

# **Kampen omkring Cultiva**

**Kultur som byutviklingsstrategi i Kristiansand**



**Silje Gitlestad**

**Masteroppgave i samfunnsgeografi**

**Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi**

**Universitetet i Oslo 2007**



**Kampen omkring Cultiva**  
**Kultur som byutviklingsstrategi i Kristiansand**

**Silje Gitlestad**  
**Masteroppgave i samfunnsgeografi**  
**Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi**  
**Universitetet i Oslo 2007**



## **Forord**

Arbeidet med dette prosjektet har vært tidkrevende, men nå er jeg i mål! Det er mange som fortjener takk for at prosjektet har latt seg gjennomføre.

Først av alt vil jeg takke intervjupersonene som stilte opp og delte sine erfaringer, meninger og kunnskaper med meg. Takket være dere har jeg fått innsikt i et felt jeg ikke forstod omfanget av da jeg begynte på dette arbeidet. Nettopp de mange ulike meningene dere har omkring denne oppgavens tema har gitt prosjektet farge, nyanser og substans.

En stor takk til Per Gunnar Røe for god veiledning og mange interessante samtaler, og for at du alltid har gitt uttrykk for at du har hatt tro på dette prosjektets gjennomførbarhet.

Takk også til Arne Isaksen, Elin Sæther, Hans Kjetil Lysgård og Oddrun Sæter for at dere har tatt dere tid til å svare på e-poster, og/eller møte meg, angående faglige spørsmål jeg har hatt.

Tusen takk til kollokviegruppa bestående av Cecilie Kjølnes Skar, Eli Havnen og Carina Løseth Meyer. Takk for faglige innspill, men mest av alt for gode middager og hyggelig samvær. Takk til Anna Holt, Guro Håndlykken, Anne Gry Rønningen, Åslaug Enger Olsen, Ina Smith-Meyer, Edle Vågen og Birgithe Anfinen Gjesdahl for at dere har gjort alle disse årene med samfunnsgeografi til noe mye mer enn bare fag. Takk også til Tone Færøvik og Andreas Bakke Foss for lærerike samtaler omkring diskursanalyse.

En stor takk til mamma og pappa som har sendt meg utallige avisutklipp om Cultiva. Og takk til farmor som ikke kan tenke seg noe vakrere sted på jord enn Kristiansand.

Den største takken av alle rettes likevel til Erlend André Tveiten Hermansen. Tusen takk for at du har bidratt med korrekturlesing, formatering og for at du har engasjert deg i utallige diskusjoner omkring denne oppgaven. Du kan antageligvis like mye om dette feltet som det jeg kan. Takk for at du er den du er. Nå fortjener vi litt moro!

Oslo, mai 2007

Silje Gitlestad



# Innholdsfortegnelse

1. INNLEDNING .....	11
1.1 Problemstillinger .....	12
1.2 Bakgrunn .....	13
1.2.1 Om Cultiva .....	13
1.2.2 Om Kristiansand.....	15
1.3 Oppgavens disposisjon.....	16
2 TEORETISKE PERSPEKTIVER.....	17
2.1 En ny økonomi og en ny bypolitikk .....	17
2.1.1 Kunnskapsøkonomien og viktigheten av sted .....	17
2.1.2 Sted som vare .....	18
2.1.3 Sted som representasjon .....	20
2.1.4 Steders likhet og unikhhet .....	21
2.2 Kulturens endrede rolle .....	22
2.2.1 Hva er kultur?.....	22
2.2.2 Kulturpolitikken utvikling .....	23
2.3 Kultur som strategi i bypolitikken.....	25
2.3.1 Mot en kulturplanlegging .....	25
2.3.2 Richard Florida og den kreative økonomien .....	26
2.3.3 People climate .....	27
2.3.4 Hvilke effekter gir people climate? .....	28
2.3.5 Den kreative klassen i Norge .....	29
2.3.6 Er Richard Florida inne på noe?.....	31
2.3.7 Opplevelsesøkonomien .....	33
2.3.8 Kulturindustri som massebedrag? .....	35
2.3.9 Kulturelt forbruk som distinksjonsmekanisme .....	36
2.4 Oppsummering .....	39
3. METODOLOGISKE PERSPEKTIVER OG VALG.....	40
3.1 ”En hel pakke” .....	41
3.1.1 Vitenskapsteoretisk utgangspunkt.....	41
3.1.2 Diskursanalyse .....	43
3.1.3 Kritisk diskursanalyse .....	43
3.1.4 Faircloughs begrepsapparat .....	44
3.2 Innsamling av data .....	46
3.2.1 Abduksjon .....	46
3.2.2 Forskerens førforståelse .....	48
3.2.3 Praktisk gjennomføring av datainnsamlingen .....	49
3.2.4 Intervjusituasjonen(e).....	50
3.2.5 Etikk og intervjuundersøkelser.....	51
3.2.6 Andre data .....	52
3.3 Analyse av data .....	53
3.3.1 Bearbeiding av intervjuene.....	53
3.3.2 Selve diskursanalysen .....	54
3.4 Vurdering av forskningens kvalitet .....	56
3.4.1 Reliabilitet, validitet og generaliserbarhet.....	56
3.4.2 Hvor vitenskaplig er diskursanalyse?.....	58
4. EN DISKURSIV KAMP.....	59
4.1 Opplevelsesøkonomi-diskursen .....	61

4.2 Kampen omkring Cultiva .....	66
4.2.1. Kamp om perspektiver .....	67
4.2.2 Kamp om ressurser .....	72
4.2.3 Kampen om hvilke aktører som skal styre .....	77
4.3 Er det snakk om hegemoni eller antagonisme innen diskursordenen kultur og byutvikling?.....	79
5. CULTIVA OG KRISTIANSAND I ET KREATIVT SAMSPILL .....	84
5.1. Cultiva – en entreprenør i en entreprenørisk by? .....	84
5.2 Kulturens endrede rolle i Kristiansand .....	88
5.3 Kultur som strategi i den Kristiansandske bypolitikken .....	91
5.4 Hvilken utvikling er å forvente av Cultivas satsning? .....	94
5.5 Kristiansand – et kultursentrum?.....	96
5.6. Kampen omkring Cultiva – unik eller et uttrykk for en generell tendens?.....	99
5.7. En kreativ og kritisk befolkning? .....	102
6. KONKLUSJON .....	105
REFERANSER.....	110
VEDLEGG 1: INTERVJUGUIDE.....	115







# 1. INNLEDNING

Å satse på kultur som byutviklingsstrategi er en trend i tiden. Det blir gjort i Barcelona, Bilbao, Glasgow, Liverpool, Newcastle-Gateshead og København for å nevne noen eksempler. Denne trenden har også spredt seg til Norge, som det står uttrykt i Storbymeldingen (Stortingsmelding nr.31 2002-2003:99):

”Norske storbyer (som storbyer rundt om i verden) satser sterkt på kultur for å skape positiv byutvikling. Strategisk satsing på kultur blir brukt for å gi byutviklingen en ønsket retning.”

I Norge ble Bergen kåret til Europas kulturhovedstad i 2000, og Stavanger skal bære tittelen i 2008.<sup>1</sup> Kristiansand satser også på kultur som byutviklingsstrategi, og svært sentralt i dette står stiftelsen Cultiva som er opprettet av Kristiansand kommune. ”Cultivas visjon er å gjøre Kristiansand til et kultursentrum.”<sup>2</sup>

Formålet med denne masteroppgaven er å se nærmere på hvordan den internasjonale og nasjonale trenden med å satse på kultur og byutvikling kommer til uttrykk i en spesifikk lokal kontekst. For å forstå hva som skjer i Kristiansand er det viktig å sette situasjonen inn i en videre teoretisk ramme som både kan si noe om hvilke prosesser som påvirker byer, og hvilke strategier byer velger i forhold til dem. Sæter og Ekne Ruud påpeker: ”Når både Stavanger og Kristiansand kan bruke den amerikanske public management-guruen Richard Florida som referanse i sine byutviklingsstrategier, og hans ide om “den kreative klassen” som motor i byprosesser, ser vi at verden skrumper inn, og teoriens gyldighetsområde utvides” (Sæter og Ekne Ruud 2005: 49). Hidle (et al. 2005) påpeker at det er mange planleggere som har tatt til seg Floridas flerdimensjonale tilnærming til hvordan man kan skape by- og regionalutvikling fordi den beveger seg videre fra tradisjonelle teorier om hva som skaper økonomisk utvikling.

I denne oppgaven kommer det frem at kultur som byutviklingsstrategi er en svært sammensatt og kompleks strategi. Det handler om et felt som berører mange aktører med ulike interesser og ståsteder, noe denne oppgaven bidrar til å gi innsikt i.

---

<sup>1</sup> Europeisk kulturhovedstad ble etablert av EU i 1985. Formålet er å bringe befolkningen i Europa sammen. [http://no.wikipedia.org/wiki/Europeisk\\_kulturhovedstad](http://no.wikipedia.org/wiki/Europeisk_kulturhovedstad)

<sup>2</sup> Fra vannkraft til skaperkraft (2006:5-6)

## 1.1 Problemstillinger

En rekke aktører er involvert i kultur-og byutvikling i Kristiansand.<sup>3</sup> I denne oppgaven setter jeg søkelyset på stiftelsen Cultiva. Cultiva representerer i form og innhold noe nytt i Kristiansand. Cultiva er en form for bygovernance som kan sies å operere i en gråsoner mellom kulturpolitikk, næringsutvikling og byutvikling. Nettopp på grunn av både form og innhold, har Cultiva, fra de ble opprettet av kommunen i 2002, vært omdiskutert.

En diskursanalyse av debatten omkring Cultiva, som gjøres i denne oppgaven, kan være med på å klargjøre årsakene til hvorfor Cultiva er omdiskutert. Analysen kan bidra til å gi innsikt i hvordan Cultiva argumenterer for å skape kultur og byutvikling i Kristiansand, hvordan en slik argumentasjon mottas av ulike aktører i den lokale konteksten, og hvorfor Cultivas kritikere igjen argumenterer som de gjør. Samtidig forsøker jeg å se denne debatten i lys av, og i sammenheng med, bredere samfunnsmessige utviklingstrekk.

På bakgrunn av dette har jeg formulert tre problemstillinger som jeg i denne oppgaven skal besvare:

*Hva slags forståelse av kultur og byutvikling ligger til grunn for Cultivas strategi?*

*I hvilken grad finnes det utfordrende forståelser av kultur og byutvikling i debatten rundt Cultiva?*

*Kan Cultivas strategi bidra til å gjøre Kristiansand til et kultursentrum?*

Gjennom den første problemstillingen ønsker jeg å belyse hvordan Cultiva argumenterer for å skape byutvikling i Kristiansand ved hjelp av kultur. Det er derfor interessant å se hvordan de forstår kultur og byutvikling, og hvilken strategi de velger på bakgrunn av dette. For å få innblikk i dette har jeg blant annet gjort en analyse av deres overordnede strategidokument "Fra vannkraft til skaperkraft" (2006). Deretter går jeg inn i argumentene som brukes av ulike aktører i debatten omkring Cultiva, og ser på hva slags forståelser av kultur og byutvikling de

---

<sup>3</sup> Som for eksempel kommunen generelt, og Teknisk sektor, Næringsseksjonen og Kultursektoren spesielt. Også næringslivsaktører, som Agder Energi og Næringsforeningen, samt forskningsmiljøer, som Høgskolen i Agder og Agderforskning, er involvert.

bygger sin argumentasjon på. På hvilken måte utfordrer dette Cultivas satsning? Til sist spør jeg om Cultivas strategi, med de forståelsene som ligger til grunn, kan gjøre Kristiansand til et kultursentrum, som er Cultivas visjon for Kristiansand. Hva slags kultursentrum er det de eventuelt ønsker å skape, og hvilken betydning vil det ha for Kristiansand?

## 1.2 Bakgrunn

### 1.2.1 Om Cultiva

”Kristiansand Kommunes Energiverksstiftelse – Cultiva – er opprettet av Kristiansand kommune for å sikre at deler av de midler som kommunen ble tilført ved salg av eierandeler i Agder Energi A/S, skal kunne tjene innbyggerne på lang sikt.”<sup>4</sup>

Kristiansand kommune solgte i 2002 store deler (49%) av sine kraftaksjer i Agder Energi til Statkraft, og satte store deler av pengene i Kristiansand Kommunes Energiverkstiftelse. Salget skjedde på bakgrunn av en fristilling av kraftmarkedet, og et behov for å tenke nytt i forhold til både næringsliv og sosiale problemer. Salget av kraftaksjene og opprettelsen av Cultiva foregikk ikke uten omfattende og langvarige politiske diskusjoner, men til slutt ble den direkte folkevalgte kontrollen med ”kraftverkpengene” flyttet fra bystyret til styret for Cultiva (Fimreite og Aars 2005).

En stiftelse er en formuesverdi som selvstendig er stilt til rådighet for et bestemt formål (jfr Stiftelsesloven § 2). ”Det er i vedtektenes formålsbestemmelse at bystyret definerer hva midlene skal brukes til i dag, og på lang sikt. Det er gjennom definisjon av formålet at bystyret utøver sin myndighet, ikke gjennom å sikre seg bestemmelsesrett i stiftelsen på lang sikt. En stiftelse blir et selvstendig ressursobjekt og kan ikke styres av stifteren.

Formålsbestemmelsen blir derfor den viktigste bestemmelsen i vedtektene.”<sup>5</sup>

Denne formålsbestemmelsen har fått følgende utforming (i Cultivas vedtekter § 3):<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> [http://www.cultiva.no/hva\\_er\\_cultiva](http://www.cultiva.no/hva_er_cultiva)

<sup>5</sup> Administrasjonen i Kristiansand kommune sin innstilling for etablering av Kristiansand Kommunes Energiverkstiftelse. [www.cultiva.no](http://www.cultiva.no)

<sup>6</sup> [www.cultiva.no/vedtekter](http://www.cultiva.no/vedtekter)

”Stiftelsens formål er å sikre arbeidsplasser og gode levekår i Kristiansand ved å gi støtte til prosjekter ved etablering av kunst-, kultur- og kunnskapsinstitusjoner eller organisasjoner som bidrar til nyskaping, utvikling og kompetansebygging ved kreative miljøer i Kristiansand. Kunnskapsinstitusjoner som utvikler kreativitet og nyskaping kan tildeles midler fra stiftelsen.

Institusjoner eller organisasjoner som mottar støtte må drive virksomhet på kvalitativt høyt nivå til nytte for lokalsamfunnet.”

Stiftelsens midler forvaltes av et styre med fem medlemmer, og to varamedlemmer, som er indirekte valgt av Bystyret.<sup>7</sup> Dette styret har igjen ansatt en daglig leder for administrasjonen av Cultiva, som har av fire faste ansatte. Stiftelsens styre gir instruks og retningslinjer for forvaltningen, men de kan også delegerer forvaltningen til daglig leder.<sup>8</sup> Styrets leder er ansvarlig for å utarbeide dagsordenen for styremøtene i samarbeid med daglig leder. Disse styremøtene avholdes minimum seks ganger i året.<sup>9</sup> Det er nå vedtatt at hovedtildelingen av stiftelsens midler skal skje en gang i året, i desember, slik at sammenlingsgrunnlaget for søknadene blir bedre. Enkelte av prosjektene er også selvinitiert, noe som viser at Culiva ikke bare er finansieringskilde for kulturlivet, men også aktiv utviklingsaktør. For eksempel initierete og finansierte Cultiva ”Skandinavisk opplevelseskonferanse” som ble arrangert i august 2006.<sup>10</sup>

Cultiva forvalter et fond på 1596 millioner kroner (pr.31.10.06), som det årlig deles ut realavkastning fra. I følge Lysgård og Tveiten (2005), er dette et svært stort fond i forhold til befolkningsstørrelsen i Kristiansand, og nettopp dette gjør fondet unikt. Ingen andre byer i Norge har noe tilsvarende, skriver de. Rentemarkedet vil avgjøre hvor mye penger stiftelsen har til disposisjon for ulike formål hvert år. Forventningene til avkastningene var opprinnelig høyere enn det som er blitt tilfelle ved de fire tildelingsrundene (2003 til 2006) som har vært. I 2005 brukte Cultiva for eksempel 24,5 millioner på 61 ulike prosjekter.<sup>11</sup> Av disse gikk 10 millioner til bygging av nytt stadion. Cultiva har også forpliktet seg til å støtte byggingen av nytt teater-og konserthus med 320 millioner kroner. Cultiva har blant annet også bidratt til

---

<sup>7</sup> Styret er valgt av Rådsforsamlingen, som har elleve representanter. Syv av disse velges av Bystyret, en representant kommer fra NHO, en fra LO, en er Byrettsjustitians og en er Rådmannen.

[www.cultiva.no/vedtekter](http://www.cultiva.no/vedtekter)

<sup>8</sup> Cultivas vedtekter § 5. [www.cultiva.no/vedtekter](http://www.cultiva.no/vedtekter)

<sup>9</sup> [www.cultiva.no/styreinstruks](http://www.cultiva.no/styreinstruks)

<sup>10</sup> Cultiva 2006. Investeringer i arbeidsplasser og levekår.

<sup>11</sup> Cultiva 2005. Investeringer i arbeidsplasser og levekår.

utvikling av nye studier og et forskningssenter på Høgskolen i Agder, bransjeutvikling innen rytmisk musikk og digital audiovisuell distribusjon, samt gitt oppstartsbidrag til en rekke festivaler og andre ikke-kommersielle aktiviteter.<sup>12</sup> I følge dokumentet "Fra vannkraft til skaperkraft", Cultivas overordnede strategi for sikring av arbeidsplasser og gode levekår i Kristiansand 2007-2020 (2006), så har de brukt 67,7 millioner kroner (2003 til og med 2005) på tilrettelegging for opplevelsesindustrien i Kristiansand. Cultiva har som en Cultiva-ansatt uttrykker det vært i en "prøve-og lærefase" de første tre årene av stiftelsens eksistens.<sup>13</sup> Strategidokumentet som ble vedtatt i styremøte 24.10.2006 skal etter sigende gjøre Cultiva mer fokusert og stake ut veien videre for driften.

### **1.2.2 Om Kristiansand**

Kristiansand ble grunnlagt i 1641 av den dansk-norske kongen Christian den 4, og kommunen er i dag med sine 76 917 innbyggere (1.1.2006) Norges sjette største kommune målt i innbyggertall.<sup>14</sup> Byen har en fortid som garnisonsby, handelssenter og industriby, men de tradisjonelle bedriftene blir i dag mer og mer kunnskapsbaserte og FoU-orienterte. På grunn av oppbyggingen av institusjoner for høyere utdanning har Kristiansand, i regional målestokk, en stor sektor av kunnskapsintensiv forretningsmessig tjenesteyting (Hidle et al 2005). Befolkningsmessig har byen hatt en sterk og stabil vekst over en lang periode (Hidle et al 2005), og har vokst med gjennomsnittlig 1000 nye innbyggere årlig de siste årene.<sup>15</sup>

Kristiansand har en viktig funksjon som landsdelssenter på Sørlandet, for både Vest-Agder og Aust-Agder (Fimreite og Aars 2005), og har derfor som en av seks norske byer fått status som storbyregion i den norske Storbymeldingen (Stortingsmelding nr. 31 2002-2003). Mens Osloregionen, Bergensregionen, Stavanger/Sandnesregionen og Trondheimsregionen kan kalles mellomstore byer i europeisk sammenheng, er Kristiansandsregionen og Tromsøregionen kommet med nettopp i kraft av å være landsdelssentre (Vatne 2005).

---

<sup>12</sup> Fra vannkraft til skaperkraft (2006)

<sup>13</sup> Intervju 03.05.06

<sup>14</sup> [www.kristiansand.kommune.no](http://www.kristiansand.kommune.no), [www.ssb.no/hjulet/tabell-01](http://www.ssb.no/hjulet/tabell-01)

<sup>15</sup> [www.cultiva.no](http://www.cultiva.no).

### 1.3 Oppgavens disposisjon

For å forklare hvorfor kultur brukes som byutviklingsstrategi i Kristiansand presenterer jeg i kapittel 2 noen teoretiske perspektiver som kan sette denne strategien inn i en større sammenheng. Jeg presenterer først teorier som sier noe om overgangen til en ny økonomi og en ny bypolitikk. Fordi byer i større grad står i konkurranseforhold til hverandre enn tidligere skjer det endringer både i byers landskap og i hvordan byer organiseres. I forhold til hvordan byer fremstiller seg spiller kultur en viktig rolle, fordi kultur kan tiltrekke seg turister, investeringer, nyetableringer og den kreative klassen. Floridas teori forklarer mekanismene i dette, og presenteres i dette kapitlet. Også mer kritiske perspektiver på Floridas teori, og på kulturindustri, som Horkheimer og Adorno og Bourdieu representerer, presenteres. Jeg diskuterer også kulturbegrepet og kulturpolitikens utvikling.

I kapittel 3 redegjør jeg for mine metodologiske perspektiver og valg. Jeg har valgt en kvalitativ tilnærming i datainnsamligen, basert på kvalitative forskningsintervju og tekstanalyser. Disse dataene blir så analysert med Faircloughs kritiske diskursanalyse, som baserer seg på et moderat sosialkonstruktivistisk vitenskapsteoretisk grunnlag. Selve forskningsprosessen blir også beskrevet i dette kapitlet.

Kapittel 4 er det første analysekapitlet. Dette kapitlet er det mest empirinære, samtidig som det også er det kapitlet hvor jeg anvender meg av Faircloughs kritiske diskursanalyse for å finne frem til hvordan Cultiva og aktørene i debatten konstruerer sin argumentasjon. Kapitlet er en analyse av debatten omkring Cultiva, som jeg kaller en kamp knyttet til tre aspekter; perspektiver, ressurser og hvilke akører som skal styre.

I kapittel 5, som er det andre analysekapitlet, drøfter jeg så de ulike forståelsene av kultur og byutvikling i lys av noen av de teoretiske perspektivene fra kapittel 2. Det er også nødvendig å trekke inn noen nye teoretiske perspektiver for å tilpasse den internasjonale teorien til den lokale konteksten. I dette kapitlet diskuterer jeg hovedsaklig om Cultivas strategi kan bidra til gjøre Kristiansand til et kultursentrum.



## 2 TEORETISKE PERSPEKTIVER

### 2.1 En ny økonomi og en ny bypolitikk

#### 2.1.1 Kunnskapsøkonomien og viktigheten av sted

Fremveksten av en global økonomi og måten den organiseres på har gjort at byene har fått en endret rolle. Man kunne tenke seg at utviklingen av informasjonsteknologi ville minske behovet for urbane konsentrasjoner, men i stedet vokser byene (Scott et al. 2001). Harvey (1989) hevder faktisk at sted, som følge av globalisering er blitt mer viktig fordi en tid-rom sammentrekning truer lokal egenart og folks identifikasjon med sted. Samtidig er sted som grense for utveksling av varer og mobil kapital, blitt mindre viktig. Mens byene tidligere var sentre for industriproduksjon eller havneaktivitet, er byene i dag blitt sentre for "the footloose economy" (Hubbard 1996 i Sæter og Ekne Ruud 2005).

I den globale økonomien satser høykostland i økende grad på den kunnskapsintensive delen av økonomisk virksomhet (OECD 2001 i Vatne 2005). Dette krever en høy grad av spesialisering og nærhet mellom aktører, som man finner i byene. Storper (1997 i Vatne 2005) hevder at konkurransen i dagens kunnskapsbaserte økonomi i stor grad handler om innhenting av informasjon som kan medvirke til å håndtere den usikkerhet og risiko som en global økonomi innebærer for foretak. Dette krever at parter inngår i sosiale nettverk hvor informasjonsutveksling kan foregå, og storbyen er derfor en viktig arena for denne utvekslingen og innhenting av informasjon. Ny kunnskap kan utvikles og inkorporeres i nye produkter, prosesser eller organisasjonsformer, samtidig som man kan overvåke omgivelsene og ta strategiske valg (Vatne 2005).

Det hevdes at byene inngår i et verdensomspennende hierarki, etter deres betydning i den globale økonomien. Høy konsentrasjon av visse avanserte produsenttjenester, som gjør at de spiller en spesiell rolle i verdensøkonomien, skiller de globale byene fra andre byer (Sassen 2000).<sup>16</sup> De globale byenes viktighet avgjøres og kjennetegnes ved en rekke attributter, som deres styrings- og kontrollfunksjoner i verdensøkonomien i kraft av at for eksempel transnasjonale firmaer har lokalisert sine hovedkontorer der. Finans- og forretningstjenester,

---

<sup>16</sup> Avanserte produsenttjenester henspiller på de næringene Sassen mener driver byutviklingen i dag, som finans, forsikring og eiendomsinvestering.

som jus, reklamevirksomhet og markedsføring er andre viktige elementer i de globale byene, samt deres kulturtilbud og kreative næringer som tiltrekker seg forretningsfolk og turister. London, New York og Tokyo er eksempler på slike globale byer. Forruten at man kan rangere de globale byene enkeltvis etter attributter, har det også betydning at de inngår i nettverk med hverandre (Hall 2001).

Mindre byer og regioner tar også i bruk ”forretningsaktige” virkemidler for å befeste sin posisjon regionalt, nasjonalt og internasjonalt. Porter (2001) taler for en markedstilpasning i slike byer og regioner, hvor man skal legge til rette for at næringsklynger skal få utvikle seg. Næringsklynger kjennetegnes av en geografisk konsentrasjon av beslektede bedrifter, som spesialiserte leverandører av varer og tjenester, bedrifter i relaterte industrier og assosierte institusjoner (som for eksempel universiteter) som både konkurrerer og samarbeider (Porter 2001:144). Slike klynger produserer varer og tjenester som er beslektet med hverandre, og er svært viktige i dagens konkurranse. “In global competition, prosperity is no longer based on natural resources, military power, political influence, or the presence of large-scale firms. Instead, the roots of a high and rising standard of living lie in the productivity which a given economic area can utilize its human, capital, competition and physical resources” (Porter 2001:141-142). I et slikt perspektiv dreier det seg om å mobilisere ressurser og legge til rette for samhandling lokalt, og ha tro på at det er lokalsamfunn fremfor enkeltforetak som konkurrerer i økonomien (Vatne 2005).

### **2.1.2 Sted som vare**

Som et svar på den nye ”stedløse” økonomien, satser myndigheter i byer gjerne på entreprenørskap, som er kjennetegnet av privat-offentlig samarbeid og markedsføring av stedet, eller byen. Politikken blir mer forretningsaktig, og stedet blir på et vis en vare som skal selges på et marked for å tiltrekke seg investeringer og mennesker. Engelske og amerikanske byer var relativt tidlig ute med entreprenørpolitikk og begynte med dette på slutten av 70-tallet (Evans 2001). Strukturelle endringer i økonomien gjorde at det industrielle grunnlaget i mange byer brøt sammen, og myndighetene så seg nødt til å ta i bruk nye politiske strategier for å skape økonomisk vekst. Nyliberale ideologier vokste frem, både som politisk diskurs og praksis. Ronald Reagan og Margaret Thatchers slagord var “there is no other alternative”. Politikken var kjennetegnet av privatisering, deregulering, reduksjon av offentlige utgifter, lønnsk konkurranse, ubegrenset handels- og markedsintegrasjon og internasjonal kontroll av

valuta- og rentesatser (Amin 1997 i Bergsli 2005:89). Fremveksten av internasjonale organer som EU, NAFTA og IMF, minsket den nasjonale kontrollen over økonomien. Samtidig ble makten desentralisert fra et nasjonalt til et subnasjonalt nivå, i form av mindre statlig intervensjon og overføringer til byer og regioner. Fra 80-tallet ble vestlige byer i større grad selv ansvarlige for å generere vekst og velstand, samtidig som de ble ansett for å være motorer for nasjonal konkurransekraft (Leitner og Sheppard 1998).

En entreprenørpolitisk holdning innebærer et mer utstrakt samarbeid mellom det private og offentlige, og det snakkes om et skifte fra government til governance (Rhodes 1996). Governance kan sies å ha vokst frem som en strategi for å løse byens oppgaver i den interurbane konkurransen (Leitner og Sheppard 1998). Mens government representerer en hierarkisk oppbygd styringsform, som er basert på en idealprosess hvor en gruppe aktører er gitt autoritet til å styre på vegne av en annen gruppe (Fimreite, Medalen og Aars 2005), består governance av en bred koalisjon av krefter (Harvey 1989). Governance kjennetegnes av at de tradisjonelle styringsvirkemidlene i offentlig sektor som hierarkisk kontroll, myndighetsutøvelse, planlegging og regelstyring er videreutviklet eller erstattet. Det offentlige som organisasjon er blitt mer fragmentert fordi strukturene er blitt mer utflatet, eller nettverksbaserte. Styringen finner sted på flere nivåer parallelt og er mer fleksibel, problem- og målorientert. Grensene mellom det offentlige og private er mindre klare, noe som har resultert i nye organisasjons- og samhandlingsformer (From og Sitter 2002).

I Norge er byenes kommuneøkonomi i stor grad bestemt av staten. Staten bruker sin kontroll over økonomien som et av sine viktigste styringsredskaper i forhold til kommunene. Likevel synes det å være en oppfatning fra sentralt hold at trang kommuneøkonomi tvinger frem en effektivisering i kommunene, som kommer til uttrykk i samarbeid mellom ulike private og offentlige aktører. Et eksempel kan være at kommunen inngår i samarbeid med private aktører om utbyggingsavtaler. På den ene siden kan dette synes som at kommunen gir fra seg styring, på den andre siden kan det tolkes som at kommunen har ambisjoner om styring på nye områder. Det var for eksempel et slikt samarbeid som realiserte Aker Brygge (Fimreite, Medalen og Aars 2005), og som også vil realisere Fjordbyen i Oslo.

### 2.1.3 Sted som representasjon

Entreprenørpolitikk handler generelt i stor grad om sosial konstruksjon av steder (Bergsli 2005). Det som er sosialt konstruert ved et sted, kan spesielt knyttes til mening og materialitet. For eksempel kan media, markedsføring, politisk retorikk og arkitektur være med på å skape en symbolsk og diskursiv mening rundt et sted som går bakenfor lokalisering. Når man studerer sted som sosial konstruksjon, ser man på hva som er de spesielle attributtene ved et sted (som for eksempel London Docklands eller i dette tilfellet Cultiva), og hvordan disse kan forstås som et resultat av videre prosesser som generelt konstruerer steder (Cresswell 2004).

Det finnes ulike syn på hvilke prosesser som konstruerer sted. David Harvey (1996 i Cresswell 2004) mener at kapitalismen i dens nåværende og svært mobile form er den prosessen som i størst grad former sted. Et sted er for Harvey ikke en fastlagt størrelse, men en pause eller permanens i flyten av rom og tid. Politiske konstellasjoner setter grensene og innholdet i denne pausen. Mens kapitalen kan flyte fritt i rommet, er stedet bundet. På grunn av dette må steder stadig tilpasse seg og prøve å tiltrekke seg, den mobile kapitalen (Harvey 1996 i Cresswell 2004). Et meget sentralt element i entreprenørpolitikk er bruk av stedsmarkedsføring, hvor målet er å endre et steds image, samt det synet potensielle investorer, besøkende og innbyggere selv har på stedet (Kearns og Philo 1993, Sadler 1993 i Leitner og Sheppard 1998). Dette innebærer at byer representeres gjennom utvalgte bilder og slagord, hvor en rekke materielle og sosiale realiteter utelukkes.

Et eksempel er hvordan Newcastle-Gateshead i Nord-England fremstår som en "24 hour party city", samtidig som byen sliter med høy arbeidsledighet og en rekke andre sosiale problemer. Kjernen i byen er regenerert med oppussing av en rekke ærverdige bygninger. En gammel kornmølle er omgjort til "the Baltic", et senter for visning og produksjon av samtidskunst, og "the Sage" er oppført, et stort konsert- og konferansesenter i karakteristisk utforming, tegnet av den internasjonalt anerkjente arkitekten Norman Foster. En rekke leilighetskomplekser og hoteller er også bygd i området som ligger ved elva Tyne, et område preget av uteliv og kulturkonsumpsjon. Cameron og Coaffee oppfatter stedet som en løsrevet enklave, som ikke henger sammen med byen som et hele (Cameron and Coaffee 2004), samtidig som nettopp dette stedet er blitt symbolet for hva Newcastle-Gateshead er. En rekke områder utenfor bykjernen preges samtidig av fysisk forfall og fraflytting.

Entreprenørpolitikk handler altså om å gi stedet et nytt image, ikke bare ved hjelp av markedsføring, men ved å endre byens landskap materielt og romlig. Det investeres i kunnskapsparker og kontorbygg, samt i utviklingen av et "landscape of consumption", eller med andre ord shoppingsentre, konserthaller, museer, stadioner, utstillinger og konferansesentre (Leitner og Sheppard 1998). Begrepet "packaged landscapes" (Harvey 1989) handler om å skape byområder for bestemte målgrupper (Sæter og Ekne Ruud 2005). Det hevdes at byutviklingen tar form som et pakket landskap preget av estetiske og kommersielle eller kulturelle tilbud (Bergsli 2005). Landskapet blir en pakke for transnasjonale interesser, med en målsetting om økonomisk vekst og internasjonal posisjonering, snarere enn å imøtekomme lokale behov (Amin 1997 i Bergsli 2005).

#### **2.1.4 Steders likhet og unikhet**

Harvey (1989) er skeptisk til konsekvensene av den interurbane konkurransen. Han mener at entreprenørpolitikken ironisk nok gir byene en rekke fellestrekk ettersom de ved bruk av samme utviklingsstrategi tilpasser seg den kapitalistiske utviklingen. De pakkede landskapene kan sies å ha skapt sjelløse og like bysentre hvor byenes egenart svekkes (Ward 2003). Det autentiske, som for eksempel karakteristiske bygningsmiljøer, kan gå tapt i en postmoderne byutvikling. Byene kompenserer dermed for sitt tap av autensitet ved nyskapt historiske fortellinger (Zukin 1995 i Sæter og Ekne Ruud 2005). For å forsøke å skille seg ut, tar steder ofte utgangspunkt i sine røtter og kulturarv, sin 'autensitet.' Det ironiske er at denne autensiteten i seg selv ofte er en rekonstruksjon, som er skapt for å konsumeres av turister og lokale innbyggere (Harvey 1989).

Når byene konkurrerer i den globale økonomien er det nødt til å bli noen vinnere og noen tapere. "How many successful convention centres, sportsstadia, disney-worlds, harbour places and spectacular shopping-malls can there be?" (Harvey 1989:12). Harvey gjør også et poeng av at den nye bypolitikken ikke kun må forstås som et resultat av globale krefter; den nye bypolitikken utløser selv en hardere konkurranse innen kapitalismen. Det er et paradoks at de innovative og konkurrerende svarene på den interurbane konkurransen fører til mer usikkerhet for byene, mener Harvey (1989).

Byer har alltid hatt en symbolsk økonomi, skriver Zukin (1995), i den forstand at det har eksistert et symbolsk språk som gjør at folk føler seg inkludert eller ekskludert visse steder i

byen. Det har også tidligere eksistert entreprenører i byene som har investert i eiendomsutviklingsprosjekter, arbeidsplasser og nye næringer. På et vis er altså ikke entreprenørpolitikken et nytt fenomen. Eliter har investert i monumenter, parker og arkitektur som har stått, og står, som symboler for mange byer. Fra 1970-tallet av har likevel det hun kaller den symbolske økonomien nådd nye dimensjoner både i utstrekning og skala, i hvordan byer selger seg selv nasjonalt og internasjonalt, og i hvilken betydning den har fått i å snakke for, eller representere, byen. Eksistensen av gourmetbutikker og lekre fruktutsalg symboliserer middelklasse og gentrifisering. Uteservering privatiserer gata og hindrer hjemløse i å være der. Hvem som har makt til å definere hva byen skal være ved å bruke symboler, er et spørsmål som opptar Zukin. Hva er det ved byen som vises, og hva er det som skjules? Samtidig er hun opptatt av at den kulturen som offisielt symboliserer byen på et makroplan, ikke er den samme kulturen som mennesker i byen opplever og forhandler om på et mikroplan (Zukin 1995).

Crew og Lowe (1995) har en litt annen tilnærming og utforderer ideen om at globalisering og den kapitalistiske utviklingen kun fører til en homogenisering av steder. Det er viktig å ta hensyn til lokale tilpasninger, og at enkeltaktører, grupper og kulturer også har påvirkningskraft på prosessene som møter byene. Mens Zukin mener at bak representasjonene foregår det forhandlinger om hvordan byen leves, mener Crew og Lowe at representasjonene i seg selv vil få ulike uttrykk ettersom de tilpasser seg lokale forhold.

## **2.2 Kulturens endrede rolle**

### **2.2.1 Hva er kultur?**

Kultur er et svært komplekst begrep. Ordet kommer fra det latinske cultura, noe som henviser til dyrking og foredling av jorda, samt husholdet på gården. Den romerske forfatteren Cicero (ca år 100 f.Kr) brakte begrepet opp på et åndelig plan med uttrykket cultura animi, noe som gjorde at kultur kom til å også bety å dyrke ånden og pleie sjelens vekst. På 1700-tallet innførte den tyske filosofen Herder oppfatningen om at alle folk har en kultur, og at alle samfunn er kultiverte på sin måte. Denne forståelsen ligger til grunn for den antropologiske kulturforståelsen, en relativisert kulturforståelse som innebærer at ethvert samfunn må forstås på egne premisser (Gran og De Paoli 2005).

Den smale forståelsen av kultur anser kultur for å være noe opphøyd og høyverdig (Gran og De Paoli 2005). Samtidig kan man si at den smale kulturforståelsen også kan deles opp i elitekultur, kommersiell kultur og folkelig kultur, noe som gjør at kultur kan betraktes å ha ulike grader av høyverdighet ved seg, og dermed kan ses i sammenheng med det kapitalistiske system og klassesamfunnet (Bourdieu 1995). Den smale kulturforståelsen ser på kultur som en sektor i samfunnet som dreier seg om alt fra produksjon til konsumpsjon av ulike kulturuttrykk og kulturgjenstander. Den brede forståelsen av kultur innebærer at kultur er en livsform eller felles forståelsesramme. Dette handler blant annet om felles forestillinger, ideologier, normer, regler, symboler, følelser og språk (Lysgård 2002). Disse ulike kulturforståelsene lever i dag side om side (Gran og De Paoli 2005).

Kunst kan forstås som en del av det smale kulturbegrepet. I boken *Kunst og kapital. Nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv* av Anne-Britt Gran og Donatella De Paoli (2005) avgrensner forfatterene seg til kunstfeltet bestående av billedkunst, teater, litteratur og klassisk musikk. En avgrensning av disse områdene som kunst har også røtter tilbake til 1700-tallet (Nilsson 2003). Likevel er det ikke en klar grense mellom hva som inngår i kunstfeltet i forhold til kunstfeltet. Film og fotografi kan for eksempel regnes som populærkultur, men også som kunst.

### **2.2.2 Kulturpolitikens utvikling**

I den tradisjonelle kulturpolitikken på 50- og 60-tallet i vest-europeiske land ble kultur forstått som kunst (Garcia 2004), noe som stod i motsetning til materiell produksjon og økonomisk aktivitet (Graham 1983 i Garcia 2004). Den dominerende politikken ønsket å distribuere ut det som til da hadde vært rådende kunst for eliten, til alle samfunnsgrupper. Denne “demokratiseringen av kunsten” manifesterte seg i fremveksten av et økende antall tradisjonelle kulturelle institusjoner, slik som museer, teatre og kunstgallerier, som ut fra en humanistisk rasjonalitet kunne opplyse massene (Bayliss 2004).

Gjennom 70-tallet, i en tid hvor mange nye urbane sosiale bevegelser vokste frem, ble bruken av kunst og kultur mer politisk og sosialt fundert (Garcia 2004). Kulturpolitikken baserte seg på en sosiologisk rasjonalitet i denne perioden. Det vokste frem en bevissthet om at kunst og kultur kunne brukes til å styrke ekskluderte sosiale grupper, som kvinner, etniske minoriteter og homoseksuelle. Kunsten og kulturen ble uttrykt på mindre etablerte måter, hvor for eksempel subkulturer tok del i lokale amatøraktiviteter (Bayliss 2004). I Norge ble idretten en

del av kulturpolitikken på denne tiden i det ”utvidete kulturbegrepet” man begynte å operere med.<sup>17</sup> Man kan si at kulturen på et vis var i ferd med å bli instrumentell, ettersom den ble brukt til å oppnå mål utenfor tradisjonelle kulturelle områder (Vestheim 1994 i Bayliss 2004). Fokuset var på sosiale virkninger, og kulturpolitikk ble dermed velferdspolitik.

Det som klart markerte overgangen til en instrumentell rasjonalitet bak bruken av kultur var restruktureringen av økonomien som førte til en rekke økonomiske og sosiale transformasjoner i byer på slutten av 70-tallet og begynnelsen av 80-tallet (Bayliss 2004). Kulturpolitikken ble i denne perioden en del av entreprenørpolitikken. I tråd med nyliberale ideologier ble den offentlige støtten til kultur redusert, og det ble tilrettelagt for private investeringer og sponsorvirksomhet (Lysgård og Tveiten 2005). Forståelsene av kultur endret seg fra å se på kultur som kunst eller arv til å se på kultur som en økonomisk vare med markedsverdi, og i så henseende en produsent av markedsførbare byrom (Garcia 2004). Denne strategien ble først benyttet i nord-amerikanske byer på slutten av 70-tallet. Vancouver var først ute, og deretter spredte trenden seg til europeiske byer som fulgte den amerikanske oppskriften. I en rekke land ble det fra slutten av 80-tallet gjort økonomiske undersøkelser for å kartlegge den økonomiske verdien av kultur. Å mangle kultur kunne bety at man tapte i konkurransen om den mobile kapitalen, og lokaliseringen av firmaer (Evans 2001).

”Kulturpolitikken har fått en ny rolle i dagens steds- og bypolitikk. Fra å være en egen sektor med få ressurser, har ”kultur” nå blitt en viktig motor i byutviklingen. Kunnskaps- og serviceindustriens hovedaktører er konsumenter av kulturtilbud, og i den interurbane konkurranse blir kultur noe som kan profilere steder og byer i forsøket på å lokke sterke og store investorer til stedet, så vel som den utdannede klasse som skal betjene denne industrien” (Sæter og Ekne Ruud 2005:204).

Nilsson (2003) understreker viktigheten av å skille mellom den nasjonale og lokale kulturpolitikken. Den nasjonale kulturpolitikken er fremdeles opptatt av å bevare den kulturen som ikke kan overleve uten offentlig støtte. Det er først og fremst i den lokale kulturpolitikken at kultur som regionalutvikling [eller byutvikling] gjør seg gjeldende (Nilsson 2003).

---

<sup>17</sup> [www.ungnett.org/kulturbrevet/bokmaal/download/10bud.pdf](http://www.ungnett.org/kulturbrevet/bokmaal/download/10bud.pdf)



## 2.3 Kultur som strategi i bypolitikken

### 2.3.1 Mot en kulturplanlegging

Kulturplanlegging, som i følge Aspen (2005) handler om ”Strategisk bruk av kulturelle ressurser i en integrert del av en byutviklingsstrategi”, legger en vid kulturdefinisjon til grunn for virkefeltet. Kulturplanleggingen bryter med tradisjonell sektortenkning innenfor kulturlivet og betrakter kultur som et videre felt enn tradisjonelle kunstneriske og estetiske uttryksformer (Aspen 2005). Bianchini og Parkinson (1993:209 i Aspen 2005) skriver at kulturplanlegging ”rests on a very broad, anthropological definition of ”culture” as ”a way of life”, and that it integrates the arts into other aspects of local culture and into the texture and routines of daily life. Its field of action ranges from the arts, media, the crafts, fashion and design to sports, recreation, architecture and townscape, heritage, tourism, eating and entertainment, local history and the characteristics of the city’s public realm and social life, its identity and external image.”

Kulturplanlegging har et territorielt, snarere enn sektorielt fokus (Garcia 2004). Gran og De Paoli (2005) mener at når det gjelder stedsutvikling av by eller region, vil kulturlivet og næringslivet ofte ha felles interesser, fordi begge leirer vil ha utbytte av en slik utvikling. Hvis stedet styrkes og synliggjøres, vil man forhåpentligvis trekke til seg flere kunstnere, kulturinstitusjoner, arbeidsplasser og internasjonale nettverk. Dette er trekk ved stedet det åpenbart er knyttet felles interesser til. Nettopp et samarbeid om stedet kan gjøre at det er enklere for kultur-og næringslivet å samarbeide om oppgaveløsninger og langsiktige strategier enn det som kan være tilfelle ved ordinær kultursponsing.

Å sette sted i sentrum for samarbeid mellom kultur og næringsliv er likevel ikke nødvendigvis uproblematisk. Hall og Hubbard (1999) trekker for eksempel i tvil Bianchini og Parkinsons ide om at den nye og friske bruken av kultur i byfornyelsesprosjekter ikke er konfliktfylt. “Certainly, although Bianchini and Parkinson (1993) have argued that the use of cultural strategies, because of their relative novelty, are an unconflictual means of urban regeneration, the empirical evidence considered here indicates that lines of opposition and resistance are beginning to crystallize. Identifying the nature of such oppositional discourses, and the way they are both excluded and appropriated by urban regimes, appears to be an important avenue for research” (Hall og Hubbard 1999:166).

### 2.3.2 Richard Florida og den kreative økonomien

En teoretiker det ofte refereres til når det kommer til kultur og byutvikling, er Richard Florida. Internasjonalt og nasjonalt er det mange planleggere som har tatt til seg Floridas flerdimensjonale tilnærming til hvordan man kan skape by- og regionalutvikling, fordi den beveger seg videre fra tradisjonelle teorier om hva som skaper økonomisk utvikling (Hidle et al. 2005). Virkemidlene i Floridas tilnærming er nemlig ikke så kostbare å gjennomføre som andre entreprenørpolitiske strategier, hvor for eksempel store symbolbygg inngår.

Menneskene er den viktigste ressursen i dagens økonomi, hevder Florida (2002). Mer tradisjonelle økonomiske modeller hevder at økonomisk vekst kommer fra selskaper, jobber eller teknologi, og at regional utvikling er avhengig av at stedet har visse naturressurser eller er lokalisert langs visse transportruter for at bedrifter skal lokalisere seg der. I motsetning til dette hevder Florida, ut fra "the human capital theory" (Florida 2002:221), at der hvor høyt utdannede mennesker samler seg vil vekst finne sted.

"Under the new regime of geography, wherever intelligence clusters evolve, in the small town or the big city, so too will wealth accumulate. Moreover, these clusters are far less constrained by traditional determinants such as strategic waterway location, the abundance of raw materials or the proximity to dense concentrations of populations" (Kotkin i Florida 2002:221).

At steder kan ha konkurransefordeler av at bedrifter er lokalisert nær hverandre i næringsklynger, slik Porter skriver om, anerkjenner Florida. Det er likevel menneskene som er den viktigste forklaringsfaktoren for hvorfor steder lykkes, og hvorfor klynger oppstår (Isaksen 2005). "The real force behind clustering is people" (Florida 2002:220).

Florida trekker dessuten "the human capital theory" et steg videre; til hans egen "creative capital theory". Det avgjørende elementet for regional utvikling er lokaliseringsvalget til *kreative* mennesker (min kursivering). Kreativitet betyr evnen til å skape meningsfulle nye former (Websters Dictionary i Florida 2002), og det er mennesker som innehar evnen til å være kreative. Bruk av kunnskap på nye og kreative måter kan igjen kan føre til innovasjoner, skriver Florida, og tilfører med dette en kreativ dimensjon til teorier om kunnskapsøkonomien.

”Den kreative klasse” er et begrep som Florida innfører. Han snakker ikke om klasser i marxistisk forstand, basert på eiendom eller eierskap over kapital og produksjonsmidler. De marxistiske begrepene borgerskap og proletariat, kapitalist og arbeider kan ikke lenger favne dagens økonomiske realitet, slik Florida ser det. Hvilken klasse mennesker i den nye økonomien tilhører er basert på hvordan de organiserer seg i sosiale grupperinger og felles identiteter med utgangspunkt i deres økonomiske posisjon (Florida 2002:68). Klassene inndeles altså ut fra yrker, og Florida skiller mellom primærnæringsklassen, arbeiderklassen, serviceklassen og den kreative klassen. I USA utgjør den kreative klassen rundt en tredel av arbeidsstokken, mens i velutviklede land i Europa anslår Florida at mellom 25 og 30 % yrkesaktive kan sies å være i den kreative klassen. Den største klassen i USA er serviceklassen som teller cirka 55 millioner mennesker, men den kreative klassen spiller en mye viktigere økonomisk rolle (Florida 2002).

Innenfor den kreative klassen skiller Florida mellom “den superkreative kjernen” og “de kreative profesjonelle.” Den superkreative kjerne består av forskere, ingeniører, universitetsprofessorer, poeter, forfattere, kunstnere, artister, skuespillere, designere og arkitekter. Med til denne kjernen hører også “det tankemessige lederskapet” i det moderne samfunnet bestående av skribenter, forlagsredaktører, kulturpersoner, “tenketank forskere”, analytikere og andre meningsskapere. De som tilhører den superkreative kjernen deltar for fullt i den kreative prosessen.

De kreative profesjonelle jobber i vidtfavnende kunnskapsintensive industrier som high tech sektoren, finansielle tjenester, juridiske yrker og helsesektoren, samt bedriftsledelse. Det som kjennetegner denne vide gruppen av arbeidstakere er at deres jobber krever både kunnskap og selvstendig tenkning for å løse spesifikke problemer (Florida 2002). Den kreative klassen er så bred og sammensatt at menneskene der ikke definerer seg inn i en klasse, men dette bør de likevel gjøre for å få mer gjennomslagskraft i samfunnsdebatten, mener Florida (2002).

### **2.3.3 People climate**

Floridas teori omhandler også hva som ligger bak lokaliseringvalgene til den kreative klassen. Hans teori utfordrer tanken om at mennesker drar dit jobbene er. Istedenfor er det en hel rekke andre faktorer som kreative mennesker tiltrekkes av. Den kreative klassen søker seg til byer med visse kvaliteter, det Florida kaller “people climate.”

“People climate can be understood as a series of ingredients that spice up the city making it cool” (Asheim et al. 2005:5).

Begrepet people climate, eller bostedskvaliteter som det kan kalles på norsk, handler om ”gode steder for kreative mennesker å bo og arbeide” (Isaksen 2005:5). I følge Florida handler det om at det legges til rette for et miljø som den kreative klassen med sine livsstilspreferanser trives i. Ettersom den kreative klassen er en stor og sammensatt gruppe, betyr det at miljøet som skapes må være åpent og inkluderende for forskjellige grupper av mennesker uansett bakgrunn, seksuelle preferanser eller livsstil. Det er viktig at byene ikke kun tar hensyn til kjernefamilier med faste jobber, men at det også tas hensyn til en stadig økende befolkningsgruppe av single. De eldre i den kreative klassen går kanskje ikke på nattklubb, men de trives i et ungt og dynamisk miljø, og vil gjerne utøve sport og ta del i kulturaktiviteter. Derfor samsvarer ofte de unges interesser med den kreative klassens preferanser, skriver Florida (2002).

Florida benytter seg av ulike indikatorer for å måle bostedskvalitetene som tiltrekker den kreative klassen, som homse-indikator, smeltedigel-indikator og bohem-indikator (Isaksen 2005). Disse indikatorene har med toleranse å gjøre, en kvalitet som er helt nødvendig for at den kreative klassen skal komme til, og bli på et sted. Den nye klassens preferanser er knyttet til ikke-borgerlige verdier, hvor det er rom for et mangfoldig bybilde med innvandrere, homofile og bohemer (Florida 2002). Den kreative klassen liker sykkelstier, kafeer, barer og parker. Et autentisk bygningsmiljø og gatekunst er også elementer den kreative klassen verdsetter (Isaksen 2005). Det kosmopolitiske og mangfoldige får frem deres kreativitet. Denne tanken kan føres tilbake til Jane Jacobs som på 60-tallet skrev om *The Life and Death in Great American Cities*. Boken var en kritikk av moderne byplanlegging, som ikke tok hensyn til menneskene i byene, og livet i gatene. ”En romlig konsentrasjon av mange mennesker med ulik bakgrunn og kompetanse øker muligheten for personlig interaksjon og utvikling av det Jacobs kaller the street ballet” (Vatne 2005:23).

#### **2.3.4 Hvilke effekter gir people climate?**

En samling av kreative mennesker vil i følge Florida føre til at nye ideer kan få vokse frem, noe som igjen vil føre til at arbeidsplasser skapes, spesielt innen kunnskapsintensive

næringer.<sup>18</sup> Bedrifter vil også velge å lokalisere seg steder hvor de kan finne kompetent og kreativ arbeidskraft. En tilrettelegging for people climate vil altså, i samspill med stedets business climate,<sup>19</sup> eller næringsmiljø, kunne føre til vekst i kunnskapsintensive næringer (Isaksen 2005).

Talent er et kjennetegn ved den kreative klassen. Klarer stedet å utvikle et tolerant klima vil man tiltrekke seg eller holde på disse høyt utdannede og iderike menneskene. Resultatet man oppnår vil være en utvikling av teknologi, i form av høyteknologiske arbeidsplasser (Isaksen 2005). Dette har Florida selv målt ved hjelp av fire regionale faktorer; den relative konsentrasjonen av den kreative klassen, talent indeksen (som viser prosentandelen av befolkningen med bachelorgrad eller høyere), innovasjons indeksen og høyteknologi indeksen. Den statistiske korrelasjonen mellom andelen kreativ klasse og talent indeksen er blant den sterkeste i Floridas analyse, noe som viser at den kreative klassen har en høy utdanning. Florida finner også at både innovasjon og høyteknologisk industri er sterkt assosiert med lokaliseringen til den kreative klassen, og talent generelt.

Som Florida selv uttrykker det: (...) ”Technology, Talent and Tolerance. Each is a necessary but by itself insufficient condition: To attract creative people, generate innovation and stimulate economic growth, a place must have all three” (Florida 2002: 249).

### **2.3.5 Den kreative klassen i Norge**

Arne Isaksen (2005) poengterer at Floridas teorier er basert på og tilpasset et ‘høymobilitetssamfunn’ som USA, hvor mennesker ofte bytter jobb og bosted. Florida beskriver den kreative klassen som noen som har, og ønsker, løsere relasjoner både til mennesker og sted, enn det som tidligere var vanlig. Selv om det i Norge har skjedd en del endringer de siste tiår i forhold til familiestruktur og skilsmissestatistikk, karakteriserer Isaksen Norge som et ‘lavmobilitetssamfunn’. Asheim (2005) gjør også et poeng av at likestillingen i Norge gjør at lokaliseringvalg til høyt utdannede også er avhengig av at det finnes arbeidsmuligheter for begge i et parforhold.

---

<sup>18</sup> Kunnskapsintensive næringer avgrensnes etter OECDs definisjon til høyteknologisk (FoU-intensiv) industri, telekommunikasjoner og datakonsulenter, FoU virksomhet, tekniske konsulenter og film- og videoproduksjon (Isaksen 2005).

<sup>19</sup> Business climate betegner produksjons- og lokaliseringsfaktorer for næringslivet, og i Floridas sammenheng spesielt for det kunnskapsbaserte næringslivet (Isaksen 2005:6).

Dessuten er de amerikanske byene som Florida skriver om langt større enn de norske. ”Det er kanskje bare Oslo og muligens de tre neste storbyregionene som i utgangspunktet er interessante ut fra Floridas perspektiv. Det leder til spørsmålet om bostedskvaliteter [people climate] er relevant som utviklingsmekanisme også i norske regioner, og i tilfelle for hvilke regioner” (Isaksen 2005:11).

Floridas forslag til virkemiddel for vekst i kunnskapsintensive næringer er ikke anvendbar overalt. Man trenger en støttende infrastruktur i bunn som kan stimulere vekst i disse næringene, skriver Isaksen (2005). Det må eksistere et miljø som gir muligheter for kreativ aktivitet innen kunnskapsintensive næringer, skal man få til vekst i slike næringer. For mindre regioner, som har klart å trekke til seg høyt utdannet arbeidskraft, vil ikke en satsning på bostedskvaliteter nødvendigvis føre til en vekst i kunnskapsintensive næringer. I slike regioner (som for eksempel Ørsta/Volda) vil det heller lønne seg å utvikle næringsmiljøet, eller business climate, enn å satse på en videreutvikling av bostedskvaliteter, eller people climate. Isaksen mener at regioner som derimot har et gunstig næringsmiljø for kunnskapsintensive næringer, med godt hell kan satse på å styrke sine bostedskvaliteter for å både holde på, og tiltrekke seg de høyt utdannede. Det betyr likevel ikke at vekst i kunnskapsintensive næringer er den eneste vekstmuligheten regioner har, poengterer Isaksen (2005).

For å måle hvilke bostedskvaliteter den kreative klassen i Norge tiltrekkes av, velger Isaksen å se på andel kunstnere, ikke-vestlige innvandrere og kulturtilbud som finnes på et sted.<sup>20</sup> Isaksen konkluderer, på linje med Florida, med at den kreative klassen og andelen med høy utdanning i en region samvarierer med andel kunstnere. Også i forhold til andel ikke-vestlige innvandrere og kulturtilbud samvarierer dette med andelen høyere utdannede i en region. Når det gjelder kunstnere, kan det tenkes at deres tilstedeværelse symboliserer en åpen og innovativ atmosfære hvor ideer kan få vokse frem, slik Florida beskriver, mener Isaksen. Ikke-vestlige innvandrere er ikke i stor grad integrert i arbeidsmarkedet i Norge, og derfor representerer deres tilstedeværelse antakeligvis mer et tolerant miljø enn teknologiutvikling i norske byer (Isaksen 2005).

---

<sup>20</sup> Han tenker seg også at den kreative klassen i Norge kanskje er opptatt av sysselsettingsvekst, offentlige velferdsgoder og lav arbeidsledighet ved valg av bosted.

Når man måler hvor de kunnskapsintensive arbeidsplassene er konsentrert<sup>21</sup> ved bruk av Floridas techpole indeks, viser det seg at omtrent halvparten av dem ligger i sentrale deler av Osloreionen. Storbyregionene Trondheim og Bergen, og i noen grad Stavanger og Kristiansand, har også mange i kreative yrker og med høy utdanning. Det betyr at man ser en sammenklumping av personer i kreative yrker og med høyere utdanning i landets største byområder (Isaksen 2005). Hidle et al. (2005) skriver likevel at Kristiansand (med omland) skårer lavest på talent (som måles ut fra andelen av befolkning med høyere utdanning fra universitet eller høyskole) i forhold til de andre storbyregionene.<sup>22</sup> I den samme målingen skårer også Kristiansand lavest på toleranse, men faktisk høyt på innovasjon (Hidle et al. 2005).

### **2.3.6 Er Richard Florida inne på noe?**

Manville og Storper (2006) poengterer at selv om Florida har funnet at en pakke av fasiliteter som kafeer, gallerier, musikk og en generell bohems, tolerant atmosfære korrelerer med tilstedeværelsen av kunnskapsarbeidere og vekst, er ikke dette det samme som en årsaksforklaring. Selv om de antar at Florida selv har forstått dette, synes det ikke som om mange politikere og planleggere (policy-makers) har gjort det. En rekke amerikanske byer, som for eksempel Detroit, har kastet seg på trenden og arbeider hardt for at byene skal fremstå som kule. Ordføreren i Detroit fremstår eksempelvis som hip hopper. Manville og Storper karakteriserer dette som en "kaste seg på bølgen" (bandwagon) utviklingsstrategi. Man har ingen garanti for at en slik satsning vil gi økonomisk gevinst. Problemet med en fasilitetspolitikk er også at fasiliteter kan være så mangt; alt fra en vakker kystlinje, etnisk mangfold, til restauranter og vakker arkitektur. De fasilitetene en gruppe prefererer er gjerne til ergrelse for andre grupper (Manville og Storper 2006). For eksempel har det vært en rekke konflikter i Newcastle rundt konsekvensen av imaget som '24 hour party city', hvor mennesker som ikke deltar i festingen blir plaget av støy og uro.

Et annet problem med en konsumorientert fasilitetspolitikk er at fasiliteter som legger til rette for konsum ikke varierer stort mellom forskjellige byer. Forbruk kan forklare hvorfor unge med høy utdanning vil bo i urbane, fremfor landlige, områder, men kan ikke forklare hvorfor man velger et urbant område fremfor et annet. Er faktisk konsum den avgjørende faktor for hvor unge mennesker velger å bo? Krever ikke en konsumorientert livsstil også godt betalte

---

<sup>21</sup> I forhold til omfang og spesialiseringsgrad av arbeidsplasser i en region.

<sup>22</sup> Oslo er ikke med i målingen.

jobber som kan gi inntekt til å finansiere en slik livsstil? Dette leder frem til en ”høna og egget”- diskusjon, om det faktisk er slik at de unge følger jobbene som gjør at de kan konsumere, eller om de først gjør livsstilsvalg og så finner eller skaper jobbene. Manville og Storper (2006) antyder ved å trekke inn Shapiros økonomiske forskning (2005), at det antageligvis er det første som gjør seg gjeldende. Både Jane Jacobs og Florida er inne på noe når det gjelder forholdet mellom fasiliteter og ferdigheter, men de har stokket om på hva som kommer først, i følge Manville og Storper. Et slikt resonnement kan likevel kanskje kritiseres for å undervurdere viktigheten av livsstilsvalg i forhold til valg av bosted?

Manville og Storper ser problemet med å forklare hvorfor firmaer i utgangspunktet slår seg ned visse steder, og kan ikke gi noe fullgodt svar på det, men foreslår at det kanskje handler om et institusjonelt miljø og dets rykte, som igjen gir ringvirkninger. Når det gjelder toleranse, som er utgangspunktet for vekst i Richard Floridas teori, mener Manville og Storper at også dette må forstås som et resultat av økonomisk vekst og mangfold. Mangfold og toleranse er nødvendig for urban vekst, men ikke tilstrekkelig. Toleranse kan kun delvis forklare vekst (Manville og Storper 2006).

Jamie Peck (2005) er enda mer kritisk til Richard Floridas strategi, og betrakter den som en forlengelse av entreprenørpolitikken som vokste seg sterk på 80-tallet. I policy-vakuumet som oppstod etter at de tidlige entreprenørpolitiske strategiene mislyktes, har diskursen om den kreative byen spredt seg med voldsom fart, og blitt adoptert av en rekke byer.

“The reality is that city leaders from San Diego to Baltimore, from Toronto to Albuquerque, are embracing creativity strategies, not as alternatives to extant market-, consumption-, and property-led development strategies, but as low-cost, feel-good, complements to them. Creativity plans do not disrupt these established approaches to urban entrepreneurialism and consumption-orientated place promotion, they extend them” (Peck 2005:28).

Baltimore, en by som var tidlig ute med urbant entreprenørskap på 80-tallet, forstod raskt at ”innovasjoner”, som store utviklingsprosjekter i vannkanten og store turistattraksjoner raskt kan tape sin attraktivitet (Harvey 1989 i Peck 2005). Baltimore har i dag kastet seg på Florida-strategien og forsøker å bygge opp et rykte som ”Creative Baltimore”, noe som er helt typisk for en by som har prøvd alt fra å bygge stadioner til å tilby økonomiske fordeler for bedrifter, skriver Peck. Den interurbane konkurransen har endret og videreutviklet seg til å handle om



den kreative klassen og deres nabolagspreferanser, med en forførende retorikk som bare pakker inn den nyliberale ideologien på en ny måte (Peck 2005).

Landry (2005) underbygger at en rekke byer forsøker seg på kreative strategier som utviklingsmekanisme. Ved siste telling kom han frem til at 60 byer i verden fremstår som kreative byer. Tyve av disse byene finner man i Storbritania, som ”Creative Manchester” og ”Creative London”. Kreativitetsstrategien er altså ikke bare noe som amerikanere har tatt til seg.

“The script of urban creativity reworks and augments the old methods and arguments of urban entrepreneurialism in new and seductive ways. (...). The tonic of urban creativity is a remixed version of this cocktail: just pop the same basic ingredients into your new-urbanist blender, add a slug of Schumpeter lite for some new-economy fizz, and finish it off with a pink twist” (Peck 2005:36).

Den kreative klasse er i sannhet en ny-borgerlig bortskjemt elite i følge Peck, som de som faller utenfor den nye klasseinndelingen, må stå på pinne for. Floridas påstand om at alle mennesker har et kreativt potensiale som serviceklassen snarest bør ta i bruk for å “klatre opp” til den kreative klassen, er kun en klisje. Hvem skal i så fall stryke skjortene til den kreative klassen, spør Peck. Noen må jo dekke den kreative klassens basale behov, slik at de kan haste fra jobb til sykkelstien med en kaffe-latte i hånden, og deretter tilbake på jobb igjen. Teorien om den kreative klassen fører på linje med tidligere entreprenørpolitiske strategier til en forsterkning av ulikheter mellom mennesker i byene, mener Peck (2005).

### **2.3.7 Opplevelsesøkonomien**

“If societies are to seek continued economic prosperity, they must stage experiences to add sufficient value to their economies to employ the masses (goods and services are no longer enough)” (Pine og Gilmore 1999: forord).

Sven Nilsson (2003) reflekterer over fremtidens nasjonale kulturpolitikk i Sverige, og hvordan den skal finne sin legitimitet. På grunn av blant annet en eldrebølge som vil kreve

mye av innbyggernes skattepenger, kommer ressursene i offentlig sektor til å bli knappere. Nilsson taler for at kulturen er nødt til å finne andre finansieringsformer enn det offentlige. På lokalplan har man forsøkt å finne frem til en plattform for samspill mellom det offentlige og privat næringsliv ved å knytte kultur til begrep som by- og regionalutvikling og opplevelsesøkonomi. Nilsson mener at kulturplanlegging og opplevelsesøkonomi kan være med på å legitimere kulturpolitikken eksistens, fordi kulturen på den måten inngår i den større samfunnsøkonomien.

Hva er så opplevelsesøkonomi? Opplevelsesøkonomien må forstås på bakgrunn av at velstandsnivået er blitt så høyt at konsumpsjon av produkter ikke lenger gir nok mening til forbrukerne. Forbrukerne har dekket sine basale behov, og søker noe mer enn rene produkter. I markedet kjempes det samtidig om forbrukernes oppmerksomhet. Det finnes så mange tilbud og produkter å velge mellom, at design, merkenavn, teknologi og nyhetsverdi blir viktige faktorer for å fange denne oppmerksomheten. Shopping er blitt ”shoppertainment”, skriver Landry (2005). Shoppingsentre utvikler seg til en form for fornøylesparker, hvor man kan spille golf, få spa-behandling og kjøre karuseller. ”Your local”, den lokale puben, er i ferd med å forsvinne og erstattes av trendy barer. Det handler om å lage en større fortelling ut av et produkt, slik at kaffe ikke bare er kaffe, men mye mer (Landry 2005). Dette er en strategi for eksempel Starbucks har brukt. Fokuset er flyttet fra produkt og serviceleveranser til kundens opplevelse som det verdiskapende elementet.<sup>23</sup>

Kaffe-eksempelet er noe Pine og Gilmore (1999) ofte referer til når de skal forklare hva de legger i ”den fjerde økonomien” (fra landbruksøkonomien, via den industrielle økonomien, så serviceøkonomien til nå opplevelsesøkonomien). De påstår at opplevelser kan skilles fra tjenester, fordi opplevelser handler om noe man blir engasjert i på en personlig måte. Opplevelser er begivenheter som er regissert av foretak på samme måte som et teaterstykke er regissert. Dette appellerer til folks følelser, som er et viktig aspekt ved opplevelsesøkonomien.

Det siste utviklingstrinnet er at konsumentene selv blir deltakere i opplevelsesøkonomien. I Disneyland har man for eksempel utviklet et ”educational center”, hvor besøkende kan både

---

<sup>23</sup> ”ABC i opplevelsesøkonomien.”[www.bi.no/templates/Nyhetsartikkel\\_39272](http://www.bi.no/templates/Nyhetsartikkel_39272)

kan lære og delta. Konsekvensen av fremveksten av opplevelsesindustrien er at grensene blir uklare mellom shopping, læring og opplevelsen av kultur. Landry (2005) spør om vi er på vei mot en drømmeøkonomi. Enkelte påstår faktisk at istedenfor å snakke om informasjonssamfunnet, bør man heller snakke om drømmesamfunnet (Jensen 1999 i Mathiesen Hjemdahl 2004).

Nilsson (2003) erkjenner at det er en rastløshet knyttet til opplevelsesøkonomien, og at dette er baksiden av denne utviklingen. I opplevelsesøkonomien blir det for eksempel ikke tid for mennesker til å opparbeide seg en ordentlig kunstforståelse. Denne rastløsheten gjennomsyrrer likevel samfunnet på alle slags områder, og er derfor ikke kun et trekk ved opplevelsesøkonomien, mener Nilsson.

Menneskers behov for opplevelser, og industrien bygget rundt dette, har vokst i sitt omfang de siste årene, men kan ikke sies å være et nytt fenomen. Som Pine og Gilmore (1999:2) skriver: "Experiences have always been at the heart of entertainment, from plays and concerts to movies and TV shows. Over the past few decades, however, the number of entertainment options has exploded to encompass many, many new experiences. We trace the beginnings of this experience expansion to one man and the company he founded: Walt Disney."

### **2.3.8 Kulturindustri som massebedrag?**

"Setningen verden vil bedras, er blitt sannere, enn den vel noengang var ment" (Adorno og Horkheimer 1947:71). Allerede i 1947 skrev Theodor Adorno og Max Horkheimer boka *Kulturindustri. Opplysning som massebedrag*, som representerte en kritikk av datidens kulturindustri, spesielt med fokus på amerikansk filmindustri. "Kulturindustrien kan rose seg energisk å for ha gjennomført den på mange måter ubehjelpelige overføring av kunsten til konsumsfæren [...]" (Adorno og Horkheimer 1947:23). "Kino og radio behøver ikke lenger gi seg ut for å være kunst. Den sannhet at de ikke er annet enn forretning, anvender de som ideologi, som skal legitimere det skrap de bevisst produserer" (Adorno og Horkheimer 1947:6).

Adorno og Horkheimer har et strukturelt perspektiv på kulturindustrien. Deres fokus er at kapitalismen og dens dominerende kulturuttrykk penetrerer hele kulturfeltet (Nilsson 2003). "Til nå har kulturindustriens teknikk kun ført til standardisering og serieproduksjon og har

ofret det som gjorde verkets logikk forskjellig fra samfunnssystemets” (Adorno og Horkheimer 1947:7).

Kulturindustrien påvirker også konsumentenes bevissthet. ”Konsumentene er arbeiderne og funksjonærene, bøndene og småborgerne. Den kapitalistiske produksjon holder dem så fanget med kropp og sjel at de motstandsløst henfaller til det som bys dem. Slik undersåttene alltid tok den moral som de fikk fra de herskende mer alvorlig enn de herskende selv, så blir de bedratte masser ennå mer henfalte til myten om suksess enn de vellykkede. Det er deres ønsker de nærer. Uforstyrrelig holder de fast ved den ideologi man slavebinder dem med” (Adorno og Horkheimer 1947: 22).

Hvis kulturindustrien virkelig er så totalitær som Adorno hevder, hvordan er det da mulig å kritisere den? Kulturindustrien kunne også tenkes som et uttrykk for samfunnet, og ikke bare dets verste sider, dets konformisme, uniformering og kommersialisme, men også som en blottlegging av reelle konflikter, noe Adorno og Horkheimer forbeholder de store kunstverkene (etterord i Adorno og Horkheimer 1947). John Fiske (1994 i Nilsson 2003) tar til orde for et slikt syn på kulturindustrien og mener at forbrukere også har et valg i møte med denne. Istedenfor å betrakte kulturindustriens uttrykk kun som varer, kan de også betraktes som ressurser i hverdagslivets kultur. Populærkulturelle uttrykk kan forstås som tekster som leses og fortolkes, og som gir mening til mennesker. Det ligger et frigjørende potensiale i denne lesningen og fortolkning som på et vis overgår den markedsstyrte kulturindustrien, mener Fiske. Forbruk av kulturindustri har dermed også et produktivt aspekt ved seg i at kulturindustrien kan virke identitetsskapende. For eksempel kan latinamerikanske innvandrere i USA anvende serier som Miami Vice for å bekrefte sin egen machokultur, selv om seriens skurker er latinamerikanere, skriver Fiske (1994 i Nilsson 2003).

### **2.3.9 Kulturelt forbruk som distinksjonsmekanisme**

Selv om Florida understreker hvor mangfoldig den kreative klasse er, bestående av alt fra professorer og kunstere til helsearbeidere, kan han likevel ikke sies å behandle de menneskene han gjennom yrker har definert inn i en gruppe noe overfladisk? Ønsker de virkelig de samme fasilitetene? Tar han hensyn til menneskers ulike preferanser og deres behov for å distingvere seg fra hverandre? Og hva med kulturens rolle i alt dette?

Pierre Bourdieu (1995) skriver i klassikeren *Distinksjonen – en sosiologisk kritikk av dømmekraften* at motsetninger i økonomisk, kulturell og sosial kapital skaper identitet. Forbruk skaper en forskjell, en distinksjon, som differensierer mennesker sosialt. Smak er en form for sosial stedssans (sense of one's place), som gjør at mennesker orienterer seg ulikt i det sosiale rommet. Smaken har altså en samfunnsmessig funksjon (Bourdieu 1995). Bourdieus teori forutsetter at det finnes en legitim kultur som man behersker og har tilgang på i ulik grad (Danielsen og Nordli Hansen 1999), og som defineres av de mektige og kapitalsterke. Bourdieu beskriver tre ulike klasser<sup>24</sup> i forhold til deres smak; de borgerlige som definerer hva som er den legitime smak, de småborgerlige eller pretensiøse, som streber etter å forstå kodene til de borgerlige, og de folkelige hvis smak beskrives som vulgær. Habitus er i den sammenheng et sentralt begrep, som henspeiler på en persons innsosialiserte disposisjoner i forhold til tenkning, vurdering og handling i det sosiale rommet. Hvis en person er født inn i en familie med høy økonomisk og kulturell kapital vil mest sannsynlig denne personen også ha høy økonomisk og kulturell kapital, og en habitus som gjør at personen føler seg hjemme med klassisk musikk, teater og champagne.

Richard Florida utfordrer Bourdieus ide om at den økonomisk dominerende klasse gjerne har borgerlig smak. I stedet for har den kreative klasse, som er den økonomisk dominerende klasse i dagens samfunn, ikke-borgerlige verdier, hevder han. Er postmodernismens konsekvens at skillet mellom høykultur og lavkultur er utgått? (Mathiesen Hjemdahl 2006). Nilsson (2003) skriver at hele 1900-tallet har vært kjennetegnet av en kamp mellom finkulturen og populærkulturen, en kamp han mener stort sett har vært vunnet av populærkulturen. Det betyr ikke at det ikke lenger eksisterer en ide om en legitim kultur. Dette "kontrollbehovet" finnes både i offentligheten, i skolene og i kulturlivet. Likevel finnes det frigjørende lesninger av all slags kultur, mener Nilsson, noe populærkulturen har bidratt til (2003). Seabrooks (2001 i Nilsson 2003) hevder faktisk at i dagens globaliserte samfunn kan finkulturen ikke lenger betraktes som den legitime kulturen, men snarere som en subkultur.

Betyr middelklassens tilbaketog til byen at populærkulturen blir den kulturen som også representerer byen? Ligger det et demokratisk håp i dette? Eller er det slik som Peck hevder at den kreative klassen egentlig er ny-borgelig, og at utviklingen av sykkelstier og hippe kafeer

---

<sup>24</sup> I følge Bourdieu defineres en klasse som et sett av individer med omtrent samme posisjoner i det sosiale rommet, eller klassestrukturen (Danielsen og Nordli Hansen 1999). Dette klassebegrepet viser til praksis fremfor en marxistisk forståelse av klasser.

kun fordekker en nyliberal ideologi som fører til enda sterkere konkurranse mellom steder og økte sosiale forskjeller?

Bourdieu's tanker om at forbruk skaper identitet og forskjeller mellom mennesker har antakeligvis fremdeles mye for seg. Distinksjonene handler muligens i mindre grad om klasser og mer om valg av livsstil. Uansett om det er strukturelle forhold (klassebaserte) eller livsstilsvalg som ligger til grunn for kulturelt forbruk, skaper populærkulturens utbredelse kanskje enda større behov for distinksjoner? Utviklingen og omfanget av en symbolsk økonomi og en opplevelsesøkonomi gjør at det estetiserte og iscenesatte blir viktigere. Dette gjør krav på ny informasjonstilgang, kunnskap, kultur og symboler (Nilsson 2003). Å planlegge for en opplevelsesøkonomi i byen gjør at det kan oppstå ulikheter og konflikter. Opplevelsesøkonomien forutsetter jo en funksjonsblanding i byområder hvor boliger og ulike arenaer for opplevelser eksisterer side om side. Dette stiller nye krav til planleggere og representerer utfordringer for byens innbyggere.

Kulturens rolle er endret og blitt gjort til en del av opplevelsesøkonomien, og av byutviklingsstrategier. Enkelte, som Nilsson (2003), hevder at kulturen nå har fått en mer betydningsfull rolle fordi den nå får en samfunnsøkonomisk funksjon, og at det først og fremst er kulturpolitikkenes legitimitet som nå er truet. Andre, som vi skal se i denne oppgaven, mener snarere at det er kulturens autonome og samfunnskritiske rolle som er truet. De kritiske tankene til Adorno og Horkheimer lever videre.

## 2.4 Oppsummering

Jeg mener at de teoretiske perspektivene som er presentert i dette kapitlet gir en interessant tilnærming for å analysere kultur og byutvikling i Kristiansand generelt, og kampen omkring Cultiva spesielt. De teoretiske perspektivene forteller noe om hvorfor og hvordan mange byer har satset på urbant entreprenørskap som et svar på de prosessene som influerer byene. Restrukturering av økonomien har medført krisesituasjoner i flere byer, med omfattende økonomiske og sosiale problemer. Å øke konkurransedyktigheten gjennom å blant annet føre en mer forretningsaktig bypolitikk har vært et svar fra mange byer på disse utfordringene. Dette innebærer blant annet at hvordan stedet fremstår, altså stedets representasjon, er blitt viktigere. Er det slik at Kristiansand har valgt sitt kultur og byutviklingsprosjekt som et entreprenørpolitisk svar på globale prosesser som influerer byen?

Videre har jeg i dette kapitlet problematisert kulturbegrepet og sett på hvordan kulturpolitikken generelt har utviklet seg i vest-europeiske land de siste tiårene. Dette har jeg gjort for å vise hvordan synet på kultur og kulturpolitikk har endret seg i retning av det instrumentelle. Hva slags kultur og byutviklingsforståelse som ligger til grunn for Cultivas strategi er en av problemstillingene i denne masteroppgaven, og derfor er det viktig å få frem kulturbegrepets kompleksitet, og vise hvordan kulturpolitikken ”instrumentalisering” av begrepet har endret seg gjennom årene i takt med andre samfunnsprosesser.

I siste del av teorikapitlet har jeg pekt på hvordan kultur er blitt en del av byers utviklingsstrategi. Begrep som kulturplanlegging og opplevelsesøkonomi gjør seg gjeldende som strategier for feltet som knytter sammen kultur og byutvikling. Jeg har problematisert disse begrepene, spesielt opplevelsesøkonomien som kan forstås som en videreutvikling av kulturindustrien. Richard Floridas modell for hvordan byer kan skape økonomisk utvikling er presentert, og kritikken av denne. Bourdieus teori om kulturelt forbruk som distinksjonsmekanisme er også trukket inn som en kritikk av Richard Florida og opplevelsesøkonomien, for å vise at slike strategier også kan virke sosialt differensierende. Nettopp disse perspektivene er viktige for å forstå hvorfor kultur som byutviklingsstrategi også kan virke konfliktskapende, noe som i denne oppgaven kommer til uttrykk i debatten omkring Cultiva.

### 3. METODOLOGISKE PERSPEKTIVER OG VALG

Kvalitative metoder handler om å få en dybdeforståelse av et avgrenset område (Thagaard 2003), noe som samsvarer godt med dette forskningsprosjektets problemstillinger. Mitt mål er å forstå noen sosiale prosesser, som har betydning for dannelsen av og debatten rundt Cultiva, i detalj, med vekt på individers forståelser og handlingsvalg. Dermed er det nødvendig å bruke kvalitative metoder. For å finne ut hvilke forståelser av kultur og byutvikling som finnes hos ulike aktører i Kristiansand, samt hvorvidt Kristiansand kan komme til å bli et kultursentrum på grunnlag av noen av disse forståelsene, benytter jeg meg av en kvalitativ tilnærming i datainnsamlingen, basert på kvalitative forskningsintervju og tekstanalyser.

Diskursanalyse gir en metode for analyse av disse dataene, og dreier seg både om filosofiske premisser om språkets rolle og teoretiske modeller. Diskursanalyse må derfor forstås som et teoretisk og metodisk hele (Winther Jørgensen og Phillips 1999). Metoden diskursanalysen gir for å analysere intervjuene og tekstene som utgjør mitt empiriske materiale, gir et riktig utgangspunkt for å forstå Cultivas argumentasjon og strategier, og hvorfor Cultiva er omdiskutert. Diskursanalysen kan nemlig betraktes som et verktøy for å avdekke og forstå hvordan meninger konstrueres.

I dette kapitlet vil jeg presentere den diskursanalytiske ”pakken” som anvendes i denne masteroppgaven. Først presenteres det vitenskapsteoretiske utgangspunktet for diskursanalysen. Så vil jeg si noe kort om diskursanalyse generelt, før jeg går inn på teorien og begrepsapparatet i Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse. Deretter vil jeg beskrive selve forskningsprosessen. Abduksjon er utgangspunktet for hvordan jeg binder sammen teori og empiri i oppgaven. Jeg beskriver også hvordan innsamling og analysering av data har foregått, og forklarer hvordan jeg har operasjonalisert Faircloughs kritiske diskursanalyse. Til sist vurderes forskningens kvalitet og vitenskaplighet.



## 3.1 "En hel pakke"

### 3.1.1 Vitenskapsteoretisk utgangspunkt

Sosialkonstruktivisme er et sett av filosofiske premisser som ligger til grunn for en rekke diskursanalytiske retninger. Sosialkonstruktivisme er et vidt felt, men Vivien Burr (1995 i Winther Jørgensen og Phillips 1999) har kartlagt fire premisser som de fleste sosialkonstruktivister kan enes om. For det første gjelder det å ha en kritisk innstilling til selvfølgelig kunnskap. Vår kunnskap om verden er ikke en direkte avspeiling av virkeligheten der ute, kunnskapen er alltid et resultat av hvordan vi kategoriserer verden. For det andre er kunnskap alltid historisk og kulturelt betinget. Vår kunnskap er et resultat av tid og sted, og det gjør at kunnskap både er konstruert og foranderlig. For det tredje er det en sammenheng mellom kunnskap og sosiale prosesser. Kunnskap skapes og opprettholdes gjennom sosial interaksjon, som vil si at felles sannheter bygges opp i felleskap. Det er også i fellesskap man kjemper om hva som ikke er sant. For det fjerde er det en sammenheng mellom kunnskap og sosial handling. Vårt syn på verden gjør at enkelte handlinger oppfattes som naturlige, mens andre oppfattes som helt utenkelige. Den sosiale konstruksjonen av kunnskap har altså sosiale konsekvenser (Burr 1995 i Winther Jørgensen og Phillips 1999).

En konsekvens av sosialkonstruktivismen er at forskerens posisjon er endret. I antropologien har for eksempel forskningen endret seg fra å være basert på et skrivebordsprosjekt til at forskeren selv drar ut og bor blant sine informanter for en periode med en forståelse om at hvordan vi lever våre liv og forstår verden er relativt fra samfunn til samfunn. Forskeren vet at han vil påvirke det samfunnet han lever i, og samtidig også tolke det i lys av hans bakgrunn og faglige og teoretiske ståsted. Forskerens fortolkning av dette samfunnet vil dermed aldri kunne være objektiv eller nøytral. Sosialkonstruktivismen, og en antropologisk vitenskaplig tilnærming, kan dermed sies å ha medført at forskeren har kommet ned fra sin høye hest, og har inntatt et mer ydmykt vitenskaplig ståsted.

De premissene sosialkonstruktivismen hviler på, må ses i sammenheng med poststrukturalismen. Winther Jørgensen og Phillips (1999) medgir at forholdet mellom sosialkonstruktivismen og poststrukturalismen er uavklart, men velger å forstå poststrukturalismen som en underkategori av sosialkonstruktivismen.

Fransk poststrukturalistisk teori gjorde blant annet opprør mot totaliserende og universelle teorier som marxisme og psykoanalyse, ”de store fortellingene”. Poststrukturalismen kan forstås som en videreutvikling, men også som et brudd med den lingvistiske strukturalismen. De lingvistiske strukturalistene presenterte ideen om at forholdet mellom språk som system og ”virkeligheten” er vilkårlig. Det er altså ikke tegnets forbindelse med en materiell gjenstand som gir tegnet mening. Ordet ”bord” får ikke sin mening utfra forholdet til det materielle bordet, men snarere til opposisjonen det har til ordet ”stol”. Strukturalistene mente altså at tegnene får sin mening ut fra relasjonene tegnene i mellom. Poststrukturalistene bryter med denne tanken om at tegn står i et relasjonelt forhold til hverandre som ”knuter i et fiskenet.” Den strukturen som binder ordene sammen kan også endres gjennom diskursive praksiser, mener de. Et ord som betyr noe i en sammenheng, kan bety noe helt annet i en annen sammenheng, noe som gjør språket grunnleggende ustabil (Winther Jørgensen og Phillips 1999).

Det negative ytterpunktet av poststrukturalismen er at alt flyter og at verden kan forstås på et uendelig antall måter. Winther Jørgensen og Phillips understreker likevel at det sosiale feltet hvor vi lever våre liv i stor grad er bundet av regler, og at det igjen virker regulerende på hva vi kan gjøre og si. ”Selv om viden og identiteter alltid i prinsippet er kontingente, er de i konkrete situasjoner alltid relativt fastlåste. De konkrete situasjoner udstikker meget begrensede rammer for hvilke identiteter, et individ kan påtage sig, og hvilke utsagn, der accepteres som meningsfulde”(Winther Jørgensen og Phillips 1999:14).

Norman Fairclough og hans kritiske diskursanalyse, som er den retningen innen diskursanalysen jeg i stor grad vil basere meg på i denne oppgaven, har et moderat forhold til poststrukturalismen. Hans vitenskapsteoretiske ståsted er også marxistisk influert. Språket og representasjoner er viktige, og er det som gjøres til gjenstand for kritisk diskursanalyse, men det strukturelle virker også inn (Winther Jørgensen og Phillips 1999). Jeg mener at Faircloughs tilnærming gir et godt utgangspunkt for å forstå hvordan strukturelle prosesser (som selvsagt gir mening diskursivt) influerer Kristiansand, og hvordan aktører fortolker og svarer på disse prosessene.

### **3.1.2 Diskursanalyse**

En diskurs er en fastlegging av mening i forhold til verden, eller deler av verden (Winther Jørgensen og Phillips 1999). En diskursanalyses funksjon kan være å avdekke disse meningene, og synliggjøre deres konstruksjon. De fleste diskursanalytikere forholder seg på en eller annen måte til Michel Foucault, som på 1970-tallet, utviklet ulike diskursanalytiske perspektiver, tilnærminger og begreper. I denne oppgaven skal jeg ikke gå nærmere inn på hans teorier, men jeg synes det er viktig å få frem ett poeng i forhold til hans syn på hvordan diskurs begrenser det tenkelige meningsinnholdet noe kan ha. Foucault tenderer mot å identifisere ett vitenskapsregime i hver historiske epoke (Winther Jørgensen og Phillips 1999), og dette vitenskapsregimet betegner han som et episteme.

“This episteme may be suspected of being something like a world-view, a slice of history common to all branches of knowledge, which imposes on each one the same norms and postulates, a general stage of reason, a certain structure of thought that the men of a particulare period cannot escape – a great body of legislation written once and for all by some anonymous hand” (Foucault 1972:191).

Denne oppfatningen blir utfordret av nyere diskursanalytiske retninger slik som Faircloughs kritiske diskursanalyse, hvor det hevdes at en rekke diskurser kjemper om å ”fille ut” ulike felt i samfunnet med mening.

### **3.1.3 Kritisk diskursanalyse**

“My view is that ‘discourse’ is use of language seen as a form of social practice, and discourse analysis is analysis of how texts work within sociocultural practice” (Fairclough 1995:7).

Fairclough har to definisjoner av hva en diskurs er:

Den ene er at diskurs er en form for sosial praksis (Winther Jørgensen og Phillips 1999:79). Diskurser består hos Fairclough kun av lingvistiske elementer. Et slikt syn står i motsetning til andre diskursanalytiske retninger som også inkluderer det ikke-lingvistiske i deres diskursbegrep. I følge Fairclough består det sosiale feltet, virkeligheten eller samfunnet, av

både diskursive og ikke-diskursive elementer. Diskurs påvirker det videre sosiale feltet, enten ved å opprettholde eller endre det, og er dermed en form for sosial praksis.

Den andre definisjonen er at diskurs er ”en måte å snakke på som gir mening til opplevelser ut fra et bestemt perspektiv” (Winther Jørgensen og Phillips 1999:79). Ut fra denne definisjonen kan man skille en type diskurs fra andre type diskurser. Eksempler på ulike diskurser kan være en feministisk diskurs, en nyliberalistisk diskurs, en marxistisk diskurs, en forbrukerdiskurs eller en miljødiskurs (Fairclough 1993 i Winther Jørgensen og Phillips 1999:79). Det vil si at diskurser kan være vinklet fra et spesielt (ideologisk) ståsted.

Som nevnt anser Fairclough det bredere sosiale feltet for bestående av både diskursive og ikke-diskursive elementer. Det er et svært viktig poeng i kritisk diskursanalyse at en del samfunnsmessige fenomener ikke har en lingvistisk-diskursiv karakter. Et slikt syn står i motsetning til for eksempel Laclau og Mouffes diskursteori, som oppfatter hele det sosiale felt som utelukkende diskursivt. ”It is an important characteristic of the economic, social and cultural changes of late modernity that they exist as discourses as well as processes that are taking place outside discourse, and that the processes that are taking place outside discourses are substantively shaped by these discourses” (Chouliarki og Fairclough 1999:4).

I kritisk diskursanalyse settes det fokus på hvordan diskurser påvirker videre samfunnsmessige prosesser, samtidig som det anerkjennes at diskursene ikke eksisterer uavhengig – og upåvirket, av dem. ”Formålet med den kritiske diskursanalyse er at kaste lys på den lingvistisk-diskursive dimensionen af sociale og kulturelle fænomener og forandringsprosesser i senmoderniteten”(Winther Jørgensen og Phillips 1999:73).

### **3.1.4 Faircloughs begrepsapparat**

I følge Fairclough bidrar diskurser til å konstruere sosiale identiteter, sosiale relasjoner og kunnskaps- og meningssystemer. Det er to dimensjoner man skal fokusere på når man analyserer en diskurs; den kommunikative begivenhet (heretter kaller jeg dette ”ytring”) og diskursordenen. En ytring er et tilfelle av språkbruk, og består av tre dimensjoner; tekst, diskursiv praksis og sosial praksis. ”We understand a text to be a contribution to communicative interaction which is designed for travel, so to speak – which is designed in one context with a view to its uptake in others...The first texts were of course written, but the

texts of contemporary interaction and quasi-interaction are also spoken (radio), television (so combination of speech and image and sound effect), or electronic (for example, e-mail)" Chouliaraki og Fairclough 1999:46). Tekst er altså ikke bare skrift, også det muntlige og visuelle kan forstås som tekst. Diskursiv praksis handler om det nivået hvor diskurser artikuleres i produksjon og konsumpsjon av tekster. Tekst og diskursiv praksis eksisterer dermed avhengig av hverandre, men adskilles analytisk hos Fairclough. Det er gjennom diskursiv praksis at tekster kan forme og bli formet av den bredere sosiale praksis.

Diskursordenen er et komplekst og motsetningsfylt felt av diskurser og sjangre innenfor samme sosiale område eller institusjon (Winther Jørgensen og Phillips 1999). I min oppgave vil jeg ikke skille mellom diskurs eller sjanger, men bare operere med 'diskurser'.

Diskursordener kan knyttes til institusjoner, som for eksempel universitetets diskursorden, men diskursordener kan også gå på tvers av institusjoner. Innenfor diskursordenens "felt" eksisterer det gjerne konkurrerende diskurser som kjemper om å "fille ut" terrenget med mening. Diskursordenen setter en begrensning på hva som kan sies og skrives fordi den utgjør ressursene (diskursene og sjangrene) som er til rådighet. Dermed fungerer diskursordenen som en slags struktur for diskursene. Samtidig er diskursordenen også praksis fordi språkbruken kan endre diskursordenen ved å trekke på andre diskursordener.

Fairclough er spesielt opptatt av å studere sosial endring, og vise hvilken betydningsfull rolle diskurser har i dette. Slike endringer kan undersøkes gjennom analyse av relasjoner mellom de forskjellige diskurser i en diskursorden, og relasjoner mellom forskjellige diskursordener. Gjennom artikulering av forskjellige diskurser på tvers av diskursordener blandes diskurstyper på nye og komplekse måter noe som kan bety diskursive og dermed sosio-kulturelle endringer. Endring forekommer spesielt hvis en diskursorden virker inn på en annen diskursorden, skriver Fairclough. Dette kalles interdiskursivitet, som henviser til relasjoner mellom diskursordener. Et eksempel er hvordan markedets diskursorden virker inn på universitetets diskursorden, med de endringer i den bredere sosiale praksis dette får. "The marketization of the discursive practices of universities is one dimension of the marketization of higher education in more general sense. Institutions of higher education come increasingly to operate (under government pressure) as if they were ordinary businesses competing to sell their products to consumers." (Fairclough 1995:141).

Ved å trekke på eksisterende diskurser på nye måter skaper man forandring, men samtidig er muligheter for forandring begrenset av maktrelasjoner. Fairclough vektlegger blant annet at ikke alle i samfunnet har like stor innflytelse på enhver diskurs. For eksempel vil en ekspert-uttalelse i en avis veie tyngre enn et innlegg fra en ukjent person.

Ideologier oppfatter Fairclough som meningskonstruksjoner som bidrar til produksjon, reproduksjon og transformasjon av dominansrelasjoner. De ideologiske diskursene er de som bidrar til å opprettholde eller transformere maktrelasjoner. Fairclough tar likevel avstand fra en marxistisk forståelse av ideologi, hvor ideologi blir oppfattet som et abstrakt verdisystem som binder folk sammen og på den måten sikrer den sosiale ordens sammenheng. I stedet trekker Fairclough blant annet på Gramsci, som er opptatt av at mening også skapes i fortolkningsprosessen. Makt er viktig når det gjelder hvilken eller hvilke diskurser som får råde. Likvel forstår ikke Fairclough hegemoni kun som dominans, men også som en forhandlingsprosess. På den måten er agency (handlingsrom) også viktig i kritisk diskursanalyse (Winther Jørgensen og Phillips 1999).

Kritisk diskursanalyse er altså kritisk i den forstand at det er ønskelig å avsløre hvordan diskursiv praksis bidrar til å endre og opprettholde maktforhold i samfunnet (Winther Jørgensen og Phillips 1999).

## **3.2 Innsamling av data**

### **3.2.1 Abduksjon**

Thagaard (2003) skriver at kvalitativ datainnsamling tradisjonelt har hatt en induktiv tilnærming, som vil si at gjennom analyse av data så utvikles det teoretiske grunnlaget for forskningen. Det tenkes at en akkumulasjon av empiriske studier kan utvikle teoretiske perspektiver. Såkalt ”grounded theory” er et eksempel på en slik rendyrket induktiv tilnærming. Det er også mulig å gjøre kvalitativ forskning med en deduktiv tilnærming, som vil si at forskningen tar utgangspunkt i teorier fra tidligere forskningsarbeider, og så ”går ut” for å prøve ut en hypotese. Forbindelsen mellom teori og data i min oppgave er basert på en abduktiv tilnærming, noe som står i mellomposisjon mellom induksjon og deduksjon og som fremhever det dialektiske forholdet mellom teori og data.

I utgangspunktet har jeg forholdt meg til teori som omhandler temaer som jeg forestilte meg ville være relevant for min oppgave, blant annet kunnskapsøkonomi, entreprenørpolitikk, kultur, konsum og stedsidentitet. Mye av denne litteraturen er skrevet av britiske og amerikanske teoretikere som har forsket på britiske og amerikanske byer, og kulturens rolle i disse byene, og /eller kulturens rolle i samfunnet generelt. Gjennom å snakke med folk ”i felten” fikk jeg vite hvordan det å bruke kulturfeltet på nye måter for å skape utvikling kom til uttrykk i en bestemt norsk virkelighet, og hvilken litteratur det dermed var relevant for meg å bruke.

I denne oppgaven har det vært viktig å få god empirisk innsikt i det som menes om, og som foregår av, kultur og byutvikling i Kristiansand. Under intervjuene hadde jeg teorien i bakhodet uten at jeg forsøkte å la det teoretiske grunnlaget i for stor grad styre min oppfatning av det som ble sagt i intervjuene. Likevel kunne jeg gjenkjenne argumenter fra litteraturen. For eksempel visste jeg at Cultiva var inspirert av Richard Florida, da dette er noe representanter for stiftelsen selv har uttalt i media. I flere intervjuer kom også dette opp, og flere ganger var det ikke oppfordret fra min side. På den andre siden viste det seg etterhvert at noe av Cultivas diskursive praksis også fraviker fra Richard Florida, og snarere trekker på andre tekster og diskurser.

Intervjuene i Kristiansand, virket tilbake på endelige teorivalg, og utforming av endelig problemstilling. Intervjuene gjorde at jeg forstod hvor komplekst og sammenvevd hele dette feltet er. Jeg visste at oppgaven skulle handle om kultur og byutvikling, men var usikker på hvor jeg skulle legge fokuset mitt; på sted, kultur eller begge deler. Først etter at flesteparten av intervjuene var overstått, bestemte jeg meg for at det var selve debatten rundt Cultiva som skulle gjøres til gjenstand for analyse.

Cultivas overordnede strategidokument ”Fra vannkraft til skaperkraft”(2006) ble publisert omtrent ti måneder etter at jeg satte i gang med arbeidet med oppgaven min, og mange brikker falt på plass etter å ha lest dette. Det hadde vært tidkrevende å få oversikt over hva Cultiva faktisk arbeider med, og å se hvilke felt kritikken mot dem var rettet mot. En gjennomgang av strategidokumentet og høringsuttalelsene i forhold til dette dokumentet strukturerte debatten på en ny måte for meg, og satte meg også på sporet av ny teori. Det var først i lesningen av dette dokumentet at opplevelsesøkonomi-diskursen virkelig kom til syne.

### 3.2.2 Forskerens førforståelse

Winther Jørgensen og Phillips (1999) påpeker at det kan være problematisk at man som forsker tilhører den kulturen man studerer, fordi man dermed deler de selvfølgeligheter som ligger i det materialet man forsker på. Poenget med diskursanalyse er jo nettopp å avdekke disse selvfølgelighetene og vise hvordan noen utsagn helt ”naturlig” blir akseptert som sanne, og andre ikke. Likevel er ikke diskursanalytikerens oppgave å komme ”bakenfor” diskursen, og finne ut hva folk egentlig mener når de sier det ene eller det andre. Det er diskursen i seg selv, det som faktisk sies eller skrives, som gjøres til gjenstand for analyse. Det er mønstrene i språket, diskursene, som skal avdekkes. En løsning kan være å forsøke å fremmedgjøre seg fra materialet og ”leke” at man er antropolog som studerer et fremmed meningsunivers (Winther Jørgensen og Phillips 1999).

Mitt eget ståsted er at jeg er født og oppvokst i Kristiansand, og at jeg første gang flyttet fra byen i 1997. Jeg vendte tilbake for et par år, og har etter det ikke bodd i byen (foruten korte opphold) siden 2000. Disse årene borte fra Kristiansand gjør nok at jeg til en viss grad evner å se byen utenfra, samtidig som jeg språkmessig og sjargongmessig er ’fanget’ i det ”kristiansandske”, og er farget av at jeg har mine røtter der. Foruten å ha vært en del på et par av utestedene og festivalene, som enkelte av intervjupersonene refererer til, under ferier og opphold i Kristiansand, vil jeg ikke påstå å være del av kulturmiljøet i Kristiansand. Jeg kjenner et par utøvende kunstnere som er det, og jeg kjenner noen som jobber ved sentrale kulturinstitusjoner, men jeg er ikke ”innenfor” det miljøet jeg delvis berører i oppgaven min.

Når det gjelder min førforståelse av Cultiva, hadde jeg selvsagt registrert at de var omdiskuterte. Jeg ble interessert i å finne ut mer om Cultiva, og hvordan deres arbeid kunne komme til å påvirke Kristiansand. Dette var utgangspunktet og motivasjonen for å jobbe med oppgaven. Ellers bør det nevnes at jeg i forbindelse med oppgaven kom i kontakt med en samfunnsgeograf som til dels ordnet det slik at jeg fikk jobbe som prosjektassistent i et konsulentfirma i Kristiansand et par måneder sommeren 2006.<sup>25</sup> Konsulentfirmaet jeg jobbet for var samlokalisert med en rekke andre firmaer, blant disse Cultiva. Jeg fikk for eksempel muligheten til å omgås Cultiva- ansatte i en felles kantine, men benyttet meg i liten grad av muligheten til å innhente uformell informasjon om Cultiva. Jeg havnet på et vis i en rollekonflikt, fordi jeg var der som ansatt i et firma og ikke ønsket å gå inn i en forskerrolle i

---

<sup>25</sup> Konsulentfirmaet heter Oxford Research, og de jobber mye med både klyngeutviklingsprosjekter og velferdsprosjekter.



lunsjen. I stedet brukte jeg sommeren til å følge med i den offentlige debatten i media, og diskutere Kristiansand, Cultiva og kulturlivet i Kristiansand med en rekke bekjente og halv-bekjente. Jeg analyserer ikke denne informasjonen direkte i oppgaven, men den gjør meg sikrere på diskursene jeg har avdekket sin ”virkelighetsgehalt”.

Fordelen med å være fra Kristiansand, er førforståelsen jeg har av stedet og følelsen av å ”snakke samme språk” under intervjuene. Jeg kjenner mange av de samme uttrykkene, personene og stedene som intervjupersonene nevner. Problemet med dette er nettopp som Winther Jørgensen og Phillips påpeker, at det likevel er vanskelig å komme bakenfor det som virker så naturlig og selvfølgelig, og se de språklige mønstrene og deres konstruksjon.

### **3.2.3 Praktisk gjennomføring av datainnsamlingen**

Etter å ha arbeidet med det jeg mente ville være relevant teori for min oppgave i noen måneder, og etter å ha lest meg opp på en del av Cultivas grunnlagsdokumenter, bestemte jeg meg for å dra til Kristiansand for å snakke med folk. Jeg gjorde kun et par avtaler før jeg flyttet ned til mine foreldre for en periode. Intervjuene ble avtalt ved at jeg enten sendte en e-post eller ringte den potensielle intervjupersonen og fortalte om mitt prosjekt. De aller fleste av dem jeg kontaktet, sa ja til å møte meg. Det gledet meg at jeg ble møtt av så mye velvillighet og imøtekommenhet, noe som i det hele tatt har muliggjort dette forskningsarbeidet.

Kvalitative metoder baserer seg på strategiske utvalg av intervjupersoner som har visse kvalifikasjoner eller egenskaper som er relevante i forhold til problemstillingen (Thagaard 2003). Utgangspunktet mitt for å finne frem til relevante intervjupersoner var Cultivas hjemmeside og avisartikler i Fædrelandsvennen. Også snøballmetoden ble benyttet ettersom jeg av noen av intervjupersonene ble anbefalt å snakke med folk som jeg så kontaktet. Et par møtte jeg også tilfeldig, på den måten at jeg kom i snakk med dem om oppgaven min, og så viste det seg at dette var mennesker med mye kunnskap og meninger om Cultiva og kulturlivet i Kristiansand.

De tolv intervjupersonene kan deles inn i ulike grupperinger. Den første gruppen er de som jobber med å endre Kristiansand gjennom Cultiva, kommunen eller næringsliv; altså rammesettere for kultur- og byutvikling. Jeg kaller dem rammesettere, fordi det er disse som

enten planlegger for, eller har midlene til å gjennomføre tiltak innenfor, kultur-og byutvikling. Den andre gruppen er personer som enten arbeider med kulturbasert næring, er kunstnere eller kulturutøvere. Personene i denne gruppen er potensielle mottagere av Cultivamidler. Den tredje gruppen består av personer tilknyttet kulturinstitusjoner i Kristiansand, og er også potensielle mottagere av Cultivamidler. En siste intervjuperson er en akademiker som representerer et mer uavhengig, men likevel faglig basert perspektiv. For flere intervjupersoner er rollene overlappende i de skisserte grupperingene.

### **3.2.4 Intervjusituasjonen(e)**

Kvale (2001) skriver at formålet med det kvalitative forsskningsintervjuet er å forstå sider ved intervjupersonens dagligliv fra den intervjuedes eget ståsted. De ti første intervjuene fant sted i to perioder mellom 20.mars og 12.mai 2006, og foregikk ved at jeg drog til intervjupersonens arbeidssted. De to siste intervjuene fant sted i september 2006. Det første av de to siste intervjuene foregikk også på intervjupersonens arbeidssted i Kristiansand, mens det andre intervjuet fant sted hjemme hos meg i Oslo, hvor intervjupersonen kom på besøk til meg. Den siste intervjupersonen er en bekjent av undertegnede, men ellers har jeg ikke hatt noe personlig forhold til noen av de jeg har intervjuet, foruten å ha slått av en tilfeldig prat med dem i forkant eller etterkant av intervjuet. Flere av intervjupersonene er velkjente ansikter i Kristiansands kulturliv og i media, og gjennom dette hadde jeg til en viss grad dannet meg et bilde av hva slags meninger de kunne ha omkring temaet vi skulle diskutere. Det er likevel ikke alltid at min førforståelse har stemt med den informasjonen jeg har fått.

I en halvstrukturert intervjuform baseres intervjuet på en intervjuguide med en grov skisse over emner og spørsmål (Kvale 2001). Intervjuene mine bar preg av å være halvstrukturerte, og dermed mer eller mindre basert på en intervjuguide jeg på forhånd hadde utformet. Denne intervjuguiden inneholdt temaer jeg mente det var viktig å snakke om i forhold til oppgavens (foreløpige) problemstillinger. Intervjuguiden ble til dels tilpasset hver enkelt intervjuperson, slik at de kunne få snakke ut fra sitt felt eller ståsted. En intervjuperson insisterte på å få intervjuguiden tilsendt på forhånd, men intervjuet med ham bar likevel ikke preg av å kun være styrt av intervjuguiden. Jeg lot til en viss grad intervjupersonene føre samtalen i den retningen hun/han selv ønsket, slik at intervjupersonens fortellinger kunne komme frem. Konsekvensen av dette var at jeg satt igjen med mye, og vanskelig sammenlignbar informasjon. Likevel ga disse intervjuene meg verdifull dybdeforståelse av situasjonen i

Kristiansand. Antropologen Geertz (1973) hevder at kvalitative tekster skal inneholde ”tykke beskrivelser”. Det vil si at de skal ikke kun være beskrivende, men også fortolkende. Dette er til en viss grad tilfellet når det gjelder mitt materiale, og denne oppgaven er altså basert både på intervjupersonenes og mine fortolkninger.

Under intervjuene ble båndopptager brukt etter samtykke fra intervjupersonene. Samtidig noterte jeg stikkord underveis, i tilfelle noe skulle gå galt i forbindelse med innspillingene. Samtalene ble dermed ikke preget av at vi satt ansikt til ansikt og stirret hverandre inn i øynene, noe som kanskje kunne ha gjort en i utgangspunktet konstruert situasjon noe ukomfortabel. De fleste intervjuene hadde likevel en lett og ledig tone, og alle intervjupersonene tok seg god tid til å snakke med meg.

Etterhvert som jeg hadde gjort en del intervjuer, kunne jeg også ta med meg argumenter fra tidligere intervjuer og konfrontere intervjupersonen med dette, som et supplement til intervjuguiden. Dette gjorde jeg for å finne ut hvordan intervjupersonen stilte seg til ulike utsagn, og for å se om dette kunne være argumenter som jeg kunne knytte til større meningsmønstre. Jeg kunne for eksempel si ”en jeg snakket med mente at det er en komplisert prosess å søke midler fra Cultiva, hva mener du om det?”. Dette kan selvsagt oppfattes som et ledende spørsmål, men ettersom jeg tilpasset slike spørsmål til de ulike intervjupersonene (jeg stilte for eksempel dette spørsmålet til en Cultiva- ansatt), mener jeg at en slik fremgangsmåte kan forsvares og at det ga samtalene våre mer ”kjøtt på beinet”. Jeg fulgte også opp med tolkningsspørsmål som ”ut fra hva du nå har sagt forstår jeg det som at du har et positivt syn på Cultiva?”. Analyse av data kan til en viss grad bygges inn allerede i intervjusituasjonen (Kvale 2001).

### **3.2.5 Etikk og intervjuundersøkelser**

Det snakkes om assymetriske maktforhold mellom intervjuer og intervjuperson hvor intervjueren definerer situasjonen og styrer intervjuet gjennom å stille ytterligere spørsmål (Kvale 2001). I mine intervjuer var maktforholdet i flere tilfeller snudd på hodet. Dette er situasjonen i såkalte eliteintervjuer (Marshall og Rossman 1999). De fleste intervjupersonene har enten høy utdanning og/eller høye stillinger, eller mye ”kulturell kapital”, for å bruke Bourdieus begrep. Dette er faktorer som gjorde at jeg som intervjuer kom i en mer ydmyk posisjon enn jeg kanskje ville ha hatt om jeg hadde intervjuet ”folk flest” om deres mening

om Cultiva og Kristiansand. En svakhet ved utvalget mitt av intervjupersoner er nettopp at ”folk flest” sine stemmer ikke kommer frem, noe de ofte heller ikke gjør i den lokale mediadebatten omkring Cultiva. Dette er en avgrensning jeg på grunn av oppgavens omfang har vært nødt til å gjøre. Å undersøke ’folk flest’ sitt forhold til Cultiva kunne likevel vært et interessant forskningstema, fordi en slik type forskning kunne gitt innblikk i Cultivas forankring i lokalbefolkningen i Kristiansand. Nettopp det at ”folk flest” ikke engasjerer seg mer i mediadebatten omkring Cultiva kan kanskje tolkes som et uttrykk for at de ikke er så interessert i Cultiva.

Et problem knyttet til eliteintervjuing kan være at intervjueren ikke klarer å se gjennom den informasjonen han får, fordi han blir servert en historie som gagnar virksomhetene. Jeg opplever ikke at intervjuene bar preg av dette, ettersom de fleste av intervjupersonene snakket på vegne av seg selv og ikke på vegne av en bedrift eller institusjon. Det eneste unntaket er om mulig et intervju med en ansatt i Cultivas administrasjon, hvor jeg ikke i tilstrekkelig grad fikk den informasjonen jeg hadde håpet på. Anonymisering av Cultiva-ansatte er vanskelig fordi administrasjonen er så liten, og ettersom det er deres virke som er gjenstand for debatt, er det heller ikke så vanskelig å forstå at et intervju med dem vil være preget av mindre åpenhet enn intervjuene med for eksempel deres kritikere.

De andre intervjupersonene var klar over sin anonymitet og min taushetsplikt. På grunn av dette, deres posisjon og/eller kunnskap på feltet tror jeg de fikk uttrykket sine oppriktige meninger i intervjusituasjonene. Jeg valgte på forhånd å anonymisere intervjupersonene fordi oppgavens hensikt er å avdekke diskurser, ikke å skape ytterligere strid mellom personer. Likevel utgjør ikke aktører som er involvert i kultur-og/eller byutvikling en stor gruppe mennesker i Kristiansand, og noen av dem kan derfor være gjenkjennbare i min oppgave (spesielt for dem som er involvert i feltet). Jeg mener likevel ikke at materialet mitt er av så sensitiv art at noen vil bli skadelidende om så skulle være tilfelle. Følgene av forskningen min vil forhåpentligvis heller være at debatten kan ses i et nytt lys, og i en større sammenheng.

### **3.2.6 Andre data**

Lokalavisen Fædrelandsvennen har vært en viktig datakilde. Denne avisen spiller en meget viktig rolle som opinionsdanner på Sørlandet generelt, og i Kristiansand spesielt. Lesningen av en rekke avisartikler og debattinnlegg som er trykket der fra Cultiva ble opprettet i 2002 og

frem til i dag har gitt meg viktig innsikt i debatten rundt Cultiva. Cultivas hjemmeside [www.cultiva.no](http://www.cultiva.no) er en annen svært viktig datakilde, som har gitt meg tilgang til en rekke grunnlagsdokumenter og utredninger Cultiva bygger sin virksomhet på. Cultivas overordnede strategidokument "Fra vannkraft til skaperkraft. Cultivas overordnede strategi for sikring av arbeidsplasser og gode levekår 2007-2020" (2006), er essensielt som datamateriale i denne oppgaven. Det ble sendt ut til høring og deretter vedtatt på styremøtet 24.10.2006 med noen få endringer. Høringsuttalelsene i forhold til dette dokumentet er også i noen grad analysert i denne oppgaven. Enkelte av de avisartiklene og dokumentene jeg velger å bruke direkte i oppgaven, ved å trekke ut sitater fra dem, vil bli analysert ut fra Faircloughs metode for kritisk diskursanalyse, på lik linje med sitater jeg gjengir fra intervjuene.

Andre datakilder er offentlige dokumenter som for eksempel "Vi tror på muligheter", som er kommuneplanen for Kristiansand kommune 2005-2016, Kulturpolitisk strategi for Kristiansand (2002) og Stortingsmelding 22 (2004-2005) om Kultur og næring.

### **3.3 Analyse av data**

#### **3.3.1 Bearbeiding av intervjuene**

Transkribering av intervjuene foregikk umiddelbart etter intervjuene, for å fange opp konteksten og detaljene rundt intervjuene. Enkelte intervjuer varte opp til over to timer, og ingen varte noe mindre enn en time, noe som igjen ga meg mye transkriberingsarbeid. I ettertid ser jeg at det kunne ha lønnet seg å være mer fokusert i intervjusituasjonen, men samtidig ville jeg kanskje ikke ha fått de tykke beskrivelsene som jeg fikk ved å gjøre det på den måten jeg gjorde. Jeg har ikke forandret på intervjupersonenes utsagn i transkriberingen av intervjuene, ettersom jeg mener at det er viktig at intervjupersonenes egne stemmer kommer frem, noe som er forenlig med oppgavens vitenskapsteoretiske ståsted. Alle sitatene som presenteres i denne oppgaven er derfor gjengitt ordrett. Likevel ligger det alltid en tolkning i hvordan man omgjør det man hører til skriftlig tekst i forhold til for eksempel tegnsetting og så videre, og siden i forhold til hvordan man velger å trekke ut et sitat fra en større tekst. Jeg har også omgjort ulike dialekter til bokmål. Jeg har heller ikke gjengitt pauser, kremting og lignende, fordi det ville blitt for omfattende, og på den måten fraviker mitt transkriberingsarbeid fra Faircloughs anbefaling.

### 3.3.2 Selve diskursanalysen

Winther Jørgensen og Phillips (1999) understreker viktigheten av å være åpen og tydelig på hvordan man har gått frem for å gjøre en diskursanalyse, og begrunne hvorfor man avgrenser en diskurs som man gjør. De anbefaler at man som forsker ser på diskurs som et analytisk begrep, eller en størrelse, man legger over virkeligheten. Dette betyr ikke at diskursene ikke har noen virkelighetsgehalt, diskursene er jo konstruert av forskeren etter grundige empiriske studier. En annen forsker kunne likevel kanskje avgrenset diskursene på en noe annen måte enn det jeg har valgt å gjøre i denne oppgaven.

Som en fremgangsmåte for å begynne en diskursanalyse anbefaler Winther Jørgensen og Phillips (1999) at man tar utgangspunkt i Faircloughs begrep om diskursorden. En diskursorden betegner totaliteten av de diskurser som omhandler et tema eller et case (Fairclough 1995). Diskursordenen setter rammene for analysen.

I min oppgave har jeg valgt å gi den rammesettende diskursordenen betegnelsen ”kultur og byutvikling”. Denne diskursordenen er ikke knyttet til en institusjon, men går på tvers av institusjoner. Diskursordenen ”kultur og byutvikling” rommer den språklige praksisen og de aktørene jeg i arbeidet med denne oppgaven er interessert i.

Hvilke diskurser er det så som eksisterer, og eventuelt konkurrerer, innenfor diskursordenen ”kultur og byutvikling”? For å finne frem til dette måtte jeg på en systematisk måte begynne å lete i intervjumaterialet, i dokumenter og i avisartikler. Jeg måtte kartlegge likheter og forskjeller i intervjupersonenes fortellinger. Ved å finne at meningsinnholdet i intervjuer, dokumenter og artikler danner meningsmønstre er man i følge Fairclough (1995) på sporet av en diskurs.

Jeg har trukket ut essensen av meningsinnholdet til de ulike ytringene, som hvert enkelt intervju og hvert enkelt eksemplar av det andre materialet jeg sitter på kan forstås som, og konstruert denne essensen som diskurser. I så måte må kartleggingen av diskurser forstås som en kategorisering av de meningsdannelsene som finnes innenfor det feltet jeg studerer. Jeg har også måttet avgjøre på hvilket nivå jeg skulle legge diskursene på i forhold til problemstillingen min, slik Winther Jørgensen og Phillips (1999) anbefaler. Jeg har kommet frem til at i debatten rundt Cultiva konkurrerer hovedsaklig en opplevelsesøkonomi-diskurs og en opplevelsesøkonomi-kritisk diskurs. I artikuleringen av disse hoveddiskursene trekker

intervjupersonene (og dokumentene og avisartiklene) igjen på andre diskurser hentet fra andre diskursordener, noe jeg vil utdype i neste kapittel. Det kan også være slik at en og samme intervjuperson trekker på underdiskurser av både opplevelsesøkonomi-diskursen og den opplevelsesøkonomi-kritiske diskursen.

Som nevnt mener Fairclough at enhver ytring bør analyseres som tekst, diskursiv praksis og sosial praksis. Tekst er gjerne skapt for et formål, men kan også være samtaler. “(..) Texts are generated in mediated interaction and in mediated quasi-interaction, but not in face-to-face-interaction, though face-to-face interaction may be transformed into text for specific purposes, i.e., redesigned for uptake in other contexts – as when linguists transcribe and analyze conversations” (Chouliaraki og Fairclough 1999:46). I denne oppgaven har jeg valgt å forstå også intervjumaterialet mitt som tekst. Ettersom jeg sitter på et stort tekstmateriale i form av 12 transkriberte intervjuer og en rekke dokumenter og artikler, ble det vanskelig for meg å gå inn og gjøre en detaljert tekstanalyse (hvor man for eksempel kartlegger metaforer, ordvalg og grammatikk) av dette materialet. Derfor har jeg i det første analysekapitlet valgt å fokusere på forholdet mellom tekst og den diskursive praksis, som handler om hvordan tekster produseres og konsumeres. Jeg gjør ikke dette med et sosiologisk utgangspunkt, ved å for eksempel se på hvilke ledd en tekst må gjennom før den trykkes, men snarere med et lingvistisk utgangspunkt. Det vil si at jeg undersøker hvordan tekstene trekker på andre tekster, det som kalles intertekstualitet. Intertekstualitet innebærer at alle ytringer, bygger videre på tidligere ytringer. I produksjonen av en tekst kan man aldri unngå å bruke begreper og formuleringer som er blitt brukt før. Når for eksempel en reklametekst blir skrevet trekker den på allerede eksisterende tekster. Interdiskursivitet er en form for intertekstualitet, og handler om hvordan diskurser som formuleres innen en diskursorden trekker på andre diskurser. Fairclough ser intertekstualitet og interdiskursivitet som både et uttrykk for kontingens og forandring. Når diskurser artikuleres på tvers av diskursordener, til nye og kreative diskurser er dette et tegn på en diskursiv, og dermed sosiokulturell forandring (Winther Jørgensen og Phillips 1999). Den diskursive praksis kan altså i visse tilfeller påvirke diskursordenen ’kultur og byutvikling’, noe som også vil ha samfunnsmessige konsekvenser.

Fairclough (1995) mener at ved konsumering av tekster trekker lesere på allerede eksisterende diskurser i sin fortolkning av teksten. I forhold til hvordan tekstene i denne oppgaven blir konsumert, kan jeg kun si noe om dette ut fra høringsuttalelser i forbindelse med Cultivas strategidokument, og debattinnlegg som refererer klart til en annen tekst.

Det bør også gjøres en analyse av hvordan ytringen kan føre til en endring eller opprettholdelse av en bredere sosial praksis, mener Fairclough. Dette gjøres ved å analysere hvorvidt den diskursive praksis bidrar til å endre eller opprettholde diskursordenen. Samtidig må man si noe om det som ligger i det ikke-diskursive felt, for eksempel hvilke økonomiske eller institusjonelle betingelser som ligger til grunn for den diskursive praksis. Dette må gjøres ved å trekke på andre teorier, som i dette tilfelle samfunnsgeografisk og sosiologisk teori som dreier seg om kultur og byutvikling. Det er her oppgaven kan finne sine endelige konklusjoner, og si noe om hva som er de ideologiske, politiske og sosiale konsekvensene av den diskursive praksis (Winther Jørgensen og Phillips 1999).

Winther Jørgensen og Phillips (1999) kritiserer Fairclough for at han ikke i stor nok grad tydeliggjør skillet mellom det diskursive og det ikke-diskursive. Hvordan kan man vite hvor og hvordan det ikke-diskursive påvirker og forandrer det diskursive, og omvendt? For å operasjonalisere dette trenger man kanskje likevel ikke å skille så tydelig mellom det diskursive og det ikke-diskursive, foreslår Winther Jørgensen og Phillips. Det er mulig å strategisk skille mellom noen brede utviklingstrekk, som utgjør bakgrunnen for analysen på den ene siden, og den konkrete diskursive praksis, som inngår i det empiriske materialet på den andre siden (Winther Jørgensen og Phillips 1999:159). I denne oppgaven utgjør dermed teorien jeg har presentert i kapittel 2 disse brede utviklingstrekkene, som beskriver større strukturelle, men også diskursive endringer. Mitt empiriske materiale blir analysert ut fra en kritisk diskursanalytisk tilnærming i kapittel 4. Deretter blir det empiriske materialet analysert i lys av de teoretiske perspektivene fra kapittel 1 i kapittel 5. På den måten knyttes de diskursene jeg har avdekket i Kristiansand opp til større utviklingstrekk, men også til de større diskurser som teoriene representerer.

## **3.4 Vurdering av forskningens kvalitet**

### **3.4.1 Reliabilitet, validitet og generaliserbarhet**

For å vurdere forskningens kvalitet, er det vanlig å diskutere og gjøre rede for arbeidets reliabilitet, validitet og generaliserbarhet. Reliabilitet handler om i hvilken grad dataene man har samlet inn er pålitelige. Dette aspektet forutsettes av at forskningen har foregått på en tillitsvekkende måte. Thagaard (2003) foreslår å erstatte begrepet reliabilitet med begrepet troverdighet, en term hun mener bedre fanger opp det et kvalitativt forskningsopplegg dreier seg om. I forhold til troverdighet mener jeg i dette kapitlet å ha vært åpen om hvordan



forskningsprosessen har foregått generelt, og intervjusituasjonene spesielt. Dette gir leseren innsikt i hvilke relasjoner jeg har hatt til intervjupersonene og hvilke refleksjoner jeg har gjort meg omkring min egen posisjon som forsker, noe jeg mener gir dataene troverdighet.

Validitet handler om i hvilken grad dataene kan brukes til å besvare problemstillingen, om man i kvantitativ forstand måler det man tror man skal måle (Kerlinger 1979 i Kvale 2001). Thagaard foreslår å heller bruke begrepet bekræftbarhet i kvalitative studier. Ettersom oppgaven min bærer preg av en abduktiv tilnærming til datamaterialet, har den endelige problemstillingen blitt til underveis. Jeg drog ikke ut ”i felten” med en fullstendig avklart problemstilling, men snarere med en vid arbeidsproblemstilling. Jeg mener likevel at datamaterialet jeg sitter på gir grunnlag for å besvare problemstillingen jeg etterhvert har utformet. Jeg har redegjort for hvordan jeg har gått frem for å avdekke diskursene og analysere dem ved å bruke, og tilpasse, Faircloughs kritiske diskursanalyse til mitt materiale.

Generaliserbarhet handler om i hvilken grad man kan si noe allment ut fra sitt forskningsopplegg, eller overføre det man har funnet til å kunne gjelde i en annen kontekst (Thagaard 2003). På bakgrunn av mitt vitenskapsteoretiske utgangspunkt mener jeg at oppgavens formål ikke er å skulle kunne generalisere fra min case, som er debatten rundt Cultiva, til andre case. Debatten er nemlig situasjonsavhengig og geografisk forankret i Kristiansand. Formålet med oppgaven er snarere å vise hvordan en generell trend, det å kombinere kultur med byutvikling, får et bestemt uttrykk i en lokal kontekst. Forhåpentligvis kan likevel funnene som er gjort i denne oppgaven brukes til refleksjon og overveielser, av aktører som driver med kultur og byutvikling i Kristiansand og andre steder. Funnene i oppgaven kan også leses som uttrykk for generelle tendenser i samfunnet, og ses som paralleller til andre pågående debatter i samfunnet, noe jeg kommer inn på i kapittel 5.

Et annet spørsmål er om jeg kan generalisere fra det materialet jeg sitter på, og har vært med på å forme, til mitt eget case, nemlig debatten omkring Cultiva. Har jeg godt nok fanget opp de meningene som eksisterer? Burde jeg ha gjort flere intervjuer? I diskursordenen kultur og byutvikling eksisterer det flere diskurser enn de jeg har funnet frem til, men jeg håper at jeg har avdekket de diskursene som er relevante for å forstå debatten omkring Cultiva på en dyptpløyende måte.

### 3.4.2 Hvor vitenskaplig er diskursanalyse?

Hvor vitenskaplig er kvalitativ metode generelt, og diskursanalyse spesielt?

I følge Kvale (2001) er vitenskap en systematisk produksjon av ny kunnskap.

Kvalitative metoder (og særlig kvalitative intervjuer) er blant annet blitt kritisert for å være ikke-vitenskaplige, men snarere personavhengige, og en gjenspeiling av folks sunne fornuft. De er også kritisert for å ikke være objektive, men subjektive, ikke troverdige, men partiske og ikke reliable, men basert på ledende spørsmål. En slik kritikk er likevel basert på en positivistisk oppfatning av hva samfunnsforskning er og bør være (Kvale 2001), og samsvarer ikke med premissene som ligger til grunn for sosialkonstruktivismen.

Sosialkonstruktivismens og diskursanalysens fremvekst kan ses i sammenheng med en vitenskaplig positivismekritikk. Mens positivistene bruker det som kan sanses som empiri for forskningen, og forsøker å kartlegge regulariteter i verden på bakgrunn av sansingen, mener positivismekritikerne at verden ikke kan sanses direkte. Sosialt skapte modeller filtrerer våre sanseintrykk, og språket har derfor i følge sosialkonstruktivistene en forrang i studie av menneskelig erkjennelse, betydning og opplevelse (Neumann 2001). Det betyr ikke at en diskursanalyse ikke kan gjøres på en vitenskaplig måte. ”Vores holdning er i korthed, at det er en stringent anvendelse af teori og metode, som legitimerer videnskabeligt produceret viden. Det er ved at se verden gennem en bestemt teori, at man kan fremmedgøre sig fra nogle af sine selvfølgeligheder og stille andre spørgsmål til materialet, end man kan gøre ud fra sin hverdagsforståelse” (Winther Jørgensen og Phillips 1999:33).

Dette grepet løser likevel ikke det sosialkonstruktivistiske problem; at den sannhet man leverer i sitt forskningsprosjekt ikke kan sies å være noe sannere enn andres i en sosialt konstruert virkelighet hvor sannheter er diskursivt produserte (Winther Jørgensen og Phillips 1999). Jeg ser dette paradokset, men anvender tross alt en moderat sosialkonstruktivistisk teori og metode i denne oppgaven, hvor jeg anerkjenner eksistensen av sosiale strukturer og aspekter av samfunnet som ikke kan analyseres diskursivt. Jeg mener også at ved å være åpen og reflekterende omkring hele forskningsprosessen, kvalifiserer oppgaven til Kvales (2001) og Winther Jørgensen og Phillips (1999) definisjon av hva vitenskap er for noe.

## 4. EN DISKURSIV KAMP

Cultiva har fra opprettelsen i 2002 vært omdiskutert. Den tidlige debatten omkring Cultiva refererte i stor grad til Cultivas form, som governance. I dette ligger at Cultiva er et nettverk, initiert av kommunen, men hvor politikere, markedsaktører og representanter for frivillige organisasjoner er deltakere. Cultiva er dermed et klassisk eksempel på privat-offentlig samarbeid (Fimreite og Aars 2005). Kritikken i den tidlige debatten omkring Cultiva handlet om at opprettelsen av Cultiva førte til manglende demokratisk innflytelse over offentlige midler. Cultivas form førte til manglende innsyn i Cultivas beslutninger, habilitetsproblematikk i forhold til styremedlemmer fra bystyret, og spørsmål om hvorvidt kommunen som oppretter av stiftelsen kunne motta økonomisk støtte fra Cultiva. Debatten resulterte i at Cultivas styremøter ble åpnet for offentligheten. Juridiske vurderinger viste at det var mulig for Cultiva å støtte kommunale prosjekter, og at kommunalt oppnevnte styremedlemmer heller ikke i utgangspunktet er innhabile i saker som angår kommunen.<sup>26</sup> Fra 01.01.2005 ble offentlighetslovens prinsipper gjort gjeldende for stiftelsens forvaltning, og all post, alle dokumenter og referater ble som et resultat av dette gjort offentlige.<sup>27</sup>

Den pågående debatten omkring Cultiva handler mer om det innholdsmessige i Cultivas virke, og det er denne debatten som skal analyseres i denne oppgaven. Det diskuteres hvordan Cultiva forstår og bruker kultur (gjennom de prosjektene de støtter) for å utvikle Kristiansand. Jeg mener diskusjonen kan forstås som en "kamp" omkring Cultiva knyttet til tre aspekter; perspektiver, ressurser og hvem som bør styre. Den pågående debatten handler også i noen grad om Cultivas form, fordi governance-relasjonen til kommunen spiller inn i alle de tre aspektene av debatten. Rammen for analysen er diskursordenen "kultur og byutvikling." Som nevnt betegner diskursordenen totaliteten av de diskurser som omhandler et tema eller et case (Fairclough 1995). Jeg vil ikke kunne avdekke alle diskursene omkring kultur og byutvikling i Kristiansand, men jeg håper å kunne avdekke de diskurser som er relevante for å forstå debatten omkring Cultiva, og hvordan de ulike forståelsene av kultur og byutvikling i denne debatten konstrueres.

---

<sup>26</sup> "Også var alle enige i Cultiva..." Fvn.no 02.11.3004.

<sup>27</sup> "Skisland irritert på Wallevik" Fvn.no 23.08.2004.

For å finne frem til hvordan forståelsen av kultur og byutvikling konstrueres gjennom Cultiva analyserer jeg blant annet Cultivas overordnede strategidokument "Fra vannkraft til skaperkraft. Cultivas overordnede strategi for sikring av arbeidsplasser og gode levekår i Kristiansand 2007-2020" som kom ut i 2006 (heretter brukes kun "Fra vannkraft til skaperkraft") med hjelp av Faircloughs kritiske diskursanalyse. Fairclough anbefaler å analysere hver ytring ved å se på tekst, diskursiv praksis og sosial praksis. Jeg ønsker (som nevnt i metodekapitlet) i dette kapitlet å først og fremst forholde meg til forholdet mellom tekst og diskursiv praksis, det vil si å se på hvordan tekster produseres og konsumeres. Ved å analysere både produksjonen og konsumpsjonen av tekster avdekkes hvilken mening som produseres i en ytring, og hvilken mening denne gir mottakeren (Fairclough 1995). En slik analyse vil altså kunne si noe både om hvordan Cultiva bygger opp en diskurs, og hvordan denne mottas. Intertekstualitet og interdiskursivitet forteller hvordan produksjon av tekst skjer. Det er interessant å se på dette fordi det forteller noe om diskursene som artikuleres bidrar til opprettholdelse av det bestående, eller sosial endring. I produksjonen av "Fra vannkraft til skaperkraft", hvilke tekster trekker Cultivas strategidokument på? Hvilke diskurser artikuleres i dette dokumentet? Hvilke andre diskursordener tilhører eventuelt disse diskursene?

For å få tak i andre forståelser av kultur og byutvikling som finnes innen diskursordenen, gjør jeg en analyse av debatten rundt Cultiva. Jeg er interessert i å finne ut hvilke diskursive ståsteder som kommer til uttrykk i enten kritikken av- eller støtten til Cultiva, som er relevante i forhold til oppgavens problemstillinger. For å avdekke de meningsmønstrene, eller diskursene, som framtrer i debatten, har jeg analysert intervjumaterialet mitt og høringsuttalelser i forhold til Cultivas strategidokument. Jeg har også fått innsyn i debatten gjennom avisartikler og innlegg som er skrevet i Fædrelandsvennen. Jeg bruker bevisst svært mange sitater i dette kapitlet, fordi jeg mener at det er viktig at "debattantenes" stemmer kommer frem, noe jeg håper vil gjøre en noe abstrakt analyseform, som diskursanalyse kan kritiseres for å være, mer empirinær.

Til slutt i dette kapitlet diskuterer jeg hvorvidt det er snakk om hegemoni eller antagonisme innen diskursordenen kultur og byutvikling. I den forbindelse trekker jeg til dels den diskursive praksis sammen med sosial praksis, fordi jeg også berører de økonomiske og institusjonelle betingelsene for diskursene, noe som er avgjørende for de ulike diskursenes gjennomslagskraft.

I kapittel 5, det neste analysekapitlet, trekker jeg så denne debatten videre og ser på hva slags kultursentrum Kristiansand kan bli dersom den ene eller andre diskursen vinner frem. Dermed kommer jeg også her inn på hvordan diskursiv praksis er knyttet til sosial praksis. Det vil si at jeg ser på hvordan den diskursive praksis er påvirket av noen brede utviklingstrekk, samtidig som jeg ser på noen av de videre samfunnsmessige konsekvenser de diskursive praksisene kan få.

## 4.1 Opplevelsesøkonomi-diskursen

Dokumentet "Fra vannkraft til skaperkraft" (2006) bærer preg av en tro på at opplevelsesøkonomien er det riktige satsningsområdet for Cultiva - og for Kristiansand. Begrepet opplevelsesøkonomi er tatt i bruk på en omfattende måte i strategidokumentet, og med dette hevder Cultiva å ha fått en mer fokusert kurs. "Cultiva er blitt kritisert for å være utydelige i sine prioriteringer (...) Cultiva vil fremstå med en langt tydeligere profil."<sup>28</sup> Cultivas visjon for seg selv, og Kristiansand, artikuleres dermed i opplevelsesøkonomi-diskursen, som jeg forstår som Cultivas "hoveddiskurs." "Cultiva er et nytt virkemiddel, spesifikt innrettet for å utforske og utnytte de nye mulighetene opplevelsesøkonomien gir for å sikre arbeidsplasser og bedre levekår i Kristiansand."<sup>29</sup> Sikring av arbeidsplasser og levekår reflekterer kommunens formålsbestemmelse med Cultiva, og er dermed Cultivas "mandat", mens opplevelsesøkonomien er middelet som Cultiva synes å mene skal realisere dette mandatet.

Bakgrunnen for, og dermed årsaken til, at Cultiva ble opprettet må ses i lys av rapporten "Surt liv på det blide Sørlandet" fra 1993, argumenterer Cultiva. Denne rapporten viste at Sørlandet slet med en rekke levekårsproblemer.<sup>30</sup> Strategidokumentet "Felles mål på Agder" (1994) foreslo så en rekke tiltak for å bedre disse problemene.

Som en Cultiva-ansatt beskriver det:

---

<sup>28</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:14.

<sup>29</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:4.

<sup>30</sup> I hovedsak at Agderfylkene hadde en total aldersjustert dødelighet (som i hovedsak var forårsaket av selvmord og ulykker blant menn under 50 år), høyere spedbarnsdødelighet og brukte mer beroligende medikamenter enn resten av landet (Skaar m.fl 1999).

[Angående SSBs statistikk over levekår i Norge] ”Der scorer Kristiansand og de fleste sørlandskommuner særdeles dårlig. Og det går på sosialhjelp og uføretrygd og attføring og selvmordsrater og pillemisbruk og alt som en på en måte ønsker å begrense. Så kom det et neste skritt og det var på ’Felles mål på Agder’ hvor en fant ut, vi må jo gjøre noe med dette. Også satt det seg sammen en del personer utpekt av en del offentlige organer til hvordan tar vi tak i dette? Og der kom det opp da, om at en, at kommunen måtte konsentrere seg om å få bukt med disse levekårsproblemene. Og så måtte en løfte ut denne landsdelen ut av denne elendigheten.”<sup>31</sup>

Både Vest-Agder Fylkeskommune og Kristiansand kommune solgte så i 2002 store deler (Kristiansand kommune solgte 49%) av sine kraftaksje i Agder Energi til Statkraft, og satte pengene i henholdsvis Sørlandets kompetansefond<sup>32</sup> og Kristiansand kommunes Energiverkstiftelse, Cultiva (Bille 2005). ”Cultiva er utledet av det latinske ordet «cultio» som betyr «dyrke». Cultiva indikerer med all tydelighet vekst, nyskapning og utvikling,” står det å lese på stiftelsens hjemmeside.<sup>33</sup>

Tittelen på strategidokumentet ”Fra vannkraft til skaperkraft” henviser naturligvis til dette salget av Kristiansand kommunes kraftaksje, som muliggjorde opprettelsen av Cultiva. Tittelen reflekterer også skiftet fra en industribasert økonomi til en kunnskapsbasert økonomi, hvor det kreative spesielt anses som viktig. I strategidokumentet trekkes paralleller mellom Cultivas prosjekt og dristigheten rundt prosjektet anbefalt av byens borgermester i 1898 som gjorde at Kristiansand fikk elektrisk kraft til å drive industrien. Dette førte til en industriell utvikling av Kristiansand, og til en voldsom befolkningsvekst i årene som fulgte. ”Hvilke dristige satsinger i vår tid vil i fremtiden fortone seg som de opplagte fornuftige?”,<sup>34</sup> spørres det i strategidokumentet, som gjør at opplevelsesøkonomi-diskursen fremstår som et naturlig svar. Cultiva skal bidra til ”å sikre vekstmuligheter for fremtidens næringer”.<sup>35</sup> Gjennom en slik argumentasjon artikuleres en *samfunnsøkonomisk diskurs*. Den samfunnsøkonomiske diskursen henspiller først og fremst på lokalsamfunnsutvikling, ikke en utvikling på nasjonalt plan.

---

<sup>31</sup> Intervju 03.05.06

<sup>32</sup> Stiftelsen Sørlandets kompetansefond er organisert som en offentlig stiftelse. Den ble opprettet 27. september 2000 av de 15 kommunene i Vest-Agder. Fondets midler ble reist gjennom en donasjon av aksjer i det ny-fusjonerte kraftselskapet Agder Energi AS. Aksjeposten i Agder Energi ble i desember 2002 overtatt av Statkraft Holding AS til en sum på 592 millioner kroner, som utgjør kompetansefondets grunnkapital. Stiftelsens formål er å skape arbeidsplasser og bedre levekår i Vest-Agder. [www.kompetansefond.no](http://www.kompetansefond.no).

<sup>33</sup> [www.cultiva.no/om](http://www.cultiva.no/om)

<sup>34</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006: 3

<sup>35</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:3

I Administrasjonen i Kristiansand sin innstilling for etablering av Kristiansand Kommunes Energiverkstiftelse (Cultiva) (2000:7) lå denne argumentasjonen til grunn for etableringen av stiftelsen:

” - Det er viktig at det satses midler for at Kristiansand skal få et levende kunst- og kulturliv som kan utvikle seg og som kan bidra aktivt til at Kristiansand som by og landsdelshovedstad får økte kvaliteter.

- Kunst-og kultur bidrar til utvikling av kreative miljøer. Det skaper grobunn for utvikling av lokalsamfunn og næringsliv. I fremtidens samfunn vil kreativitet og god formgivning være viktig for å få solgt produktene som skal produseres i Kristiansand.

- Bedrifter som skal etablere seg i fremtiden vil i fremtiden legge utvidet vekt på om byen kan tilby et kunst- og kulturliv som gjør det attraktivt for mennesker å bo der. Tilbudene må være mangfoldige og tilgjengelige.

- Kunst- og kultursatsing er også forebyggende arbeid.”

Det er først med strategidokumentet ”Fra vannkraft til skaperkraft” (2006) at opplevelsesøkonomi er blitt en samlebetegnelse på Cultivas strategi. Mens argumentasjonen i innstillingen for etableringen av stiftelsen vektlegger et levende kunst og kulturliv, samt effektene av kunst og kultur for sted, økonomi og sosiale forhold, er begrunnelsen i strategidokumentet for en satsning på opplevelsesøkonomi at kunst-og kulturfeltet har endret seg fra å tidligere være offentlighetens ansvarsområde, til nå å i mye større grad være et felt som er levedyktig på markedet uten offentlig subsidiering. Kunsten og kulturen er en voksende næring, blant annet på grunn av økt etterspørsel etter kulturbaserte tilbud, teknologisk utvikling og en økt global konkurranse. Den har et stort ”vekstpotensiale.”<sup>36</sup> Gjennom en slik argumentasjon artikuleres en *markedsdiskurs*, som ikke i så stor grad var synlig i argumentasjonen for å opprette stiftelsen. I en markedsdiskurs er fokuset på mennesket som individuell forbruker, fremfor som ansvarlig samfunnsborger (Fairclough 1995 i Winther Jørgensen og Phillips 1999). Kunsten og kulturens effekt på sosiale forhold nevnes i liten grad i strategidokumentet, det er næringspotensialet i kulturen som er hovedbegrunnelsen for Cultivas virke. Cultiva ser på seg selv som en ”pioner i den nye

---

<sup>36</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:5.

opplevelsesøkonomien.”<sup>37</sup> På denne måten kommer også en *entreprenørdiskurs* til syne i Cultivas strategidokument. En slik diskurs uttrykker ønske om å være innovativ, og ved dette skape nye muligheter for økonomisk overskudd.

I et intervju med en kommunalt ansatt underbygges Cultivas *entreprenørdiskurs*:

”Sånn som jeg har opplevd Cultivas arbeid da, så har jeg en følelse og en opplevelse av at de jobber med problemstillinger og med utviklingsmuligheter som ellers ikke ville vært der, fordi det ikke er noe forvaltningsorgan eller noe offentlig eller noe privat organ, som liksom prøver å gå nye veier, som prøver å lage broer mellom virksomheter og sånn. Så sånn sett synes jeg at Cultiva jobber veldig fornuftig, på felt som er, som ingen vet om. Vi har ingen anelse om hva som blir den riktige løsningen, ikke sant. Men vi vet generelt sett at den veien synes utviklingen å gå og man er med på å bestyrke kanskje det som Kristiansand har som latente muligheter. Uten at jeg på forhånd kan si at det er en fasit. For hvis man visste det så var det ikke noe problem. Men i og med at en da famler og leiter, men tror at retningen er den som en satser på, samtidig som en ser i kommuneplan og sånne ting, så er Kristiansand inne på samme retning. Så jeg opplever da at Cultiva er et redskap da, som prøver da å skape rom for de endringene som da synes å ligge i kortene generelt sett, men som da er blitt stedsspesifikke ivaretatt i Kristiansand. Og det, jeg klarer ikke, jeg har ikke fantasi nok til å si at det der er tull. Jeg synes snarere tvert i mot altså. Det er veldig spennig, og jeg synes det er beundringsverdig at man tross alt da satser på det som er helt ukjent.”<sup>38</sup>

I høringsuttalelsen fra Innovasjon Norge i forbindelse med Cultivas strategidokument kommer interessen for opplevelsesøkonomi tydelig frem, noe som også gir støtte til Cultivas opplevelsesøkonomi-diskurs. Denne ytringen viser at den mening som produseres i Cultivas strategidokument gir tilsvarende mening for denne mottakeren i konsumpsjonen av dette.

”Innovasjon Norge sitt formål er å fremme bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling i hele landet, og utløse ulike distrikters og regioners næringsmessige muligheter gjennom å bidra til innovasjon, internasjonalisering og profilering. Utfra dette er det klare krysningspunkter mellom Innovasjon Norge sitt formål og det formål og de strategier som gjelder for Cultiva.”<sup>39</sup>

Argumentasjonen om at kulturen skal leve på markedets vilkår forutsetter et nærmere samarbeid mellom kulturliv og næringsliv. I Stortingsmelding 22 (2004-2005:5-6) er dette begrunnelsen for å få til et økt samarbeid mellom kultur og næring:

”For det første omfatter kulturlivet i stor grad egne verdiskapende næringer med relativt stor innverknad på norsk økonomi. (...)

For det andre kan det ligge eit synergipotensial i eit fruktbart samspel mellom kultur og anna næringsverksemd. (...)

---

<sup>37</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:4.

<sup>38</sup> Intervju 08.05.06

<sup>39</sup> [www.cultiva.no/hoeringsuttalelsene](http://www.cultiva.no/hoeringsuttalelsene)



For det tredje er kultur og kulturbaserte næringer ofte lokalt rotfesta og spelar ei viktig rolle i lokal- og regional utvikling.”

Stortingsmelding 22 (2004-2005) trekker igjen på dokumentet ”Danmarks kreative potensiale. Kultur og erhvervpolitiske redegørelse 2000” som argumenterer for et økt samspill mellom kulturliv og næringliv som kan ha en effekt på tre områder:

”1 Kultur som erhvervsområde.

2 Det kreative samspill mellom kulturliv og virksomheder.

3 Kulturens betydning for regioners utvikling.”

Det er tydelig at Cultivas strategidokument trekker på tekstene til Stortingsmelding 22 og ”Danmarks kreative potensiale” (disse nevnes også som utrykte vedlegg i vedleggsoversikten til strategidokumentet). I ”Fra vannkraft til skaperkraft” står det at Rambøll Management har utformet tre perspektiver på de økonomiske verdiene i opplevelser som er aktuelle for Københavnregionen. Cultiva overfører i strategidokumentet disse tre direkte til Kristiansand. ”Kristiansand har muligheten til å ta en klar posisjon i norsk og skandinavisk sammenheng, blant annet ved å gjennomføre tilsvarende satsinger som nå foreslås i Danmark.”<sup>40</sup> Her kommer tanken om at byer står i konkurranseforhold til hverandre tydelig frem. Kristiansand kan få et konkurransefortrinn ved å satse på opplevelsesøkonomien, et felt som enda ikke har utviklet seg i stor grad i Norge, argumenteres det. Dette kan gjøres ved å følge den danske tilnæringsmåten til opplevelsesøkonomien:

”1 Opplevelsesøkonomi som kultur og turisme, der fokus er å skape en attraktiv region.

2 Opplevelsesøkonomi som kilde til innovasjon i etablerte næringer.

3 Opplevelsesøkonomi som selvstendig vekstnæring, der det skapes arbeidsplasser, omsetning og eksport i de kreative næringene selv.”<sup>41</sup>

Intertekstualiteten viser at dette ikke er spesielt originale tilnæringsmåter, men at disse tre feltene er nasjonale satsningsområder innen kultur og næringssamarbeid både i Danmark og Norge. På den andre siden gir dette Cultiva en faglig trygghet på at det er innen disse feltene kultur og næringsutvikling virker. Kunnskapsutviklingen på feltet er altså en del av Cultivas diskursive praksis (i hvordan Cultiva produserer strategidokumentet). Ved å trekke på disse tekstene reproduseres og videreføres ideen om at det faktisk er på disse feltene

---

<sup>40</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:8.

<sup>41</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:7-8

opplevelsesøkonomien fungerer, noe som igjen illustrerer Faircloughs vektlegging av diskursiv praksis betydning i samfunnsutviklingen.

Men mens kulturbegrepet problematiseres både i Stortingsmelding 22 og i Danmarks kreative potensiale (2000:15) ”Hvad er kultur?” gjør ikke Cultiva dette i sitt strategidokument. Cultiva opererer tydelig med et vidt kulturbegrep som også inkluderer sport og reiseliv ut fra hvilke prosjekter de støtter, men selve kulturbegrepet diskuteres ikke. Det kan tenkes at dette også er et bevisst valg, for å holde alle muligheter åpne. Det som nevnes er at:

”Opplevelsesindustri tar utgangspunkt i kunst- og kulturbaserte uttrykk. Dette innebærer en satsing på både kommersielle og ikke kommersielle felt samtidig. Opplevelsesøkonomien er avhengig av en næringstankegang, men like viktig er det å basere en kultur-næring på høyt kunstfaglig nivå.”<sup>42</sup>

En slik ytring vitner om at næringstankegangen og det kunstfaglige er likestilt i opplevelsesøkonomien. Problemet er at Cultivas vedtekter, og deres tolkning av disse, gjør at det kunstfaglige blir stilt ovenfor krav som enkelte mener er uforenlige med hvordan kunstfaglig kvalitet skapes og opprettholdes.

## 4.2 Kampen omkring Cultiva

Debatten rundt Cultiva mener jeg kan forstås som en kamp omkring tre områder: perspektiver, ressurser og om hvem som skal styre. Et overordnet aspekt i diskursteorien til Laclau og Mouffe er at sosiale fenomener omtrent aldri er komplette eller totale. Mening kan aldri endelig fastlåses, noe som gir rom for konstante sosiale kamper om samfunn og identitet (Winther Jørgensen og Phillips 1999). Selv om Faircloughs kritiske diskursanalyse bygger på et mer moderat sosialkonstruktivistisk utgangspunkt enn Laclau og Mouffe, mener jeg at kamp perspektivet er relevant i forhold til de meningsmønstrene som kjemper om å innholdsutfylle diskursordenen ”kultur og byutvikling”.

---

<sup>42</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:11.

### 4.2.1. Kamp om perspektiver

Den første dimensjonen i debatten rundt Cultiva er en kamp om perspektiver, som handler om hvordan kultur og byutvikling skal forstås og hvilke strategier man på grunnlag av dette skal velge.

Konrad (2002 i Nilsson 2003) skriver om Sverige at når distinksjonen kultur/ikke-kultur nå ikke lenger opprettholdes inkluderes flere og flere områder både i kulturdiskursen og den kulturpolitiske diskursen. Nodalpunktet ”kultur” og nodalpunktet ”kulturpolitikk” får koblinger til flere og flere begrep og forhold til omverdenen.<sup>43</sup> Eksempler er at ”kultur” knyttes til ”design”, ”kulturturisme” og ”eliteidrett”, mens ”kulturpolitikk” knyttes til ”marked”, ”imageskapende” og ”profilering av by/region”. Kultur og kulturpolitikk blir dermed vanskeligere å utskille som autonome områder, men samtidig skaper de mening i flere sammenhenger, som i for eksempel opplevelsesøkonomien (Konrad 2002 i Nilsson 2003). Opplevelsesøkonomi-diskursen kan altså sies å gi kulturbegrepet, og kulturpolitikken, et nytt innhold, og knytte disse opp mot videre samfunnsfelt. På den andre siden kan en slik utvikling føre til at kulturbegrepet på et vis tømmes for mening. Som en intervjuperson uttrykker det: ”..og det tror jeg nok veldig ofte er en, at folk, at ting går hus forbi for folk, fordi at det blir så vidt. Altså kulturbegrepet betyr på en måte ikke noe lenger.”<sup>44</sup>

I intervjumaterialet mitt har jeg avdekket en annen hoveddiskurs, nemlig en *opplevelsesøkonomi-kritisk diskurs*. Denne diskursen er oppstått som en kritikk av opplevelsesøkonomidiskursen. En kommunalt ansatt er for eksempel i utgangspunktet positiv til Cultiva, men skeptisk til begrepet opplevelsesøkonomi (eller i dette tilfellet opplevelsesindustri. Disse begrepene blir brukt litt om hverandre, også i ”Fra vannkraft til skaperkraft”). Som han uttaler det:

”Det er et begrep som veldig fort blir litt sånn in og populært. Og det har litt sånn amerikansk swung over seg. (...) Opplevelsesindustri blir alt fra tivoli til sirkus og hele regla, og turgåing og alt mulig rart.”<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Nodalpunkt handler om et privilegert tegn som andre tegn ordnes omkring, og får mening i forhold til. I Laclau og Mouffes diskurstheori er nodalpunkt en del av begrepsapparatet (Winter Jørgensen og Phillips 1999).

<sup>44</sup> Intervju 23.03.06

<sup>45</sup> Intervju 06.05.06

I den opplevelsesøkonomi-kritiske diskursen har jeg avdekket en underdiskurs jeg kaller *autonomidiskursen*. I autonomidiskursen ligger tanken om at kunsten og kulturen legitimerer seg selv fordi den har en universell og transcenderende betydning (Nilsson 2003). Det kommersielle fokuset til Cultiva er problematisk for kunsten og kulturen, fordi etterspørselen da får styre hvilken kultur som får overleve. I følge denne argumentasjonen blir kunsten og kulturen kneblet, og underlagt markedskreftene som den igjen blir gjort til et redskap for, et syn som kommer til uttrykk i en kronikk skrevet av en forfatter i Fædrelandsvennen:

”I kunsten kommer tilbudet alltid før etterspørselen. Kunst er i utgangspunktet ikke en vare. Den opererer ikke innenfor markedøkonomiens strategitenkning. Var den en vare, ville kunsten skifte karakter og ikke lenger være kunst.”<sup>46</sup>

Forfatterens argumentasjon kan ses i lys av Adorno og Horkheimers tenkning om at kunst og kapitalisme ikke er forenlige. Dette synes etter min mening å være et av de viktigste argumentene i autonomidiskursen. Som en kunstner uttrykker det:

”Det er en sånn generell vilje i samfunnet til å omfavne kultur og i den omfavnelsen så ligger det og en ufarliggjøring, og i bunn og grunn en knebling. Sånn at man, at man, altså det sier seg jo selv at med offentlige midler som vil bli satt ut i så stor grad som gjennom Cultiva, det, altså, hvem er det som, hvilke sjangre og hvilke ideologier vil det gagne for å si det sånn?”<sup>47</sup>

I autonomidiskursen reflekteres det rundt hvilken rolle kunsten og kulturen skal ha i samfunnet, og at det er problematisk at kunsten og kulturen i så stor grad blir trukket inn i nye felt som i dag. Det uttrykkes en skepsis til den økonomiske instrumentaliteten som ligger i Cultivas tenkning, og hva dette vil bety både for kulturfeltet og for byen:

”Og hvis vi kun får kunst som lønner seg, eller kunst for arbeidsplassers skyld, eller kunst for å profilere Kristiansand....så blir der, så blir der....fattig. Farlig.”<sup>48</sup>

I autonomidiskursen kommer det likevel til uttrykk en tro på at kunsten kan, og bør, stå utenfor de rådende interessene i samfunnet:

”Så jeg tenker litt sånn at hvis du husker det derre leketøy vi hadde når vi var små med sånn slim...eller.... Ja, en slags sånn slim som du hadde på boks og når du prøver å gripe det så flyter det alltid ut av hånda, så du vil aldri greie å holde det helt da. Og det er liksom, sånn tenker jeg at kunsten har en evne til å være da. Og dermed vil også kunsten også sky det, den

---

<sup>46</sup> ”Kunst, kultur, kvalitet”. Terje Dragseth, Fædrelandsvennen 03.05.04

<sup>47</sup> Intervju 25.09.06

<sup>48</sup> Intervju 20.03.06

veldig, den veldig klamme omfavnelsen det faktisk er å bli omfavnet av sin egen fødeby, for å være en del av dens opplevelsesøkonomi, for å bruke ordet deres da. Så det gjør jo at jeg i utgangspunktet er, jeg har en sånn slags aversjon mot å innblande meg i det i det hele tatt.”<sup>49</sup>

I en slik ytring er intervjupersonens distinksjonsbehov fra rådende interesser i samfunnet fremtredende, samt behovet for frihet. Det er flere som påpeker at Cultiva i for stor grad ønsker å planlegge eller styre kulturlivet i Kristiansand, ved å for eksempel legge til rette for samlokalisering eller oppbygging av nettverksinstitusjoner. En slik tilrettelegging passer ikke for alle kulturutøvere, kanskje spesielt ikke for kunstnere.

En smalere kulturforståelse gjør seg gjeldende i autonomidiskursen, hvor det fremdeles synes relevant å skille mellom kultur og ikke-kultur. ”Sant, også hvis du tar Dyreparken, er det kultur? Det er jo underholdning.”<sup>50</sup> Interessant nok uttaler en i Cultivas nettverk det stikk motsatte, noe som illustrerer ulikhetene i kulturforståelser: ”Sabeltann og Kjuttaviga, er ikke det kultur? Det er jo det. Så kan du diskutere kvalitetsnivået på det selvfølgelig. Men det er jo kultur.”<sup>51</sup>

En diskusjon om kvalitetsnivå er nettopp viktig i autonomidiskursen, men også det å definere noe utenfor, altså distinksjoner.

”Altså, jeg blir ikke et bedre menneske av å kjøre bobslide hundre ganger, sant. Men det er noe med det at hvis jeg går på et symfonisk mesterverk i Ravnedalen sant, som gjør at det river i meg som menneske på en intellektuell følelsesmessig måte, så er det helt annerledes enn å vase rundt i Dyreparken, og sånn sett mye viktigere for meg som menneske, og ergo også bedre kvalitet, en viktigere kvalitet.”<sup>52</sup>

I en slik argumentasjon kommer det frem at kulturen kan ha en annen form for instrumentalitet enn den økonomiske, nemlig en dannelsesfunksjon. Denne intervjupersonen synes å ta til orde for en legitim kultur. Ved å kontrastere sitt eget miljø mot det han mener er tenkningen i opplevelsesøkonomien gjør han krav på kulturell kapital.

”Altså jeg kommer fra et miljø hvor man analyserer og reflekterer og tolker, ikke sant, og jeg synes at måten man diskuterer opplevelsesindustri og hva man forventer av dette er forferdelig grunt og overfladisk. Man snakker om opplevelse, at det er viktig, men man snakker ikke, man diskuterer ikke forskjellige typer opplevelse, om man...Er alle typer opplevelse like mye

---

<sup>49</sup> Intervju 25.09.06

<sup>50</sup> Intervju 24.04.06

<sup>51</sup> Intervju 06.09.06

<sup>52</sup> Intervju 06.09.06

verdt? Er alle typer opplevelse like viktige? Altså, altså jeg har jo...det er litt sånn postmoderne relativisme sant, at alt er like betydningsfullt. Og det er jeg stor motstander av, sant. Og når man greier å sette likhetstrekk mellom en dyrepark og et kunstmuseum, som man gjør gjerne på et..på opplevelsesindustri sant, så har man ikke sett, så forstår man verken kart eller landskapet.”<sup>53</sup>

Den genuine kulturinteressen etterlyses videre av intervjupersonen; den som ser verdien av kunst og kultur i seg selv. Det uttrykkes skepsis til at en økonomisk instrumentell kulturforståelse kan skape kultur og byutvikling i Kristiansand.

”Man snakker mye om Bilbao-effekten ikke sant? At, at dette er, kan redde Kristiansand. Og..det er jo, og det spørres jo om man lykkes når man har den innfallsvinkelen. For det er en forskjell på å tro på dette og være overbevist, eller bare gjøre det fordi man har lært at man skal gjøre det. For det er veldig få politikere, kan si, når de ikke snakker om kultur, eller det ikke er snakk om, hva heter det konserthuset og disse tingene, som virker genuint opptatt av kultur eller diskuterer dette i offentlig sammenheng.”<sup>54</sup>

En annen intervjuperson, som er kunstner, er svært kritisk til å skape byutvikling ved bruk av Richard Floridas strategi. Han synes å mene at denne ikke bare kan overføres til Kristiansand uten å reflektere over kulturen som ”way of life” i Kristiansand, og hvilken interesse for den smalere kultur som eksisterer, eller ikke eksisterer, i denne.

”Kristiansand som man da tydeligvis anser da for å være en by med relativt høy velstand, men man skjønner ikke hvorfor folk er så ulykkelige. Så man skal forsøke å innføre livskvaliteten og livsgleden hos Kristiansanderne som da igjen skal føre til at det blir en attraktiv by å bo i, og at økonomien sånn kan spire videre. Så ser man da at visse ting mangler, også skal man innføre det elementet. Men det er etter mitt syn, en helt feil måte å se på kulturproduksjon på. Altså, det som er interessant i kultur for meg, er jo at man har en vilje til å gå i dialog og konfrontasjon med hverandre. Og altså at, at kulturen liksom finnes der som et, som et element i en kampsoner kan du si (...). Men altså....altså i motsetning til det å se på en by, og si hva den mangler, og så skulle tilføre denne faktoren, så tenker jeg at, at kulturen må springe ut av at man faktisk har en interesse for kultur, og at man er interessert i en type liberal tankegang. Og at, det er liksom den type liberale tankegangen man jakter på, når man da tilsetter denne magiske homseingrediensen til byen, så tror man igjen at det er dette liberale som igjen skal trigge økonomien. Men, det er jo, det som er interessant i kulturen er jo selve den åpne og liberale diskusjonen. Og når man bruker det rent instrumentelt for å tilfredstille økonomien, så tror ikke jeg at man klarer å skape denne åpne og liberale ingrediensen som man søker. Hvis man ser på Berlin da, som selve glansekspelet på akkurat det. Selve økonomien der er jo langt nede i det hinsidige.”<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Intervju 24.04.06

<sup>54</sup> Intervju 24.04.06

<sup>55</sup> Intervju 25.09.06

En annen underdiskurs innen den opplevelsesøkonomi-kritiske diskursen kaller jeg den *tradisjonelle næringslivsdiskursen*. Denne tradisjonelle næringslivsdiskursen kom til syne under et intervju med en representant fra næringslivet.

”Ja, fordi det er veldig mye snakk om hvordan næringslivet burde ta, gi mer penger til kultur, og burde støtte det mer, men hvorfor skal man gjøre det? Altså, hva får næringslivet igjen? Derfor så er det viktig å få kulturinstitusjoner og bedrifter å formidle tilbake hva de får igjen. Hva er merverdien for de å sette inn penger? For det er klart at, at sponing er greit til visse tider, men jeg mener at kunstfolk også må forstå at, at det å drive næring er tungt og hardt, og hvorfor skal de gi alt det de har jobbet hardt for, penger, uten å kreve noe tilbake?”<sup>56</sup>

I følge Nilsson er kulturens rolle i all produksjon resonnementet som ligger til grunn for opplevelsesøkonomien (Nilsson 2003). Bruk av design i produktutvikling er et eksempel på en slik tankegang, hvor kunstnere og næringslivet kan inngå i et integrert samarbeid.

Det synes som at næringspotensialet i kultur ikke oppfattes i den tradisjonelle næringslivsdiskursen fordi kulturen blir sett på som noe ”det gis penger til”, og derfor kanskje også oppfattes smalere enn i opplevelsesøkonomi-diskursen. Den tradisjonelle næringslivsdiskursen kan sies å være økonomisk instrumentell i enda større grad enn den diskursen som artikuleres gjennom Cultiva, fordi denne forlanger rask avkastning på sine investeringer, og kanskje ikke er så opptatt av den indirekte økonomiske effekten kulturen kan ha.

Et annet eksempel på en opplevelsesøkonomi-kritisk diskurs trekker på en *populistisk diskurs*. Mens det politiske partiet Demokratene ønsker å oppløse stiftelsen Cultiva, ønsker FrP at Cultiva skal omgjøres til et ”velferdsfond” som ”i større grad fokuserer på liv, helse, en verdig alderdom og velferd generelt.”<sup>57</sup> FrP er også svært skeptiske til byggingen av teater-og konserthuset. ”Kristiansand Fremskrittsparti er svært bekymret for at Kilden [teater-og konserthuset] skal ødelegge kommuneøkonomien.”<sup>58</sup> Synet på kultur synes å være at kulturen enten er et luksusgode for de få, eller er en utgiftspost på linje med sykehjemsplasser. Tanken om at kultur kan føre til næringsutvikling eller byutvikling synes ikke i stor grad å være tilstede.

---

<sup>56</sup> Intervju 06.04.06

<sup>57</sup> Dette tas opp som forslag i Formannskapet (20.09.06) i forbindelse med høringsuttalelsen fra kommunen i forhold til Cultivas strategi. [http://pa.kristiansand.kommune.no/politiske\\_filer](http://pa.kristiansand.kommune.no/politiske_filer)

<sup>58</sup> Interpellasjon fra repr. Bjarte Vestøl, FrP, vedr. ”Opera kostnadene ute av kontroll.” Bystyret 28.03.07. Kristiansand kommune, Saksprotokoll. Sak nr 45/07.

Andre mener at Cultiva ikke burde vært opprettet i det hele tatt, og at kommunen ville hatt en sikrere inntektskilde hvis de aldri hadde solgt kraftaksjene i Agder Energi til Statkraft.

”Det klokeste ville vært å la pengene stå i Agder Energi. Kristiansand kommune kunne ikke funnet noe sikrere sted å plassere dem. Dette er miljøvennlig energi som vi er nødt til å ha framover, og råvaren, vannet er gratis.”<sup>59</sup>

En slik type kritikk kan ligge bak Cultivas valg om å satse mer på det kommersielle. Kulturens næringsverdi legitimerer til dels opprettelsen av Cultiva, og derfor synes det som at de nå med sin nye strategi ønsker å bevise at en kultursatsning kan skape økonomisk vekst.

#### **4.2.2 Kamp om ressurser**

Den andre dimensjonen i debatten rundt Cultiva kan forstås som en kamp om de ressursene som administreres gjennom Cultiva.

”Det er jo enormt mange ulike interesser, mange som forsøker å dra i alle retninger av hvor skal ressursene gå” (Cultiva-ansatt).<sup>60</sup> Cultivas mandat om å skape arbeidsplasser og bedre levekår er det som overordnet styrer hvordan fondets ressurser blir fordelt. Det har likevel ikke vært like lett for Cultiva å oppfylle dette mandatet.”Så det er derfor jeg sier at vi har snakket mest om arbeidsplasser og brukt minst penger på det” (Cultiva-ansatt).<sup>61</sup>

Utenom Cultivas overordnede målsetninger om arbeidsplasser og levekår, er hovedkriteriene for å få økonomiske ressurser fra Cultiva:

”Søknadene skal være innenfor virkefeltet kunst, kultur, kreativitet og kunnskapsutvikling på feltet. Cultivas medvirkning skal være tidsavgrenset, og kan gis både til prosjekter og investeringer. Søknernes primære aktiviteter skal være lokalisert i Kristiansand, og søknaden må ha betydning for utviklingen av Kristiansand. En organisasjon eller en institusjon må stå ansvarlig overfor Cultiva. Enkeltpersoner kan søke under forutsetning av at det blir etablert en organisasjon hvis søknaden blir imøtekommet.”<sup>62</sup>

---

<sup>59</sup> Uttalelse i ”Vurderer tilbakekjøp”. Susanne Hedermann Hiort. Klassekampen 26/07/05

<sup>60</sup> Intervju 03.05.06

<sup>61</sup> Intervju 03.05.06

<sup>62</sup> [www.cultiva.no/tildelingskriterier](http://www.cultiva.no/tildelingskriterier)



Det har vært nødvendig å legge forskning til grunn for et nytt område som det Cultiva argumenterer at de holder på med. Entreprenørdiskursen er tydelig i uttalelsen til en intervjuperson i Cultivas nettverk:

”Det har gått mye til forskning, kartlegging og analyse og undersøkelser, rapporter, anbefalinger og utredninger. Og det er jo viktig nok i en oppstartsfase. For dette er jo, det er jo en ny måte å tenke på. Og da må en mest grave litt.”<sup>63</sup>

Intervjupersonen poengterer videre:

”Og det er klart at en kunne gått mye lenger i, i i dristighet, men jeg tror også det er viktig å på en måte legge seg på en linje der der en faktisk kan forsvare dette her fra en litt mer sånn allmenngyldig målestokk da. At det ikke blir kun for en eller annen elite, eller kun for det sære. Eller kun for forskere, ikke sant.”<sup>64</sup>

Her trekkes det på en *demokratidiskurs*, noe som tyder på at Cultiva også ønsker å favne bredt, og til en viss grad være folkelige i sin ressursfordeling. Som intervjupersonen videre uttaler det:

”Det er jo folkets penger dette her, det er på en måte..Det er jo ikke privatkapital dette her dreier seg om. Det er folkets, det er byens innbyggerne sine egne midler.”<sup>65</sup>

På den andre siden oppleves ikke Cultiva av alle som demokratisk ut fra hvordan vedtektene er formulert og fungerer. Snarere artikuleres, blant en gruppe intervjupersoner, en *demokrati-kritisk diskurs* i forhold til hvordan Cultiva fordeler sine ressurser.

”For det føler jeg at kanskje er den største svakheten ved Cultiva, det er at de har lagt opp til en prosess, som gjør at de sterke bedriftene vinner frem. For det at, søknadsprosessen er såpass tung. Og det jeg har sett en del eksempler på. For det er at, nå har jo Cultiva gått over til kun en tildelingsrunde i året. Også, med mindre det er noen sånn veldig vanskelige, eller veldig spesielle saker, og det er det jo alltid, hastesaker, med mindre det er det, så er det denne tildelingen i desember. Det betyr at en haug av aktører, sånn som det jeg holder på med, og mine likesinnede holder på med, så klarer ikke, altså det er helt umulig å planlegge sånne ting et år i forveien. En turne, en Europa eller en USA turne er jo noe du får et tilbud om, der og da, og må ta stilling til med en eneste gang. De taper på dette. De som vinner på dette det er aktører som Høgskolen, forskjellige store, som har budsjett til å kunne legge ut. Hvis de får signaler på at dette tror vi vil kunne gå igjennom, javel, så kan de begynne med det, så kan de gamble på at de får dette gjennom og får gjennomføre det, noe som igjen styrker muligheten for at søknaden kommer gjennom. Sånn at, de mindre og kanskje de spennende bedriftene, de

---

<sup>63</sup> Intervju 06.09.06

<sup>64</sup> Intervju 06.09.06

<sup>65</sup> Intervju 06.09.06

som har noe nytt å komme med, taper på dette her. Men de tunge mammutene de vinner, fordi at de har budsjetter til å kunne gjennomføre.”<sup>66</sup>

En annen intervjuperson som er kunstner er også svært kritisk, spesielt til den retorikken Cultiva har lagt seg på, som i stor grad er influert av næringslivets språk. Dette kan gjøre at ressursfordelingen kan oppleves udemokratisk, eller rett og slett utilnærmelig.

”Men jeg ser veldig mange føler seg som sånn, som jeg vet egentlig er kjemperessurser, av kunstnere da for eksempel, som føler seg så underlegne i det språket. Det er et sånt maktspråk altså. Sånn at man føler at, enda mer at, det er ikke bruk for meg, sånn lissom, jeg skaffer jo ikke noe arbeidsplasser. Eller føler seg, at de har ikke noe med der der å gjøre. Tør ikke nærme seg det.”<sup>67</sup>

En kulturutøver jeg snakker med er opptatt av hvordan forventningene var skrudd svært høyt opp da Cultiva ble opprettet, noe som har gjort at flere er blitt svært skuffet over å få avslag på sine søknader.

” For at når de opprettet, når det begynte, så var de så vanvittig harde ute på banen, og lovet gull og grønne skoger. Den første utdelingen het spennfestivalen, det sier jo litt. Ikke sant, med Espen Thoresen som er leid inn for å dele ut penger. Så det er jo klart det at folk i miljøet får noen forventninger, noen forhåpninger. Så de har liksom lagt opp til noe som de ikke har fullført.”<sup>68</sup>

Videre mener denne intervjupersonen:

”Jeg synes at Cultiva har gjort noen tildelinger som har vært veldig småle. Det er sånn, hva skal jeg si for noe, altså de er kreative på en konservativ måte. Man går tungt og friskt inn med investeringer som egentlig er trygge. Trækker ingen andre på tærne.”<sup>69</sup>

Paradoksalt nok oppleves altså entreprenøren Cultiva av enkelte som konservative i sin ressursfordeling.

På svar på spørsmål om hvordan ressursene heller burde fordeles kommer en *mangfoldighetsdiskurs* til syne hos den samme intervjupersonen. Et argument i kritikken mot en opplevelsesøkonomisk tankegang er nettopp at den kulturelle mangfoldigheten trues ved en slik strategi fordi det ikke vil være stor nok etterspørsel til at smal kunst og kultur kan leve på

---

<sup>66</sup> Intervju 31.03.06

<sup>67</sup> Intervju 20.03.06

<sup>68</sup> Intervju 31.03.06

<sup>69</sup> Intervju 31.03.06

markedets vilkår. Likevel er det altså mangfoldigheten som i følge Jane Jacobs og Richard Florida den kreative klassen tiltrekkes av, og som utløser deres kreativitet.

”Altså i stedet for å investere i Artspages [som driver med musikkdistribusjon på nettet] som ingen ser, ingen hører noe til, og ingen vet hva er for noe, som man har investert flere millioner i, i stedetfor å gjøre det så kunne man investere en brøkdel av det i et punkhus. Et Blitz junior, som ikke avler en eneste arbeidsplass, men som er veldig viktig og veldig synlig bit i bybildet for en god del mennesker. En god del av de menneskene som Cultiva og Kristiansands regionen ønsker, enten til offshore industrien eller til hva det måtte være, ønsker å ha et bybilde som viser en åpenhet og som viser en dynamikk og pulserende liv. Og i hvertfall litt protest.”<sup>70</sup>

På den ene siden bruker intervjupersonen her Floridas argumentasjon om kultur som tiltrekningskraft på potensiell arbeidskraft, på den andre siden er det også et ønske om kultur i seg selv som er den bakenforliggende interessen for hans ønske om et mer mangfoldig bybilde. Som han uttaler videre:

”Det er en god del kultur som er så verdifull, og som har det i seg at det er kultur, og det kommer ikke til å verken avle noen penger eller noen arbeidsplasser, eller noe som helst ting, men det er vanvittig viktig å ha det der, fordi at det er, det gir en farge på byen, og det, og den mister vi. Vi får ikke det til. Vi klarer ikke å ta det, når vi alltid har et krav om inntjening, vi har et krav om arbeidsplasser, vi har et krav om sunne økonomiske modeller og ting og tang.”<sup>71</sup>

Intervjupersonen understøtter likevel Cultivas entreprenøriske rolle, og at den opplevelsesøkonomi-diskursen som artikuleres gjennom dem kan gjøre at næringslivet kan trekkes nærmere inn mot kulturfeltet, noe han mener er positivt. ”Så det at Cultiva kom på banen har synliggjort at det er et investeringspotensiale i kultur. Og det er bra. Veldig bra.”<sup>72</sup> En slik uttalelse viser at meningsdannelser ikke bare er ensidige. På den ene siden trekker intervjupersonen på en mangfoldighetsdiskurs og på autonomidiskursen, på den andre siden understøttes Cultivas entreprenørdiskurs. Selv om Cultiva har for mye fokus på økonomi, i følge intervjupersonen, har Cultiva samtidig bidratt til at det diskuteres kultur i mye større grad i Kristiansand enn tidligere.

Den samme tosidigheten kommer til syne under et intervju med en annen intervjuperson som er sentral innen kulturnæringen. Intervjupersonen er svært fornøyd med Cultivas satsning på det området han arbeider innenfor, og i den forstand kan hans meningskonstruksjon tolkes inn

---

<sup>70</sup> Intervju 31.03.06

<sup>71</sup> Intervju 31.03.06

<sup>72</sup> Intervju 31.03.06

i opplevelsesøkonomi-diskursen. Debatten omkring Cultiva har ikke bare handlet om en kritikk av Cultiva, men også til en viss grad en kritikk av de aktørene som har mottatt ressurser fra Cultiva, og da spesielt de innen kulturnæring. På tross av dette uttrykker intervjupersonen likevel støtte til de kunstnerne som ikke kan oppfylle Cultivas krav, og autonomidiskursen kommer også til syne i hans argumentasjon.

”Og det jeg opplever er at Cultiva har lyktes, på mange måter lyktes i sin næringsutviklingsstrategi, men de har ikke lyktes i å gi utøvende kunstnere en følelse av at dette også er noe som er med på å, å skape grobunn for deres sektor. Og dermed er det veldig mye, jeg opplever at det er mye frustrasjon blant utøvende og skapende kunstnere, fordi vektleggingen på næringsutvikling har gjort at enkeltkulturprosjekt, utstillinger, hva det nå enn skal være, at det ofte har vært nedprioritert, nedprioritert, og Cultiva har hatt fokus på strukturer som kan gi næring. Så jeg har, jeg synes ikke de har lyktes med å gi utøvende og skapende en følelse av at dette er også noe som virkelig er med på å løfte dem frem, og underbygge opplevelsen av hvor viktige de er i en sånn kulturbasert, også i en sånn kulturbasert næringsutviklings-tankerekke.”

Jeg spør så intervjupersonen om dette kan være på grunn av de kriteriene som ligger i formålsparagrafen.

”Ja. Og jeg mener at, at Cultiva og Cultivas styre burde ta en gjennomgang av formålsparagrafen sin. Og i mitt hode så er det tolkningsrom i den formålsparagrafen som kunne favne ut..som i større grad kunne favne enkeltprosjekter og utøvende og skapende kunstnere direkte. Og tolke det som, altså hvis man tolker næringskultur som kulturbasert næringsutvikling som noe som oppstår på, på grunnlag av et aktivt kulturliv, og på, og under forutsetning av at du har et aktivt skapende kulturliv i bunn, så kan man si at ved å vanne det utøvende og skapende kulturlivet, så er man med på å bygge forutsetningene for den kulturbaserte næringen. Sånn at det jeg opplever er at Cultiva kanskje kunne.. nå har hatt veldig klart fokus på næringsutvikling, og ikke greid å åpne for den underskogen som ligger på undersiden.”<sup>73</sup>

Forbindelsen og samspillet mellom kunst, kultur og kulturnæring, er det også en akademiker jeg snakket med som trekker frem. Cultiva forstår ikke hvordan kulturutøvere tenker argumenterer denne intervjupersonen, og dermed går heller ikke Cultivas ressurser til de mest nyskapende aktørene.

”Altså de [kulturutøvere] som eksplorerer, som utforsker, de bygger ikke institusjon. De er altfor individualistisk orientert. Og ikke-kommersiell orientert. Og hvis du ikke tar det som utgangspunkt, så fanger du den delen av kulturfeltet som kan fungere litt sånn som blodigler og sånn, men ikke den som kan generere nytt blod.”<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup> Intervju 12.05.06

<sup>74</sup> Intervju 29.03.06

For å understreke poenget trekker intervjupersonen en parallell til hvordan man tenker kultur og byutvikling i Stavanger.

”Når man i Stavanger lager en kulturstrategi, som skal bidra til å lage image for byen, så tar man utgangspunkt i hvordan kulturpersoner, utøvere, tenker. Hva har de behov for, hva driver de, hva skaper entusiasme? Det man gjør i Kristiansand er å hive et svært vått ullteppe over alt som flammer.”<sup>75</sup>

Kampen om ressurser er altså egentlig en kamp om hvem Cultiva er til for. Det hevdes at Cultiva har mislykkes i forhold til den gruppen de egentlig ble opprettet for; nemlig kulturutøverne. Men ble Cultiva opprettet for denne gruppen? Eller ble Cultiva egentlig opprettet for å skape næringsutvikling? På den ene siden argumenteres det at Cultiva har et ansvar for byens eksisterende kunst og kulturliv. Andre hevder at Cultiva må ha en selvstendig funksjon i forhold til den offentlige kulturpolitikken, og at de dermed ikke kan gi driftsstøtte til kulturlivet. Den siste typen argumentasjon kommer frem i intervju med en Cultiva-ansatt:

”Det er på en måte ikke et fond som skal holde liv i kunstnere som ikke har sjanse til å livnære seg selv. Så alle kunstnere som tenkte at nå skal vi få gratis penger av Cultiva som en, altså, så ble de skuffet. Altså, vi skal ikke erstattet kommunen og fylkeskommunen og statens ansvar på kulturfeltet. Svært mange ønsker seg at vi skal fylle på der kommunen og stat ikke vil betale mer. Det er på en måte ikke...Og de som har de forventningene blir skuffet.”<sup>76</sup>

#### **4.2.3 Kampen om hvilke aktører som skal styre**

En tredje dimensjon i kampen omkring Cultiva handler om hva slags kunnskap og kompetanse som trengs for å drive med kultur og byutvikling.

En *kulturkompetansediskurs* artikuleres i kritikken av Cultiva. ”Cultiva er et rent administrativt foretagende som er drevet av personer som ikke har peiling på kultur. Og det sier de jo også. Du har en ledelse i Cultiva som går ut og sier at jeg kan ingenting om kultur.”<sup>77</sup> Cultivas manglende kulturkompetanse har igjen innvirkning på hvilke aktører som blir invitert inn i styrerommene, argumenteres det:

”Veldig ofte når Cultiva innkaller til et eller annet så er det sånn prestisjemøter, så ber de om, hva er det det heter for noe (knips), de skal ikke ha hvem som helst, de skal ha

---

<sup>75</sup> Intervju 29.03.06

<sup>76</sup> Intervju 03.05.06

<sup>77</sup> Intervju 29.03.06

beslutningstakere. Og disse beslutningstakerne, det er et begrep, beslutningstakerne skal de ha. Og det er nesten alltid adm dir. Og nesten utelukkende så er dette mannfolk, 50 pluss, ikke sant. Også, og de skal ta opp, de skal finne løsninger på hvordan Kristiansand skal bli en kreativ by. Ei liste av mennesker på 50 pluss. Og der tror jeg og håper at det kommer til å bli en forandring da, at man ikke er så avhengig av disse såkalte beslutningstakere, at man heller blir mer opphengt i meningsytterne.”<sup>78</sup>

Manglende kulturkompetanse har igjen sammenheng med hvilke perspektiver som får råde, og hvordan ressursene så blir fordelt. En institusjonsleder trekker en parallell mellom Cultiva og Norsk kulturråd:

”For eksempel Norsk kulturråd som gjør ganske store utdelinger til kultur er jo en sammensatt gruppe med personer på forskjellige felt, som skal vurdere og prioritere tiltak utifra forskjellige hensyn. Nå gjør Cultiva en innstilling, en administrativ innstilling, sant, også tar styret stilling til dette. Og verken administrasjonen, administrasjonen eller styret har den kompetansen som skal til for å vurdere disse tingene i et bredt nok perspektiv.”<sup>79</sup>

En annen intervjuperson, akademikeren, påpeker at manglende faglige vurderinger igjen kan gå utover Cultivas troverdighet, og at det derfor er viktig at Cultiva tilknytter seg fagkompetanse.

”(..) Organisasjonen er dømt til å mislykkes. Den er dømt til å få negative oppslag. Og det har også overrasket meg at Cultiva ikke forstår det bedre sjøl. For en organisasjon som tar utgangspunkt i å si ja og nei til prosjekter uten faglige begrunnelser, vil uvegerlig ende opp i situasjoner med spekulasjon og negative oppslag. Så organisasjonen har ingen retorisk beredskapsplan for å møte negative oppslag når man avslår prosjekter, og det kunne man ganske enkelt løse ved å utvikle fagnettverk som gjør at begrunnelser er faglige. Sånn at Cultiva kunne stå som en forvaltningsinstitusjon. Hovedproblemet er at Cultiva ønsker å være proaktiv. De ønsker å bruke makt. Og så lenge Cultiva går inn i dette med en makt som er aktiv, så vil de ende opp i oppslag som er kontroversielle.”<sup>80</sup>

Med siste del av ytringen henviser intervjupersonen til at Cultiva selv tar initiativ til, og finansierer, egne prosjekt. Antagelig bidrar dette til å uttydeliggjøre Cultivas rolle for offentligheten, samtidig som det gir Cultiva makt og handlingsrom til å være en entreprenør. I kampen om hvilke aktører som skal styre artikuleres også en *næringskompetansediskurs*. Denne holdes oppe av argumenter om at Cultiva har en annen rolle enn det offentlige, og derfor ikke skal drive med tradisjonell kulturpolitikk. Det er misforståelser som gjør at Cultivas rolle ikke blir oppfattet, hevder en kommunalt ansatt. Hun trekker også frem Norsk kulturråd, men som en kontrast til Cultiva.

---

<sup>78</sup> Intervju 31.03.06

<sup>79</sup> Intervju 24.04.06

<sup>80</sup> Intervju 29.03.06

”Jeg tror at noe av frustrasjonen som har vært i forhold til Cultiva blir litt, er litt i forhold til forventninger som er skapt, om at de er et slags kulturfond. For de er ikke det altså. Det er ikke sånn som Norsk kulturråd som er der for å utvikle norsk kunst og kultur. Det er ikke det som er oppgaven til Cultiva. I utgangspunktet, altså ut fra formålet.”<sup>81</sup>

I en rapport om audiovisuelle produkter som er skrevet på oppdrag fra Cultiva kommer en svært klar næringskompetansediskurs til syne:

”Cultiva bør tydeliggjøre sin rolle: Stiftelsen er ingen kunstner, ingen mesen, ingen humanitær hjelpeorganisasjon – ikke engang et demokratisk organ. Cultivas rolle er å være en investor som satser strategisk i kulturbaserte næringer for å få pengene sine til å vokse i form av nye arbeidsplasser” (Enes 2007: 34).

Er det naturlig at ”folkets penger” skal brukes på denne måten? Og vil en slik strategi gjøre Kristiansand til et kultursentrum?

#### **4.3 Er det snakk om hegemoni eller antagonisme innen diskursordenen kultur og byutvikling?**

Analysen av kampen omkring Cultiva viser at opplevelsesøkonomi-diskursen ikke er noe som umiddelbart aksepteres lokalt. Hoveddiskursen opplevelsesøkonomi-diskursen bygges opp av en markedsdiskurs, en entreprenørdiskurs og en samfunnsøkonomisk diskurs. Den viktigste argumentasjonen synes å være at ved å hjelpe frem den kulturen som kan klare seg på et marked uten offentlig støtte vil denne kulturen bli en del av byøkonomien, og på den måten skape byutvikling. Analysen av kampen omkring Cultiva viser at Cultivas argumentasjon likevel ikke er entydig. På den ene siden synes det at Cultiva ikke ønsker å drive med tradisjonell kulturpolitikk, og heller fremstå som en privat investor. På den andre siden favner Cultiva bredt i sin ressursfordeling fordi de sitter på folkets penger, og har dermed gitt støtte til en hel rekke ulike type prosjekter. Spørsmålet er hvor fristilt Cultiva egentlig er i forhold til sin stifter kommunen.

Den andre hoveddiskursen, den opplevelsesøkonomi-kritiske diskursen, består av flere og motstridende underdiskurser. Autonomidiskursen står som en ideologisk motpol til opplevelsesøkonomi-diskursen, og har en smalere kulturforståelse. I den grad det kan snakkes om instrumentalitet i forhold til det kultursynet som kommer til uttrykk gjennom

---

<sup>81</sup> Intervju 28.04.06

autonomidiskursen handler denne om en dannelsesfunksjon. Byutvikling må eventuelt komme som ringvirkninger av god kunst og kultur. Den tradisjonelle næringslivsdiskursen og den populistiske diskursen synes ikke heller å godta Cultivas opplevelsesøkonomi-diskurs, fordi den tradisjonelle næringslivsdiskursen krever rask avkastning på sine investeringer, mens den populistiske diskursens kulturforståelse er at kultur er en utgiftspost som kan sidestilles med sykehjemsplasser, eller et luksusgode som kun angår de få. Cultivas argumentasjon om kulturens næringspotensiale synes dermed ikke å bli akseptert, eller forstått.

Mangfoldighetsdiskursen kan også forstås som en underdiskurs av den opplevelsesøkonomi-kritiske diskursen fordi en konsekvens av en opplevelsesøkonomisk strategi kan true et kulturelt mangfold. Mens Cultiva argumenterer at de både må være entreprenøriske og demokratiske i sin ressursfordeling, oppleves de av enkelte som både konservative og udemokratiske. Det er et paradoks om Cultivas ressursfordeling fører til mindre kulturelt mangfold enn mer, når Floridas argument om å tiltrekke seg den kreative klassen nettopp handler om å skape et mangfoldig miljø.

Mens mange savner (kultur-) faglige vurderinger i forhold til både perspektiver og ressursfordelingen, synes det andre argumentet å være at næringslivskompetanse, og dermed vilje til å opptre som en privat investor, er det som trengs for å lykkes med kultur og byutvikling.

Cultivas opplevelsesøkonomi-diskurs kan kanskje forstås som en utvisking av grenser mellom spesielt kulturellivets diskursorden og markedets diskursorden. Cultiva trekker likevel ikke i stor grad på diskurser fra kulturellivets diskursorden, diskursene fra markedets diskursorden er overrepresentert i deres strategidokument. Bidrar så Cultivas diskursive praksis til å opprettholde eller endre diskursordenen kultur og byutvikling? I følge Fairclough tyder en høy grad av interdiskursivitet, hvor det i stor grad trekkes på diskurser fra andre diskursordener, på diskursive, og dermed sosio-kulturelle endringer. Mulighetene for forandring er likevel begrenset av maktrelasjoner. Det er derfor nødvendig å se på hvilke økonomiske og institusjonelle betingelser som ligger til grunn for den diskursive praksis (Winther Jørgensen og Phillips 1999), som altså i følge Fairclough eksisterer i den videre sosiale praksis.



Opplevelsesøkonomi-diskursen er institusjonelt forankret i et miljø som har høy grad av sosial og økonomisk kapital for å bruke Bourdieus begreper. Rammesetterne for kultur og byutvikling; Cultiva, kommunen og næringslivet planlegger og lager strategier for-, samt sitter på midler til, kultur- og byutvikling. Også forskningsmiljøer er viktige i dette, fordi Cultiva trekker på kunnskapsutviklingen omkring kultur og byutvikling i sin diskursive praksis. Agderforskning og Rambøll Management har for eksempel bidratt med forskningsdokumenter til Cultiva. I klyngeutvikling snakker man om ”trippel helix”, nemlig samarbeid mellom det offentlige, det private og academia (Mathiesen Hjemdahl 2006).

Samtidig er, som vi har sett i dette kapitlet, ikke alle i kommunen eller i næringslivet med på opplevelsesøkonomi-diskursen. I en høringsuttalelse fra kommunen i forhold til ”Fra vannkraft til skaperkraft” uttrykkes det for eksempel en viss skepsis til Cultivas sterke vektlegging på opplevelsesøkonomi-begrepet.<sup>82</sup> Dette kan tolkes som at Cultiva har en relativt høy grad av selvstendighet i forhold til kommunen, og at de med opplevelsesøkonomi-diskursen markerer nettopp dette skillet mellom seg selv og sin stifter. På den andre siden uttrykkes det et ønske om en satsning på opplevelsesøkonomi i kommuneplanen, og dermed er heller ikke kommunens meningsproduksjon helt klar.<sup>83</sup>

Autonomidiskursen er også (til dels) institusjonelt forankret i kulturinstitusjoner som spiller en viktig rolle i kultur og byutvikling. Disse institusjonene er likevel prisgitt politisk vilje til økonomiske overføringer. Autonomien er altså relativ, fordi kunsten i stor grad er avhengig av offentlig støtte for å overleve. Alex Scherpf, direktøren for Agder Teater, har vært en av Cultivas skarpeste kritikere i en rekke innlegg i Fædrelandsvennen. De aktørene og de institusjonene som autonomidiskursen kommer til uttrykk gjennom har mindre økonomisk kapital og politisk innflytelse enn de aktørene som opplevelsesøkonomi-diskursen artikuleres gjennom. Deres makt og innflytelse er først og fremst knyttet til kulturell kapital, en kapitalform som kan sies å være under press, fordi det begynner å bli uklart hvem som på et vis ”eier” kulturfeltet, og dermed har definisjonsmakt over det. Konsekvensen kan jo likevel være at distinksjonsbehovet blir enda sterkere med denne utviklingen.

Har så opplevelsesøkonomi-diskursen så mye gjennomslagskraft innen diskursordenen kultur og byutvikling at den kan sies å være hegemonisk? Med hegemonisk mener jeg ikke at den er

---

<sup>82</sup> [www.cultiva.no/hoeringsuttalelser](http://www.cultiva.no/hoeringsuttalelser)

<sup>83</sup> ”Vi tror på muligheter” (2005). Kommuneplan for Kristiansand kommune 2005-2016

den eneste diskursen som eksisterer, dette kapitlet har jo vist at det eksisterer flere diskurser innen diskursordenen. En diskurs kan bli hegemonisk gjennom en forhandlingsprosess, som gjør at det oppstår høy grad av enighet innad i en gruppe i forhold til diskursen. En slik enighet kan bidra til å skyve andre diskurser ut. Hvis man derimot har konflikt mellom ulike diskurser, snakkes det ikke om hegemoni, men om antagonisme. Antagonisme kan oppløses ved hegemoniske intervensjoner, som vil si at noen diskurser undertrykkes av andre. ”Den hegemoniske intervention lykkedes, hvis en diskurs igen alene dominerer der, hvor der før var konflikt, og antagonismen er oppløst” (Winther Jørgensen og Phillips 1999:61).

Ut fra funnene som er gjort i dette kapitlet, hvor sterke meninger kommer til uttrykk i debatten omkring Cultiva er det ikke riktig å si at opplevelsesøkonomi-diskursen er hegemonisk. Og selv om det er en konflikt omkring Cultiva, er det heller ikke riktig å påstå at det er en fullstendig antagonisme i diskursordenen. Ettersom diskursene som artikuleres gjennom Cultiva er institusjonelt og økonomisk forankret i et miljø med makt og midler har antageligvis opplevelsesøkonomi-diskursen større gjennomslagskraft enn flere av de andre diskursene som kan sies å utgjøre den opplevelsesøkonomi-kritiske diskursen. Samtidig kan ikke Cultiva klare seg uten kulturell kapital, og heller ikke uten å få med næringslivet til å støtte opp om kulturnæringene. Dessuten er de også avhengig av en viss støtte i befolkningen for å kunne legitimere sin eksistens.

Cultivas diskursive praksis trekker i stor grad på markedets diskursorden, noe som kan komme til, eller kanskje allerede har påvirket diskursordenen kultur og byutvikling. Diskursordenen kultur og byutvikling utgjør heller ikke en helt klar ”ramme” for diskursene, den er på et vis et felt som er under utvikling, og som det først nå er blitt vanlig å snakke om i Kristiansand. Kanskje nettopp derfor er også et slikt felt nettopp åpent for påvirkning fra andre diskursordener. Likevel er ikke kulturlivets diskursorden uten betydning her, og autonomidiskursen er et sterkt meningsmønster i debatten.

Cultiva kan kanskje ikke, med den strategien de har lagt seg på, ”fange” opp de kunstnerene, de populistene og de tradisjonelle næringslivsfolkene som ikke ser, eller ønsker, noe forbindelse mellom kultur og næring. Mathiesen Hjemdahl (2004:37) mener ”Det er også viktig å være oppmerksom på at ikke alle innenfor kulturlivet er en del av opplevelsesindustrien. Det er en rekke kunstnere, forskere, utøvere og artister som ikke ønsker å industrialiseres. Det må man akseptere, og istedenfor å bruke masse penger på å overbevise

dem, så setter man et kryss over dem – ikke fra et kulturelt, men fra et opplevelsesindustrielt ståsted.”

Samtidig er det jo synd hvis en slik diskursiv praksis ekskluderer de mest spennende og nyskapende kreftene. Hvor innovative kan Cultiva klare å være hvis de ikke også samtidig klarer å stimulere det skapende og utøvende miljøet?

## **5. CULTIVA OG KRISTIANSAND I ET KREATIVT SAMSPILL?**

I dette kapitlet skal jeg se på hvorvidt Kristiansand kan utvikle seg til et kultursentrum om den ene eller andre forståelsen av kultur og byutvikling vinner frem. Dette gjør jeg ved å drøfte forståelsene i relasjon til noen av de teoretiske perspektivene som jeg har presentert i kapittel 2. Ettersom teorien har vist at kultur blir brukt som en del av entreprenørpolitiske strategier er det interessant å se hvorvidt Cultiva spesielt, og Kristiansand generelt kan sies å drive med entreprenørpolitikk. Videre skal jeg se på om kulturen kan sies å ha fått en endret rolle i Kristiansand. Hvilken kulturstrategi velger man som del av den kristiansandske bypolitikken, og hvilken utvikling er å forvente av denne? Jeg skal også se på om Kristiansand kan sies å være et kultursentrum, og om debatten omkring Cultiva er unik eller et uttrykk for en generell tendens. Kan en satsning på kultur som næring gjøre befolkningen kreative og kritiske?

### **5.1. Cultiva – en entreprenør i en entreprenørisk by?**

Er det grunnlag for å si at Cultiva i stor grad bygger sin virksomhet på entreprenørpolitikk? Og i hvilken grad drives det med entreprenørpolitikk i Kristiansand? I følge Schumpeter er entreprenørskap å skape muligheter for økonomisk overskudd gjennom nye kombinasjoner eller innovasjoner (Jessop 1998:79). I så måte synes Cultiva å være entreprenørisk. Cultiva forsøker å få gjennomslag for opplevelsesøkonomi-diskursen hvor det bakenforliggende resonnementet er at kultur er en del av all produksjon (Nilsson 2003). Det vil si at Cultiva må forsøke å få næringsliv og kulturliv til å inngå i samarbeid med hverandre, i nye kombinasjoner. Analysen i forrige kapittel viser at Cultiva i artikuleringen av opplevelsesøkonomi-diskursen (og spesielt i begrunnelsen for å skape en relasjon mellom kultur og næring) trekker på danske og norske nasjonale politiske dokumenter, og i så måte kanskje ikke er så innovativ. Likevel viser kampen omkring Cultiva at lokalt konfronterer et slikt forsøk med både ideologier, og med mer tradisjonelle tankemåter, og at det derfor er et svært sammensatt og komplekst prosjekt å begi seg ut på. Enkelte kulturaktører, det tradisjonelle næringsliv og representanter for populistiske oppfatninger har problemer med å være med på diskursen som artikuleres gjennom Cultiva.

Cultiva støtter til dels opp om den tradisjonelle entreprenørpolitikkenes fysiske uttrykk (som vokste frem på 80-tallet i amerikanske og europeiske land) ved byggingen av teater-og konserthuset og stadion. En satsning på slike storskala-anlegg, som inngår i det Leitner og Sheppard (1998) betegner som et "landscape of consumption", kan kanskje ikke sies å være spesielt innovativt i dag. Florida advarer faktisk mot en slik type entreprenørpolitikk: "Instead of subsidizing companies, stadiums and retail centers, communities need to be open to diversity and invest in the kind of lifestyle options and amenities people really want" (Florida 2002:283). Denne satsningen handler likevel i følge en intervjuperson mer om føringer som lå forut for opprettelsen av Cultiva, og dermed Cultivas governance-relasjon til kommunen, enn som en del av Cultivas strategi.<sup>84</sup> Samtidig tar dette en stor del av Cultivas ressurser i årene som kommer. Ettersom disse investeringene går under punktet "innsats for ikke-kommersielle virksomheter"<sup>85</sup> i Cultivas strategidokument, spørres det om Cultiva i stor grad vil prioritere å bruke ressursene på andre ikke-kommersielle prosjekter. De uttaler selv at de nå vil fokusere mer på det kommersielle.

"For å skape gode prosjekter som kan ha et potensial for varig verdiskapning, er det avgjørende å gi tidsavgrenset etableringstilskudd i den hensikt å foredle de beste ideene med de beste vekstmulighetene, og skape insentiver til vekst. Derfor bør mer av Cultivas tilgjengelige midler investeres i kommersielle prosjekter som kan gi lønnsomme arbeidsplasser."<sup>86</sup>

Når det gjelder entreprenørpolitikk i Kristiansand er opprettelsen av Cultiva et eksempel på at det drives med nettopp dette, og at det offentlige tenker mer forretningsaktig. Som nevnt tidligere er Cultiva et eksempel på bygovernance (Fimreite og Aars 2005), hvor styringen av offentlige midler er blitt mer nettverksbasert. Dette kan forstås som at offentligheten på den ene siden gir fra seg styring ved å inngå i nettverk med private aktører, samtidig som det på den andre siden kan forstås som at det offentlige har ambisjoner om å styre på nye områder (Fimreite og Aars 2005).

---

<sup>84</sup> Intervju 08.05.06

<sup>85</sup> Cultiva satser på fire områder tilpasset de lokale forholdene i Kristiansand:

1 Å skape et *klima for kreativitet og stedsutvikling*

2 Å gjøre en *innsats for ikke-kommersielle virksomheter*

3 *Kommersiell konsentrasjon.*

4 Å utvikle Kristiansand til et *kompetansesentrum* (Fra vannkraft til skaperkraft 2006:9 )

<sup>86</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:12.

Ut fra analysen av debatten omkring Cultiva kommer det frem at Cultiva spiller en utydelig rolle. Uttrykk for frustrasjon over denne utydeligheten kommer også til syne i kronikker skrevet av kulturutøvere i den lokale media med overskrifter som ”Cultiva – et troll i tåkeheimen”<sup>87</sup> og ”Cultiva-Cult i hva? Culti-vas!”<sup>88</sup> Årsakene til denne utydeligheten er komplekse og handler, som vist i kapittel 4, både om ulike forventninger og forståelser av hva Cultiva skal og bør være. Cultivas governance-relasjon til kommunen gjør at Cultiva er fristilt fra sin oppretter, kommunen, foruten gjennom formålsparagrafen, men samtidig sitter det bystyrerepresentanter i Cultivastyret. Ut fra Cultivas strategi, og rapporter som nylig er skrevet på oppdrag for Cultiva synes det som at Cultiva fra nå av i større grad selv kommer til å fremstå som en privat investor.<sup>89</sup> ”New public management” handler nettopp om en tilpasning av metoder fra det private næringsliv til offentlig virksomhet (Nilsson 2003). En slik rolle som privat investor innebærer dristige valg og vilje til å ta risiko. Offentlige midler inngår på denne måten i en markedsbasert diskurs og sosial praksis.

Et annet eksempel på at det tenkes entreprenørpolitisk i Kristiansand er at Kristiansand kommune i 2004 leide inn reklamebyrået Dinamo for å lage et slagord for byen. På grunnlag av en rekke intervjuer med lokalbefolkningen anbefalte Dinamo at Kristiansand burde satse på ”Byen som gir deg muligheter for et rikere hverdagsliv.” Byens fortrinn ble oppsummert i ”herlig, blomstrende, nyskapende og tilgjengelig.”<sup>90</sup> Et annet slagord som ble presentert var ”Ja, vi er visst litt bortskjemte.” Dette slagordet møtte mye lokal motstand, og ble harsellert over i mediene, og ble dermed trukket tilbake. Kommuneplanen for Kristiansand 2005-2016 med tittelen ”Vi tror på muligheter” trekker likevel tydelig på forslaget fra Dinamo. Nå er Cultiva og flere andre aktører i gang med et nytt arbeid som skal profilere Kristiansand. Det synes altså som at Kristiansand svarer på prosesser som influerer byen, som en overgang fra en industrialisert basert økonomi til en kunnskapsøkonomi, på samme måte som en rekke andre byer gjør og har gjort; med entreprenørpolitiske strategier.

Samtidig kan man spørre seg om man egentlig kan snakke om entreprenørpolitikk i norske byer. Løfgren (2000) mener at den norske velferdsstatens oppbygning gjør at det er vanskelig å sammenligne norske byer med britiske og amerikanske byer. Velferdsstaten gjør at norske

---

<sup>87</sup> ”Cultiva et troll i tåkeheimen.” Trond Arntzen, Fædrelandsvennen 06.01.07

<sup>88</sup> ”Cultiva, Cult i hva? Culti-vas!” Anne Marie Almedal, Fædrelandsvennen 25.11.06

<sup>89</sup> Som ”Audiovisuelle produksjoner” av Bjørn Enes (2007), og ”Toppinvesteringer i musikkindustrien” av Elisabet Sørfjorddal Hauge

<sup>90</sup> ”Status stedsprofilering for Kristiansand”. Formannskapet i Kristiansand kommune, 21.06.2006

byer er mer opptatt av å tiltrekke seg statlige overføringer (en såkalt "klientstrategi") enn privat kapital. Enkelte hevder til og med at årsaken til at Cultiva ble opprettet som en stiftelse var fordi Kristiansand kommune ikke skulle bli "velholden" på grunn av salget av kraftaksjene, og dermed miste overføringer fra staten (Fimreite og Aars 2005). For å realisere byggingen av teater-og konserthuset er det heller ikke nok med økonomisk støtte fra Cultiva, Kristiansand kommune er også avhengig av store statlige overføringer. Dette underbygges i Kulturpolitisk strategi for Kristiansand (2002:22): "Staten har en overordnet rolle i å bidra til en rimelig regional fordeling av investeringer i kulturell infrastruktur som forutsetning for en balansert utvikling med sterke byregioner." Dette tyder på at Kristiansand, med entreprenørpolitiske strategier, konkurrerer med andre byregioner i landet om statlige overføringer.

Både det større politiske-institusjonelle systemet og det økonomiske grunnlaget i Kristiansand er et annet enn det som var tilfelle i Storbritania og USA da entreprenørpolitikken vokste i sin utbredelse og omfang, og økonomiske krisesituasjoner tvang frem nye løsninger for byøkonomiene. Dette kan ikke sies å være tilfelle i Kristiansand, som jo ved å i det hele tatt kunne opprette Cultiva må sies å være relativt velstående, som Lysgård og Tveiten (2005) påpeker, selv om Cultiva begrunner sin eksistens med Kristiansands relative dårlige levekår.<sup>91</sup> Wood (2003 i Haraldsen et.al 2005) skriver at økonomisk krise er en faktor for å lykkes med kultur som revitaliseringsstrategi, men den er ikke den eneste. Den viktigste faktoren for å lykkes er antageligvis organisatorisk kapasitet og ledelse, i følge Wood. De to siste faktorene som nevnes er ekstern påvirkning, og at det legges til rette for områder for kreative eksperimenter. Ved å tilrettelegge for slike områder markerer man at det er rom for nye ideer i byen. I Kristiansand tilrettelegges det for eksempel for kreative eksperimenter på Odderøya, et tidligere militært område, og i Havnekvartalet hvor man ønsker å få til en samlokalisering av aktører innen kulturnæring (etter modell fra USF/Verftet i Bergen).

På tross av den norske velferdsstatens oppbygning påpeker likevel Løfgren (2000) at globalisering av økonomien, og med den utflagging av industrien, utflytting av hovedkontor og finansinstitusjoner og en økt mobilitet blant aktører, gjør at steder igangsetter tiltak for å hindre tap av arbeidsplasser og høyt utdannet arbeidskraft. Cultivas målsetninger

---

<sup>91</sup> Statistikk fra SSB underbygger en slik argumentasjon, og viser at Kristiansand (og da spesielt sentrum) scorer relativt dårlig på indikatorer som sosialhjelp, uføretrygd, vold, arbeidsledige og overgangsstonad. [www.ssb.no/hjulet](http://www.ssb.no/hjulet)

om å skape arbeidsplasser og bedre levekår kan ses i lys av dette. I Kristiansand er det ikke først og fremst transnasjonale selskapers lokalisering eller privat kapital man konkurrerer om, men (foruten statlige overføringer) de høyt utdannede ”humankapitalen,” nyetableringer og turister.

Dette underbygges i ”Vi tror på muligheter” Kristiansands kommuneplan (2005-2016:31) hvor et mål er at ”Kristiansand fremstår som Norges mest spennende og opplevelsesrike by.” Tiltak for å få dette til er ved å:

- ”1. Bidra til å utvikle en sterk kultur-og opplevelsesbasert industri i samarbeid med Cultiva, næringslivet og kulturlivet
2. Få flere til å besøke byen ved å styrke reiselivsnæringen samt å bygge nytt teater-og konserthus, kongressenter og fotballstadion
3. Bidra til å videreutvikle Kristiansand som festivalby
4. Sammen med reiselivsnæringen videreutvikle Kristiansand som Norges fremste ferieby.”

## **5.2 Kulturens endrede rolle i Kristiansand**

Som nevnt argumenterer Cultiva for opplevelsesøkonomien blant annet med bakgrunn i at (deler av) kulturfeltet har endret seg, og er blitt en del av markedet. En slik argumentasjon om kulturens næringspotensiale bør likevel ses i lys av hvor bred kulturforståelse man opererer med. Beckmann (2003 i Nilsson 2003) skriver at kulturproduksjonens andel av bruttonasjonalproduktet i Sverige kan variere fra mindre enn en prosent til mer enn halvparten av BNP avhengig av hvilken kulturdefinisjon man legger til grunn for utregningen. Hva slags kultur er det som lever på markedets vilkår i Kristiansand i dag? Cultivas argumentasjon forutsetter altså at en vid kulturdefinisjon legges til grunn, uten at de selv avgrenser eller problematiserer begrepet.

Anser så Cultiva kultur som en ”way of life” (som blant annet inkluderer sport, kulturarv, arkitektur, stedsidentitet og media), den type territorielle kulturforståelse som Aspen (2004) hevder ligger til grunn for kulturplanleggingen? Eller opererer Cultiva med et smalere og mer sektorielt kulturbegrep enn dette? Lysgård og Tveiten (2005:12) skriver at “Cultiva has taken on a definition of culture that stretches from fine-art, via popular culture to leisure activities.” Cultiva har altså satset bredt, men deres ressursfordeling avgrenses samtidig av vedtekter.



Som vist i forrige kapittel utfordrer Cultivas ressursfordeling flere av intervjupersonenes kulturforståelse.

Med ”Fra vannkraft til skaperkraft” synes det som om Cultiva forsøker å smalne inn sine satsningsområder til å i større grad konsentrere seg om rytmisk musikk, audiovisuelle digitale opplevelser og stedsrelaterte opplevelser, altså den type kultur som har et mer direkte økonomisk potensiale. Når det gjelder rytmisk musikk og audiovisuelle digitale opplevelser nevnes det en rekke eksempler som viser at Kristiansand allerede har en del tilbud på plass, for eksempel Quartfestivalen og Punktfestivalen innen rytmisk musikk og Norgesfilm som distribuerer film på nettet. Stedsrelaterte opplevelser henspeler blant annet på fotballklubben Start og naturbasert reiseliv. Disse satsningsområdene har selvsagt også et indirekte økonomisk potensiale.

At kulturfeltet i stor grad har blitt en integrert del av nærings-og byutviklingen (og regionalutviklingen) kan sies å ha gitt kulturfeltet en ny legitimitet, fordi det i langt større grad enn tidligere vies oppmerksomhet til dens direkte og indirekte effekter (Bugge og Isaksen 2007). Opprettelsen av Cultiva viser at politikere er blitt mer opptatt av kultur. Gran og De Paoli (2005) som argumenterer for en forbindelse mellom kunst og kapital, mener at næringslivets voksende avhengighet av kunsten og kulturen også kan gjøre at kulturfeltet får mer makt. Et slikt syn forutsetter i så fall at kulturens næringsverdi oppfattes av næringslivet, og at kulturen på den måten blir viktig for dem. Det er godt mulig at deler av næringslivet også tenker slik i Kristiansand. BI Agder er for eksempel svært positive i sin høringsuttalelse i forhold til ”Fra vannkraft til skaperkraft”, og mener at Cultivas strategi vil bidra til vekst, nyskaping og videreutvikling av byens næringsliv.<sup>92</sup>

Har kulturen så fått en viktigere rolle i Kristiansand fordi den, om Cultiva lykkes, kan bli en del av samfunnsøkonomien som inntektskilde snarere enn utgiftspost? Det er mulig at dette kan stilne den populistiske skepsisen til kultur, fordi Cultiva (bortsett fra den massive satsningen på teater-og konserthuset) i stor grad satser på det populærkulturelle, som kan gi penger tilbake i kassa. Mange mennesker kan ha glede av å gå på festivaler, se film på pc'en sin og se Start spille på den nye stadion. I så måte har Cultiva et demokratisk aspekt ved seg.

---

<sup>92</sup> [www.cultiva.no/hoeringsuttalelser](http://www.cultiva.no/hoeringsuttalelser)

Andre vil distingvere seg fra en slik type kulturelt forbruk som vi har sett i debatten omkring Cultiva. En del av den kulturen Cultiva satser på ekskluderes fra deres kulturforståelse. Cultivas satsninger blir fra et slikt ståsted ansett for å være trygge, ikke utfordrende eller spennende, og Cultiva blir dermed noe flere kreative mennesker definerer seg bort fra.

Som en intervjuperson uttrykker det:

”Jeg tror at man må ha, det er jo all den her utfordrende kulturen som må på plass. Den som er synlig, utfordrende og ....eller utfordrende det høres litt ja....eller kultur som ikke nødvendigvis alle i bystyret kan klappe hverandre på skuldra for og si at dette var bra. For det at det er veldig mange av de menneskene som Kristiansand har så lyst på, som ønsker det. Og derfor velger de Trondheim eller Bergen. Fordi at der finner du disse her små krypinn klubbene som har et kjempebra kulturtilbud. Eller en bitteliten indie kino, som viser sære filmer, sånn som, ønskes.”<sup>93</sup>

Er det naturlig og selvfølgelig at kunsten og kulturen skal leve på markedets vilkår, at den skal industrialiseres og økonomiseres? Slike spørsmål produseres innenfor autonomidiskursen. I et slikt perspektiv får ikke kulturen mer makt i en opplevelsesøkonomisk utvikling, snarere tvert imot. En opplevelsesøkonomisk tankegang ”presser” kulturfeltet til å være instrumentelt. Samsvarer for eksempel Cultivas tanke om ”innsats for ikke-kommersielle virksomheter” med ideologien opplevelsesøkonomien hviler på? Disse ikke-kommersielle virksomhetene blir også stilt ovenfor instrumentelle krav om å skape arbeidsplasser og bedre levekår.

En journalist i Fædrelandsvennen skriver:

”Uten kvalitet blir opplevelsesindustrien tom og flat. Til forveksling lik Big Brother og annen underholdningsindustri. Derfor må kunstnerne dyrkes og tas godt vare på – som fremtidige industriarbeidere. Det er kunstneren og kunsten som er den nye industriens kapital.”<sup>94</sup>

Et slikt resonnement tar ikke høyde for at autonomidiskursen på mange måter er uforenelig med opplevelsesøkonomidiskursen, og at mange kunstnere derfor ikke kan se seg selv som, eller ønsker å fungere som, opplevelsesindustriarbeidere.

Sven Nilsson som tar til orde for en endring av dagens kulturpolitikk, ser samtidig hvordan kultur som utviklingsstrategi kan ha en negativ innvirkning på kulturfeltet.

---

<sup>93</sup> Intervju 31.03.06

<sup>94</sup> ”Funker som bare søren”. Terje Gitmark Eriksen. Fædrelandsvennen 03.12.05.

”En uttalt instrumentell kulturpolitikk eller en lokal/regional utviklingspolitikk kan krænke eller riskere å krænke kulturens grunnleggjande krav på autonomi og uberoende, som uttrykk og som kommunikationsform. Det galler således å kombinere den kulturelle utviklingspolitikken med full respekt for konstens egenart” (Nilsson 2003:301).

Det synes ikke som om Cultiva i stor grad tar til seg kritikken som ligger i autonomidiskursen, foruten ved at de har opprettet Cultiva Ekspress. Cultiva Ekspress har medført at enkeltaktører og ad-hoc grupperinger som faller utenfor Cultivas krav om arbeidsplasser og levekår, kan få midler fra Cultiva. Slike tildelinger krever ikke utfylling av omfattende søknadspapirer eller opprettelse av organisasjon. Tildelingene innenfor Cultiva Ekspress er likevel svært små (maks 20 000 kroner) i forhold til beløpene som gis til storsatsningsområdene, og kan kun tildeles søkere mellom 23 og 30 år. De som administrerer Cultiva Ekspress (dette arbeidet er satt ut til et par sentrale aktører i kulturmiljøet) uttrykker i sin høringsuttalelse i forbindelse med ”Fra vannkraft til skaperkraft” at de er klar over at de i kulturmiljøet blir oppfattet som en trøstepremieordning.<sup>95</sup> Som en intervjuperson uttrykker det:

”Nå prøver de jo å imøtekomme litt av den kritikken ved å gjøre disse eh, småstipendene på fem og ti tusen. Fem og ti tusen, altså hvis jeg hadde fått åtte tusen for å bygge x antall skulpturer, altså du får jo ikke gips for 8000 engang.”<sup>96</sup>

### **5.3 Kultur som strategi i den Kristiansandske bypolitikken**

Opprettelsen av Cultiva er å forstå som en strategisk kultursatsning i den kristiansandske bypolitikken for, som nevnt, å tiltrekke seg humankapital, nyetableringer og turister. Levekårene i Kristiansand skal samtidig forbedres. Hvor fristilt Cultiva igjen står til å utforme egen strategi i de rammene som eksisterer er noe uklart, som jeg har diskutert tidligere i oppgaven.

I forhold til den opplevelsesøkonomiske tankegangen Cultiva har lagt seg på synes det viktig å tiltrekke seg den kreative klassen til Kristiansand fordi opplevelsesøkonomien, i følge De Paoli (2006), nettopp skapes av den kreative klassen lokalisert i byer. ”Opplevelsesøkonomi

---

<sup>95</sup> [www.cultiva.no/hoeringsuttalelser](http://www.cultiva.no/hoeringsuttalelser)

<sup>96</sup> Intervju 24.04.06

er en samlebetegnelse på kreative næringer drevet fram av den kreative klassen i byer og tettsteder med et rikt kulturliv, mange bohemer og homofile” (De Paoli i Magma 3/2006).

Er det så et ”people climate” som skal tiltrekke den kreative klassen til Kristiansand?

Cultivas opplevelsesøkonomi-strategi synes til dels å være inspirert av Richard Florida, hvor det settes fokus på å utvikle et tolerant miljø, noe som kommer til uttrykk i ett av Cultivas satsningsområder for Kristiansand; å skape et ”klima for kreativitet og stedsutvikling.”<sup>97</sup>

”Arbeidet for å skape et åpent og inkluderende samfunn som vil bidra til bedre muligheter for kreativitet og innovasjon i Kristiansand, skal fortsatt stå høyt på Cultivas dagsorden.”<sup>98</sup>

Som konkrete tiltak under dette punktet argumenterer Cultiva at de vil satse på å tiltrekke seg kunstnere til byen, samt å sette fokus på etniske minoriteter og likestilling. Både kunstnere og et etnisk mangfold er svært viktige elementer i Floridas people climate, og forhold som symboliserer en åpen atmosfære som den kreative klassen trives i. Disse er også brukt som indikatorer av Isaksen (2005) for å måle hva den kreative klassen tiltrekkes av i Norge.

Cultiva understreker også hvorfor det er viktig å satse på disse gruppene. ”Slik tilrettelegging [for kunstnere] er et viktig utgangspunkt for stedsutvikling. For dette formålet vurderes kunst- og kreative prosjekter ut fra et ikke-kommersielt perspektiv for å bidra til omdømmebygging og stedsutvikling.”<sup>99</sup> Det ligger et paradoks i en slik argumentasjon, fordi det-ikke kommersielle likevel gjøres instrumentelt i forhold til hva disse kunstnerne forventes å gjøre for byen. Som vist i kapittel 4 er det heller ikke enkelt for kunstnere å motta ressurser fra Cultiva, eller å få gjennomslag for sine perspektiver. Cultiva ønsker å ta opp temaet om muligheter for å opprette skapende kunstutdanninger med høyskolene, noe som kanskje kan bidra til å trekke kunstnere til byen.<sup>100</sup> Utfra funnene i analysen synes det ikke som at kunstnerene vil komme til Kristiansand på grunn av Cultiva som et nyskapende og spennende fond.

---

<sup>97</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:9 .

<sup>98</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:9.

<sup>99</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:10.

<sup>100</sup> Cultiva 2006. Investeringer i levekår og arbeidsplasser

I Cultivas strategidokument er det en figur som viser hva som skaper utvikling i Københavnregionen, og de kreative bransjer står her i sentrum av figuren.<sup>101</sup> Disse kreative bransjene gir i seg selv arbeidsplasser, omsetning og eksport. Effektene av tilstedeværelsen av kreative bransjer (ikke først og fremst kreative mennesker i seg selv, slik Florida argumenterer) er at stedet får et bedre omdømme og på den måten tiltrekker seg turister og innbyggere, andre næringer eller har innovative effekter på andre næringer, står det i ”Fra vannkraft til skaperkraft” (2006). Det synes altså som at Cultiva i større grad satser på å utvikle et business climate (i smal forstand), i tillegg til satsningen på et ”fasilitetsbasert” people climate (basert blant annet på teater-og konserthus<sup>102</sup> og en rekke festivaler).

En slik fremgangsmåte samsvarer til dels med Scott (2006) sin kritikk av Richard Florida hvor han påpeker at fasiliteter ikke vil bidra til å holde den kreative klassen på et sted. “(...) he fails signally to articulate the necessary and sufficient conditions under which skilled, qualified and creative individuals will actually congregate together in particular places and remain there over any reasonably long-run period of time. The key to this conundrum lies in the production system of employment able to provide these individuals with appropriate and durable means of earning a living is scarcely in a position to induce significant numbers of them to take up permanent residence there, no matter what other encouragements policy makers may offer” (Scott 2006:11).

Cultivas strategi for å gjøre Kristiansand til et kultursentrum synes i stor grad å konsentrere seg om klyngeutvikling. Det handler om å utvikle seg fra en merkevare til et kulturindustrielt cluster, som Mathiesen Hjemdahl (2004) skriver, blant annet med referanse til Quartfestivalen. Quartfestivalen er en merkevare for byen som musikkindustrien på bakgrunn av dette kan videreutvikles fra, mener hun. Som det står i dokumentet *Cultiva 2006. Investeringer i levekår og arbeidsplasser* (s.4): ”Cultiva har siden starten vært oppmerksom på betydningen av samlokalisering og klyngedannelser. Kreative mennesker trives sammen, inspireres av hverandre og drar nytte av hverandres spesialkompetanse.”

---

<sup>101</sup> De kreative bransjene avgrenses i Danmark til film/video, radio og tv, musikk, dataspill, forlag, kunst m/fokus på utøvende kunstnere, kulturinstitusjoner, events, sport, leketøy/forlystelser, design, arkitektur og reklame.

<sup>102</sup> Teater-og konserthus inngår forøvrig antagelig ikke i Floridas egen forståelse av hvilke fasiliteter den kreative klassen tiltrekkes av.

## 5.4 Hvilken utvikling er å forvente av Cultivas satsning?

En satsning på kulturnæringer kan, som Bugge og Isaksen (2007) skriver, forstås som en typisk urban strategi, fordi kulturnæringer er konsentrert i byer, og i Norge spesielt i Oslo. Østlandsforskning (Haraldsen et al. 2005) har for eksempel gjort en rapport som viser at 51,7 % av landets kulturnæringer er lokalisert i Oslo. Kulturnæringer defineres som ”de næringene som fremstiller produkter hvis primære egenskaper er kommunikative” (Haraldsen et al. 2005:11), og avgrenses i denne rapporten til annonse- og reklamevirksomhet, arkitektur, aviser, blader, design, film, foto, video, musikk, kunstnerisk virksomhet, tv-og radio, bibliotek og museum. Disse utgjør cirka 3,5% av BNP (Haraldsen et al. 2005).

En satsning på kulturnæringer krever en nærhet mellom spesialiserte aktører som man kun finner på større steder. Disse spesialiserte aktørene trekkes gjerne inn i prosjekter som er den arbeidsformen kulturnæringene ofte bygger på. Man kan ikke bygge opp en filmindustri på hvert nes, som Bugge og Isaksen skriver. Å bygge opp en kulturindustri, enten man satser på film eller musikk, er en tidkrevende prosess. I Trøndelag har det for eksempel tatt omtrent tyve år å bygge opp en velfungerende musikkindustri. I lys av dette er kravene som stilles bedrifter innen kulturnæring ofte urimelige (Bugge og Isaksen 2007). Cultiva gir som nevnt pengestøtte for tre år før bedriften ventes stå på egne ben. Bugge og Isaksen foreslår at man heller burde satse på en gradvis og langsom overgang til økonomisk selvstendighet for bedrifter innen kulturnæring. Dette handler både om et usikkert og svingende marked for kulturnæringer, og at aktører innen kulturnæring gjerne er idealister som ikke har en tradisjonell forretningskompetanse (Bugge og Isaksen 2007). Som en intervjuperson uttaler det:

”I disse bransjene så er det jo cred, det er jo cred som er det store. Det er ikke penger, det er ikke hvor mye penger du tjener, det er hvor mye cred du har. Med det du driver med, og med det innholdet du skaper.”<sup>103</sup>

En slik argumentasjon viser at tradisjonell næringslogikk kanskje ikke lar seg overføre til kulturnæringer, og at det derfor er behov for at kulturlivets diskursorden får mer gjennomslagskraft i opplevelsesøkonomi-diskursen. De som mener at Cultiva først og fremst kan legitimere sin eksistens med å vise til direkte økonomiske effekter må antageligvis vente

---

<sup>103</sup> Intervju 06.09.06

lenge på effektene, og godta at en rekke prosjekter kan og vil mislykkes. Cultiva understreker også at deres strategi er langsiktig, og at det vil ta tid før man kan se resultater av den.

Bugge og Isaksen skriver at distrikter gjerne satser mer på kulturbasert reiseliv under betegnelsen opplevelsesnæringer for å tiltrekke seg turister til stedet. Opplevelsesnæringene er distriktenes mulighet til være med i den sterke satsningen på kulturnæringer (Bugge og Isaksen 2007). Hvis man inkluderer reiselivet til kulturnæringene utgjør feltet cirka 7% av BNP (Aronsen 2006 i Mathiesen Hjemdahl 2006), altså dobbelt så mye som kulturnæringene alene. Cultiva synes å satse både på kulturnæringer og på opplevelsesnæringer, altså både på den urbane strategien (rytmisk musikk og audiovisuelle digitale opplevelser) og ”distriktsstrategien” (stedsrelaterte opplevelser) for å tiltrekke seg den kreative klassen og turister. Dette må antageligvis ses i sammenheng med Kristiansands posisjon som innenlands feriemål. Cultivas satsning kan på den måten gi både direkte og indirekte økonomiske effekter. De arbeidsplassene som skapes med hjelp av Cultiva vil gi inntektsskatt til kommunen. Og de tiltakene som Cultiva støtter for å tiltrekke seg turister, og som tilrettelegger for kulturkonsum (og annet slags konsum) vil bidra til lokaløkonomien. Forskning gjort av Agderforskning anslår for eksempel at Quartfestivalen i 2006 bidro med 100 millioner kroner til Kristiansand.<sup>104</sup>

Løfgren (2000) skriver at for mange byer som har hatt status som Europeisk kulturhovedstad har ikke dette gitt noen langvarige effekter for byene, utenom for Glasgow. I Morgenbladet blir temaet tatt opp i forhold til norske byer. Hvilken effekt har Bergen hatt av å være Europas kulturhovedstad i 2000? Og hvilke effekter er å forvente av Stavanger 2008? I Bergen påpekes det at midlene ble spredt for tynt ut, og at man ikke turte å prioritere. På den andre siden hevder flere at samtidskunstfeltet fikk et virkelig løft som følge av kulturbystatusen. Andre mener at statusen som kulturhovedstad har gjort at man kan markedsføre seg med dette og dermed trekke flere turister til byen. En undersøkelse gjort i Bergen viser likevel at man ikke har lyktes med å gjøre kultur til næring og at kulturlivet i Bergen i stor grad er prisgitt offentlig støtte.<sup>105</sup> I Stavanger bygges det, i motsetning til hva som ble gjort i Bergen, konserthus som skal stå ferdig i 2011. Det satses både bredt og smalt, og på åpenhet for det fremmedkulturelle. Kritiske røster er redd for at det hele skal ende opp som en stor festival

---

<sup>104</sup> ”Sørlandets gullgruver”. <http://www.fvn.no/na24/article457132.ece>

<sup>105</sup> ”Kulturregnskapet”. Svein Egil Hatlevik, Morgenbladet 29.09.06

med ”påfølgende blåmandag.”<sup>106</sup> Selv om Cultivas mål om å gjøre Kristiansand til et kultursentrum handler om mer enn ett år med en slik ”status”, viser diskusjonene fra disse byene en del av de samme problemstillingene som gjør seg gjeldende i Kristiansand. Hvordan skal man sørge for at en satsning på kultur får en langvarig effekt?

Bayliss (2004) skiller mellom kultur- og byutviklingsstrategier som tilrettelegger for produksjon og konsumpsjon av kultur. I en studie av hvordan danske kommuner tenker kultur og byutvikling viser hun at overvekten av kommunene vektlegger kulturkonsumpsjon ( gjerne fyrtårnsbasert) som utviklingsstrategi. Dette gjør at stedet tiltrekker seg turister, og skaper arbeidsplasser for noen få i ”the sunrise sector” (for eksempel i konserthus eller museer). En større fokus på produksjon, hvor den lokale kulturindustrien kan tilby økt kunnskap, kreativitet og karrieremuligheter for ellers marginaliserte deler av lokalbefolkningen, kan derimot både ha økonomiske og sosiale effekter, i følge Bayliss (2004). I et slikt perspektiv kan Cultivas strategi, om de lykkes med å bygge opp en kulturindustri, både ha økonomiske og lokale sosiokulturelle effekter i Kristiansand. En slik tankegang kommer også til syne i Cultiva-direktør Erling Valviks uttalelse i Fædrelandsvennen:

”Vi tror at mange mennesker som ikke finner sin plass i det vanlige arbeidslivet, lettere vil kunne integreres i kulturbaserte næringer. Et eksempel, om enn litt banalt, er riggerne under Quartfestivalen. De yter tusenvis av timeverk. Med en profesjonalisering av Quarten og andre, tilsvarende organisasjoner, ligger det til rette for mer varige arbeidsplasser.”<sup>107</sup>

## 5.5 Kristiansand – et kultursentrum?

Ved å spørre intervjupersonene om Kristiansands svake og sterke sider kom det til syne konstruksjoner av Kristiansand som ikke i stor grad samsvarer med Floridas ide om hva den kreative klassen tiltrekkes av. Kristiansand blir beskrevet som provinsiell, treig, ikke verdensnavle, konservativ, en by med kulturelle mangler (teater, musikk, scener), ordinær, innadvendt, navlebeskuende, gjennomsløst, og som en by som mangler puls. I kontrast er det i Oslo det skjer, og i noen grad i Bergen, Stavanger og Trondheim. Tromsø nevnes også.

---

<sup>106</sup> ”Byen som syklet utfor stupet”. Svein Egil Hatlevik. Morgenbladet 22.09.06

<sup>107</sup> ”Kunst og kultur er også næring”. Rune Øidne Reinertsen, Fædrelandsvennen 22.02.07



”Folk velger Bergen, Tromsø, Oslo før de velger Kristiansand. Og Stavanger velger de også. Og det er jo også interessant å se på hvorfor, hva slags, hvorfor vil de ikke til Kristiansand, hvorfor vil de til Kristiansand som mer sistevalget kanskje.”<sup>108</sup>

Videre blir Kristiansand beskrevet som en liten by med tette nettverk, med en befolkning som har materialistiske interesser og som er et understatement folk. Som en institusjonsleder formulerer det:

”Folk er annerledes i Bergen enn det de er i Kristiansand (.). De sier ting rett ut mye mer. Vi er jo i Kristiansand, er vi jo et understatement-folk. Og jeg kan de kodene, så det er ikke noe problem for meg. Men de som ikke er oppvokst her, har nok problemer med de kodene.”<sup>109</sup>

Toleranse, åpenhet og løse nettverk er dermed ikke noe som synes å ha sterk tilstedeværelse i meningene om Kristiansand.

Når stedlige kvaliteter skal trekkes frem dreier dette seg mye om nærhet til naturen, til kontinentet, og et gunstig klima. Vi har det godt her, er det flere som sier. Dette viser at Kristiansands fortrinn i stor grad konstrueres i forhold til lokalisering, og at myten om sol, sommer og sørland lever i beste velgående. Selv om den kreative klassen er opptatt av å holde seg i form i følge Richard Florida, er det kanskje ikke først og fremst slike kvaliteter som tiltrekker seg den kreative klasse. Det som i følge Florida kjennetegner det urbane er i stor grad fraværende i konstruksjonene av Kristiansand.

På den andre siden er det flere som mener at endring er nødvendig, og at man må bort fra mytene som har hengt ved Kristiansand i lang tid.

”Ja, altså jeg synes at det er viktig at Kristiansand som den største byen på Sørlandet tar den posisjonen den skal ha. Og hva heter det...og det er andre byer som er nærmere å fronte idyll og sørlanderiet. Kristiansand må ta steget videre og innse at den er en liten storby, og ikke en stor småby.”<sup>110</sup>

Flere av intervjupersonene tar avstand til det kulturelle Kristiansand var før. En intervjuperson forteller at det ikke skjedde noe av interesse tidligere i Kristiansand. ”Jeg husker jeg ble jo advart rett og slett av folk i Oslo, i sentrale kulturposisjoner, på å ta jobb i Kristiansand.”<sup>111</sup> Det har vært en viss grad av sosial kontroll og mye religiøsitet, innrømmer flere, men dette er

---

<sup>108</sup> Intervju 06.05.06

<sup>109</sup> Intervju 23.03.06

<sup>110</sup> Intervju 24.04.06

<sup>111</sup> Intervju 29.04.06

endret i dag. Slike utsagn ekskluderer fortiden fra den nåværende diskursen. Opprettelsen av Cultiva representerer for mange et brudd med den gamle tiden og et bevis på at politikere våger å tenke i nye baner. Flere påpeker at endringsprosessen likevel begynte tidligere, med Quartfestivalen og det imaget dette har gitt byen.<sup>112</sup> Cultiva-direktøren har selv uttalt at Kristiansand etter etableringen av Quartfestivalen ikke bare er inne i en postindustriell fase, men også en postpietistisk fase.<sup>113</sup> Utelivet og kafelivet har utviklet seg veldig de siste årene, noe intervjupersonene synes er svært positivt. Det er likevel enkelte som trekker frem det positive ved det kulturelle Kristiansand med tiden før Quartfestivalen, da det var et spennende rockemiljø i byen, og små møtesteder hvor et lite alternativt miljø vokste frem. De subkulturelle kreftene i Kristiansand ble på et vis spist opp av en stadig voksende Quartfestival, hevder Brekke og Nordgård i sin masteroppgave "Hva hindrer Kristiansands kulturliv"(2005).

Den 23.mars 2007 ble Kristiansand oppnevnt til Norges kulturkommune.<sup>114</sup> I begrunnelsen heter det seg at:

"Den kommunen som juryen har samlet seg om, har kommet lengst i planmessig og strategisk satsing. Befolkningen tilbys en rekke flotte anlegg for alle typer kultur og det gis god mulighet for utvikling av talenter på de forskjelligste områder. I norsk målestokk er kommunen dessuten en kulturell storby som utnytter alle mulighetene som ligger i å ha store utdanningsinstitusjoner i sin midte og å være flerkulturell. Kommunen har et imponerende tilbud i sitt bibliotek, spennende internasjonale prosjekter, og den har fremfor alt satset aktivt på å utvikle kulturfeltet langsiktig gjennom opprettelsen av et stort fond."<sup>115</sup>

En slik utmerkelse vitner om at representasjonen av Kristiansand som et kultursentrum vinner gehør nasjonalt, og at Kristiansand i en forstand må sies å ha lyktes i å konstruere seg selv som kulturby. I forbindelse med mottagelsen av prisen for "Norges kulturkommune" uttaler varaordfører Bjarne Ugland at prisen vitner om en nasjonal bekreftelse på at den strategiske satsningen Kristiansand har på kultur er riktig.<sup>116</sup>

---

<sup>112</sup> Quartfestivalen ble første gang arrangert i 1991 under navnet Quadraturmusivalen. Siden har festivalen vokst til å bli en av Norges største musikkfestivaler. <http://no.wikipedia.org/wiki/Quartfestivalen>

<sup>113</sup> "Satser på kultur for å utvikle byen", Adressa.no 21.09.03

<sup>114</sup> Prisen er innstilt av Norsk Kulturforum, og ble første gang utdelt i 1992. Annethvert år får en kommune som har utmerket seg innen kultur bære tittelen.

<sup>115</sup> "Kristiansand kommune kåret til Norges kulturkommune 2007". Per Aimar Carlsen, 23.03.07 [www.noku.no](http://www.noku.no)

<sup>116</sup> "Kristiansand ble årets kulturkommune". Thomas Rolland, 23.03.07 [www.kristiansand.kommune.no](http://www.kristiansand.kommune.no)

I denne oppgaven kommer det likevel frem at det ikke alltid er samsvar mellom steders representasjon på makroplan, og hvordan steder oppleves og forhandles om på mikroplan, slik Zukin (1995) skriver om. Funnene i denne oppgaven viser at hvorvidt Kristiansand oppfattes som et kultursentrum som en følge av kommunens og Cultivas strategi avhenger av øynene som ser. Utmerkelsen fra nasjonalt hold viser at Kristiansand anerkjennes som et kulturelt sentrum, og at Cultiva har bidratt til dette. Samtidig viser konflikten på lokalplan at slett ikke alle godtar at det Cultiva støtter kvalifiserer som kultur, og at satsningen i deres øyne dermed heller ikke gir grunnlag for å kalle seg et reelt kultursentrum.

Ordføreren i Kristiansand uttaler i Fædrelandsvennen i forbindelse med kulturkommune-statusen at Kristiansand kommune bruker enda mer penger på kultur, også etter opprettelsen av Cultiva. ”Musikk er selvfølgelig viktig her i byen, men idrett og det tradisjonelle kunstlivet står også sterkt. Kommunen bruker mer penger på kultur enn noen gang, og det til tross for at Cultiva er opprettet og tar det meste av trøkket, forteller Skisland. Han håper prisen kan bidra til å markere Kristiansand ytterligere i forbindelse med det nye teater- og konserthuset som bygges.”<sup>117</sup>

Uttalelsen viser at det fremdeles finnes offentlige midler og vilje til å støtte kulturfeltet som ikke kan overleve i et marked uten offentlig subsidiering, samtidig som uttalelsen illustrerer at kommunen tenker kultur som markedsføringsstrategi. Kommunen har også nylig inngått i en vennsksapsby-avtale med Austin. Dette er en by som er kjent for sitt musikkmiljø og som kommer høyt opp på Floridas rangeringer over kreative byer.<sup>118</sup>

## **5.6. Kampen omkring Cultiva – unik eller et uttrykk for en generell tendens?**

I denne oppgaven har jeg tatt til orde for at Kristiansand kommunes grep for å opprette Cultiva har vært unikt, og at Cultiva er et unikt fond i Norge. Debatten som har vært, og som fremdeles pågår, kan ses i lys av pågående tendenser, og diskurser, som jeg i kapittel 2 har skrevet om. Både Cultivas satsning og debatten omkring dette får et unikt uttrykk i Kristiansand, noe som henger sammen med kommunens salg av kraftaksjer for å opprette Cultiva, og dermed Cultivas governance- relasjon til kommunen. De stedlige kvalitetene i

---

<sup>117</sup> ”Kristiansand – årets kulturkommune”. Espen Sem Sørmo, Fvn. no 23.03.2007

<sup>118</sup> ”Oppretter vennsksapsby i Texas.” Ann Margritt Arnli. Fvn.no 12.03.07

Kristiansand og fortolkninger av disse er også unike. Likevel finnes det også eksempler på debatter hvor lignende diskurser som noen av de jeg har skissert opp i denne oppgaven kommer til uttrykk. For eksempel har det pågått en debatt i Aftenposten omkring hvorvidt kunstnere driver med merkevarebygging. Blant annet blir Dag Solstad beskyldt for å drive med merkevarebygging, noe han selv nekter for.

”Herregud. Jeg bare puster tungt. Altså, hør her, hvis jeg hadde vært interessert i å bli rik, hadde jeg valgt et helt annet yrke. De unge som begynner å snakke om merkevarebygging, er forretningsmenn - ikke forfattere. Det er et eksempel på hvor høyrevridd vårt samfunn er blitt når kunstnere, kanskje ubevisst, føler seg tvunget til å bruke fiendens språk.”<sup>119</sup>

Autonomidiskursen og behovet for distinksjon fra rådende interesser i samfunnet er tydelig hos Solstad, på samme måte som hos flere av intervjupersonene mine. På den andre siden mener flere andre aktører, blant andre Jo Strømgren, at merkevarebygging er nødvendig for å bli lagt merke til i et informasjonssamfunn hvor stadig flere kunstnere kommer til, og at dette ikke står i motsetning til kunsten. I debatten står, i kontrast til Strømgren, de som taler for kunstens autonomi som ”gammeldagse” eller tilhørende en ”annen generasjon.” Slike merkelapper er også blitt brukt i debatten omkring Cultiva, for eksempel mot teaterdirektør Scherpfs skepsis til opplevelsesøkonomien.

Debatten omkring Cultiva kan i lys av dette altså også tolkes som et uttrykk for en pågående tendens i samfunnet, nemlig markedets inntog i stadig flere samfunnsområder, og i hvilken grad dette aksepteres som en naturlig del av samfunnsutviklingen eller ikke. Cultivas strategidokument kan dermed forstås som en avspeiling av, men også en drivkraft i, denne samfunnsutviklingen.

Fairclough (1992) snakker om en ”marketization of discourse”. I dette ligger at markedsdiskurser tas opp i offentlige institusjoners diskursive praksis. For eksempel har sektorer som helsevesenet og utdanningssystemet måtte omstrukturere seg med tanke på markedstilpasning. Der velferdsdiskursen tidligere dominerte, kjemper denne nå mot en markedsdiskurs (Fairclough 1992). En lignende tendens kan man for eksempel se på miljøfeltet, som også tradisjonelt har vært en utgiftspost i samfunnet, men som nå kan gis en nytteverdi fordi miljøteknologi kan utvikles og selges, og dermed bli samfunnsøkonomisk. Kampen for fri forskning kan ses på som en parallell til kampen for fri kunst og kultur.

---

<sup>119</sup> Uttalelse av Dag Solstad i ”Slik bygger de kunsten sin”. Åshild Bekke Eidem, 13.03.07 Aftenposten

Cultiva bygger opp sin opplevelsesøkonomi-diskurs ved å gjøre den til en naturlig del av en overgang til en kunnskapsbasert økonomi, og ved å blant annet trekke på en markedsdiskurs, en entreprenørdiskurs og en samfunnsøkonomisk diskurs. Markedsdiskursen og entreprenørdiskursen er overlappende diskurser, som tilhører markedets diskursorden, mens den samfunnsøkonomiske diskursen har et større og mer langsiktig fokus på utviklingen av lokalsamfunnet, og dermed også på velferd. Den kan kanskje sies å tilhøre en kommunal-økonomisk diskursorden, men denne synes også som vist i dette kapitlet å bli mer markedsbasert (jfr new public management) i tråd med entreprenørpolitiske strategier. Diskursene Cultiva trekker på, og som bygger opp under deres ”hoveddiskurs” opplevelsesøkonomi-diskursen må også ses i sammenheng med den konteksten de kommer til uttrykk i; nemlig i en governance-situasjon hvor aktører fra det offentlige, det private og frivillige organisasjoner styrer (Fimreite og Aars 2005). I følge Squires (1999 i Lysgård og Tveiten 2005) er governance et uttrykk for markedsliberalismens seier, hvor governance illustrerer at markedsliberalismen er blitt den hegemoniske ideologien innen by- og regionalutvikling (Squires 1999 i Lysgård og Tveiten 2005). At man har valgt en slik løsning i Kristiansand indikerer dermed at det samfunnsøkonomiske fokuset også bygger på en markedsliberalistisk ideologi, hvor velferdsproblemer som dårlige levekår, skal løses med økonomiske målsetninger. Bayliss (2004) argumenterer at dette også er mulig med en satsning på kulturproduksjon fremfor (eller balansert med) kulturkonsumpsjon i en kultur og byutviklingsstrategi. Nettopp ved å satse på kulturproduksjon, som kulturindustri, kan kultur og byutvikling ha sosiokulturelle effekter som inkluderer lokalbefolkningen, mener hun.

Tranøy mener at betegnelsen neoliberalt blir en for mild beskrivelse av dagens samfunns rådende ideologi. Markedsfundamentalisme er en mer passende beskrivelse av det som preger vårt samfunn. ”Den siste og alvorligste formen for makt er makt over andres preferanser. Den oppnås blant annet gjennom merkevarebygging og ulike markedsføringsstrategier. Markedsføring overfor barn illustrerer dette poenget bedre enn noe annet. I bransjen snakkes det om «evolving consumers», og målet er vugge-til-grav lojalitet. Var det noen som sa valgfrihet?”<sup>120</sup>

Opplevelsesøkonomien bygger nettopp på behovet for å fange forbrukeres oppmerksomhet, ved å estetisere og iscenesette, som Laundry (2006) og Pine og Gilmore (1999) skriver. Også

---

<sup>120</sup> ”Markedets mørkemenn”. Bent Sofus Tranøy, Dagbladet 12.05.2006

sted skal konstrueres for å tiltrekke seg turister og innbyggere, en utvikling, som vi har sett i denne oppgaven, det offentlige støtter opp om. Florida presenterer en modell for dette, i en mindre kostbar form enn de tidlige entreprenørpolitiske strategiene, og kreativitetsdiskursen har derfor fått gjennomslagskraft mange steder, også i Norge. Trøndelag ønsker for eksempel å fremstå som ”Kreative Trøndelag”, et samarbeidsprosjekt mellom Sør-Trøndelag og Nord-Trøndelag fylkeskommuner. I en felles fylkesplan for 2005-2008 er målet å integrere kunst-og kulturaspektet i alle deler av samfunnsutviklingen, og Trøndelag ønsker å være en pilotregion innen kulturbasert næringsutvikling.<sup>121</sup> Det er altså flere enn Cultiva som anser seg som tidlig ute med en satsning på kulturnæring, og som trekker på argumenter både fra Florida og opplevelsesøkonomien. I Oslo åpnes Opplevelsessenter for populærmusikk i disse dager i de gamle lokalene til Schous bryggerier på Grünerløkka.<sup>122</sup> Cultivas strategi er kanskje ikke så unik likevel?

## 5.7. En kreativ og kritisk befolkning?

En av forutsetningene for å kalle seg et kultursentrum er å ha ”et stort og krevende publikum, herunder sakkyndig kritikk, offentlig samtale om kultur og et velutviklet mediasystem”, står det å lese i Cultivas strategidokument.<sup>123</sup> Kan kultur som næring gjøre befolkningen kritiske? Adorno og Horkheimer (1947) mener helt klart ikke det, snarere tvert i mot. Kulturindustrien er gjennomsyret av kapitalismen, noe som gir seg utslag i forførende og fordummende kulturformer. ”Den [kulturindustrien] forhindrer dannelsen av autonome, selvstendige, bevisst vurderende og besluttede individer. Men slike mennesker er forutsetningen for et demokratisk samfunn, som bare kan opprettholdes og utfoldes i og av myndige mennesker” (Adorno og Horkheimer 1947:36 ).

Opplevelsesøkonomien kan sies å gjøre at de store merkenavnene overlever, noe som igjen truer det kulturelle mangfoldet i byen. Det er viktig å poengtere at Kristiansand er en by med 76.000 innbyggere. Finnes det et stort og krevende publikum i en slik by? Vil det være stor nok etterspørsel til at smal kunst og kultur kan overleve på et marked uten offentlig subsidiering? Antageligvis ikke. Kommunen har økt sine bevilgninger til kultur, noe som

---

<sup>121</sup> ”Store ord og fine logoer”. Susanne Hedemann Hiort, Klassekampen 25.06.2005

<sup>122</sup> ”Fra pils til populærkultur”. Espen A. Eik, Aftenposten 06.05.05

<sup>123</sup> Fra vannkraft til skaperkraft 2006:6

nyanserer bildet av at markedskreftene har tatt over kulturlivet i Kristiansand fullstendig. Likevel er mye av den kommunale støtten bundet opp til kulturinstitusjoner. Mangfoldet, som ikke synes å være fremtredende i fortellingene om Kristiansand, er viktig for å tiltrekke seg de kreative menneskene og for å utløse kreativitet. Det er et paradoks hvis Cultivas satsning på opplevelsesøkonomi fører til mindre kulturelt mangfold enn mer, og hvis begrepet opplevelsesøkonomi gjør at mange med høy kulturell kapital distingverer seg fra Cultiva.

John Fiske (1989 i Nilsson 2003) på den andre siden mener at populærkulturen kan ha et frigjørende potensiale, og at aktører evner å tolke den ulikt, et syn Nilsson (2003) støtter opp om. Richard Floridas strategi kan sies å gjøre at populærkulturen ("ikke-borgerlige verdier") blir den kulturformen som representerer byen, noe han mener appellerer til den kreative klassen. Funnene i denne oppgaven tyder på at det blir for lett å tro at en så vid gruppe som den kreative klasse har like preferanser, og at dette dermed er en enkel måte å skape byutvikling på. Florida synes blant annet å glemme distinksjonsmekanismene som ligger i kulturelt forbruk.

I denne oppgaven har jeg kommet frem til at distinksjonsbehovet synes å være sterkt tilstedeværende nettopp fordi skillet mellom kultur og ikke-kultur er så utydelig i opplevelsesøkonomi-diskursen. Dyreparken, symfoniorkester, Start og kunstnere inngår alle i Cultivas opplevelsesøkonomi-diskurs. Erling Dokk Holm tar i en artikkel i Aftenposten til orde for at man klarere bør skille mellom kulturpolitikk og kunstpolitikk. Mens kulturpolitikken gjerne brukes for å skape identitet og integrering, noe som skal gjøre innbyggerne trygge, skal kunstpolitikken bidra til god kunst. Kunsten gjør oss kritiske og innovative, i følge Dokk Holm.<sup>124</sup> Selv om Cultiva opererer i en gråsoner mellom kulturpolitikk, nærings- og byutvikling, bør kanskje også Cultiva i større grad anerkjenne skillet mellom kunst og kultur, men også samspillet mellom disse feltene?

Bugge og Isaksen (2007) poengterer at kulturaktiviteter som støttes kun ut fra kunst- og kulturinnholdet vil være en infrastruktur som kulturnæringene også er avhengig av. Det er altså et samspill mellom den kulturen som har en egenverdi og den kulturen som har en næringsverdi. Det er flere intervjupersoner som har tatt til orde for en slik tankegang.

---

<sup>124</sup> "Gjør kulturpolitikk viktig" Erling Dokk Holm, Aftenposten 22.03.06

”Jeg tror at for å skape en kulturbasert næring, så må du ha en grasrot. Og den eksisterer jo, og har eksistert til alle tider. Eller, også tidligere i Kristiansand. Du har billedkunstnere, du har teater, du har dans, du har musikk, du har alt sammen. Du har film og fjernsyn. Men jeg tror at for å få en effekt som et løft i en kulturbasert næring, så bør, så er man avhengig av å også vanne den underskogen under der. Og at det ikke kan sees på som, som to forskjellige ting.”<sup>125</sup>

En slik utvikling krever at et felt, det kunstneriske, ekskluderes eller skilles ut fra opplevelsesøkonomi-diskursen. Det kan også gjøres i en større skala enn hva som er tilfelle med Cultiva Ekspress. Hvorfor kan man ikke for eksempel opprette Cultiva Kunst? I tillegg til en satsning på opplevelsesøkonomien som kan favne det kommersielle og bidra til å gjøre innbyggerne trygge. Vil et slikt grep gjøre at Cultivas rolle blir utydeliggjort? Eller vil det snarere tydeliggjøre for enkelte (med høy kulturell kapital) at Cultiva faktisk er interessert i å utvikle god kunst i Kristiansand, og at dette også vil bidra til å gjøre Kristiansand til en spennende og interessant by? Hvis forståelsen av kultur er at kultur er et luksusgode og en utgiftspost, et syn som kommer til uttrykk i den populistiske diskursen, kan en slik utvidelse av Cultivas diskurs vanskelig aksepteres. Og hvis forståelsen av kultur er at det bare er noe som er verdt å satse penger på hvis det gir en rask økonomisk avkastning, et syn som kommer til uttrykk i den tradisjonelle næringslivsdiskursen, vil antageligvis heller ikke en slik strategi anerkjennes. Men hvis forståelsen av kultur er at visse kulturformer kan bidra til økonomisk vekst i en by, men at visse andre kulturformer (som ikke kan inngå i opplevelsesøkonomien) samtidig er viktige for å bidra til å utfordre befolkningen, skape en kritisk bevissthet og få det nyskapende frem i mennesker, vil kanskje også Kristiansand i større grad oppleves som et kultursentrum lokalt.

---

<sup>125</sup> Intervju 12.05.06



## 6. KONKLUSJON

I denne diskursanalysen av kampen omkring Cultiva har jeg avdekket hva slags forståelse av kultur og byutvikling Cultiva bygger sin strategi på, og undersøkt i hvilken grad det finnes utfordrende forståelser av kultur og byutvikling i debatten omkring Cultiva. Jeg har dessuten undersøkt hvorvidt Cultiva med sin strategi kan gjøre Kristiansand til et kultursentrum. Disse problemstillingene kan belyse hvordan en internasjonal trend som det å satse på kultur som byutviklingsstrategi kommer til uttrykk i en spesifikk lokal kontekst. Nettopp ved å gjennomføre en diskursanalyse av debatten omkring Cultiva kommer det frem hvor kompleks og sammensatt en slik strategi er. Byutvikling i seg selv er et felt hvor det, i følge Skogheim og Røe (2003) eksisterer få sannheter. Knytter man byutvikling til kultur (og næringsutvikling), blir meningene og interessene enda flere, og feltet kompliseres ytterligere.

Cultivas forståelse av kultur og byutvikling er preget av en opplevelsesøkonomi-diskurs. Det viktigste argumentet i opplevelsesøkonomi-diskursen synes å være at (store deler av) kulturfeltet kan leve på markedet uten offentlig subsidiering. Et slikt argument forutsetter en vid forståelse av kultur, som inkluderer alt fra kunst til populærkultur og fritidsaktiviteter som reiseliv og sport. Denne type kultur kan "skape" byutvikling på to forskjellige måter, enten som tiltrekningskraft på turister og/eller (forhåpentligvis) den kreative klassen, eller ved å bli en "industri" som i seg selv kan bli en del av byøkonomien. Industrien kan i seg selv virke som en tiltrekningskraft på de samme målgruppene, i følge Cultiva. Cultiva satser på begge disse byutviklingsstrategiene, men synes i sitt strategidokument å nå legge større vekt på å utvikle industrien, eller kulturnæringene. Med en slik satsning kan de kanskje klare å oppfylle sitt "mandat" om å skape arbeidsplasser (om enn kanskje ikke permanente, siden kulturnæringer ofte er prosjektbasert) og bedre levekår (hvis de klarer å trekke inn noen av de menneskene som faller utenfor det ordinære arbeidslivet, i prosjektene). For å legitimere sin eksistens ovenfor "populistene", som mener at Cultiva bør omgjøres til et velferdsfond, bør antageligvis dette siste aspektet fremheves i langt større grad i Cultivas argumentasjon.

I debatten omkring Cultiva, som jeg mener kan forstås som en kamp, kommer det til syne flere ulike forståelser av kultur og byutvikling, som utfordrer Cultivas satsning. Autonomidiskursen står som en ideologisk motpol til den nyliberale ideologien som opplevelsesøkonomi-diskursen kan sies å hvile på. Enkelte intervjupersoner er prinsipielt imot

det Cultiva forsøker å gjøre i Kristiansand. Autonomidiskursen truer Cultivas legitimitet ved å trekke i tvil Cultivas kulturkompetanse, og ved å stille spørsmålsteget ved Cultivas kultursatsninger. På denne måten gjør autonomidiskursen krav på den kulturelle kapitalen. Hvor spennende er egentlig det Cultiva driver med kulturelt sett, spørres det. Kulturforståelsen som kommer til uttrykk i autonomidiskursen, er smalere enn den forståelsen av kultur som Cultiva opererer med, samtidig som kunsten og kulturens viktighet i seg selv understrekes. Distinksjoner er viktige, fordi kvalitet skiller kunst fra kultur, kultur fra underholdning og kulturmiljøet fra andre miljøer. Kulturelt forbruk skaper, som Bourdieu peker på, identitet. I den grad det kan snakkes om noen instrumentell kulturforståelse innen autonomidiskursen, handler det om at kulturen kan ha en dannelsesfunksjon. Byutvikling må eventuelt komme som en ringvirkning av god kunst og kultur. Gjennom autonomidiskursen kommer det til uttrykk at det er på steder hvor det eksisterer en reell interesse for kunst og kultur at det er interessant og utviklende for kunstnere og kulturutøvere å være.

Den populistiske diskursen, som representerer en annen form for opplevelsesøkonomi-kritisk diskurs, utfordrer opplevelsesøkonomi-diskursen ved å trekke i tvil kulturens næringsverdi. Dette kommer for eksempel til uttrykk ved at kulturen settes i kontrast til sykehjemsplasser. Forståelsen av kultur som kommer til syne i en slik diskurs er at kulturen både er en utgiftspost og et luksusgode. Den tradisjonelle næringslivsdiskursen utfordrer også Cultivas opplevelsesøkonomi-diskurs både gjennom å prioritere kravet om raske avkastninger på investeringer, og ved å vurdere kunst og kultur som et felt man sponser, ikke som man gjør investeringer i, eller inngår i intergrert samarbeid med. Det synes dermed å være liten forståelse for at kultur kan føre til byutvikling innen begge disse opplevelsesøkonomi-kritiske diskursene.

Kan så Cultivas strategi gjøre Kristiansand til et kultursentrum? Svaret på dette spørsmålet avhenger igjen av hvilken kulturforståelse man opererer med. Hvis man legger en vid kulturforståelse til grunn, kan kanskje Kristiansand sies å være et kultursentrum med et bredt tilbud, som en rekke festivaler, Dyreparken, fotballklubben Start, kunstmuseum, symfoniorkester, nytt teater- og konserthus og en spirende kulturnæring innen musikk og digitale audiovisuelle opplevelser. Kristiansand har også fått nasjonal anerkjennelse for sin kultursatsning og blitt utnevnt til årets kulturkommune. Imidlertid fremheves det i Cultivas strategidokument at en av forutsetningene for å kalle seg et kultursentrum, er å ha "et stort og krevende publikum, herunder sakkyndig kritikk, offentlig samtale om kultur og et velutviklet

mediesystem.” Et viktig spørsmål er da om den type kultur som Cultiva støtter gjennom sin strategi kan bidra til dette. Et annet spørsmål er om det eksisterer et slikt stort og krevende publikum i en by som Kristiansand med 76 000 innbyggere.

Hvis man legger en smalere kulturforståelse til grunn, som den som kommer til uttrykk gjennom autonomidiskursen, kan antagelig ikke Kristiansand kalle seg et kultursentrum. Det etterlyses en genuin kulturinteresse og et miljø hvor man kan utvikle seg nettopp på grunn av en slik interesse. Å bruke kulturen instrumentelt, til å utvikle byen på den ene eller andre måten, kan ikke skape et slikt miljø, mener flere intervjupersoner. Opplevelsesøkonomien blir dermed et begrep mange kreative mennesker synes å distingvere seg fra, og da spesielt kunstnere. Cultiva ser selv behovet for å tiltrekke seg kunstnere til byen for å bidra til å skape et ”people climate” i Kristiansand, som (utfra Richard Floridas definisjon av hva et people climate er) i liten grad synes å være tilstedeværende i intervjupersonenes fortellinger om Kristiansand. Paradoksalt nok synes det ikke som om Cultiva med sin opplevelsesøkonomi-diskurs klarer å ivareta denne gruppen. Cultiva har bare til en viss grad tatt til seg autonomidiskursen ved å opprette Cultiva Ekspress, men denne oppfattes av mange som en ”trøstepremieordning”.

I oppgaven har jeg bevisst valgt en diskursanalytisk tilnærming som baserer seg på et moderat sosialkonstruktivistisk vitenskapsteoretisk ståsted, fordi jeg mener at det er viktig å også forstå de politisk-insitusjonelle og større samfunnsmessige rammene som påvirker, og blir påvirket av, diskursene. Cultiva er en form for bygovernance som kan sies å være skapt som et ”konkurransedyktig” svar på globalisering og overgangen fra en industribasert til en kunnskapsbasert økonomi. Samtidig skjer dette innen rammen av en velferdsstat. Det er heller ikke helt klart hvor fristilt Cultiva er i forhold til sin stifter, kommunen, noe som spiller inn på Cultivas ressursfordeling og mulighet til å være ”entreprenørisk”. Cultiva har svært mange hensyn å ta, og opererer som nevnt i en gråsoner mellom kulturpolitikk, næringsutvikling og byutvikling. Bugge og Isaksen (2007) påpeker at det ofte er vanskelig å kombinere god kulturpolitikk og god næringspolitikk. Cultiva skal i tillegg til dette tenke helhetlig, og dermed territorielt.

For at Cultiva skal lykkes med den strategien de har lagt seg på er de avhengig av å få gjennomslag for sin opplevelsesøkonomi-diskurs. Opplevelsesøkonomi-diskursen kan forstås som et uttrykk for det Fairclough (1995) betegner som en ”marketization of discourse”, som i

dette tilfelle rammer kulturfeltet. Et argument er at en vektlegging av kulturfeltets potensielle markedsverdi, gir kulturfeltet mer makt. Et annet argument er at det knebler og ufarliggjør kunsten og kulturen. Spørsmålet er hvem som på et vis "eier" kulturfeltet, og dermed har definisjonsmakt over det. Kampen omkring Cultiva kan forstås i lys av dette, og forklare hvorfor Cultivas opplevelsesøkonomi-diskurs møter såpass mye motstand.

Cultivas strategi for å bygge opp kulturnæringer kan, om man lykkes med dette, ha en både langvarig og sosiokulturell effekt i Kristiansand. Cultiva kan skape arbeidsplasser og bedre levekår, og dermed bidra til å gjøre innbyggerne i Kristiansand trygge. I følge Dokk Holm er det likevel kunsten som skaper en kritisk bevissthet og gjør oss innovative. En større satsning på kunstfeltet, som et tillegg til, men ikke som del av, opplevelsesøkonomien kunne kanskje i større grad fange opp de nyskapende kreftene et kultursentrum trenger. Navnet Cultiva indikerer tross alt ikke bare *vekst* og *utvikling*, men også *nyskapning*.

## Referanser

- Adorno, T. W. og Horkheimer, M.(1947). *Kulturindustri. Opplysning som massebedrag*. Norsk 2.utgave 1991, J.W Cappelens Forlag A.S, Oslo.
- Asheim, B.T., Hansen, H.K. og Vang, J. (2006). *The Creative Class and Regional Growth: Towards a Knowledge Based Approach*. Department of Social and Economic Geography and Centre for Innovation, Research and Competence in the Learning Economy (CIRCLE), Lund University, Sweden and Centre of Technology, Innovation and Culture, University of Oslo.
- Aspen, J. (2005). *Kulturplanlegging*. Kryss.no
- Aunevik, A.K. (2006). *Status stedsprofilering av Kristiansand, Formannskapet i Kristiansand kommune 21.06.06*
- Bayliss, D. (2004). *Denmark's Creative Potential. The role of culture within Danish urban development strategies. I: International Journal of Cultural Policy, Vol 10, No.1, 2004*
- Bergsli, H. (2005). *Entreprenørpolitikk og byutvikling. Byutvikling og globale trender. I: Governance i norske storbyer. Mellom offentlig styring og privat initiativ*, Spartacus Forlag.
- Bille, T (2005). *Cultiva- stiftelsen i Kristiansand – en stor satsning på kultur og kreativitet*. Kulturforvalterne unlimited. Kryss.no
- Bourdieu, P. (1979). *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Norsk utgave Pax Forlag 1995
- Brekke, N. og Nordgård, D. (2005) *Hva hindrer Kristiansands kulturliv? Masteroppgave i offentlig politikk og ledelse*. Høgskolen i Agder.
- Bugge, M. M. og Isaksen, A. (2007) *Kultur – retur. Fylkeskommunenes satsing på kulturbasert næringsutvikling*. NIFU STEP Rapport 4/2007
- Cameron, S. og Coaffee, J. (2004). *Art, Gentrification and Regeneration - from artist as pioneer to public arts*. Paper submitted to *European Journal of Housing Policy*, August 2004, University of Newcastle, UK
- Chouliaraki, L. og Fairclough, N. (1999). *Discourse in Late Modernity. Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh University Press.
- Creswell, T. (2004). *Place. A short introduction*. Blackwell Publishing, Oxford.
- Crew, L og Lowe, M. (1995). *Gap on the map? Towards a geography of consumption and identity*. *Environment and Planning A*:27
- Cultivas overordnede strategidokument (2006). *Fra vannkraft til skaperkraft. Cultivas overordnede strategi for sikring av arbeidsplasser og gode levekår i Kristiansand 2007-2020*.

Cultiva rapport 2005. Investeringer i levekår og arbeidsplasser

Cultiva rapport 2006. Investeringer i levekår og arbeidsplasser

Danielsen, A. og Nordli Hansen, M. (1999). Makt i Pierre Bourdieus sosiologi. I: Engelstad, F. (red) *Om makt. Teori og kritikk*. Ad Notam Gyldendal.

De Paoli, D. (2003) Opplevelsesøkonomi som fagfelt i Norge – keiserens nye klær? *Magma* 3/2006

Enes, B. (2007). Digitale audiovisuelle produkter. Notat utarbeidet på oppdrag fra administrasjonen i Cultiva.

Ervervministeriet og Kulturministeriet i Danmark (2000) Danmarks kreative potentiale. Kultur og erhvervpolitisk redegørelse 2000.

Evans, G. (2001). *Cultural Planning. An urban renaissance?* Routledge, London

Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press

Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Longman Group Ltd., Essex

Fimreite, A. L., Medalen, T. og Aars, J. (2005). By-governance. I: *Governance i norske storbyer. Mellom offentlig styring og privat initiativ*. Spartacus Forlag.

Fimreite, A. L. og Aars, J. (2005). Governance med kommunen som nav - tre nettverk i Kristiansand. I: *Governance i norske storbyer. Mellom offentlig styring og privat initiativ*, Spartacus Forlag.

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class...and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Books, New York

Foucault, M. (1972). *The archeology of knowledge*. Pantheon Books, New York.

From, J. og Sitter, N. (2002). Hva er governance?. *Plan* 6/2002

Garcia, B.(2004). Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future. *Local Economy*, Vol. 19, No. 4, 312 - 326, November 2004

Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures: selected essays*. Basic Books, New York.

Gran, A.B. og De Paoli, D. (2005) *Kunst og kapital. Nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*. Pax forlag 2005.

Hall, P. (2001). Global City-Regions in the Twenty-first Century. I Scott, A. J. (red) *Global City-Regions. Trends, Theory, Policy*. Oxford University Press.

- Hall, T. og Hubbard, P. (1999). The entrepreneurial city: new urban politics, new urban geographies? *Progress in human geography*, 20 (2), ss.153-174
- Haraldsen, T., Overvåg, K. og Vaagland, J. (2005). Kulturnæringene i storbyregionene Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger – Kartlegging og analyse av økonomisk betydning, dynamikk, lokalisering og utviklingsstrategier. ØF-rapport nr. 05/2005. KS Program for storbyrettet forskning.
- Harvey, D. (1989). From managerialism to entrepreneurialism: the transformasjon in late capitalism. *Geografiske Annaler. Series B, Human Geography*. Almqvist & Wiksell International
- Hidle, K. et al (2005). Samspill i fem norske byregioner. FoU rapport 4/2005. Agderforskning - Rogalandforskning.
- Isaksen, A. (2005) Den kreative klassen og regional næringsutvikling i Norge. Utkast til rapport. NIFU STEP, 2.juli 2005.
- Jessop, B (1998). The Narrative of enterprise and the enterprise of narrative: Place marketing and the entrepreneurial city. I Hall, T og Hubbard, P. (red): *The entrepreneurial city. Geographies of Politics, Regime and representation*. John Wiley & Sons, Chichester, New York
- Kvale, S. (1997). *Det kvalitative forskningsintervju*. Gyldendal Norsk Forlag AS 2001.
- Kristiansand kommune (2002). Kulturpolitisk strategi for Kristiansand 2002
- Kristiansand kommune (2005). Vi tror på muligheter. Kommuneplan 2005-2016
- Landry, C. (2006). *The Art of city making*. Earthscan/ Cromwell Press, Trowbridge, UK.
- Leitner, H. og Sheppard, E. (1998). Ch. 14: Economic Uncertainty, Inter-Urban Competition and the Efficacy of Entrepreneurialism. I: (Red) Hall, T & Hubbard, P. *The Entrepreneurial City. Geographies of Politics, Regime and Representation*. John Willy & Sons Ltd. 1989.
- Lysgård, H.K. (2002) Kultur og byutvikling, eller bare kultur? Fædrelandsvennen 29.07.2002
- Løfgren, A. (2000). A Thousand Years of Loneliness? Globalisation from the Perspective of a City in the European Periphery. *Geoforum. Journal of Physical, Human and Regional Geosciences* 31/2000, 501-511.
- Manville, M. og Storper, M. (2006). Behaviour, Preferences and Cities: Urban Theory and Urban Resurgence. *Urban Studies*. Vol. 43, No. 8, 1247-1274, July 2006
- Marshall, C. og Rossman, G.B (1999). *Designing Qualitative Research*. Sage Publications, London.
- Mathiesen Hjemdahl, K. (2004). Opplevelsesindustri på Sørlandet - en rapport, 19.april 2004

Mathiesen Hjemdahl, K (2006). Nordisk senter for opplevelsesindustri? Satsing fra Sørlandet. Prosjektrapport nr.3/2006. Agderforskning.

Neumann, I. (2001). *Mening, materialitet, makt: en innføring i diskursanalyse*. Fagbokforlaget, Bergen.

Nilsson, S. (2003). *Kulturens nye vegar. Kultur, kulturpolitikk og kulturutveckling i Sverige*. Polyvalent AB, Malmö 2003.

Peck, J. (2005). Struggeling with the creative class. Forthcoming *International Journal of Urban and Regional Research*.

Pine, J.B. og Gilmore, J.H. (1999) *The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press. Boston, Massachusetts, 1999.

Porter, M.(2001). Regions and the New Economics of Competition. I Scott, A.J.(red). *Global City-Regions. Trends, Theory, Policy*. Oxford University Press.

Rhodes, R.A.W. (1996). The new governance: Governing without government. *Political studies*, 44(4), ss.652\_667.

Sassen, S. (2000). *Cities in a world Economy*. Thousand Oaks, Calif.:Pine Forge Press.

Scott, A.J et al.(2001).Global City-Regions. I Scott, A.J (red) *Global City-Regions. Trends, Theory, Policy*. Oxford University Press.

Scott, A.J. (2006). Creative cities: Conceptual Issues and Policy Questions. *Journal of Urban Affairs*, Volume 28, Number 1, pages 1-17.

Skogheim, R.og Røe, P.G og (2003). Makt og meningsdannelse i byutviklingen. I: *Nordisk arkitekturforskning* (3) 2003 ss. 35-42.

Skaar, K. et al. (1999). Liv og livskvalitet i Agder. Levekår og livskvalitet for tusenårsskifte. Revidert utgave 1999. Agderforskning.

Storbymeldingen. Om utvikling av av storbypolitikk. Stortingsmelding 31 (2002-2003)

Stortingsmelding 22 (2004-2005), Kultur og næring. Kultur- og kirkedepartementet.

Sæter, O.og Ekne Ruud, M. (2005). *Byen som symbolsk rom. Bypolitikk, stedsdiskurser og gentrifisering i Gamle Oslo*. Norges byggforskningsinstitutt 2005

Thagaard, T. (2003). *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. Fagbokforlaget Vigmostad & Bjerke AS

Tveiten, O.og Lysgård, H. K. (2005). Cultural economy at work in the city of Kristiansand: cultural policy as incentive for urban innovation. *AI & Soc* (2005) 19: 485-499.

Vatne, E (red) (2005). *Storbyen i kunnskapsøkonomien*.



Arena for kunnskapsdeling og nyskaping.

Ward, K.(2003). The limits to contemporary urban redevelopment. *City*, Vol 7, No.2, July 2003

Winther Jørgensen, M.og Phillips, L. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. Roskilde universitetsforlag, Roskilde

Zukin, S.(1995). *The culture of cities*. Blackwell Publishing, Malden, MA, USA

# Vedlegg 1: Intervjuguide

## 1 Om forholdet til Kristiansand/ stedsidentitet

- Hvor lenge har du bodd i Kristiansand? Hvorfor har du valgt å bosette deg i Kristiansand?
- Hva er Kristiansand for deg?
- Hva er stedets fortrinn/ mindre gode sider?
- Hva slags tilknytning har du til byen? Hvilke sider ved byen føler du tilknytning til?
- I storbymeldingen har Kristiansand fått status som storby. Opplever du Kristiansand som en storby?

## 2 Om endringsprosesser

- Opplever du at Kristiansand er i en endringsprosess om dagen? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Hva mener du om det som bygges i byen, som det nye teater-og konserthuset, og stadion?
- Hva mener du om samlokaliseringen av kulturaktiviteter på Odderøya?

## 3 Om kultur og Cultiva

- Hvordan er kulturlivet i Kristiansand? Fortell
- Opplever du Kristiansand som en kulturby?
- Hva er ditt forhold til Cultiva?
- Hvordan kommuniserer Cultiva med befolkningen?
- I følge Cultiva er stiftelsens formål 'å sikre arbeidsplasser og gode levekår i Kristiansand ved å gi støtte til prosjekter ved etablering av kunst-, kultur- og kunnskapsinstitusjoner eller organisasjoner som bidrar til nyskapning, utvikling og kompetansebygging ved kreative miljøer i Kristiansand' Hva mener du om denne formålsparagrafen?
- Videre sier de at 'institusjoner eller organisasjoner som mottar støtte må drive virksomhet på kvalitativt høyt nivå til nytte for lokalsamfunnet' Hva mener du om de investeringene som Cultiva har gjort til nå? Hvordan vurderes de, og på hvilken måte kommer de lokalsamfunnet til gode?
- Hva forbinder du med opplevelsesindustri?

- Hvilken funksjon har Cultiva hatt for Kristiansand til nå? Og hvilken funksjon kan Cultiva ha for Kristiansand i fremtiden?
- Mange andre byer satser på kultur som byutviklingsstrategi. Er det som skjer i Kristiansand unikt på noen måte?
- Hvilke aktører er med i kultur og byutviklingsprosjektet i Kristiansand? Hvordan kommuniserer de? Er prosjektet forankret i befolkningen?

#### **4 Om stedsmarkedsføring**

- Hva mener du om Kristiansands profil utad? Hvordan oppfattes Kristiansand utenfra?
- Hvem har interesse av å stedsmarkedsføre Kristiansand?
- Kan Kristiansand markedsføre seg som en kulturby? Eller bør byen markedsføre seg som noe annet?