene på DNS i 2018 med tanke på publikumstall var «A man of good hope», som var et gjestespill under Festspillene i Bergen, og hadde fire forestillinger med et gjennomsnitt på 435 publikummere per forestilling og DNSs storsatsing for året, «Kristin Lavrandsdatter» med en besøksprosent på 100%. Begge oppsetningene er musikaler som tar for seg det man kan kalle en «livshistorie», med fokus på en hovedkarakter over en lengre tidsperiode og utfordringene denne karakteren møter gjennom livet. (Den Nationale Scene, 2019) Begge musikalene er basert på bøker, som kan indikere at i alle fall deler av publikum hadde forkunnskap om den første forestillingen og majoriteten av publikum hadde forkunnskap om den andre. Jeg går her ut ifra at de fleste i et norsk teaterpublikum har forkunnskaper om «Kristin Lavrandsdatter» da boken og/eller filmen ofte blir brukt i norskundervisning i grunnskolen.

Andre forestillinger som gjorde det bra på DNS i 2018 var nyproduksjonen «Hotel Norge» av Yngve Sundvor som var et «whodunnit»-krimstykke med humoristiske og overnaturlige elementer knyttet til Bergen og nyåpningen av Hotel Norge med en besøksprosent på 77%. «Arv og Miljø», basert på boken av Vigdis Hjorth, regissert av Kjersti Horn hadde også god oppslutning med en besøksprosent på 72%. Forestillingen var et godt stykke samtidsdramatikk som forteller om problemer med relasjoner i en ødelagt familie. «Folk og røvere i Kardemommeby», med en besøksprosent på 95%, var en av flere suksessfulle oppsetninger for barn og familier satt opp av DNS dette året. Alle disse forestillingene ble satt opp på «Store Scene», som er DNSs største scene.

«Glassmenasjeriet» av Tennessee Williams ble oppført i «Teaterkjelleren» og hadde et gjennomsnitt på 122 publikummere spredd over 17 forestillinger og en oppslutning på 61%. Der gikk også Henrik Ibsens «Vildanden» med et gjennomsnitt på 150 publikummere på 61 forestillinger og en oppslutning på 75%. (Den Nationale Scene, 2019) Begge stykkene er ansett å være klassikere, så det er verdt å merke seg at det norske stykke hadde høyest oppslutning.

I 2019 var teaterets mest suksessfulle forestilling «Å Bergen, Bergen» regissert av Frede Gulbrandsen. Stykket var en musikalsk feiring av Bergen med humoristisk karakter og

hadde en besøksprosent på 94%. Teaterets andre storsatsing dette året, «Skipet De Zee Ploeg» av Stig Amdam gjorde det imidlertid ikke like bra med en besøksprosent på 64% og enda dårligere enn det igjen gjorde oppsetningen av Ibsens «Hedda Gabler» som bare hadde en besøksprosent på 49%.

I Teaterkjelleren var de mest populære stykkene dette året «Hvem er redd for Virginia Woolf?» av Edward Albee med en besøksprosent på 88% og «Regn», basert på boken av Stig Holmås og dramatisert av Anne-Karen Hytten med en besøksprosent på 85%.

Altså kan vi se at de mest populære oppsetningene på DNS i 2018 og 2019 alle faller under en eller flere av disse kategoriene: musikal, komedie, samtidsdramatikk, teater basert på bøker, familie og barneteater, klassikere.

4.1.3. Det Vestnorske Teater

Det Vestnorske Teateret, tidligere Hordaland Teater, ble evaluert i 2015, men var et veldig annerledes teater tilbake da og funnene fra den rapporten har derfor lite med deres drift i dag å gjøre, og derfor lite å gjøre med denne oppgaven. Det er allikevel verdt å nevne at teaterets målsetting i 2015 var å være et profesjonelt, uredd og generøst teater som spiller på nynorsk og dialekt. (Brantzeg m.fl. 2016 s.40) Dette er fortsatt sant i dag, selv om teateret har endret målgruppe og har blitt mer et teater for alle, istedenfor å ha en hovedsatsing på barn og unge som de hadde tilbake i 2015.

I 2018 var den mest suksessfulle produksjonen på DVT «Heim 1». Dette var en musikal og kjørte 43 forestillinger med et gjennomsnitt på 252 publikummere per forestilling. Musikalrekken «Heim» på DVT tar for seg vestlandskultur og viktige hendelser for verden, og Vestlandet, ett tiår av gangen. Del 1 tok for seg 1965-1975. Det er derfor ikke overraskende at en slik forestilling fikk mye publikum. Det er både en musikal, som virker til å være et populært valg for publikum, og en forestilling som spiller på Vestlandets historie og kultur, noe som igjen blir appellerende for publikum.

Forestillingen med nest mest besøkende på DVT i 2018 var «Andvake triologien», skrevet av Jon Fosse. (Det Vestnorske Teateret, 2019) Jon Fosse er kanskje en av de mest kjente,

moderne, dramatikerne vi har i Norge og det er derfor ikke overraskende at en av hans stykker trekker publikum. Forestillingen ble også satt opp i forbindelse med Festspillene i Bergen i likhet med “A man of good hope” på DNS.

I 2019 hadde teateret mye turnevirksomhet og bare syv produksjoner på egen scene, pluss mye annen aktivitet og engangsarrangement. Det mest besøkte stykket på egen scene i 2019 var «Heim 2» som hadde et gjennomsnitt av 262 publikummere fordelt på 50 forestillinger. Denne forestillingen var en fortsettelse av forgjengeren som gjorde stor suksess året før. Andre forestillinger som gjorde det bra på Det Vestnorske teateret i 2019 var «Min venn fascisten» av Klas Abrahamsson og Erik Gedeon, «Babettes Gjestebod» basert på boken av Karen Blixen og dramatisert av Ragnhild Gudbrandsen, og «Raskolnikov» basert på boken «Forbrytelse og straff» av Fjodor Dostojevskij, dramatisert av Tormod Skagestad.

«Min venn fascisten» var en satirisk musikal. «Raskolnikov» var en modernisert tolkning av en av de store klassiske bøkene og «Babettes Gjestebod» var en monologoversetting av en annen kjent bok. Her kan man altså se et mønster på hva som er de mest populære forestillingene på teateret som vi kommer til å se igjen senere i oppgaven.

De mest populære forestillingene for Det Vestnorske Teateret i 2018 og 2019 kan derfor plasseres i disse kategoriene: musikal, komedie, dramatik basert på bøker, historisk dramatik.

4.2. Norsk Publikumsutvikling- Publikumsatlas Hordaland og segmenteringsmodellen «Culture Segments»

Norsk Publikumsutvikling (NPU) publiserte i 2017 sitt publikumsatlas for Hordaland. Atlaset baserte seg på en spørreundersøkelse med 1530 respondenter og tok i bruk den britiske segmenteringsmodellen «Culture Segments» utviklet av selskapet *morris hargreaves mcintyre*. Modellen er anerkjent og har blitt brukt av blant annet British Museum, Shakespeare’s Globe og Tate ifølge selskapets nettsider.

Publikumsatlasen har målt interessen for flere ulike kulturelle arrangement, deriblant teater, og bruker segmenteringsmodellen til å dele den vestnorske befolkningen inn i ulike segmenter som setter pris på ulike typer kunst og kultur. Utover dette har de også samlet alle deltakerne og publisert noen generelle funn på tvers av gruppene som de kaller hovedfunn.

Modellen tar utgangspunkt i at befolkningen er en del av åtte forskjellige «segmenter» som har ulike mål og ønsker når det kommer til å nyte og oppleve kulturelle arrangement. Segmentene er videre fordelt som grupper som er svært interessert i kultur (essens, stimulering, felleskap og bekreftelse, oppgjør 43% av respondentene i publikumsatlasen), åpen for kulturopplevelser (avkobling og berikelse, oppgjør 18% av respondentene) og lite interessert i kunst og kultur (underholdning og perspektiv, oppgjør 39% av respondentene).

Hvis vi gjør en litt grov oppdeling her kan vi se at cirka halvparten av deltakerne i undersøkelsen er interessert i kulturopplevelser, mens cirka halvparten ikke er det. Undersøkelsen viser også at det virker til å være større interesser for kulturelle opplevelser i Bergen enn i resten av Hordaland. En teori på hvorfor dette er tilfellet kan være at kultur er lett tilgjengelig året rundt i Bergen, mens resten av Hordaland ikke har like godt og stabilt tilbud. Flere forklaringer på dette vil jeg komme tilbake til i [kapittel seks](#).

Undersøkelsen fant også at segmentet «underholdning» var størst i Hordaland. Andre hovedfunn undersøkelsen fant var at risikoviljen, altså viljen til å prøve nye kulturopplevelser, gikk ned etter fylte 50 år og at det er vanligst at venner tar initiativ for å gå og oppleve kultur. Dette stemte for alle grupper utenom «essens» der man tar mer eget initiativ.

Viktig informasjon om undersøkelsen som er grei å ha i bakhodet når jeg går gjennom funnene er at 40% av NPUs respondenter på undersøkelsen var over 50 år. 17% var mellom 40 og 49 år, 17% mellom 30 og 39 år og 26% var under 30 år. 56% av respondentene var arbeidstakere, 17% pensjonister, 15% studenter og 7% falt innunder andre kategorier. (NPU, 2017 s.99). Undersøkelsen har derfor en litt høy snittalder.

4.2.1. Interesse for teater ifølge Publikumsatlas Hordaland

Det er viktig å huske at atlaset måler respondentenes interesse for mange forskjellige typer underholdning og kulturarrangement, og ikke bare teater. Vi kan allikevel se at NPU har stilt spørsmålet om hvilke typer arrangement som er mest populært blant befolkningen på en generell basis. På side 21 kan vi se at teater er det nest mest populære alternativet for folk flest, under konserter, nesten likestilt med samfunnsaktuelle arrangement. NPU har ikke målt interessen for kino, som ifølge SSB er det mest populære underholdningsalternativet blant befolkningen. Dette vil jeg komme tilbake til i [kapittel syv](#). Vi kan også se at segmentet der flest av deltagerne er interessert i teater er «felleskap» med omtrent 55-60% og segmentet som er minst interessert i teater er underholdning med omtrent 30-35%.

Videre (NPU, 2017 s. 28-29) har NPU funnet at ca. 44% av befolkningen i Hordaland er interessert i teater. Her har NPU valgt å dele fenomenet «teater» inn i tre sjangre. Disse er «Kjent og kjært», med en interesse på 43% av befolkningen, «Ren underholdning», med en interesse på 29% av befolkningen og «Nyskapende», med en interesse på 13% av befolkningen.

Disse sjangrene beskrives slik:

- Kjent og kjært: Dvs. interessert i «komedier», «klassikere», «forestillinger spesielt tilpasset min aldersgruppe», «familieforestillinger» og/eller «forestillinger med lokal tematikk»
- Nyskapende: Dvs. Interessert i «samtidsteater» og/eller «Eksperimentelt teater/Performance»
- Ren underholdning: Dvs. interessert i «musikaler» (Norsk publikumsatlas, s.28)

Som vi skal se i neste delkapittel har NPU bare spurt de respondentene som oppgav å ha teater som sin favorittsjanger og/eller har oppgitt å ta i bruk et teater tilbud tre eller flere ganger i løpet av det siste året hva deres favorittsjangre er. Derfor er dette interessebildet litt misvisende da de som ikke har oppgitt teater som favorittsjanger eller og ikke har benyttet seg av et teater tilbud tre ganger i løpet av året også kan ha interesse for ulike teatersjangre.

Det er også oppmerksomhets-verdig at NPU fant bare 29% oppslutning rundt musikal når den sjangeren jevnt over slo ut som den mest populære sjangeren i min undersøkelse. En

forklaring på dette kan være at NPU hadde en jevnere fordeling mellom kjønnene i sin undersøkelse da jeg hadde få mannlige respondenter og interessen for musikal i min undersøkelse var mest fremtredende hos kvinner, selv om sjangeren viste seg å fortsatt være middels populær hos menn. NPUs tall stemmer derfor ikke overens med det bilde jeg har sett gjennom min egen undersøkelse. Som vi så tidligere i dette kapitlet er også musikal og forestillinger med musikalske innslag det mest populære alternativet når det kommer til publikumstall hos teatrene også.

På spørsmålet om hva som er viktigst å oppleve på teateret har alle segmentgruppene oppgitt at det er viktigst å bli underholdt, utenom gruppen “essens” som oppgav at det var viktigst å ha en emosjonell opplevelse. På spørsmålet om hvilket budskap som trigger lysten til å foreta seg et kulturbesøk svarer hele 47% at det må være underholdende. Det er så et stort hopp ned til de neste alternativene, lærerikt og gripende, som har 11% har svart. (NPU, 2017 s.126) Dette stemmer overens med funn jeg gjorde i min egen undersøkelse som klart viser at det viktigste for folk når de skal på teater er at de ønsker å bli underholdt. NPU har stilt dette spørsmålet som en ettsvarsoppgave og har derfor bare målt hva som er det aller viktigste for respondentene. I min undersøkelse har jeg målt sjangertrekk i en flersvarsoppgave og funnet preferanser. Mer om dette i [kapittel fem](#).

De fant også at kvinner generelt sett er mer interesserte i teater enn menn med henholdsvis 54% for førstnevnte og 32% for sistnevnte. Dette stemmer godt overens med allerede allmennkjent informasjon. Interessen for teater var også hakket større i Bergen (45%) enn i kommunene utenfor (39%) som er å forvente siden Bergen er den eneste kommunen i daværende Hordaland som har et stabilt, fast og variert teatertilbud. Aldersmessig fant de at interessen for teater har en gradvis økning jo eldre man blir. (NPU, 2017 s.103-104) Dette er tematikk vi kommer til å diskutere nærmere senere i oppgaven.

4.2.2. Sjanger

NPU har i publikumsatlasen spurt respondenter som oppgav at de var interessert i og/eller hadde benyttet seg av teatertilbudet tre eller flere ganger det siste året hvilke sjangre som var av spesiell interesse for dem (flere svar mulig). Sjangeroppdelingen til NPU er litt annerledes enn sjangeroppdelingen jeg brukte da jeg stilte det samme spørsmålet i min undersøkelse, men det er fortsatt mulig å gjøre visse sammenligninger.

NPU fant at komedie var den mest populære sjangeren med en oppslutning på 75%. Etterfølgende er Klassikere (68%), Musikal (65%), Familieforestillinger (41%), samtidsteater (28%), Forestillinger m/ lokal tematikk (25%), Eksperimentelt/Performance (9%) og Forestillinger spesielt tilpasset min aldersgruppe (8%). Denne rekkefølgen på preferansene er lik for både menn og kvinner.

Som vi skal se senere i min undersøkelse var musikal den mest populære sjangeren blant kvinnene i min undersøkelse og samtidsteater det mest populære alternativet blant mennene. Klassiske stykker hadde også en høy oppslutning hos meg. Jeg hadde ikke komedie som en egen sjanger, men hadde heller sjangeren “Stand-up og underholdning” som slo ut som den nest mest populære sjangeren blant kvinner og den tredje mest populære sjangeren hos mennene.

Det er derfor interessant å se på hvorfor “samtidsteater”, som i min undersøkelse fikk 63% oppslutning hos menn og 46% hos kvinner, skåret så lavt i NPUs undersøkelse, spesielt hos menn. Der fikk sjangeren henholdsvis 31% oppslutning hos kvinner og bare 24% hos menn. En mulig forklaring her er at min undersøkelse hadde færre respondenter og at jeg enkelt og greit har truffet personer som er mer interessert i denne sjangeren enn det et generelt gjennomsnitt er. Jeg tror allikevel ikke dette er tilfellet da, som vi så på tallgrunnlaget fra teatrene, at samtidsteater er en populær sjanger som trekker gode publikumstall.

Hvis vi går tilbake til Den Nationale Scenes årsrapport fra 2018 kan vi blant annet finne at forestillingen “FAR” (av Florian Zeller), som gikk i Teaterkjelleren, hadde et gjennomsnittlig publikumstall på 93 per forestilling over 39 forestillinger (totalt 3613 publikummere) og at adaptasjonen av Vigdis Hjorths “Arv og Miljø”, som gikk på Store scene, hadde et gjennomsnitt på 304 publikummere per forestilling fordelt på 29 forestillinger (totalt 8811

publikummere). Sett at vi aksepterer disse forestillingene som “samtidsteater” kan vi så ta å sammenligne med forestillinger av andre sjangre som gikk på de samme scenene.

I Årsrapporten til Den Nationale Scene for 2019 står det at Ibsens “Hedda Gabler”, en klassiker, som gikk på Store scene hadde et gjennomsnitt på 206 publikum fordelt på 35 forestillinger, totalt 7219. Altså et mindre antall publikummere enn “Arv og Miljø året før. I 2018 spilte også klassikeren “Glassmenasjeriet” av Tennessee Williams i Teaterkjelleren og denne forestillingen raket inn gjennomsnittlig 122 publikummere over 17 forestillinger, 2077 totalt. Altså litt flere publikummere enn “FAR” gjennomsnittlig, men ikke totalt. Altså gjenspeiler ikke tallene fra årsrapportene funnene i NPUs atlas.

Her er nok forklaringen enkel. NPU har bare spurt respondenter som oppgav interesse for teater eller oppgav å ha vært på teater tre eller flere ganger i løpet av et år hvilke typer teater de kan ha interesse av. Dette utelukker resten av respondentene fra deres undersøkelse. Jeg spurte aldri mine respondenter om de var interesserte i teater, men tilbydde svaralternativet “Ikke relevant/Jeg vil ikke se teater” isteden. Dette kan ha fått mine respondenter til å reflektere mer over *hva* teater er, og hva de faktisk kunne ha vært interesserte i å se i stedet for å få spørsmålet om de er interesserte uten å få se sjangeralternativene.

Det blir også oppgitt i NPUs undersøkelse at det bare var 25% oppslutning rundt forestillinger med lokal tematikk. Hvis vi igjen ser tilbake på repertoaret til teatrene har det skjedd en interessant mot-bevisning av dette. Ikke senere enn året etter, i 2018, produserte Det Vestnorske Teateret forestillingen “Heim 1”. Denne forestillingen hadde et gjennomsnittlig publikum på 252 spredd utover 43 forestillinger og et totalt antall på 10841 publikummere. Denne forestillingen var bare den første av flere lignende forestillinger vestlandsteatrene. Allerede året etterpå satt Den Nationale scene opp forestillingen “Å Bergen, Bergen” som ble en stor suksess med et gjennomsnitt på 372 publikummere fordelt på 52 forestillinger, 19374 totalt. Som nevnt tidligere, med en besøksprosent på 83% var dette den mest populære forestillingen på Store scene dette året, men en mye høyere besøksprosent enn årets storsatsing “Skipet De Ze Ploeg” som hadde en besøksprosent på bare 64% (DNS, 2019 s. 42).

Det Vestnoske Teater produserte så forestillingen “Heim del 2” med et gjennomsnittlig publikum på 262 spredd over 50 forestillinger. Denne trenden ble også videreført med DNS sitt stykke “Alle Tiders Bergen”, DVTs “Heim del 3” og samproduksjonen “Vestland, Vestland” av DVT og TV. Disse forestillingene kom ut i 2020 og jeg har derfor ikke tilgang på publikumstall da årsrapportene for 2020 ikke er offentligjort på det tidspunktet jeg skriver denne oppgaven.

Alle disse forestillingene har mange fellestrekk. De er alle humoristiske forestillinger i “revystil” med musikalske innslag som tar for seg lokal tematikk for Vestland og Bergen. Det kan derfor virke til at forestillinger med lokal tematikk egentlig har en veldig høy oppslutning og popularitet så lenge forestillingene også treffer andre punkter som vestlandspublikummet er opptatt av.

5. Undersøkelse

For å finne ut av hva befolkningen på Vestlandet liker å se på teater lagde jeg min egen spørreundersøkelse. Undersøkelsen var på 15 spørsmål og tok først for seg generelle spørsmål om aldersgruppe, kjønn, bosted, utdanning og avstand til nærmeste teateralternativ. Etterpå stilte jeg spørsmål om hvor ofte respondentene så på teater, hvilke sjangre de hadde sett og ville sett, hvilke teater de hadde hørt om og vært på, hva de heller vil gjøre enn å gå på teater, hvilke type teater de liker og hvorfor de eventuelt ikke går på teater.

Jeg fikk 115 respondenter på undersøkelsen. Det er viktig å ha for seg at majoriteten av de som svarte var kvinner (76%) og i aldersgruppene 18-25 år (28%) og 26-35 år (30%). Dette gjør at jeg har en underrepresentasjon av menn (23%), personer under 18 år (0%) og personer over 35 år (36-45 år; 11%, 46-55 år; 19%, over 55 år; 12%). Dette er viktig å ta med seg videre etter hvert som jeg går gjennom funnene mine fra undersøkelsen.

Svarene på undersøkelsen bekreftet noen av mine hypoteser og avkreftet andre. De viktigste variablene fra undersøkelsen min som jeg ønsker å vektlegge i denne oppgaven er publikum basert på kjønn, alder og utdanningsnivå. Dataene mine blir derfor litt manglende når det kommer til menn, men dette vil jeg forsøke å jobbe rundt så godt jeg kan. Undersøkelsen min

skal også sees i perspektiv med andre rapporter og undersøkelser utført på mye større skala som jeg snakker om i andre kapitler. Det er derfor viktig å ikke se på min undersøkelse alene som svar på de spørsmålene jeg stiller, men som et hjelpemiddel til å bekrefte spørsmålene i samarbeid med den andre litteraturen jeg lener meg på i denne oppgaven.

Jeg kommer i denne delen til å fremlegge mine funn rundt favorittsjangre, foretrukket sjangertrekk, grunner til å ikke oppsøke teateret og kultur- og underholdningsalternativer som respondentene heller ønsker å utnytte seg av i stede for teater kryssset med variablene jeg nevnte ovenfor.

5.1. Alder

Den første variabelen jeg ønsker å snakke om er alder. Når vi snakker om måten alder kan påvirke hvor sannsynlig et teaterbesøk er så er det viktig å huske på at alder ikke er en fast variabel. Hvis vi i dag ser at det er en overvekt av personer i en viss alder som besøker teateret trenger ikke det nødvendigvis å bety at teateret bare appellerer til denne aldersgruppen. Det man også må ta høyde for er at forklaringen her kan ligge hos generasjonen. Det kan hende det var noe som gjorde at teateret var populært da denne generasjonen var ung og begynte å oppdage sin egen kulturidentitet og derfor har holdt med teateret på tvers av aldergruppene. (Danielsen, 2006) Et godt eksempel på denne effekten er kino, som begynte å gå opp i popularitet blant ungdom på 90-tallet og fortsatt har klart å holde på det publikummet selv om de som var unge på 90-tallet er godt voksne i dag.

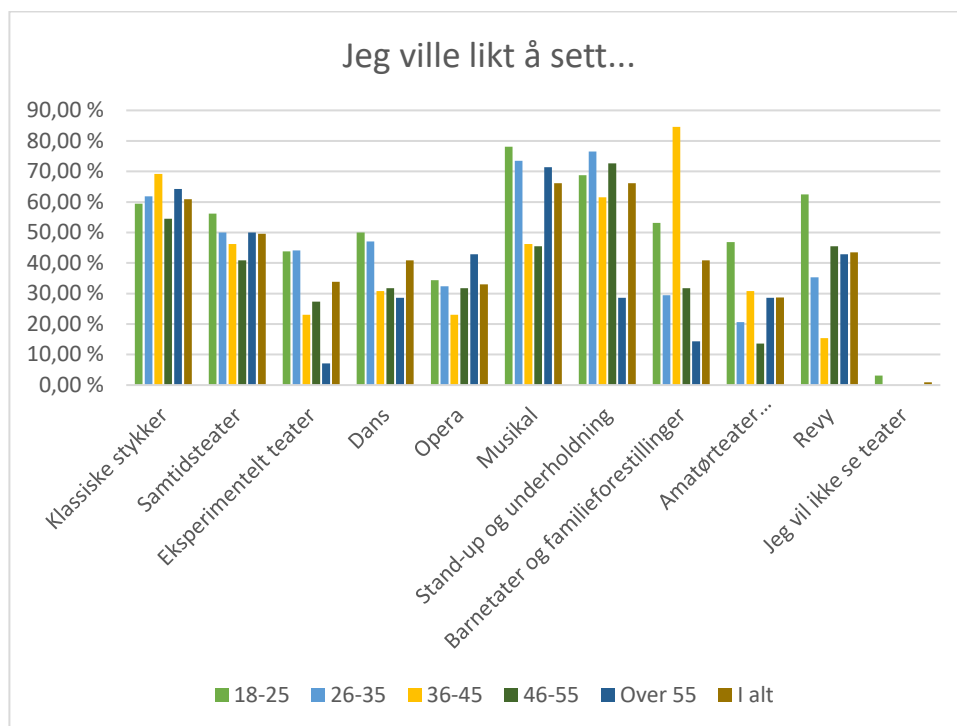
Av denne grunn er ikke alder nødvendigvis en variabel som vil stå uendret med tiden, men det er fortsatt mulig å hente informasjon om hvem publikum er nå, og ikke minst hva de ulike aldergruppene liker å se på scenen.

I min undersøkelse viser ikke variabelen alder så mye om hvilke aldergrupper som går mest på teater. Prosentandelene på de forskjellige alternativene er ganske godt fordelt med en generell overvekt på at folk flest går på teater et par ganger i året eller sjeldnere. De mer spennende funnene kommer ikke inn før vi snakker om smaken til de forskjellige alderssegmentene.

Jeg vil også bruke analysen rundt alderssegmentene til å se på det totale antallet, altså prosentandelen på spørsmålene uten variabel og si noen om det i dette avsnittet.

5.1.1. Alder og smak

Da jeg spurte de forskjellige alderstrinnene hva de ville likt å se på teater fikk jeg en tabell som ble seende slik ut.



Bilde 1

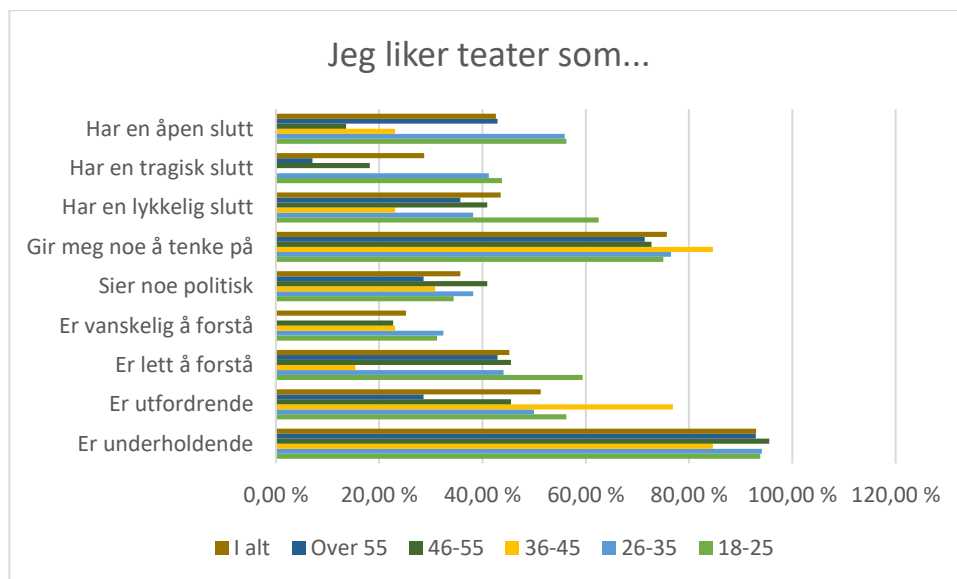
Av tabellen kan vi se at musikal er den mest populære sjangeren i aldersgruppene 18-25 år, Stand-up og underholdning i alderen 26-35 år og 46-55 år, barneteater og familieforestillinger i aldersgruppen 36-45 år, og klassiske stykker for de over 55 år. I alt samlet er de mest populære sjangrene på tvers av aldersgruppene Musikal, Stand-up og underholdning og klassiske stykker.

Det mest unnvikende funnet her er derfor populariteten til barne- og familieforestillinger i aldersgruppen 36-45 år. Dette kan ha en enkel forklaring med at dette er den alderen der flest folk har startet en familie og har barn som er i alderen til å spille teater i amatørgrupper og å

nyte teater. Det er derfor gjerne mest relevant for deres foreldre å da se barneteater og familieforestillinger når de først går på teater. Dette er også den gruppen som har nest mest interesse (30,8%) for å se amatørteaterforestillinger som for eksempel kulturskoleforestillinger, bare slått av aldersgruppen 18-25 år (46,9%).

Hvis vi ser på kolonnen for eksperimentelt teater kan vi se at interessen for det begynner sterkt på over 40% hos de yngste aldersgruppene, men så gradvis går nedover jo eldre respondentene er med bare 7% blant dem over 55 år. Den samme trenden kan vi også se på forstillingstypen Dans.

Interessen for revy er stor blant de yngste aldersgruppene, men tar seg ned mot midten (bare 15,4% i aldersgruppen 36-45 år) og opp igjen med de eldste aldersgruppene. Hvis vi nå sammenligner disse resultatene med resultatene i neste tabell begynner vi å få et ganske godt innblikk i hva de ulike alderssegmentene foretrekker å se på scenen.



Bilde 2

Når vi spør respondentene mer spesifikt hva de liker å få ut av en teaterforestilling er det overveldende mest populære svaret at teater skal være underholdende. Dette er ikke overraskende når vi ser på dagens kulturbilde og underholdningsbilde. Spesielt når vi sammenligner det med Publikumsatlasen for Hordaland der vi finner at 20% av den totale respondentbasen i Hordaland befinner seg i kultursegmentet «underholdning» (Norsk

publikumsutvikling 2017, s. 14) og at 47% av NPUs respondenter oppgav at det at et kulturtilbud er «underholdende» er det som er viktigst for dem.

For alle alderssegmentene er også det nest viktigste at teaterstykker skal gi dem noe å tenke på. Så langt kan vi altså se at det er bred enighet blant publikum om at teater skal være underholdende, samtidig som det er tankevekkende. Etter at disse to punktene er stadfestet, begynner vi å se litt ulikheter i videre ønsker.

Man kan blant annet se at den yngste aldersgruppen foretrekker at teaterstykket har en lykkelig slutt i mye større grad enn de andre aldersgruppene der respondentene enten ikke har sterke meninger om hvordan teaterstykket bør slutte, eller foretrekker en åpen slutt. De to yngste aldersgruppene er også de gruppene som er mest åpne for en tragisk slutt og teater som er vanskelig å forstå.

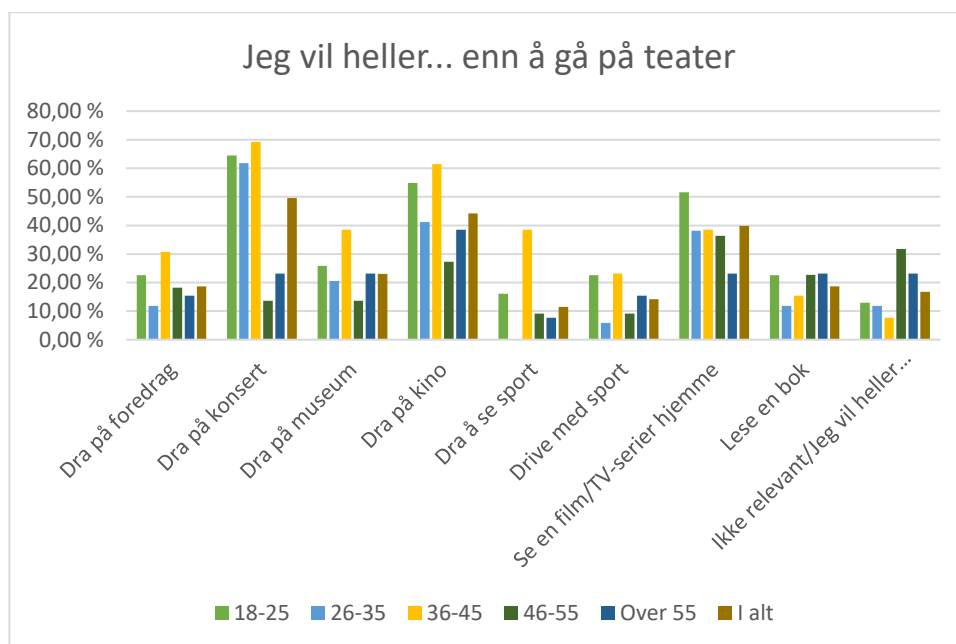
En sammenlagt 35% liker teater som sier noe politisk. Dette når toppen i aldergruppen 46-55 år (40,9%) og er minst populært i aldersgruppen over 55 år (28,6%).

Når vi nå sammenligner resultatene fra disse to tabellene er det rimelig å konkludere med at man er mer utforskende i en ung alder og åpen for å se mer eksperimentelle oppsetninger på teateret da, men at man kanskje er mer lukket for det som blir sett på som de “høyeste” formene for teater, nemlig opera. De i de eldre generasjonene foretrekker derimot teater som har noe kjent og kjær ved seg (revy, klassiske stykker), men er også åpne for teater som kan ansees som mer høykultur (opera, samtidsteater).

Det er også en faktor som går igjen gjennom alle aldersgruppene og det er villigheten til å oppsøke såkalt “underholdningsteater” (musikal, revy, stand-up og underholdning). De liker teater som er underholdende, men gir noe å tenke på samtidig som det er lett å forstå. Dette gjenspeiler seg også i virkeligheten som vi tidligere har sett ved publikumstallene for de ulike teatrene der de mest populære forestillingene har vært denne type forestillinger. Her gjør teatrene en god jobb for å tilfredsstille sitt publikum med oppsetninger av musikal, klassikere og, som vi har sett de siste årene, revylignende forestillinger satt i lokale omgivelser (for eksempel Det Vestnorske Teaters serie med «Heim»-forestillinger).

5.1.2. Alder og grunner til å ikke oppsøke teateret

Nå har vi sett på noen tabeller som viser hva publikum i ulike aldersgrupper ønsker å se på teater. For at disse grafene skal være mulige trenger vi derimot at folk går på teater, og det finnes flere ulike grunner til at det ikke alltid skjer, som vi skal se på i de to neste grafene.



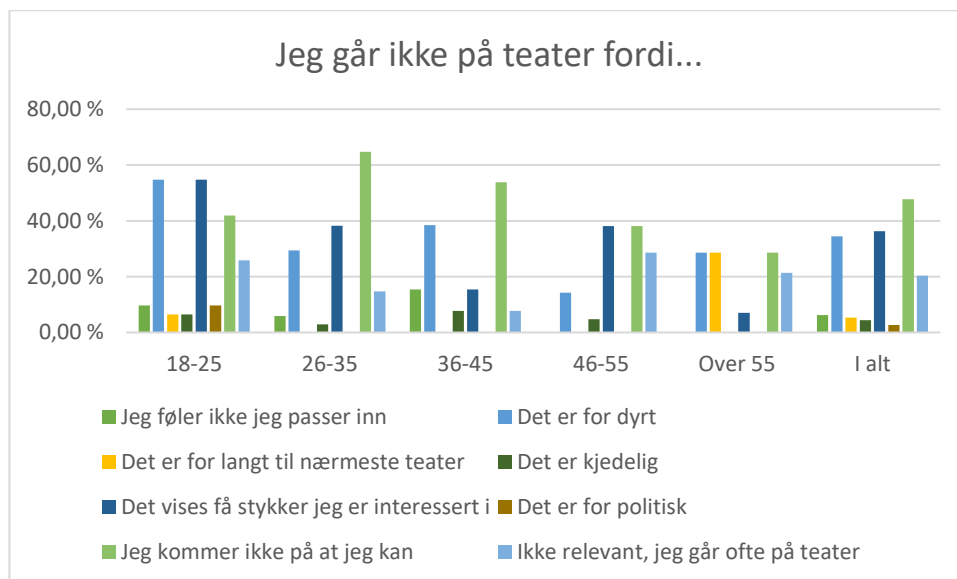
Bilde 3

i den første tabellen skal vi se på hvilke kulturelle eller underholdende aktiviteter de ulike aldersgruppene heller ønsker å gjøre enn å se på en teaterforestilling. Her er det greit å merke seg at jeg har inkludert kategorien “Ikke relevant/Jeg vil heller på teater enn alle alternativene” som vi kan se er mest populær i de to øverste aldersgruppene, men fortsatt har fått noen responser fra de andre aldersgruppene. Vi kan derfor se at det er en liten andel (16,8% totalt) som faktisk foretrekker å gå på teater fremfor alle de andre alternativene.

Det minst populære alternativet samlet sett var å se på sport. Den høyeste prosentandelen som heller vil dra ut å se på et sportsarrangement var de i aldersgruppen 36-45 år. Dette er også, som vi så i de andre tabellene, den aldersgruppen som generelt sett er mest unnnvikende de trendene denne undersøkelsen har avdekket.

For de tre yngste aldersgruppene svarer over 50% at de heller vil gå på konsert enn å gå på teater. Her kan vi da altså trygt anta at for de yngre og tidlig middelaldrende generasjonene er det mer populært å høre på musikk live enn det er å se teater. Dette stemmer overens med det vi ser er det viktigste og kjekkeste for disse aldersgruppene å se når de først går på teater, nemlig underholdning og musikal. Her er det nok en viss korrelasjon som er viktig å ta med seg videre. De tre yngste aldersgruppene stiller også med en høy prosentandel som heller vil gå på kino enn å gå på teater. Dette ser vi igjen faller hos de to øverste aldersgruppene.

Hvis vi nå går videre til å se på min neste tabell, som spør om spesifikke grunner til å ikke ville gå på teater kan vi sammenligne disse resultatene med hva folk heller foretrekker å gjøre.



Bilde 4

Her kan vi se at den yngste aldersgruppen har størst problem med at de syns teater er for dyrt og at det vises få stykker de er interesserte i å se, mens alle de andre aldersgruppene ser ut til å ha størst problem med at de rett og slett ikke kommer på at de kan gå på teater med unntak av aldersgruppen 46-55 år som også har problemer med at det vises få stykker de er interessert i. Hvis vi legger sammen alle aldersgruppene er de tre mest populære svaralternativene at det er for dyrt (34,5%), at det vises få stykker som er interessante å se (36,6%), og at de ikke kommer på at de kan dra på teater (47,8%).

Disse tabellene sier ganske mye om de ulike grunnene forskjellige generasjoner har til å ikke gå på teater sammenlignet med tabellene i forrige delkapittel som forteller oss om hva de liker å se når de først skal på teater. En ting som er viktig å påpeke her er andelen av respondentene som svarer at det ikke går stykker de er interesserte i å se (36,6%) i forhold til andelen som svarer at teater er kjedelig (4,4%). Dette viser at de fleste respondentene har en mening om hva de synes er godt teater og ikke bare mener alt teater er kjedelig.

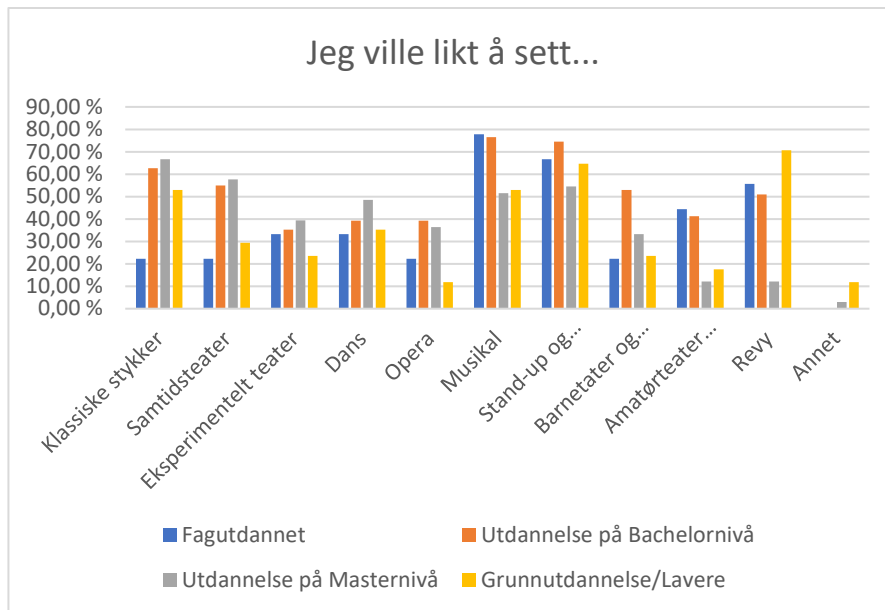
5.2. Teater og Utdannelse

Nå skal vi ta de samme tallene og analysere dem med variabelen «utdannelse». Det er allmenn kjent at utdannelse og kulturell kapital har en sammenheng. Det later til å være slik at jo høyere utdannelse man har, jo mer sannsynlig er det at man oppsøker kulturelle tilbud. Hvorfor det er slik er ikke helt klart, selv om flere teorier er i omløp. Vi skal derfor se på hvor mye utdannelse påvirker sjangervalg og vilje til å gå på teater, og om det er store variasjoner eller ikke.

Her kommer jeg til å kutte ut respondentene som oppgav å ha høyere utdanning på doktorgradsnivå fordi det bare var fem respondenter i denne kategorien og jeg føler ikke det er nok til å gi en reel indikasjon på denne gruppen. Jeg kommer derimot til å beholde respondentene som oppgav å ha fagutdanning selv om det bare var ni respondenter fordi jeg føler dette er en viktig gruppe å se på selv om den er liten i denne undersøkelsen.

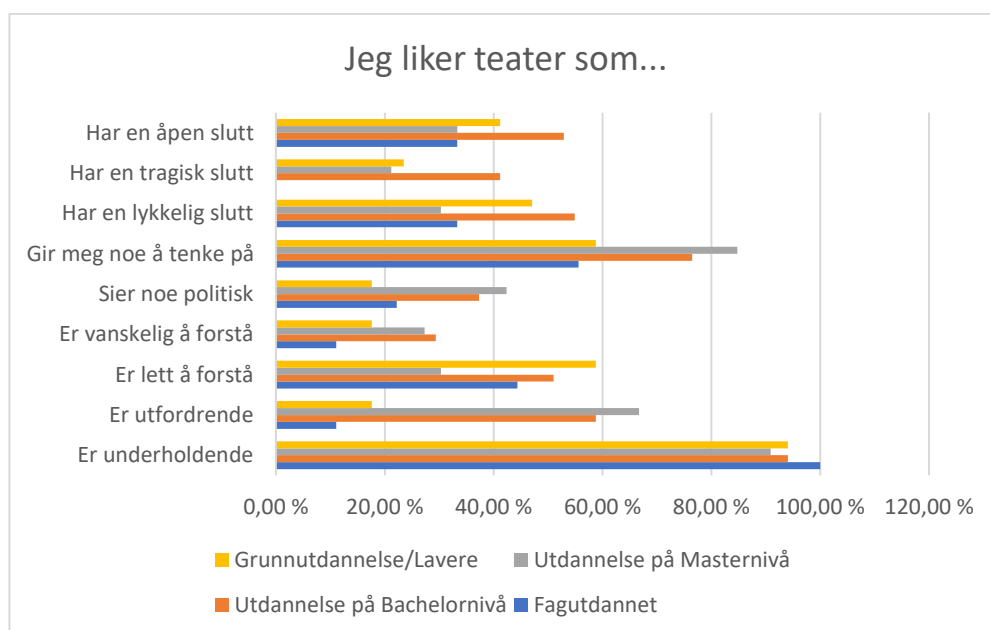
5.2.1. Utdannelse og Smak

Vi begynner med å se på de ulike utdannelsesnivåenes preferanser når det kommer til å se teater. Av denne tabellen under kan vi se at de fagutdannede har størst interesse for de rene “underholdningssjangrene” (musikal, revy, stand-up og underholdning) Dette gjenspeiler seg også for de med bare grunnutdannelse, men at de også har en større interesse for klassiske stykker.



Bilde 5

Respondentene med utdanning på høyere nivå har en mer fordelt smak. I gruppen med utdanning på bachelornivå er det ingen sjangrer med mindre enn 35% oppslutning. I gruppen med utdanning på masternivå har ingen sjanger mindre enn 31% oppslutning. Man kan også se at fra utdanning på bachelornivå til masternivå så faller de fleste underholdningssjangerene i popularitet (musikal går fra 76,5% til 51,5%, stand-up og underholdning fra 74,5% til 54,5% og revy fra 51% helt ned til 12,1%). De mer “høykulturelle sjangrene” øker marginalt, med unntak av opera som virker til å være mer populært blant de med utdanning på bachelornivå.



Bilde 6

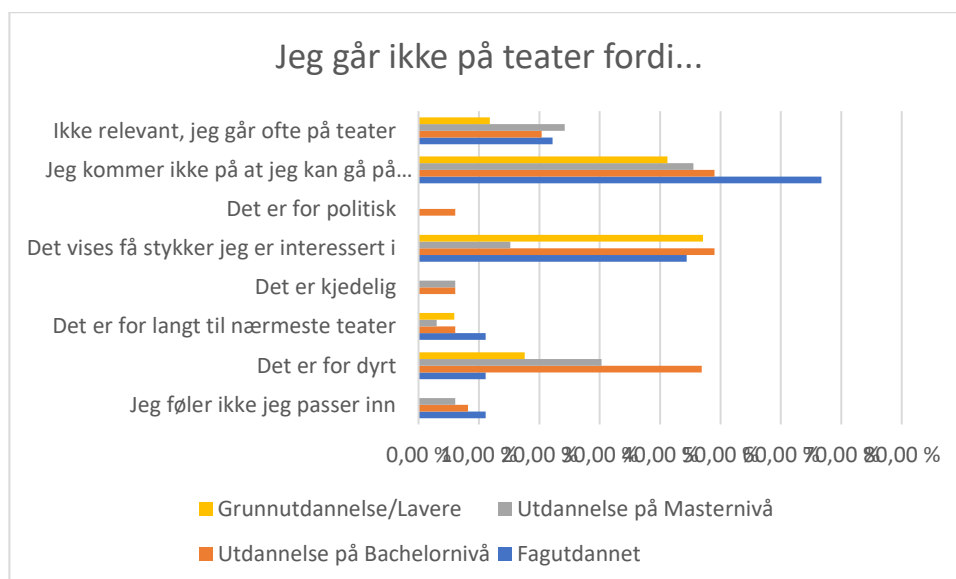
Når vi ser på de foretrekkende sjangertrekkene er det fortsatt viktigst for alle utdannelsesstrinnene at teater skal være underholdene, noe som ikke er uventet. De med fagutdannelse foretrekker at teater er lett å forstå og at det gir dem noe å tenke på. De med grunnutdannelse mener det samme og har også hakket høyere oppslutning for en åpen slutt eller en lykkelig slutt.

De med utdanning på bachelornivå har generelt mer interesse for alle de ulike sjangertrekkene og da spesielt for teater som er utfordrende og teater med en tragisk slutt. Det er også en økning i interesse for teater som sier noe politisk. Når vi så ser videre på de med utdanning på masternivå har de ytterligere økning i interesse for teater som er utfordrende og teater som sier noe politisk. De har også minst interesse for teater som er lett å forstå med bare 30,3%.

Selv om alle gruppene har over 50% interesse for teater som gir dem noe å tenke på er det en mye høyere oppslutning i denne kategorien for gruppene med utdanning på bachelor (76,5%) og masternivå (84,8%).

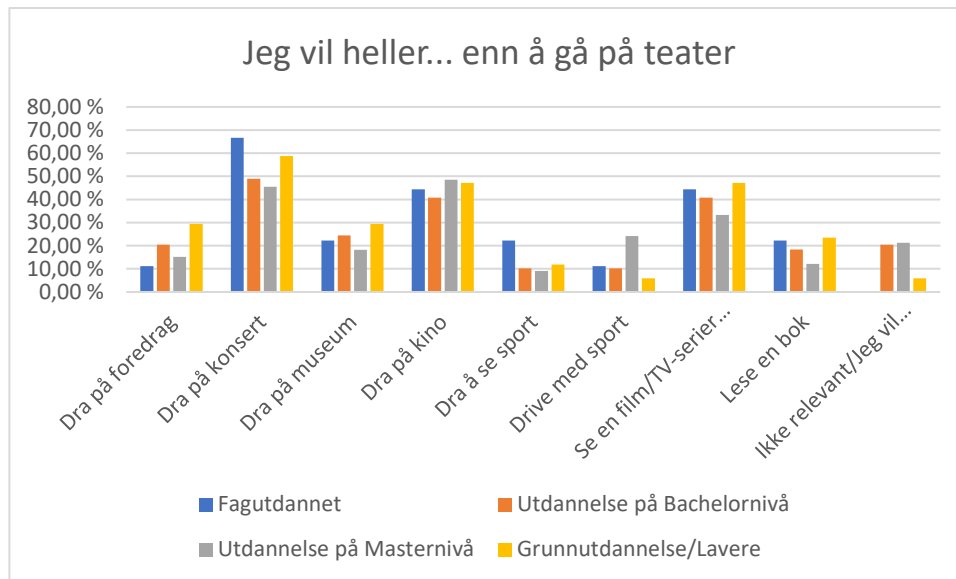
Hvis vi nå ser på det vi har lært fra disse diagrammene kan man trekke noen konklusjoner. Det kan virke til at jo høyere utdannet man er, jo mer "sofistikert" smak får man når det kommer til teater og jo viktigere er det at teateret har en «dypere» mening. De med utdanning på masternivå virker til å ha et større behov for å få noe mer ut av teateret enn bare underholdning. Dette behovet ser ut til å synke i takt med utdannelsesnivå.

5.2.2. Utdannelse og grunner til å ikke oppsøke teateret



Bilde 7

Den største hindringen for alle utdanningsnivåene, utenom grunnutdanninge eller lavere, når det kommer til å oppsøke teateret er at de ikke kommer på at de kan gå på teater. De med grunnutdanninge har litt større utslag på at det vises få stykker de er interesserte i. Det er en kategori med store utslag også hos de med utdanninge på bachelornivå og de som er fagutdannede, men ikke for de med utdanninge på masternivå. Dette stemmer overens med det vi så i forrige delkapittel om at de med utdanninge på masternivå virker til å ha en mer «sofistikert» smak enn resten av respondentene. Respondentene med høyere utdanninge har også større utslag på at det er for dyrt.



Bilde 8

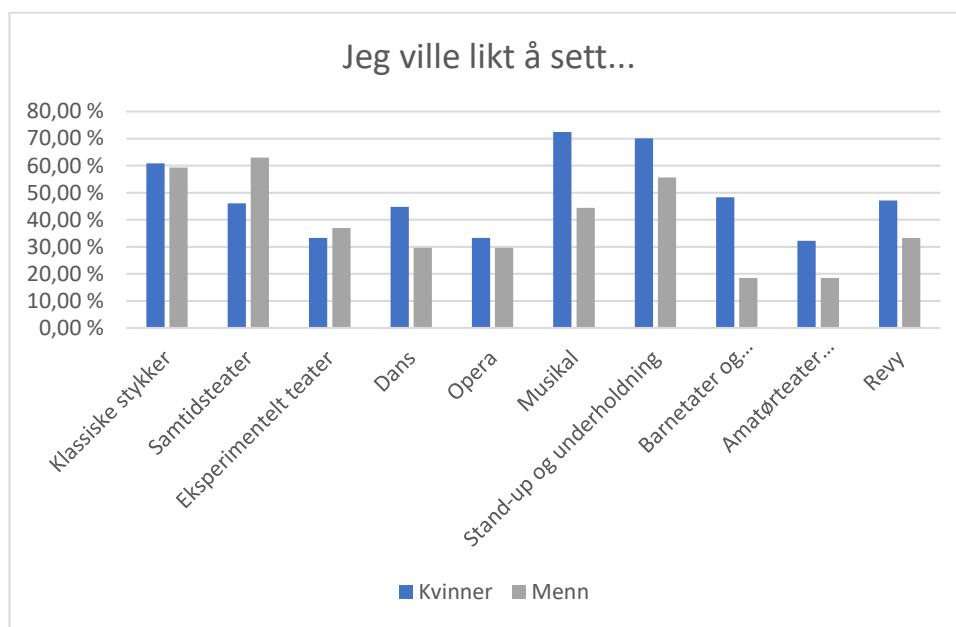
Når vi så til slutt i denne delen ser på andre aktiviteter som er mer interessante for de ulike utdanningsnivåene ser vi at bare fagutdannede og grunnutdannede har alternativer som får over 50% oppslutning (der begge utdanningsgruppene har høyt utslag på å dra på konsert). Allikevel er funnene i denne tabellen ganske oppsiktsvekkende da det ser ut til at de ulike utdannelsesnivåene har ganske like trender på hva de heller vil gjøre enn å se teater. De to mest interessante kategoriene for alle gruppene er å dra på konsert eller å dra på kino, etterfulgt av å se på TV hjemme.

5.3. *Kjønn og teater*

Til slutt skal vi se på variabelen kjønn. Det er kjent at kvinner har en litt større tendens til å oppsøke kulturelle tilbud enn det menn har. I denne delen ønsker jeg å se på hvor store forskjeller det er mellom sjangerinteresse og sjangertrekk mellom menn og kvinner og hva som eventuelt holder de forskjellige kjønnene borte fra teateret. Hvorfor det er slik at kvinner oppsøker teater og andre kulturtilbud oftere enn menn er noe jeg kommer til å diskutere mer i dybden i [kapittel seks](#).

5.3.1. Kjønn og smak

Når vi ser på tabellen over hva de mannlige og kvinnelige respondentene har sagt at de ville likt å se på teater får vi et interessant resultat.

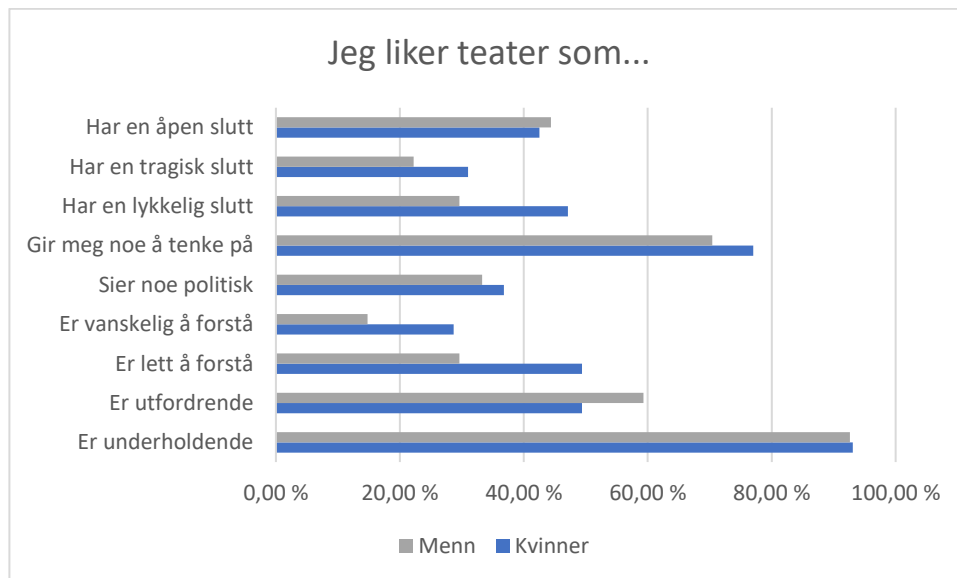


Bilde 9

Blant annet ser vi at det er en overvekt av kvinner (72,4%) i forhold til menn (44,4%) som liker musikal, den mest populære sjangeren. Dette stemmer overens med funnene i NPU's undersøkelse. Det er allikevel verdt å merke seg at det er større interesse for musikal blant menn i min undersøkelse enn i deres. De mannlige respondentene i denne undersøkelsen ser ut til å foretrekke samtidsteater (63%) etterfulgt av Stand-up og underholdning (55,6%). Det kan også virke til at menn generelt sett er mindre interessert i å se teater da ingen av sjangrene fikk høyere enn 63% oppslutning. Dette stemmer overens med det vi allerede vet om at kvinner har en større sannsynlighet til å oppsøke kunst og kultur enn menn. En annen tolkning av dette fenomenet kan være at menn er mer kresne og med en mer variert smak enn kvinner da ingen av de mannlige respondentene mine svarte at de ikke vil se teater i det hele tatt.

Siden vi vet at kvinner har en større sjanse for å oppsøke teateret enn det menn har kan det hende mennene i denne undersøkelsen har vært forsiktig med å si at de har interesse for sjangrer de ikke har opplevd og bare oppgitt interesse for det de vet de ville likt å sett. Dette

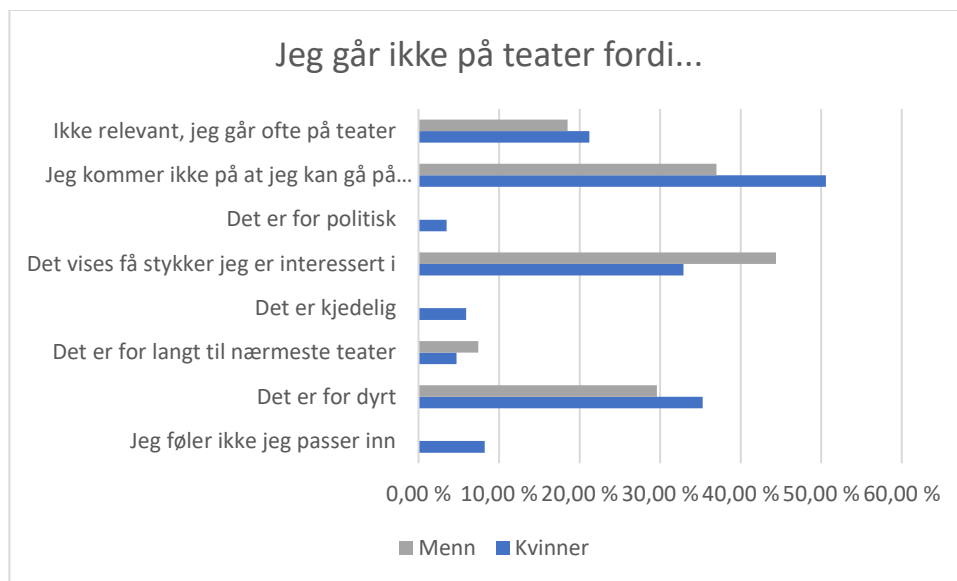
virker derimot tvilsomt ettersom en større prosentandel menn (37%) enn kvinner (33,3%) oppgir at de ville vært interessert i å se eksperimentelt teater.



Bilde 10

Når vi ser på tabellen over sjangertrekk finner vi først og fremst, og ikke uventet, at behovet for at teater skal være underholdende er det største trekkpunktet for begge kjønnene. Videre ønsker en majoritet av begge kjønnene også at teater skal gi dem noe å tenke på. De største variablene vi finner her er at en ganske mye større prosentandel av kvinner foretrekker at teater er vanskelig å forstå eller lett å forstå og at det har en lykkelig slutt. Om lag 10% flere menn enn kvinner ønsker også at teater skal være utfordrende.

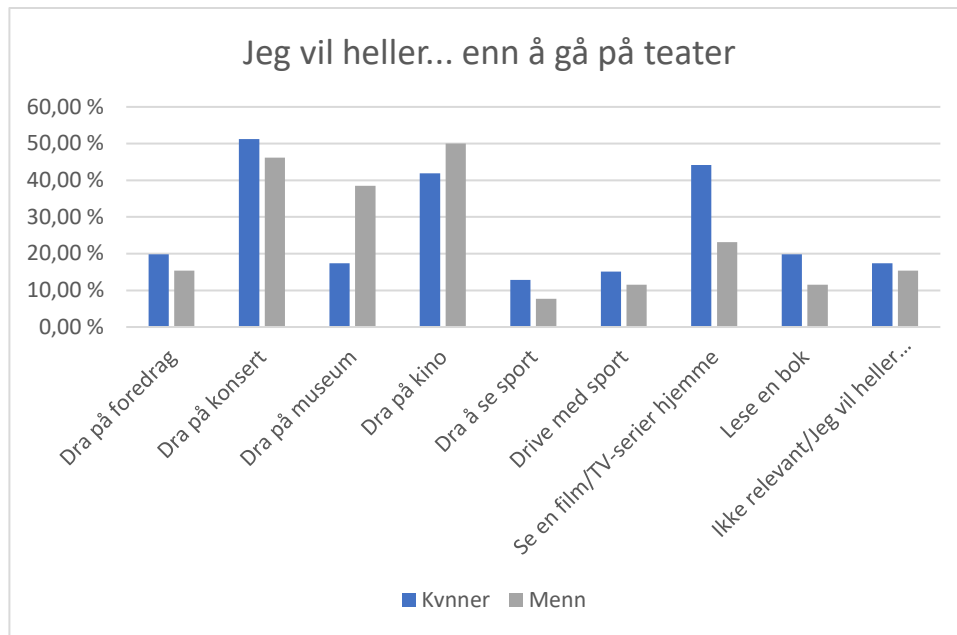
5.3.2. Kjønn og grunner til å ikke oppsøke teateret



Bilde 11

Av denne tabellen kan vi se at kvinners største hinder for å dra på teater er at de ikke kommer på at de kan gå mens menns største hinder er at det vises få stykker de er interesserte i. Dette er interessant ettersom at resultatene fra alle de andre variablene ville tilsa at det at man ikke kommer på at man kan gå på teater i all sannsynlighet burde vært det største hinderet uavhengig av om man er mann eller kvinne. Det stemmer imidlertid godt overens med tanken om at menn er mer kresne enn kvinner når det kommer til sjangervalg. Som vi har sett har musikalene og forestillinger med musikalske innslag vært de mest populære forestillingene på teatrene de siste årene. Vi vet også at menn har mindre interesse for disse sjangrene enn det kvinner har. Dette kan derfor ha en korrelasjon til hvem som tar initiativet for å gå på teater vanligvis, noe vi vil komme tilbake til senere.

Verdt å merke seg er at ingen av mennene i min undersøkelse virker til å mene at teateret er for politisk. Dette til tross for at en mindre andel menn liker at teater sier noe politisk. Kvinner mener også i litt høyere grad enn menn at teater er for dyrt.



Bilde 12

Av den siste tabellen kan vi se at det er flest kvinner som heller ønsker å gjøre aktiviteter som kan gjøres hjemme istedenfor å dra ut på teater. Det er også flere menn enn kvinner som heller vil gå på kino eller på museum enn å se på teater, men flere kvinner enn menn som heller vil gå på konsert, foredrag eller et sportsarrangement. Det siste punktet her mistenker jeg kommer ned til mine respondenter og ikke en generell trend i samfunnet. Ifølge tall fra SSB sine nettsider er nemlig sportsarrangement den tredje mest besøkte kulturopplevelsen i landet vårt, etter konsert og kino, med 55% som oppgir at de har vært på et sportsarrangement. Det er også det tilbudet hver person oppsøker flest ganger i løpet av et år, gjennomsnittlig syv ganger (Statistisk sentralbyrå, 2016). På grunn av dette mistenker jeg at andre undersøkelser ville ha funnet en større andel menn som heller vil dra på et sportsarrangement enn det denne undersøkelsen fant.

5.4. Avrundende Diskusjon av Undersøkelsen

Denne undersøkelsen har gitt flere interessante funn i forhold til målet med denne oppgaven. Funnene i denne undersøkelsen kommer til å bli sammenlignet med det jeg har funnet i andre rapporter og undersøkelser på samme tema. Jeg kommer først til å snakke om de samlede resultatene før jeg går nærmere inn på noen av de spesifikke funnene med de ulike variablene jeg ønsker å diskutere videre.

Det første vi fant var hva som er mest populært å se på teateret. Her så vi at musikalene, klassiske stykker og stand-up og underholdning var de mest populære sjangrene, mens revy, samtidsteater, barne- og familieforestillinger og dans ligger mer midt på treet og eksperimentelt teater, amatørteater og opera er de minst populære sjangrene. Bare amatørteater hadde mindre enn 30% interesse.

Interessen for de forskjellige sjangrene sammenlagt gir gode indikasjoner på hva som er foretrukket på teatrene våre generelt sett, nemlig underholdning og ting som er kjente og kjære for oss. Når vi går tilbake til for eksempel de ulike aldersgruppene ser vi at ulike alderstrinn har ulikt syn på hvor viktig det er med såkalt "høykultur", eller kanskje til og med hva som er høykultur?

Underholdningsviktigheten til teateret speiler seg også godt igjen i spørsmålet om hvilke trekk respondentene liker i teateret der 93% svarte at de liker teater som er underholdende. Det er også generell enighet i at teateret skal gi en noe å tenke på (75,7%). Utenom det er respondentene ganske spredde på hva et teaterstykke skal være med "vanskelig å forstå" (25,2%) og "tragisk slutt" (28,7%) som de minst populære alternativene.

Her ønsker jeg også å diskutere teater som sier noe politisk, som 35,7%, altså litt over en tredjedel av respondentene, har sagt at de liker. Dette stiller seg i en interessant markør mot utsagnet "alt teater er politisk". Spørsmålet her er om respondentene har tolket spørsmålet som "teater som sier at dette er rett og dette er galt" (propaganda) eller teater som stiller et politisk spørsmål uten å gi deg svaret. Det virker som om det første alternativet er mest sannsynlig da, som vi så tidligere, teater som gir respondentene noe å tenke på var det andre mest populære alternativet på dette spørsmålet. Allikevel kan man argumentere for at siden ingen av disse svaralternativene fikk i nærheten av 100% mener respondentene da at ikke alt teater er politisk og at det finnes unntak til denne påstanden som da gjør påstanden i alle fall til dels usann.

Uansett er det klart ut fra denne undersøkelsen at over en tredjedel av respondentene liker at teater sier noe politisk. Dette er en såpass stor andel at viktigheten av politisk teater her blir ganske klar. Som vi diskuterte i kapitlet om [teater i norsk kulturpolitikk](#) er teaterets status når det kommer til politisk budskap ikke så tryggt i Norge som vi gjerne trodde den var. Dette

tallgrunnlaget gir gode forklaringer på hvorfor debatten rundt teaterets ytringsfrihet og politiske frihet var så viktig å ta og hvorfor prinsippene er viktige i teaterlandskapet i dag.

De antatte sannhetene om publikum på teater er at teater er mest populært blant utdannede, kvinner, personer i den fasen av livet der man oppdager sin egen kulturidentitet og eldre. Dette har jeg ikke funnet grunn til å trekke i tvil. Derfor vil videre diskusjon om denne undersøkelsen anta at dette er riktig.

Som nevnt var det mest populære sjangertrekket uavhengig av alle variablene var at teater skal være underholdende. Dette er viktig å ta et øyeblikk til å reflektere over. Det er også viktig å skille mellom teater som er underholdende og underholdningsteater; der førstnevnte er en tanke om at opplevelsen skal være underholdende og sistnevnte er teater som er skapt i tanken om at det viktigste er at publikum skal bli underholdt. Dette gjenspeiler seg på to måter i respondentenes videre svar på undersøkelsen. Først med at de typiske underholdningssjangrene, musikal, revy, stand-up og underholdning generelt sett gjør det bra gjennom hele undersøkelsen. Videre med at sjangeren klassikere også gjør det bra blant de fleste. Altså så har vi da et skille mellom sjangre som, for det meste, er typiske sjangre der innholdet er skapt med det formål å være underholdende, og sjangeren klassikere som sjelden er stykker skapt med bare dette formålet, men som har blitt klassikere fordi tematikken fortsatt holder relevans i dag og at stykkene er skrevet på en måte som er underholdende å se på scenen.

Hvis vi så antar at stykker som har en moral eller stiller et spørsmål har høy popularitet, som vi kan gjøre fordi kategorien «Jeg liker teater som gir meg noe å tenke på» er den nest mest populære kategorien, kan vi altså anta at majoriteten av teaterpublikum føler at sjangeren «klassikere» er den sjangeren som dekker dette behovet best. Dette fordi man kan gå på teater å se et klassisk stykke med relativ sikkerhet rundt at opplevelsen kommer til å være underholdende og at opplevelsen kommer til å gi en noe å tenke på, rett og slett fordi stykket ikke hadde vært en klassiker hvis det ikke oppfylte disse to kravene. Man er derimot ikke garantert den samme sikkerheten med de andre sjangrene. Noen sjangre gir en relativ sikkerhet på ett av punktene, mens andre sjangre ikke gir denne garantien i det hele tatt på noen av punktene. Når vi tenker på det på denne måten er det lett å forstå hvorfor noen sjangre er så mye mer populære enn andre, og det blir mulig å gjøre en oppdeling som ser ut som dette:

- Sjangre som garanterer en underholdende opplevelse: Musikal, revy, stand-up og underholdning.
- Sjangre som garanterer en opplevelse som gir en noe å tenke på: Samtidsteater
- Sjangre som garanterer begge deler: Klassiske stykker
- Sjangre som ikke garanterer noen av delene: Eksperimentelt teater, dans, opera, Barne- og familieforestillinger, amatørteater.

Etter dette er det mer opp til hver enkelt person hva deres andre preferanser er og hvilke sjangre som oppfyller de kravene, men for det vanlige teaterpublikummet, og spesielt det som ikke går regelmessig på teater eller har en spesiell interesse kan det være viktig at i alle fall en av de to sjangertrekkpunktene blir nådd. Teateret kan selvsagt gjøre et arbeid for å forsikre publikum om dette med alle sjangre gjennom markedsføring og arrangementer rundt forestillingene de setter opp. Markedsføring for teateret er altså ikke bare viktig for å minne publikum på at teateret er der, men også for å gi dem en forsikring om at det stykket de velger å se på teateret faktisk omhandler deres interessepunkt.

Videre skal vi diskutere de ganske interessante funnene som ble gjort rundt sjanger og kjønn. Da vi vet at kvinner har en større sannsynlighet til å oppsøke teateret er det ikke overraskende at deres interesse er høyere for de aller fleste sjangre. Derimot er det interessant å se at det er en så stor forskjell på interessen for samtidsteater og eksperimentelt teater, der menn klart dominerer med forholdsvis 63% interesse for samtidsteater, mot 46% hos kvinner og 37% interesse for eksperimentelt teater, mot 33% hos kvinner. Interessen for klassiske stykker var som vi så tidligere ganske lik for begge kjønnene og interessen for opera var noe høyere hos kvinner. Interessen for dans var også høyere for kvinner. Altså kan vi ikke anta at menn er mer interessert i såkalt «høykultur» enn kvinner, men at menn muligens har en litt større utforskingstilnebb enn kvinner når det kommer til tematikk og virkemidler.

Når vi ser på sjangertrekkene jeg har målt er det bare teater som er utfordrende som har en signifikant andel flere menn som melder interesse enn kvinner, omtrent 10%. Det kan kanskje oversettes til at menn forbinder eksperimentelt teater og samtidsteater med utfordrende teater. Det er også verdt å merke seg at det var en veldig liten andel menn (29,6%) som liker teater som er lett å forstå i forhold til kvinner (49,4%). De mannlige respondentene foretrakk også i mindre grad teater som er vanskelig å forstå og teater med en lykkelig slutt. Altså kan vi se at

til tross for at menn er mindre interesserte i teater enn kvinner i en større sammenheng kan det også virke til at de har en mer tilpasset smak når de først skal på teater. Dette viser til risikovilje, altså viljen til å oppsøke et kulturtilbud som er nytt og ukjent, der kvinner kan virke til å være mer åpne for variasjon enn menn, mens menn kan virke til å ha større villighet til å ta sjanser innen de sjangrene de allerede vet de liker.

Avsluttende i dette kapittelet ønsker jeg også å nevne alderssegmentene og interesse for amatørteater der vi så at aldersgruppene 18-25 år og 36-45 år hadde en unormalt høy interesse, da spesielt førstnevnte. Dette finnes det lette forklaringer på. De i aldersgruppen 36-45 år har, som nevnt, ofte barn i alderen til å begynne å sette pris på teater, men også i alderen til å begynne å spille teater. Det er derfor grunn til å tro at grunnen til litt økt interesse for denne sjanger i den aldersgruppen derfor er fordi de har familiemedlemmer og/eller egne barn som spiller amatørteater. Aldersgruppen 18-25 år, som er den yngste aldersgruppen i denne undersøkelsen, er også en aldersgruppe som holder på å oppdage sin kulturidentitet. Det er derfor grunn til å tro at mange i denne aldersgruppen har venner som spiller amatørteater eller selv gjør det og derfor har ekstra stor interesse for den typen teater.

6. Teater og Publikum

Nå beveger vi oss videre til den delen av oppgaven som bruker det vi har funnet i diskusjon og refleksjon rundt oppgavens tema. Vi begynner med å snakke om publikum og deres forhold til teateret. Som publikummere ligger all makt i våre hender når det kommer til å bestemme hva som gjør det bra på de norske teaterscener, selv om vi ikke alltid er klar over det selv. Tidligere i Norsk teaterhistorie har publikums preferanser og villighet til å gå på teateret vært avgjørende for hva som blir satt opp på scenen og hvor lenge det går der. Tilbake i startdagene av et tidlig norsk teater var vi med på å forme språk og sjanger på våre egne scener med diskusjonen om norsk versus dansk scenespråk og vår, noe uvillige, overgang fra realismen til modernismen og andre sjangre. (Marker, Marker 1996) De tidlige teatrene i Norge satte opp stykker i et alarmerende tempo, rett og slett fordi det ikke var nok publikum tilgjengelig til å la ett stykke spille over lengre perioder. Publikum hadde makten, og de visste det.

I dag er det annerledes. De fleste teatrene planlegger ett repertoar med forestillinger som går over en hel sesong. Publikumpotensialet, i alle fall i byene, er stort nok til å fylle salene på de fleste forestillinger. Institusjonsteatrene er ikke heller 100% avhengig av inntjening fra salg av billetter og lignende til publikum, men får også mesteparten av sin driftsstøtte fra staten til å produsere både den type teater de tror publikum ønsker seg, men også det de selv ønsker å produsere. Med unntak av noen dårlige anmeldelser i avisene, som ifølge Norsk publikumsutviklings NPU's publikumsatlas bare 19% av befolkningen i tidligere Hordaland oppgir at de stoler på (NPU, 2017 s.7) får teateret kjøre ganske fritt uten store klager fra publikum. Det finnes selvfølgelig et par unntak til dette og viktige hensyn teatrene bør ta som vi snakket om i [kapittel tre](#).

Selv om kritikken mot teateret og den moralske obligasjonen det lå under tidligere har blitt mindre viktig betyr ikke det at publikum ikke har preferanser for hva de ønsker å se på scenen og at teatrene ikke er klar over dette. Det kan man klart se på det vi har gjennomgått tidligere i denne teksten. Jeg kommer her til å diskutere litt videre hva de funnene betyr, samt den generelle trenden ulike rapporter har sett når det kommer til teaterpublikummet.

6.1. Oppdeling

Nå når vi skal snakke om publikum ønsker jeg å dele dem opp i tre kategorier. Det er publikum som ønsker, og har planlagt å være der uten en spesiell tilknytning til det de skal se; Det normale publikummet. Publikum som har blitt dratt med av noen de kjenner eller på annen måte ikke har lagt inn innsats for å se den forestillingen de er der for å se; Det tilfeldige publikummet. Og til slutt Det assosierte publikummet, som er publikum som har en tilknytning til forestillingen på en eller annen måte.

Dette er en oppdeling jeg ønsker å gjøre fordi det er viktig å huske at alle har ulike forutsetninger og fordommer når der kommer til å dra på teater. Det er også viktig å skape denne oppdelingen for videre diskusjon av publikum da mesteparten av dette kapittelet bare kommer til å ta hensyn til en av disse gruppene, nemlig det normale publikummet.

6.1.1. Det Normale publikummet

Det vil på enhver forestilling være en overvekt av normalt publikum. Nærmere spesifisert personer som har sett at et teaterstykke går, fått vekket en interesse for å se dette stykket på en eller annen måte, og så bestilt seg billett for å oppleve dette teaterstykket. Det er dette publikummet teaterets markedsføring er rettet mot og det er dette publikummet som er lettest å planlegge rundt. Det er derfor dette publikummet mesteparten av min diskusjon videre kommer til å omhandle.

Teatrene har mange måter å nå ut til dette publikummet på. Både gjennom plakater, sosiale medier, egne nettsider og kundeklubber. Den Nationale scene i Bergen tilbyr blant annet årskort for dem som vet de kommer til å bruke teatertilbudet flere ganger i løpet av året og medlemskap for unge gjennom lojalitetsklubben «teatertjommi». Det å nå dette publikummet er det viktigste for de større teatrene da det er dette publikummet som normalt sett oppgjør majoriteten av en publikumsbase under enhver forestilling, men hvor godt klarer egentlig teateret å nå dem?

Som vi tidligere har sett i denne oppgaven er den største barrieren mellom potensielt publikum, altså personer i samfunnet som er åpne for en kulturopplevelse gjennom teater, og teateret at den allmenne befolkningen rett og slett ikke kommer på at de kan dra å se på teater. Det vil indikere at teatrenes markedsføring ikke er sterk nok når det kommer til å dra inn nytt publikum. Selvfølgelig har teateret et «kjernepublikum» som kommer igjen og igjen på ulike forestillinger, enten fordi de er såkalt «assosiert publikum», som jeg vil snakke om i neste del, eller fordi de er lojale tilhengere til enten det spesifikke teateret eller kunstformen teater i seg selv. Dette er selvsagt et forhold som går to veier. Teateret får publikumstallene sine, men det har også en viss sikkerhet når det setter opp «usikre» forestillinger.

Institusjoner for kust- og kulturformidling tiltrekker seg gjerne et lojalt kjernepublikum som har tillit til at det som formidles fra institusjonen er interessant og verdifullt ...Tilknytninger av denne typen vil også kunne fungere som informasjonskanaler fra produsenter og distributører til publikum, og via disse kanalene kan institusjonene derfor lede publikums interesser og smak i retninger som samsvarer med de forventningene institusjonen har til «sitt publikum» (Danielsen, 2006 s.28).

De etablerte teatrene har derfor her en mulighet til å forme kjernepublikummet sitt i den retningen det vil ha det. Ulempen med dette er at *bare* de etablerte teatrene har denne muligheten da det bare er de som har jobbet seg opp et stabilt kjernepublikum.

I tillegg til det lojale kjernepublikummet vil det også eksistere et «halvlojalt» publikum som har spesifikke ønsker om å se for eksempel visse dramatiske verker eller visse skuespillere og vil dukke opp på teateret når disse faktorene er involvert. Som vi så tidligere i oppgaven kan ulike teatersjangre deles opp etter hvor godt de treffer det potensielle publikums største preferanser, at det er underholdene og at det gir dem noe å tenke på. I tillegg til disse faktorene er det også mange andre faktorer som kan påvirke om denne gruppen går på teater eller ikke. Blant annet spesielle preferanser og kjendisfaktor, sistnevnte vil jeg snakke mer om i [neste kapittel](#).

Det publikummet som derimot er vanskelig å nå er det publikummet som ikke har en spesiell tilknytning til teateret. Da gjerne unge, de i midten av livsløpet, utdannede og menn.

6.1.2 Assosiert publikum

Arild Danielsen snakker om kunstverdenens «assosierte publikum» som et publikum som på en eller annen måte er knyttet opp mot produksjon og distribusjon av et kunstverk.

(Danielsen, 2006 s. 112) I teateret kan dette oversettes til teatervitere, personer som jobber i feltet og det jeg ønsker å kalle «spesielt interesserte», samt pårørende til hvem enn som er involverte i prosjekter og teaterstykker.

Hvis vi ser på undersøkelsen «Publikumsatlas Hordaland» så ser vi at en svært liten andel av respondentene hadde oppsøkt BIT Teatergarasjen, faktisk bare 4% (NPU, 2017 s.53), til tross for at Teatergarasjen setter opp mange stykker i løpet av et år med godt oppmøte. Dette tror jeg er et av de mest åpenbare eksemplene her på Vestlandet av dette «assosierte publikummet». Fordi BIT Teatergarasen ikke er ansett som en «allmenn» teaterorganisasjon som «alle» har hørt om, men heller har en sirkulering av publikum som er litt ekstra opptatt av utforskende og programmerende teater. Det må derfor også forstås slik at dette assosierte publikummet også opptar en betydelig andel av alle teaterpublikummer, i alle fall i byene.

Et annet eksempel på dette er kulturskoleforestillinger. Hvis vi nå bruker kulturskolen i vestlandskommunen Stord som eksempel kan vi se at i kino- og teatersalen på Stord Kulturhus er det 408 seter. Kulturskolen på Stord setter gjerne opp en storproduksjon som går over tre normale forestillinger, og salen vil være full eller nesten full hver forestilling. Dette er ikke fordi den vanlige befolkningen på Stord er veldig opptatt av amatørbarneateater, men fordi hver forestilling involverer omtrent hundre elver som alle har foreldre, besteforeldre og andre familiemedlem og venner som har lyst å dukke opp for å støtte eleven. Her får vi derfor et publikum som i all hovedsak er assosiert publikum.

Så hva gjør assosiert publikum med en forestilling? Jeg vil argumentere for at det kan være med på å dra den generelle opplevelsen av en forestilling opp for publikum som helhet. Disse personene som har en personlig agenda for å dukke opp å se disse forestillingene, det være seg fordi de kjenner noen på scenen eller har en spesiell interesse for dramatikerens eller har vært medvirkende til prosessen på en eller annen måte, har et personlig insentiv til å like hva enn de ser på scenen (eller mislike det). Derfor vil de gjerne være et mer konsentrert og responsivt publikum og derfor bidra til å skape en mer konsentrert og ordentlig stemning i salen.

Dette publikummet er også det publikummet som det ligger minst hensikt i å reklamere for. Dette fordi det består av personer som enten vil dukke opp å se forestillingen uavhengig av reklame for den, eller fordi de selv vil holde seg oppdaterte på hva som foregår på teateret. Dette publikummet kan derimot bli brukt til å reklamere. Som vi vet er teateret en sosial kunstform, både med tanke på at aktør og publikum er på samme sted til samme tid, men også fordi det er en kunstform som er lett og praktisk å konsumere med andre. Et assosiert publikum vil derfor ofte dra med seg andre personer på forestillinger, noe som utvilsomt har en viss påvirkning på publikumstall. Hvor stor andel av publikum som er assosiert publikum, eller som har blitt tatt med til teateret av det assosierte publikummet er derimot tvilsomt og vil variere fra forestilling til forestilling. Det kan derfor være vanskelig å bruke dette publikummet på en aktiv måte.

6.1.3. Det tilfeldige publikummet

Det tilfeldige publikummet er de publikummerne som ikke hadde planlagt å dra på teater. De som kanskje heller ville gjort noe annet enn å sitte i teatersalen, eller i alle fall ikke har gjort seg opp noen mening om hva de skal se på scenen før de går inn i salen. Dette er de personene som gjerne har blitt dratt med av venner og kjente, vunnet en konkurranse, eller på en eller annen måte har endt opp i teatersalen uten å planlegge det nøye.

Jeg kommer senere til å snakke om hvordan teater er en form for kulturell «begivenhet», i motsetning til for eksempel kino, som har fått en mindre «spesiell» kulturell verdi. Det å gå på teater krever gjerne mer planlegging enn å gå på kino i dag og gjør derfor at forventningene er større rundt hva man skal se. Det gjør at det normale publikummet og det assosierte publikummet gjerne har høyere forventninger enn det tilfeldige publikummet. Selv om vi ikke vet hvem som er tilfeldig publikum eller hvordan de ble det ønsker jeg å argumentere for at det vil være mulig å markedsføre til dette publikummet og på den måten kanskje trekke et bredere publikum til teateret.

Dette kan gjøres gjennom for eksempel vennepris på billetter, markedsføringskampanjer som fokuserer på å «ta med en venn» til teateret, gruppearrangement og lignende. Med slike virkemidler kan teateret nå frem til dette tilfeldige publikummet som ellers ikke hadde endt opp i teateret.

6.1.4. Markedsføring i teateret.

Digital markedsføring har blitt en viktig del av teatrene's markedsføringsplan. Dette er fordi, som man ser i undersøkelsen Publikumsatlas Hordaland, plakater, avisreklame og radioreklame, som tidligere var de viktigste kanalene teatrene reklamerte gjennom, har mistet mye av sin verdi når det kommer til å trekke publikum, og da særlig yngre publikum. Omtaler og anmeldelse har fortsatt stor verdi når det kommer til de eldre generasjonene, men man kan også se at dette synker i takt med aldersgruppene og at sosiale medier blir viktigere. Plakater i det offentlige rom har en viss økning jo yngre respondentene er, men er aldri mer synlig enn ca. 45%. (NPU, 2017 s.124) Det kan imidlertid virke til at reklamering på sosiale medier ikke er nok.

NPU anbefaler i sin undersøkelse at det kan være gunstig for kulturinstitusjoner å samarbeide mer med hverandre for å oppnå større synlighet i miljøet. (NPU, 2017 s.95) Dette føler de vil skape større interesse og oppmerksomhet fra potensielle brukere. Hvis vi oversetter dette til teateret, og da spesielt institusjonene, er dette noe de gjør lite av. Med unntak av noen samproduksjoner mellom teatrene og noen andre aktører i kulturfeltet er det få arrangement som tilbyr mer enn bare en teaterforestilling. De felles arrangementene som blir lansert er ofte skreddersydd det allerede eksisterende teaterpublikummet, som for eksempel samtaler med regissøren eller diskusjoner om stykket før forestilling.

Det kan allikevel være vanskelig å gjennomføre slike samarbeidsprosjekter, til tross for at vi ser at når de blir realisert har de som oftest stor popularitet. Teateraktører i byen har for eksempel til tider samarbeidet med eksempelvis Bergen Filharmoniske Orkester (BFO) for å sette opp musikalske forestillinger, noe som har skapt en viss interesse i kulturoffentligheten og generert et publikum som kanskje ikke ville gått og sett teater ellers, men som kom fordi de var lojale tilskuere for BFO. Her handler det, som NPU også nevner, om å skape et publikum som identifiserer seg med et av elementene som inngår i samarbeidet. (NPU, 2017 s.96) Dette krever imidlertid mye planlegging og midler fra teateret og eventuelle samarbeidspartnere for å få til og blir derfor gjerne nedprioritert som virkemiddel for å skape større publikumsbaser.

Et større samarbeid mellom ulike kulturarenaer i byen vil utvilsomt være med på å skape synlighet for teateret og kan være en del av løsningen på hvordan teateret skal nå mer ut til det publikumet som ikke kommer på at de kan dra på teater. Det er allikevel et lite problem med denne strategien indikerer at den ikke vil være nok i seg selv. Samarbeid med andre kulturorganisasjoner vil fortsatt bare trekke publikum som allerede er en del av den allerede eksisterende kulturoffentligheten, altså personer som allerede er en del av et potensielt publikum. Hvis teatrene skal nå personer som står mer utenfor den allerede etablerte kulturoffentligheten må mer kreative løsninger til.

Det kan derfor være gunstig for teateret å forsøke å markedsføre seg på populære kulturtilbud som står utenfor kulturoffentligheten. I NPU's undersøkelse har de ikke regnet med kino som kulturtilbud, men tall fra SSB stadfester at kino er det mest populære kulturelle tilbudet i landet, etterfulgt av idrettsarrangement (Statistisk sentralbyrå, 2016) Jeg mener derfor at det

kan være gunstig for teateret å markedsføre seg gjennom disse kanalene, samt gjennom de kanalene vi har tilgjengelige, og som har blitt en integrert del av dagliglivet (Strømmetjenester, YouTube, Podcaster). Mange teater har allerede tatt i bruk praksisen å lage en “trailer” av stykkene sine og legge den ut på sosiale medier og egne nettsider. Dette mener jeg kan videreføres og legges inn i disse populære underholdningsalternativene som flest folk i landet bruker. På denne måten kan teatrene skape oppmerksomhet rundt sin egen eksistens hos dem som ellers ikke nødvendigvis ville ha oppsøkt teateret.

Flere scener i Norge, blant annet Den Nationale Scene har allerede til en viss grad begynt å gjøre dette med å legge ut bannerannonser på steder som YouTube og Facebook om forskjellige forestillinger, eller teateret generelt. Jeg mener derimot at teatrene fortsatt kan bli flinkere på å bruke mer bevegelige bilder i markedsføring da dette trekker mer oppmerksomhet. Reklame på kino er et godt eksempel her. Siden teatrene allerede har begynt å spille inn «trailere» er det av stor viktighet at disse brukes så effektivt som mulig i markedsføringen.

NPU fant også i sin undersøkelse noe som ikke gav utslag i min undersøkelse, nemlig at det var en større andel av befolkningen som følte de ikke “passet inn” på kulturarrangement. Hvis vi underholder tanken om at dette også gjelder teater og at det bare ikke ble plukket opp i min undersøkelse foreslår NPU en kombinasjon av elementer for å løse dette problemet.

Hovedsakelig å senke terskelen for å delta på kulturarrangementer med å gjøre de mer sosiale, kombinere det med andre kulturopplevelser og muligheten for å “ta seg en drink”. Her har vi derimot allerede sett en utvikling i teateret. Det er ikke mange år siden man følte man måtte pynte seg for å gå å se en forestilling på de store scenene, men i dag er det ikke uvanlig at publikum kommer i hverdagslige klær på teateret. Det økte fokuset på debatter og samtaler rundt forestillingene som vises på de store scenene og ellers åpner også opp for en mer avslappet og personlig kobling mellom aktører og publikum.

Som jeg tidligere har påpekt er ikke markedsføring bare viktig for å gjøre teateret synlig, men også for å betrygge publikum om at den forestillingen det blir reklamert for er innenfor deres interessespekter. Altså kan et økt fokus på videoreklamer og formidlingsarrangement nå langt for å oppnå også dette målet.

6.2. Behaget i kulturen av Arild Danielsen

I 2006 skrev Arild Danielsen, på vegnet av Kulturrådet, en rapport om kunst og kulturpublikum basert på tall fra blant annet SSB. Denne rapporten sier mye om hvilket publikum som benyttet seg av kulturtilbudet her i landet tilbake på starten av 2000-tallet, og Danielsen stiller med en del interessante refleksjoner rundt spørsmålene om publikum og kultur som vil være relevante for denne oppgaven. Han stiller også med noen refleksjoner som vi i dag vet at ikke stemmer, eller som han mangler begrunnelser for som jeg også kommer til å nevne når jeg går gjennom rapporten hans og stiller med mine egne refleksjoner rundt temaene der jeg er uenig med Danielsens tankestrøm.

6.2.1. Alderssegmentene i kulturen

Danielsen kommer med flere relevante biter informasjon for å forstå alderssegmenter innen kultur. Han påpeker blant annet at spesifikk kulturell kompetanse finnes i størst grad i de midterste aldersgruppene da denne «spesifiserte» kompetansen gjerne kommer gjennom utdanning og det er flest folk i de aldersgruppene som er utdannet. (Danielsen, 2006 s.63) Han påpeker videre viktigheten av «identifikasjon» og hvordan de ulike alderssegmentene identifiserer seg med ulik kunst. Dette slår ut på to måter. På den ene siden kan kunstverk som ble skapt når en person var ung altså ha en betydning som følger med denne personen oppgjennom årene. På den andre siden vil også unge personer kanskje identifisere seg med eldre verker eller kunstnere gjennom enten gjenkjennelig tematikk eller personegenskaper (Danielsen, 2006 s.64).

Han påpeker også forskjellen mellom alder og livsfase. Den letteste måten å gjenkjenne dette i min undersøkelse er den økte interessen for barne- og familieforestillinger i aldersgruppen 36-45 år. Som tidligere nevnt er dette en aldersgruppe der mange også er i en livsfase der man har barn i en alder der de begynner å sette pris på kultur og det blir derfor en økt sjanse for at interessen der stammer fra at de er foreldre som gjerne vil ta med barna sine på teater. Det må derfor alltid ligge en tanke i bakhodet når man leser aldersstatistikk om forskjellen mellom livsfaser og generasjoner. Hvilken av disse som er dominerende har derimot ikke Danielsen noe svar på. Det finnes også en forskjell mellom generasjon og alder som må nevnes. Det er

ikke nødvendigvis slik at alder bestemmer hva man er interessert i, men heller generasjonen man er født i.

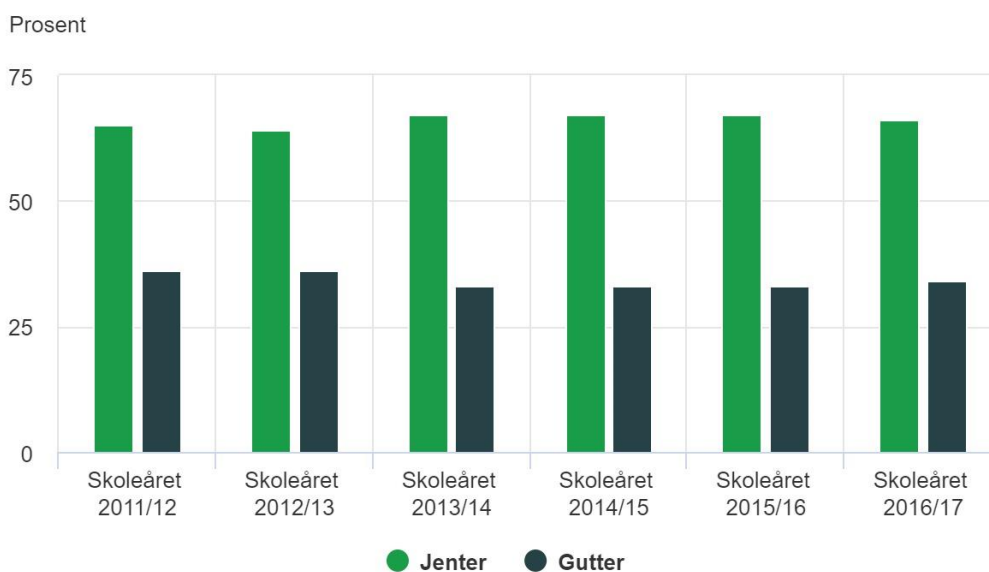
6.2.2. Kjønn i kulturen

Danielsen kommenterer, ganske riktig, på det han velger å kalle «feminin dominans» i kulturen. Altså at kvinner virker til å være mer opptatt av kunst og kultur enn menn. Dette er noe vi vet stemmer, men jeg tillater meg allikevel å kommentere på noen av teoriene til Danielsen. Danielsen kommenterer på «kvinnerollen» og kulturell godvilje. Ordet «kvinnerolle» innrømmer han selv er et uinteressant og overflødig ord i sin standard betydning. Han ønsker likevel videre å analysere hvorfor kvinner er mer interessert i kunst og kultur gjennom å analysere tidligere handlingsmønstre og «fordelinger» av oppgaver mellom kjønnene. Han argumenter for at kvinner rett og slett har blitt «oppdratt» til å verdsette det «estetiske» ved å være ansvarlig for husholdninger og å få opplæring i for eksempel piano. Videre snakker han om «kvinneplikten» og at kvinner gjerne føler de har en større grad av «plikt» for å delta på såkalte «oppbyggende» aktiviteter. (Danielsen, 2006 s.84-90)

Jeg mener Danielsen her bruker alt for mye tid på å diskutere kvinner og deres tidligere samfunnsroller uten å diskutere menn og nåtiden. I første omgang har vi stedfestet at utdanning har påvirkning på kulturell interesse. Det har i mange tiår vært flere kvinner enn menn som tar høyere utdanning i Norge (Statistisk Sentralbyrå 1.) Altså vil disse tallene indikere at det er flere kvinner enn menn som blir introdusert til kultur gjennom utdanning.

En annen ting som kan påvirke skjevfordelingen blant kjønnene når det kommer til kultur er eksponering for kultur i en ung alder. Hvis vi ser på tall fra kulturskolene i Norge kan man se at det er en stor overvekt av jenter som benytter seg av tilbudet.

Figur 3. Andel jenter og gutter i kulturskolen



Kilde: Grunnskolenes Informasjonssystem (GSI), Utdanningsdirektoratet.

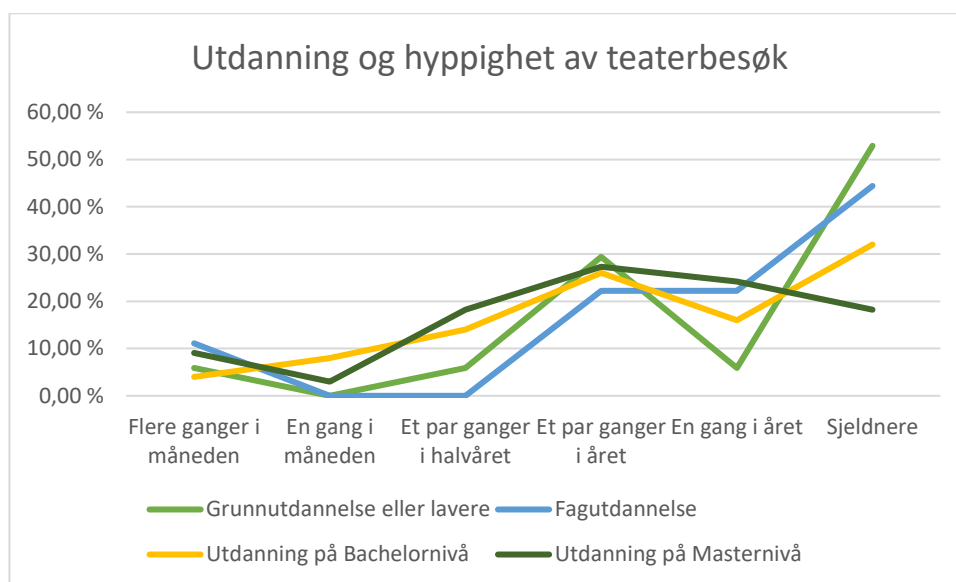
Bilde 13

Det kan hende er fordi jenter blir oppfordret i en ung alder i dag til å «bli det de vil bli» og at derfor ikke har noen hinder når det kommer til å bli eksponert for kunst og kultur i ung alder. Gutter derimot opplever ofte et «press» for å være maskuline og vil ofte unngå kunstneriske aktiviteter av redsel for å bli mobbet eller sett ned på av venner og familie.

Det vi ser her er da altså at kvinner blir mer eksponert for kunst og kultur helt fra barndomsalder og opp gjennom starten av voksenlivet enn det menn blir. Jeg mener derfor forklaringen på den kvinnelige overvekten innen kulturpublikum har mer å gjøre med en kultur av det som kan kalles «giftig maskulinitet» som gjør at menn og gutter blir mindre eksponerte for kunst og kultur enn det har med kvinners «rolle» og «vesen» å gjøre, som Danielsens teorier går ut på. Det er en selvfølge at man bygger mer interesse for ting man blir eksponert for i ung alder. Derfor er det en selvfølge at færre menn har interesse for kunst og kultur fordi færre menn blir eksponert for det i en ung alder.

6.2.3. Utdannelse i kulturen

Utdannelse har alltid hatt en påvirkning på kulturinteresse. Danielsen lurer imidlertid på om dette er en trend som kommer til å avta i årene fremover da utdanning i mindre og mindre grad formidler det som blir ansett som «dannelse» i en kulturell og akademisk forstand (Danielsen, 2006 s. 91-92). Dette er ikke tilfellet i dag og er derfor vanskelig å spekulere i. Sannsynligheten for å ha besøkt teater, og annen kunst og kultur, er en stigende graf ut ifra hvor høyt utdannet respondenten er (Danielsen, 2006 s.97). Da jeg spurte mine respondenter hvor ofte de gikk på teater og fordelte det på utdanningsnivå fikk jeg denne grafen:



Bilde 14

Altså kan det virke til at ulike utdanningsnivå ikke har så mye å si på hvor ofte mine respondenter besøker spesifikt teater. Jeg ville forventet større forskjeller derimot om jeg hadde spurt om kunstarrangement generelt. Det vi ser i denne grafen er derimot at de aller fleste enten går på teater et par ganger i året, eller sjeldnere enn en gang i året. De med høyest utdanning har i mindre grad svart at det går på teater sjeldnere enn en gang i året, etterfulgt av de med utdanning på bachelornivå osv. Det er derfor klart av denne grafen at utdanning ikke nødvendigvis oversetter til hyppig besøk av teateret, men at utdanning øker sjansen for å oppsøke teater i alle fall en gang i løpet av ett år.

6.3. Publikumsforberedelse og risikovilje

NPU spurte de respondentene som oppgav at teater var det kunsttilbudet de har mest interesse for hvor godt de forbereder seg før de oppsøker teateret. Her fant de at 4% forberedte seg i svært stor grad, 35% i ganske god grad, 37% verken eller, 13% i mindre grad og 10% i svært liten grad. Gjennomsnittet falt derfor på at de fleste som oppgir at teater er det kulturtilbudet de er mest interessert i forbereder seg verken eller før de oppsøker teateret med en liten overvekt mot å forberede seg i god grad.

De viktigste elementene når disse respondentene velger å gå på forestilling er kunstneren (46%), at de har noen å gå sammen med (37%) og at det er lett å skaffe billett (35%). (NPU, 2017 s.120) I Hordaland er publikum også gjennomsnittlig villig til å betale opptil 507 kr for en billett til et kulturarrangement. (NPU, 2017 s.129) NPU fant også i publikumsatlasen at de viktigste faktorene for at folk skulle oppsøke kulturtilbud oftere er at det må gå flere arrangementer som passer deres interesser, etterfulgt av at man må ha noen å gå sammen med som også har interesse for det. (NPU, 2017 s.131)

Her er det også verdt å merke seg at NPU spurte om “bedre informasjon om kulturarrangement” og 47% har svart at dette var viktig. I min undersøkelse, som vi har sett på, er hovedproblemet at folk ikke kommer på at de kan dra på teater. Det kan virke til at dette fortsatt er et problem som opptar det potensielle publikummet for alle kultursjangre, men at det da virker til at det er et ekstra stort problem i teateret. Dette alternativet er bare det fjerde mest populære alternativet i dette spørsmålet og havner bak de to alternativene jeg allerede har nevnt og et ønske om rimeligere billetter. Altså kan det virke til at andre kulturbransjer får til noe teater ikke får til når det kommer til å være en del av den samlede kulturelle bevisstheten i samfunnet.

Når NPU så spør hvem man oftest går på teater sammen med svarer 41% at de pleier å gå sammen med partner, og 32% at de pleier å gå sammen med venner. Allikevel når vi ser på hvem som vanligvis foreslår å dra på kulturarrangement svarer 40% at venner tar initiativ og 33% at partner tar initiativ. 34% svarer at de selv tar initiativet. Her er det også et kjønnskilleville der 44% av kvinner svarer at venner tar initiativet, men bare 25% svarer at partner tar initiativet. Menn svarer derimot motsatt og 40% oppgir at partner tar initiativ og 35% venner.

(NPU, 2017 s.135) Her kan man derfor konkludere med at vi ser realiteten av at kvinner er mer kulturinteresserte enn menn i praksis.

Dette korresponderer også med de funnene som ble gjort i min undersøkelse om sjangerpreferanser hos menn, der det generelt sett virket til at menn hadde en mer kresen smak når det kommer til teater enn kvinner. Her kan man også trekke linjer til populariteten av musikalske forestillinger på teateret sammenlignet med hvor få menn som oppgav at de hadde interesse for dette. Hvis det er kvinner som ofte tar initiativet til å ta sine mannlige partnere med på teateret er det derfor rimelig å konkludere med at de også bestemmer hvilken forestilling de skal se.

56% oppgir også at de besøker kulturarrangement i nærheten av der de bor og 22% at de oppsøker kulturarrangement andre steder i Hordaland. Her er det verdt å merke seg forskjellen på de som oppgav at de bor i Bergen og ikke. 64% av de som bor i Bergen oppsøker helst kulturarrangement i nærheten av der de bor, men bare 43% av de som bor utenfor Bergen oppgir det samme. Til sammenligning oppgir 34% av de som bor utenfor Bergen at de oppsøker kulturarrangement andre steder i Hordaland, men bare 15% av de som bor i Bergen oppgir dette. (NPU, 2017 s.136) Altså kan det virke til at Bergen absolutt er Hordalands kulturhovedstad og til en viss grad derfor trekker "kulturturister" fra resten av det tidligere fylket. Dette spiller også på nærheten av kulturinstitusjoner som de som bor i Bergen har, noe jeg kommer til å diskutere nærmere senere.

Videre opplyser også NPUs diagram at det faktisk er større sjanse (10%) for at folk oppsøker kultur i utlandet enn at de gjør det andre steder i Norge (6%). Dette gir oss litt forskjellig informasjon. For det første kan det virke til at Vestlandet derfor ikke har noen "kulturblødning" til andre kulturbyer i landet, som for eksempel Oslo. Vi ser også at det å dra på kulturarrangement er knyttet godt opp mot hvor langt det er til nærmeste kulturtilbud, altså får vi en sterkere bekrefting på hvorfor teatrenes turnevirksomhet, og ikke minst Riksteateret, er veldig viktige for å få teater ut til vestlandsregionene. Det virker også til at det ikke er så alt for mange i Hordaland som oppsøker kulturarrangement i Haugesund eller Stavanger, som er de nærmeste kulturbyene lengre sør som ikke er en del av tidligere Hordaland, nå Vestland. Det er verdt å tenke på at denne statistikken sikkert hadde sett litt annerledes ut hvis undersøkelsen hadde blitt utført på Vestland fylke til sammenligning med Hordaland fylke.

Etter COVID19 pandemien har, som tidligere nevnt, flere blitt mer villige til å oppsøke kulturarrangement digitalt. Dette er noe som i årene fremover kommer til å påvirke «kulturblødningen» både inn og ut av Vestland. 8 av 10 oppgav at de like gjerne kunne oppsøke digitalt kulturelt innhold i utlandet som av lokale produsenter, noe som kanskje kan endre befolkningens tilhørighet til lokale kulturinstitusjoner.

68% av respondentene til NPU oppgir også at de ønsker å gå mer på kulturarrangement enn det de gjør nå. 24% mener verken eller og 8% ønsker ikke å gå på flere arrangement. Man kan derfor se at befolkningen har viljen til å dra på kultur og teater. Allikevel kan man se at bare 28% hadde planer om å oppsøke flere arrangement den måneden de ble spurt, 48% mener verken eller og 30% kommer ikke til å oppsøke flere kulturarrangement den måneden (NPU, 2017 s.137). Befolkningen i Hordaland virker altså til å ha et ønske om å være mer kulturelle, men mangler muligens gjennomføringskraft for å oppnå dette målet. Dette er også noe som kan endre seg etter COVID19 pandemien da, som vi så i undersøkelsen til NTO, stadig flere ønsker å bruke mer tid og penger på kultur enn de gjorde før pandemien.

Når vi ser på NPUs funn angående risikovilje ser vi at 34% av befolkningen er enig i utsagnet «Jeg oppsøker gjerne nye og ukjente kulturtilbud», 34% svarer verken eller og 35% er uenige (NPU, 2017 s.97). Her konkluderer derfor NPU med at mesteparten av befolkningen er åpne for nye kulturopplevelser. Men med den informasjonen vi har sett på tidligere må vi allikevel ta disse tallene med en klype salt. Som jeg nevnte kan det virke til at store deler av befolkningen ønsker å være mer kulturelle, men ikke har gjennomføringsvilje. Dette finnes det mange forklaringer på, blant annet at man har begrenset tid eller befinner seg i et vanemønster der man ikke er vandt til å oppsøke kunst og kultur.

NPU har tatt med seg to forslag fra intervjuer de gjennomførte i sammenheng med undersøkelsen. Det første går ut på å publisere flere bilder og videoer rundt arrangement for å skape mer sikkerhet hos det potensielle publikummet på hva de faktisk bruker pengene sine på. Dette er noe de fleste teatrene er flinke på, men kan bli bedre på som vi har diskutert tidligere i denne teksten.

Det andre forslaget var å skape et slags «testtilbud» der førstegangspublikum kan få billigere billetter for å se om de liker tilbudet eller ikke. Dette er et forslag som kan være vanskelig å gjennomføre for teateret, men som man har gode alternativer for allerede. Det vil være

vanskelig å holde oversikt over hvem som er førstegangspublikum. Teatrene har derimot allerede på plass gode tilbud og ordninger som erstatter dette forslaget. De har rabatterte billetter for studenter, unge og eldre. De har avtaler på plass med skoler i hele Hordaland/Vestland for å bringe teater til skoleklasser og de kjører med jevne mellomrom kampanjetilbud på spesifikke forestillinger. Det er også på plass en hotelloppakke for å forsøke å dra publikum fra andre steder i Vestland og resten av landet. Større oppmerksomhet og reklameringsfor disse tilbudene kan derfor virke til å være gunstig for teatrene.

NPU fant også risikoviljen er høyest blant de som allerede er høyfrekvente brukere av kulturmarkedet og kvinner. De i 40 årene er mest villige til å ta en sjans og risikoviljen avtar etter fylte 50 år (NPU, 2017 s.6).

6.4. Publikumsidentitet

Det å være publikum på en teaterforestilling følger med en egen identitet. Man er en del av et større bilde og deltar på en «kulturaktivitet». Det er som oftest en grunn til at hver enkelt tilskuer har valgt å gå å se ett spesifikt stykke, og det har ofte noe med deres identitet å gjøre. «Folk bygger i mindre grad sin identitet rundt nasjonal tilhørighet, klassebakgrunn, standsære, religiøs tro og slektskap, og bygger i større grad sin identitet rundt ideen om individet» (Danielsen, 2006 s.129). Altså det som trakk publikum til teateret før er ikke nødvendigvis det samme som trekker publikum i dag. Der teateret før kunne stole på en viss forståelse rundt religion eller nasjonalfølelse o.l. har det ikke den samme garantien i dag. Danielsen påstår at disse generelle trekkene rundt identitet kan påvirke kulturlivet på en av to måter: Enten at kunsten blir mer individuell, eller at kunsten står som en motvekt mot dette og minner oss på hvordan ting pleide å være (Danielsen, 2006 s.129). Hvis vi ser på oppsetningene på vestlandsteatrene i løpet av de siste årene kan vi se eksempler på begge deler, men viktigere, kan vi også se en motevisning av at disse større samfunnsidentitetene har begynt å forsvinne. Tvert imot vil jeg påstå at disse felles identitetene er like fullt i live i dag som de var før, men at de bare har forandret seg.

Vi har tidligere i denne oppgaven snakket om trenden som har oppstått ved de store teatrene i Vestland med teaterforestillinger basert på den vestlandske kultur. Disse forestillingene har hatt ett felles viktig mål, nemlig å feire den vestlandske væremåte og levemåte. Dette har de

gjort på ulike måter, med eksempel forestillingen «Vestland, Vestland» som var en feiring av sammenslåing av Hordaland og Sogn og Fjordane, eller som «Heim sagaen» som feirer en større vestlandskultur gjennom tiårene og forestillingen «Å Bergen, Bergen» som fokuserte på bergensk historie. Det at disse forestillingene har oppnådd så stor suksess som de gjorde snakker til en felles oppfatning blant i alle fall vestlandspublikummet om at tilhørighet i et større samfunn fortsatt er viktig. At det å kunne gå på teater og le av felles spøker og sketsjer om «oss» som en felles befolkning viser at denne lokale nasjonalismen fortsatt holder mål. Dette betyr derimot ikke at nasjonalistisk kultur har det samme trekket i kunsten som det hadde tidligere. «...selv om kunst og kultur som uttrykker nasjonal identitet fortsatt har betydelig oppslutning, er ikke dette noe som mobiliserer store grupper» (Danielsen, 2006 s.130). Det kan derimot hende at dette er et fenomen som står ekstra sterkt på Vestlandet i forhold til de andre landsdelene, men det virker tvilsomt.

Andre forestillinger som har gjort det bra på teatrene er forestillinger basert på bøker og klassiske stykker. Dette viser en trend mot en felles identitet rettet mot dannelse. Det kan virke til at det for mange er viktigere å oppsøke en forestilling basert på noe som er av kulturell viktighet. Samtidsteater, og teater som handler om familiekonflikter, er også populære sjangre. Altså samler vi oss også rundt viktige spørsmål og diskusjon rundt familierelasjoner i teateret. Familie er noe som fortsatt forener oss som folkeslag, og dette kan oversettes direkte til teateret gjennom tematikken i de forestillingene vi velger å se og populariteten av å ta med barn og barnebarn på familieforestillinger og å stille opp på amatørteaterforestillinger.

Hvis vi nå snur oss tilbake til NPUs publikumsatlas over Hordaland kan vi huske at NPU har brukt segmenteringsmodellen «Culture Segments» som plasserer befolkningen i Hordaland i ulike «kultursegmenter». Av disse segmentene tilhører sirka 40% av befolkningen til segmentene «underholdning» og «perspektiv» som er segmenter som er lite interessert i kunst og kultur, med mindre det treffer deres særinteresser, har høy underholdningsverdi, inneholder populærmusikk og trekker mye folk (NPU, 2017 s.14). Dette er altså segmenter man skulle trodd hadde liten interesse for teateret, men det er noe som ikke egentlig stemmer.

I følge NPUs oversikt over teatermarkedet har segmentet «perspektiv» størst interesse av alle segmentene for kategoriene «kjent og kjært» og «ren underholdning» med henholdsvis 18% interesse og 17% interesse. Interessen faller en del når det kommer til kategorien

«nyskapende» der bare 12% oppgir å ha interesse. Segmentet «underholdning» har medium interesse for både «kjent og kjært» og «ren underholdning» med 14% interesse i begge kategoriene. De har derimot bare 3% interesse for teater innenfor kategorien «nyskapende» (NPU, 2017 s.29). Altså treffer teateret de kultursegmentene med relativt lav interesse ganske godt.

Hvis vi så ser på disse segmentenes kriterier for å være interessert i et kulturtilbud vil det alltid være teater som treffer noen av respondentenes særinteresser. Teater trekker også en del folk og, som vi har diskutert, har noen sjangre, da særlig sjangre som går innunder kategoriene «kjent og kjært» og «ren underholdning» høy underholdningsverdi. De mest populære oppsetningene på de vestnorske scenene de siste årene er også, som vi har sett, forestillinger med musikalske innslag, flere av dem med innslag av populærmusikk. Det er derfor egentlig ikke overraskende at de to minst kulturinteresserte segmentene har en viss interesse for denne typen teater. Det er heller ingen overraskelse at interessen deres faller når det kommer til teater under kategorien «nyskapende» da sjangrene som går innunder denne kategorien sjeldent inneholder noen garanti for at noen av deres preferansepunkter vil bli møtt.

Det segmentet som har størst interesse for teater er segmentet «felleskap» som omtrent 11% av befolkningen i Hordaland tilhører. Allikevel er ikke respondentene i denne kategorien særlig overrepresentert når det kommer til interesse for de ulike kategoriene og ligger på 15-16% i alle kategoriene. Det som skiller seg mest ut i statistikken om interesse for de ulike kategoriene er segmentene «avkobling», «berikelse» og «bekreftelse» som alle ligger på mellom 4 og 10% i alle kategoriene. Altså er det minst interesse for teater blant disse segmentene. Segmentene «avkobling» og «berikelse» er segmenter som er åpne for kulturopplevelser, mens «bekreftelse» er et svært kulturinteressert segment. Det virker altså til at teateret har størst oppslutning blant dem som enten er veldig kulturinteresserte eller veldig lite kulturinteresserte, og har større problemer med å nå ut til dem som ligger i midten.

I følge informasjon på «Culture Segments» nettside er det måter å nå disse segmentene på. «Berikelse» setter pris på tradisjon og historie og er lettest å nå gjennom å sette fokus på disse tingene, samt nostalgi. De er også lettere å nå med lojalitetstilbud og lignende. (Culture Segments 1.) Segmentet «bekreftelse» ser på kultur som en måte å tilbringe tid med andre og å bruke fritiden sin på noe verdt tiden. De er også det segmentet som bruker mest tid på å ta bestemte avgjørelser om hvilken type kultur de ønsker å oppleve. De nås best gjennom å få

beskjed om arrangement tidlig og en følelse av å være «in the know» samt lojalitetsklubber (Culture Segments 2.). «Avkobling» bruker kultur for å rømme fra hverdagsstress og å slappe av. Den letteste måten å nå denne gruppen på er gjennom spesielle tilbud, sammenpakkede opplevelser «servert på sølvfat» og anbefalinger gjennom kjente «merker» (Culture Segments 3.).

Den letteste måten å nå alle disse tre segmentene er altså gjennom å skape et økt fokus på spesielle tilbud og «klubbordninger» hos teatrene samt å få ut informasjon om teateret gjennom ulike kanaler, da for eksempel gjennom samarbeidsprosjekt med andre kultursjangre.

Litt annen informasjon fra denne interessefordelingen i publikumsatlasen er som følger:

- Den totale interessen for de ulike kategoriene er som følger: «kjent og kjært» (43% interesse), «ren underholdning» (29% interesse), og «nyskapende» (13% interesse)
- Segmentet «felleskap», som er det segmentet som oppgir å ha størst interesse for teater, er akkurat like interesserte i alle de tre kategoriene (15-16%).
- Segmentet «essens», som utgjør ca. 14% av befolkningen har motsatt reaksjon enn de andre segmentene og foretrekker «nyskapende» teater (30%) fremfor de to andre sjangrene (15-16%).

NPU oppgir også at 44% av respondentene har oppgitt at de er interesserte i å oppsøke teater i en eller flere av disse sjangrene. 43% har oppgitt at de er interesserte i å se teater i kategorien «kjent og kjært». Altså er nesten alle NPUs respondenter som oppgav å være interessert i teater er interessert i å se teater i denne kategorien. Vi ser altså da at det virker til å være bred enighet blant respondentene til NPU, altså det potensielle teaterpublikummet, om at teater med sjangrene komedie, klassikere, forestillinger tilpasset spesifikke aldersgrupper, familieforestillinger og/eller forestillinger med lokal tematikk er verdt å oppsøke.

Mye av denne godviljen kommer nok fra sjangrene komedie og klassikere. Som vi har sett tidligere er begge disse sjangrene veldig populære på tvers av alle aldersgrupper, kjønn og utdanningsnivå. Det kan derfor virke til at et fellestrekk for nesten alt publikum, uavhengig av segment og egenidentitet, er at de alle setter pris på klassiske stykker, tematikker og/eller forfattere og at alle liker å le. Dette er ikke overraskende da kriteriene for at et teaterstykke blir oppfattet som en «klassiker» ofte er synonymt med at dette er «bra» teater. Komedier er

også laget med det hovedmålet å underholde publikum og å få dem til å le. Som vi har sett er det å bli underholdt det største målet for de aller fleste når de oppsøker teateret.

Selv om det er forskjellige ting som underholder hver enkelt person kan man da muligens trekke noen linjer og se at det virker til at majoriteten av det potensielle publikum blir underholdt av stykker som har som hovedmål å være morsomme og stykker som er ansett å være klassiskere.

Interessen for teater er også større i byen enn i distriktene. «Det er også tegn til at fysisk nærhet til institusjoner og arenaer for kunst- og kulturformidling kan gi et slags eierskap til dem» (Danielsen, 2006 s.134). Altså vil nærhet til en institusjon være med på å skape interesse for denne institusjonen. Dette er selvsagt lettere å få til i byer som har et fast teater der dette vil skje mer eller mindre automatisk, mens distrikts- Norge gjerne ikke har denne muligheten. Det finnes flere teatre som driver mye turnevirksomhet, så de aller fleste kommuner i Norge vil ha et teatertilbud i løpet av et år, men det gjør ikke nødvendigvis at disse kommunene føler på noen tilhørighet. Riksteateret er det beste eksempelet her.

Riksteaterets hovedoppgave er å bringe teater ut til distriktene, men dette gjør også at ingen egentlig har eierskap til teateret. Det er derfor ikke mulig å danne det grunnlaget som skal til for å få et kjernepublikum basert på nærhet. For de fleste i landet er Riksteateret synonymt med et teatertilbud som kommer innom et par ganger i året og ikke en institusjon publikum kan knytte sin identitet opp mot.

Den felles identiteten som skapes på teateret er altså avhengig av flere faktorer, men den viktigste av dem alle er fortsatt en vi alle har felles. Vi liker å bli underholdt. Dette tar ofte formen av å oppleve historier, det være seg på TV, i en bok, i nyhetene eller i teateret. Det grunnleggende behovet vi mennesker har for å oppleve historier er noe vi alltid kommer til å ha til felles og som igjen alltid kommer til å trekke oss mot den kunsten og kulturen som fyller dette behovet.

7. Teater og smak

Før vi når denne oppgavens konklusjon er det et par punkter som er verdt å nevne når det kommer til befolkningen generelt og smak for kultur og underholdning. I første omgang ønsker jeg å snakke om hva som er ansett å være «god» kunst før jeg ønsker å snakke litt om teaterets største «konkurrenter» i dagens kultur- og underholdningsmarked. Jeg kommer også her til å nevne konseptet «kjendisfaktor» og hvordan dette kan være med på å påvirke publikumstall og valg gjort av ulike teatre.

7.1. Hva syns vi er god kunst?

Kunst i seg selv er viktig. Men som en del av en kulturoffentlighet har vi gjerne en oppfatning av hva som er «god» og «dårlig» kunst. Dette er grunnen til at vi har kritikere og grunnen til at vi anser noen kunstformer og sjangre som mer «høykultur» enn andre. I Danielsens rapport gav han respondentene av en spørreundersøkelse en liste med ulike utsagn og ba dem rangere hvilke av disse som var nødvendige egenskaper for «god kunst». De fire utsagnene som oftest ble plassert på topp to var:

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

De tre alternativene som sjeldnest ble rangert øverst er som følger:

- God kunst er ubehagelig (0,5%)
- God kunst er blitt anerkjent som god kunst (1%)
- God kunst er samfunnskritisk (2,5%)

Det var også mindre viktig at god kunst krever kunnskap og fordypelse (Danielsen, 2006 s.164-167).

Dette skaper et annerledes bilde enn hva man hadde trodd det ville skape. Det viser at «god kunst» ikke er det samme som «høykultur» i hodet på den norske befolkningen. Hvis vi nå legger disse svarene sammen i en grov smeltepotte kan vi altså si at god kunst er mer enn bare vanlig underholdning, det er en opplevelse. Det er i tillegg vakkert og skal gi noe å tenke på samtidig som det uttrykker noe alle kan kjenne seg igjen i. God kunst trenger ikke være politisk, det skal ikke være for ubehagelig og det er ikke nødvendig at det er anerkjent, men man skal kunne forstå det uten at man har så mye forkunnskap. Altså god kunst er allmennvennlig, men ikke for allmennvennlig. Det bør være komfortabelt, men utfordrende.

Oversatt til teater kan man lett kjenne igjen disse tankene når man ser hva som er populært. Teater i seg selv er en «event». Det i seg selv gjør det mer meningsfullt enn vanlig underholdning. Hvis vi så sammenligner med de sjangrene som er mest populære ifølge min undersøkelse og NPUs publikumsatlas kan vi se at sjangrene flest vil se også ofte passer dette bilde. Klassikere for eksempel er ofte sett på som vakre verker som de fleste har ett eller annet forhold til allerede. Det gjør at det er komfortabelt, men fortsatt utfordrende. Dette kan også stemme for musikal og de humoristiske sjangrene selv om de til tider er mindre utfordrende. Ingen av disse sjangrene krever særlig mye forkunnskap eller er direkte tilknyttet politiske budskap. Humor, musikal og klassikere har også ofte noe allment ved seg som vi ikke nødvendigvis finner i de mindre populære sjangrene som blir sett på som mer «høykultur» eks. opera, dans, eksperimentelt teater.

7.2. Kjendisfaktor

Et annet element jeg ikke har snakket om i dybden tidligere i oppgaven som kan generer interesse for et teaterstykke er konseptet om «kjendisfaktor». Som vi så i Publikumsatlas Hordaland er kunstneren/artisten det viktigste når respondentene i den undersøkelsen velger et teaterstykke å gå på. Dette kan oversettes på flere måter i teateret. Det kan være interesse og kjennskap til enten dramatiker, regissøren eller en av flere av skuespillerne som er med på stykket. Dette er en faktor som teatrene er oppmerksom på og som flere har utnyttet seg av.

Spesielt DNS har i løpet av det siste tiåret jobbet aktivt for å skape stjerner blant ensemblet. (Aas, m.fl. 2015 s. 20) Hvis publikum har et spesielt forhold til en skuespiller vil det igjen gi større sjanse for at de vil oppsøke teateret når denne skuespilleren er med i et prosjekt. Den

beste måten å ta høyde for dette for teatre med fast ansatte skuespillere er å bruke sine beste skuespillere så ofte som mulig. For teatre som ikke har fast ansatte skuespillere er løsningen her å leie inn så kjente skuespillere som mulig på forestillingene sine. Dette fungerer som et kvalitetsstempel for publikum. Det blir derfor mer frihet når det kommer til skuespillervalg når teatrene setter opp kjente stykker av kjente dramatikere da tittelen i seg selv vil trekke publikum. Dette oversettes også til skuespill basert på kjente bøker, som er noe teatrene gjør ofte med god effekt.

7.3. Teater og andre kulturtilbud

Teateret og kinoen har på en måte vært rivaler siden kinoen først begynte å bli tilgjengelig for majoriteten av befolkningen. Før kinoen var teateret den eneste måten publikum kunne oppleve historier fremført i bilder fremfor dem, men dette endret seg med fremveksten av film og kino. Kinoen ble fort populær og er i dag et lettere, billigere og mindre formelt alternativ til teater.

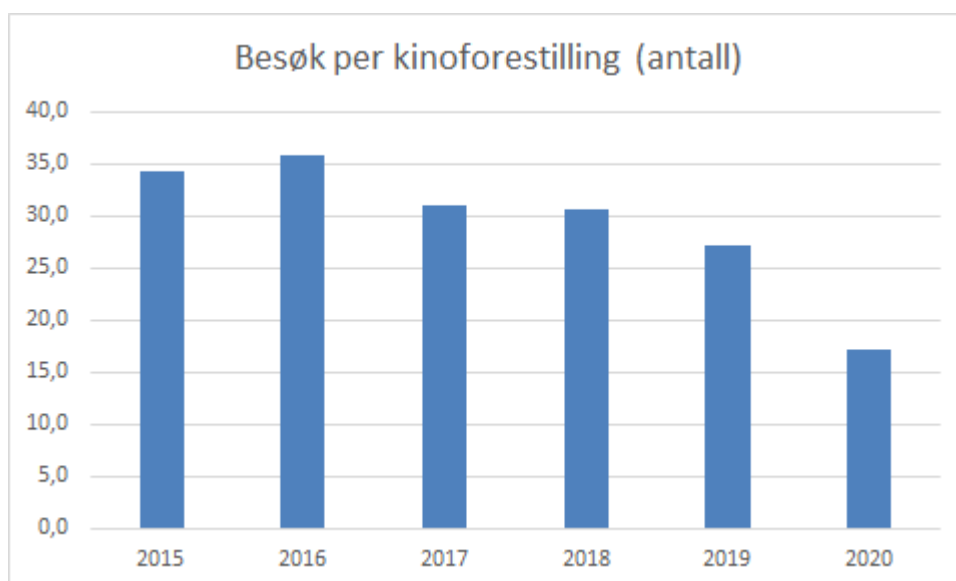
En annen fordel filmen har fremfor teateret er at filmer kan sendes ut til hele verden, mens et teaterstykke kan bare spille på et teater og en eventuell turne. Når en film først er laget er det bare å spille den så mye og så bredt som mulig, mens teateret alltid har vært, og vil være bundet av den direkte fremføringen, skuespillere til publikum og kontakten som oppstår i salen. Dette er selvfølgelig det som skiller de to kunstformene helt fundamentalt.

Film har også i nyere tid fått bedre tilgang til spesialeffekter og store budsjetter, noe som gjør at de store blockbuster filmene kan virke mer spennende enn en teateroppsetning på ditt lokale teater. Hollywood har gjort film stil show og spenning, der teater prøver å være eksperimentelt, følelseladd eller klassisk og fortsatt fokuserer i stor grad på større kunstnerisk kvalitet i forhold til underholdningsverdi til tross for at underholdningsverdien er det som virker til å være det viktigste for publikum. Det finnes selvsagt unntak på begge sider her og det er jo en pågående diskusjon i teateret som alltid har eksistert. Skal teateret tjene penger eller være kunstnerisk? Profitt eller kvalitet? Skal teateret følge publikum, eller lede det?

I nyere tid har strømmetjenester blitt mer populært. Dette har igjen gjort kino mindre populært. I et samfunn der vi har tilgang til filmer og tv-serier i vår egen lomme hele tiden, hvorfor skal man da betale mye penger for å gå å se en film på kino? Det å gå på kino har blitt mindre en kulturell opplevelse, og mer bare underholdning for en kveld man kjeder seg. Teateret derimot har ikke forandret seg da den mest populære formen for å vise teater fremdeles er med publikum i salen.

I min spørreundersøkelse og Norsk Publikumsutviklings publikumsatlas over Hordaland kommer det klart frem at den vestlandske befolkningen setter mest pris på underholdene sjangre i teateret, altså musikaler, komedier og klassikere. Eksperimentelt teater skårer dårlig i begge undersøkelsene. Jeg må allikevel stille spørsmålet om det er langtidsmart for teateret å satse kommersielt og å prøve å bli mer lik filmen hvis filmen blir mindre populær?

Tall fra SSB viser at 72% av befolkningen i 2016 var å så en kinofilm, mens bare 50% så ett teaterstykke. (Statistisk sentralbyrå, 2016) Ut ifra disse tallene virker det ikke som om kinoen mister popularitet, men hvis vi ser nærmere på dette finner vi grunn til å tro annerledes. Vi kan ut ifra SSBs grafer nemlig se at selv om andelen av befolkningen som har besøkt kino i løpet av året frem til 2016 sakte, men sikkert har økt så har antall kinobesøk per person sunket. Dette lå på et gjennomsnittlig 4,3 i 1991 og hadde sunket helt ned til 2,8 i 2016. Altså går flere folk på kino, men man går færre ganger på kino i løpet av ett år.



Bilde 15

På dette diagrammet kan vi se at antall besøkende per kinoforestilling har sunket de siste årene. Det er viktig å merke seg at 2020 var et år med global pandemi, mange stengte kinosaler og får storproduksjoner på plakaten. Derfor er nok hoppet fra 2019 til 2020 større enn det det ellers hadde vært.

Den synkende interessen for kino betyr derimot ikke at interessen for teater har økt. Ifølge tall fra SSB og andre kilder nevnt i denne oppgaven har interessen for teater ligget stabilt på rundt 50% i Norge. Digitaliseringen som har foregått i teateret i løpet av COVID19 pandemien kan derimot muligens endre dette bildet.

Den nest største konkurrenten til teateret er musikkbransjen og da mer spesifikt konserter. Dette er det nest mest populære kulturalternativet etter kino og har en fordel som kinoen ikke har. Det å gå på konsert er fortsatt en «begivenhet» på den måten kino ikke lengre er. Konsert holder, som vi har sett, mest interesse blant unge, men har også oppslutning blant eldre. Det er her grunn til å mistenke at det er forskjellige typer konserter som er av interesse for de ulike alderssegmentene. Teaterets middel til å konkurrere med konserter ligger i oppføringen av musikalske teaterstykker samt samarbeid med musikkbransjen. Dette har også, som vi har sett, gitt utslag i populære teatertilbud da de mest populære forestillingene som ble satt opp på de ulike eksempelteatrene jeg hadde med i denne oppgaven ofte var musikaler eller forestillinger med musikalske innslag.

Videre virker det ikke til at teateret har mye konkurranse fra andre kulturalternativ, spesielt med tanke på alle arrangementene de store teatrene skaper som på en eller annen måte samarbeider med andre kulturformer og kulturinstitusjoner. Derimot kan det være verre med de formene for kultur som ikke krever «oppmøte» av et publikum. Herunder TV, videospill og streaming. I dagens samfunn er underholdning alltid lett tilgjengelig for en konsumer gjennom blant annet internett. Altså må teateret ikke bare holde seg relevant, men også lett tilgjengelig for å kunne holde på relevansen som et underholdningstilbud. Dette har i stor grad blitt lettere i løpet av COVID19 pandemien da flere teatre som tidligere nevnt har begynt å sende forestillingene sine digitalt. Dette oppnår to ting. På den ene siden er teater nå like lett tilgjengelig som all annen underholdning, noe som gjør at det er lettere å oppsøke for dem som vanligvis ikke har tid. For det andre skaper det også et savn etter å samles sammen i teateret igjen som kan skape mer vilje til å oppsøke teateret igjen når man først har opplevd det digitalt.

Som nevnt i starten av denne oppgaven under kapittelet som omhandler COVID19 har flere lyst å bruke mer tid på kunst og kultur etter pandemien enn det de gjorde før. Pandemien har rett og slett skapt et savn etter det felleskapet og den opplevelsen det er å oppleve kunst. Det er også flere som etter pris på muligheten til å oppsøke denne kulturen digitalt.

8. Konklusjon

Gjennom denne oppgaven har vi utforsket publikums preferanser når de skal på teateret, eller hvorfor de ikke vil på teater og hvordan det oversetter til publikumstall på forestillinger ved vestlandsteatrene. Vi har sett ulike mønstre og trender og sett forskjellige forklaringer på hvorfor disse trendene er til stede. Når vi nå samler sammen all denne informasjonen til noen hovedpunkter kan vi se et klart bilde av forholdet mellom teater og publikum.

8.1. Sjanger

Hvis vi begynner med å se på konseptet «sjanger» har vi klart å finne ut av hva publikum helst ønsker å se på scenen. Det er en klar majoritet av publikum som ønsker å se «underholdende» teater, altså da gjerne innenfor humoristiske sjangre som revy, komedie, klassikere, stand-up og musikal. Teatrene i Vestland har gått dette ønsket godt i møte med flere forestillinger av humoristisk karakter og med musikalske innslag. De viktigste eksemplene her er de musikalske forestillingene som utforsker vestlandshistorien som «Heim sagaen», «Å Bergen, Bergen» og «Vestland, Vestland». Disse stykkene treffer ikke bare publikums behov for humoristisk og underholdende drama, men setter også sine røtter i den felles vestlandske kulturen og historien, noe som viste seg å ha en overraskende sterk effekt med tanke på hvor få som oppgir å ha en direkte interesse for akkurat forestillinger med lokal tematikk.

Vi har også sett at en majoritet av befolkningen har interesse for teater som «gir dem noe å tenke på», og vi har laget en oppdeling av sjangrene der vi ser hvilke typer teater som treffer ett, eller begge, av disse punktene. Det er alle sjangrene nevnt ovenfor, pluss samtidsteater. Som vi har sett fra årsrapportene til eksempelteatrene gjør samtidsteater det ganske godt når det gjelder publikumstall, og i noen tilfeller til og med bedre enn klassikere. Dette forklares

gjennom temaene disse stykkene tar opp som ofte er relasjoner, gjenre til familie, som er noe vi har sett fortsatt forener befolkningen som et felles interessepunkt.

Et annet eksempel på stykker som har en tendens til å gjøre det bra er stykker som er basert på bøker. Her trekker nok teateret en del publikum som allerede er kjent med boken stykket er basert på og derfor har fått ett av sine sjangerkriterier oppfylt gjennom denne kunnskapen. Teateret trekker nok også publikum her som ikke vanligvis går på teater, men som liker boken stykket er basert på og ønsker å se en av deres favoritthistorier dramatisert. Dette er altså et godt eksempel på hvordan sikkerhet hos publikum skaper interesse som direkte oversettes til publikumstall i teateret.

En annen sjanger som også er populær, til tross for at den ikke vekker så alt for stor interesse hos mesteparten av befolkningen ifølge min undersøkelse, er barne- og familieforestillinger. Dette er igjen en sjanger som spiller på et av de felles interessepunktene for befolkningen, nemlig familie, men på motsatt måte enn det samtidsdrama om familierelasjoner gjør. Denne typen teater er en unik samlingsmulighet for en familie og generere derfor publikum gjennom ikke interesse for historien, men interessen for å gjøre noe sosialt sammen med ens familie.

Uansett sjanger er det viktigste at teateret på en eller annen måte klarer å nå ut til publikum og fortelle dem at akkurat det stykket som går nå er underholdende og/eller er et stykke som gir dem noe å tenke på. Eventuelt også fortelle publikum om stykket treffer visse andre sjangertreff som skaper interesse for deler av publikum.

8.2. *Skaffe nytt publikum*

For å skaffe nytt publikum i teateret kan det virke til at det trengs en kombinasjon av kortsiktige og langsiktige metoder. Hvis vi starter med de kortsiktige, kan økt fokus på markedsføring gjennom reklamer på kino og videoreklamer på for eksempel YouTube muligens gi gode resultater. Dette er fordi, som jeg har påpekt flere ganger gjennom denne oppgaven, den største hindringen for de aller fleste er at de ikke kommer på at de kan gå på teater. Det er derfor viktig å minne dem på dette på de stedene de bruker tid. Kino er det mest populære kulturelle underholdningsalternativet i Norge i dag og er derfor et godt sted å starte. YouTube og andre streaming, musikk og videotjenester som Twitch og Spotify er også steder

mange, spesielt unge, oppsøker daglig eller ukentlig og kan derfor være gode steder å sette inn ekstra markedsføring i tillegg til å fortsette den markedsføringen som allerede eksisterer på sosiale plattformer som Facebook.

Å øke samarbeid med andre kulturorganisasjoner er også en god måte å nå nytt publikum på. Her også gjerne publikum som allerede har en interesse for kunst og kultur. Dette vil ikke bare øke sjansene for å tiltrekke seg nytt publikum på teateret, men vil også åpne for mange gode muligheter for kreativ utvikling. Et økt samarbeid mellom teateret og for eksempel museene hjelper også med å fjerne den misoppfatningen om at forskjellige kulturorganisasjoner er «konkurrenter» som det kan virke til at deler av befolkningen har ifølge NPU.

Som vi har sett av de ulike kultursegmentene er det noen segmenter som har mindre interesse for teater enn andre. Måten å treffe disse segmentene på er gjennom økt fokus på spesialtilbud, kundeklubber og markedsføring gjennom kjente «merker», som for eksempel aviser og andre kulturinstitusjoner. En annen måte å gjøre dette på er også gjennom bruk av «kjendiser», kjente skuespillere eller andre aktører, på teatrene for å dra den delen av befolkningen som er «fan» av disse personene som ellers ikke hadde vurdert å oppsøke teateret.

Mer langsiktig er det viktig å gjøre teateret viktig for de yngste generasjonene. Som vi har sett gjennom forskning på teater og alder så er det ikke selvsagt at en interesse for teater vil oppstå når man når et visst aldersnivå, men at det er mer sannsynlig at visse generasjoner har større interesse for teater fordi de ble introdusert til dette på en meningsfull måte i ung alder. Det kan virke som en selvfølge at man får interesse for det man blir eksponert for. Det er derfor viktig at teateret gjør denne eksponeringen med et fokus på kvalitet. Den kulturelle skolesekken og institusjonene gjør viktig arbeid her med omreisende forestillinger på skolene og invitasjoner til skoleforestillinger på teatrene. Her må det gjøres en kvalitetssjekk for å passe på at det som introduseres til elevene er kvalitativt teater slik at det ikke har motsatt virkning og skremmer bort potensielt publikum.

Teatrene og de frie gruppene kan derimot ikke gjøre hele jobben her, dette må være et samlet prosjekt med landes mange kulturskoler og teaterlag. En utviding av disse tilbudene for å kutte ned på ventelister og få flere elver inn fra en ung alder vil hjelpe den generelle

interessen for teater etter hvert som disse personene vokser opp. Teater bør også innlemmes mer i skolen. Opprettelsen av «sal og scene» som valgfag på ungdomsskolen er en god start her, men teater trenger også en fast og stabil plass som del av undervisningen på barneskolen, gjerne i musikkfaget eller kunst og håndverk, for å fjerne stigmatisering rundt at teater er en «feminin» aktivitet som ikke passer seg for gutter og for å vekke denne tidlige interessen. Undervisningen om teater i norskfaget bør også gjennomgås og moderniseres.

Gjennom disse metodene er det sannsynlig at teateret skal kunne klare å hente inn en større publikumsbase nå, samtidig som interessen for teater kan bli styrket i fremtidige generasjoner. Om dette er ønskelig er derimot en diskusjon som kan være viktig å ta da teaterets oppgave ikke nødvendigvis er å være så kommersielt at det når ut til alle, men kanskje er å lede det publikum det har gjennom innovasjon, utforskning og kvalitet.

8.3. Eksisterende Publikum

Som vi har sett er publikum i dag mest interessert i teater som er underholdende av natur og som gir dem noe å tenke på. Den personen som er mest sannsynlig å oppsøke teateret jevnlig er en middelaldrende kvinne med høyere utdanning som bor i en by. Vi har også sett at ulikt publikum har ulike ønsker. Det blir derfor teaterets oppgave å tilby alle typer publikum det de ønsker å oppleve. Som vi diskuterte i starten av denne oppgaven lever ikke teateret på «supply and demand» kultur rent praktisk, men det gjør allikevel det for å holde på en viss relevans og legitimitet.

Gjennom oppdelingen «normalt publikum», «assosiert publikum» og «tilfeldig publikum» har vi sett at teateret til enhver tid har en miks av publikummere som er i salen av ulike grunner og at det bare er en av disse publikumsgruppene det enkelt går an å føre markedsføring for, det «normale publikummet». Vi har også sett at teateret har et lojalt kjernepublikum som det er lettere å holde på enn andre, og som de derfor kan bruke til å «styre» smaken og å teste ut ulike sjangre og trekk. Det virker også til at dette publikummet ikke kommer til å forlate teateret og teaterets nåværende publikumsgrunnlag er derfor ganske sikret.

Da rundt 50% av den norske befolkningen utnytter seg av et teatertilbud i løpet av et år er det sannsynlig at dette er en publikumsbase som allerede får sine ønsker preferanser oppfylt av

teateret og derfor kommer til å være et stabilt publikumsantall. Spørsmålet for teateret er så om de ønsker å produsere innhold med tanke på hva det eksisterende publikum ønsker seg, eller produsere innhold for å utfordre det eksisterende publikum.

9. Avslutning

Helt til slutt skal jeg forsøke å svare på de tre spørsmålene jeg stilte i introduksjonen.

- Hvem er publikum?

Det vestlandske kulturpublikum er en spredd gruppe av alle aldre og kjønn. Det er en overvekt av kvinner som oppsøker teateret, men disse tar også ofte med seg menn. Det vestlandske teaterpublikum er mest opptatt av å bli underholdt og å få noe å tenke på fra en teaterforestilling. De har alle individuelle grunner til å oppsøke teateret, men noen verdier forener mesteparten av publikummet. Dette er en interesse for samvær, latter, utforsking av vår felles, vestlandske historie og utforsking av relasjoner.

- Hva liker de å se på?

Det vestlandske publikum ønsker å oppleve teater som treffer en eller flere av deres sjangerkriterier, de mest fremtredende her altså at teaterstykket er «underholdende» og «gir dem noe å tenke på». Dette oversettes direkte til sjangre som klassiske stykker, musikaler, samtidsteater, revy, stand-up og underholdning. Behovet for fellesskap kan også oversettes til en interesse for barne- og familieforestillinger. Alle har egne preferanser i tillegg til dette og det er teaterets oppgave å informere dette potensielle publikummet om forestillingene deres treffer disse interessepunktene.

- Hvordan når teateret sitt publikum?

I dag jobber flere vestlandsteater godt for å nå publikummet sitt. De driver til dels effektiv markedsføring og flere teatre, som Teater Vestland, driver viktig turnevirksomhet. Det er allikevel en del mangler i hvordan teateret når publikum, som har blitt presentert i denne oppgaven. Det viktigste her er informasjon om forestillinger og hvilke interessepunkt disse treffer. Teateret i dag virker i hovedsak til å forme sine storproduksjoner rundt det de allerede vet at deres eksisterende publikum liker og reserverer mer utforskende forestillinger til mindre produksjoner. De største problemene for teateret når det gjelder å nå sitt publikum er, og blir å minne dem på at det eksisterer og at det de produserer er av interesse.

10. Litteratur

Aas, B.S. Brøyn, E.N. Egeberg, I. Johnson, N. (2015) *Riktig eller viktig?* Norge: Kulturrådet

Aftenposten (2021) *Opposisjonen krever beklagelse fra Solberg – hun vil ikke kommentere Bertheussen-dommen* Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/norge/politikk/i/aPvX75/opposisjonen-krever-beklagelse-fra-solberg-hun-vil-ikke-kommentere-b> (Hentet 20. mai 2021)

Arbeiderpartiet (2017) *Partiprogram for 2017-2021 Alle skal med* Tilgjengelig fra: <https://www.arbeiderpartiet.no/om/historien-om-arbeiderpartiet/historiske-partiprogrammer/> (Hentet 25. mai 2021)

Bourdieu, P. (1995) *Distinksjonen* Oslo: Pax Forlag

Brantzeg, M. Gran, M.J. Hasmo, A. Meirik, V.H. (2016) *Verdier på Spill - Kunstnerisk handlingsrom i teateret* Norge: Kulturrådet

Bache-Wiig, A. Bø, O.E. Hasti, A. Velure, H. (2014) *Kvalitet for alle penga?* Norge: Kulturrådet

Culture Segments 1. Tilgjengelig fra: <https://mhminsight.com/culture-segments/enrichment-pen-portrait-449> (Hentet 1. juni 2021)

Culture Segments 2. Tilgjengelig fra: <https://mhminsight.com/culture-segments/affirmation-pen-portrait-1768> (Hentet 1. juni 2021)

Culture Segments 3. Tilgjengelig fra: <https://mhminsight.com/culture-segments/release-pen-portrait-1758> (Hentet 1. juni 2021)

Danielsen, A. (2006) *Behaget i kulturen* Oslo: Norsk Kulturråd

Den Nationale Scene (2019) *DNS Årsrapport 2018* Tilgjengelig fra: https://issuu.com/hg-9/docs/dns-aarsrapport_2018?e=19530043/70118813 (Hentet 25. mai 2021)

Den Nationale Scene (2020) *DNS Årsrapport 2019* Tilgjengelig fra: https://issuu.com/molvikgrafisk/docs/dns_aarsberetning_2019_issuu (Hentet 25. mai 2021)

Det Vestnorske Teater (2019) *Årsmelding med årsrekneskap Hordaland Teater 2018* Tilgjengelig fra: <https://d2ajas04fsvqa5.cloudfront.net/1597999007/2018-aarsmelding-siste.pdf> (Hentet 25. mai 2021)

Det Vestnorske Teater (2020) *Årsmelding med årsrekneskap Det Vestnorske Teateret 2019* Tilgjengelig fra: <https://d2ajas04fsvqa5.cloudfront.net/1597998794/2019-aarsmeldingdvt.pdf> (Hentet 25. mai 2021)

Fossum, M. (2020) *Teatervaner Spørreundersøkelse* Upublisert, Tilgjengelig gjennom: Vedlegg 1.

Fremskrittspartiet (2017) *Prinsipp- og Handlingsprogram 2017-2021* Tilgjengelig fra: <http://flippage.impleoweb.no/frp/b8188708c47948288727ef8f91683698/FRP-Program-2017-2021.pdf#page=1> (Hentet 25. mai 2021)

Frisvold, Ø. (1980) *Teater i Norsk Kulturpolitikk* Oslo: Universitetsforlaget

Hagen, K. Pettersen, P. (2019) -Ingen bør få offentlig støtte for å spre hat *NRK* 19. mars Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/kultur/-ingen-bor-fa-offentlig-stotte-for-a-spre-hat-1.14495564> (Hentet 20. mai 2021)

Hylland, O.M. Kleppe, B. (2019) *Scenens Kunst Norge*: Telemarksforskning

Høyre (2017) *Vi tror på Norge- Høyres program for 2017-2021* Tilgjengelig fra: <https://hoyre.no/content/uploads/2020/11/Hoyres-partiprogram-2017-2021.pdf> (Hentet 25. mai 2021)

Iversen, S.T.(2020) Teatersjef: – Dei tiltaka som kostar mest må monne, *Bergens Tidene*, 9. november, Tilgjengelig fra: <https://www.bt.no/btmeninger/debatt/i/399aKP/teatersjef-dei-tiltaka-som-kostar-mest-maa-monne> (Hentet 24. mai 2021)

Johnsen, F. (2020) Teatersjefen spør om publikum kan la være å be om refusjon, *Bergens Tidene*, 14. mars, Tilgjengelig fra: <https://www.bt.no/kultur/i/JoyM0X/teatersjefen-spoer-om-publikum-kan-la-vaere-aa-be-om-refusjon> (Hentet 24. mai 2021)

Johnsen, F. (2021) Kulturtoppene har fått nok av regjeringens regel. Nå har de satt advokat på saken. *Bergens Tidene*, 8. januar, Tilgjengelig fra: <https://www.bt.no/kultur/i/Ky6qnG/kulturtoppene-har-faatt-nok-av-regjeringens-regel-naa-har-de-satt-advok> (Hentet 24. mai 2021)

Kinnaspelet (2021) *Kinnaspelet blir til* Tilgjengelig fra: <https://kinnaspelet.no/omoss/kinnaspelet%20blir%20til.html> (Hentet 27. mai 2021)

Kleppe, B. Roncossek, S.D. (2018) *Norsk kulturindeks 2017* Norge: Telemarksforskning

Kristelig Folkeparti (2017) *KrFs Stortingsprogram 2017-2021 Det handler om mennesket* Tilgjengelig fra: <https://krf.no/politikk/politisk-program/> (Hentet 25. mai 2021)

Kultur- og Kirkedepartementet (2008) *Bak Kulissene* Norge: Kultur- og Kirkedepartementet

Marker, F.J. Marker, L. (1996) *A History of Scandinavian Theatre* New York: Cambridge University Press

Norsk Publikumsutvikling (2017) *Publikumsatlas Hordaland* Tilgjengelig fra: <https://docplayer.me/57915157-Publikumsatlas-hordaland.html> (Hentet 25. mai 2021)

Norsk Teater og Orkesterforening (2021) *Publikum er avventende til å delta fysisk i kulturlivet* Tilgjengelig fra: <https://nto.no/utredninger-og-tall/unders%C3%B8kelser/publikum-er-avventende-til-%C3%A5-delta-fysisk-i-kulturlivet> (Hentet 24. mai 2021)

Ramsvik, M. Ullebø, K.K. (2020) Byens kulturledere langer ut mot kommunens nye restriksjoner, *Bergens Tidene*, 9. september, Tilgjengelig fra: <https://www.bt.no/kultur/i/JJWPAj/byens-kulturledere-langer-ut-mot-kommunens-nye-restriksjoner> (Hentet 24. mai 2021)

Sosialistisk Venstreparti (2017) *SVs arbeidsprogram 2017-2021* Tilgjengelig fra: <https://www.sv.no/politikken/arbeidsprogram/> (Hentet 25. mai 2021)

Statistisk sentralbyrå (2016) *Fakta om Kultur* Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/faktaside/kultur> (Hentet 1. juni 2021)

Statistisk Sentralbyrå 1. *Studenter i Høyere utdanning i Norge* Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/statbank/table/03814/tableViewLayout1/> (Hentet 1. juni 2021)

Teater Vestland (2019) *Sogn og Fjordane Årsmelding 2018* Tilgjengelig fra: https://issuu.com/sognogfjordaneteater/docs/soft_a_rsmelding2018_issuu (Hentet 25. mai 2021)

Teater Vestland (2020) *Årsmelding 2019* Tilgjengelig fra: https://issuu.com/sognogfjordaneteater/docs/soft_a_rsmelding2019_issuu_1?fbclid=IwAR0rDK7KzArzQjPehUbJ78pm59_LJTj_J4Ffi7xWOS8Jv-roL42gLzjnGs (Hentet 25. mai 2021)

Liste Bilder

Bilde 1-12 Fossum, M. (2020) *Teatervaner undersøkelse* Upublisert, Data tilgjengelig gjennom: Vedlegg 1.

Bilde 13: Tauvle, L. (2017) *Figur 3: Andel jenter og gutter i kulturskolen* Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/20-ar-i-ar-100-000-elever-pa-kulturskolen> (Hentet 1. juni 2021)

Bilde 14: Fossum, M. (2020) *Teatervaner undersøkelse* Upublisert, Data tilgjengelig gjennom: Vedlegg 1.

Bilde 15: Statistisk sentralbyrå, tabell skapt med variablene “besøk per kinoforestilling”, “2015-2020” og “landet” Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/statbank/table/13135/tableViewLayout1/> (Hentet 1. juni 2021)