

Kandidatuppsats i Kulturadministration (KULK10)

Avdelningen för kulturarbete och intermedialitet

Institutionen för kulturvetenskaper

Lunds universitet

VT 2013

Handledare: Mikael Askander

Examinator: Åsa Alftberg

Kultur till vilket pris som helst?

En undersökning av hur besökare och aktörer i
Malmö's kulturliv ser på fenomenet gratiskultur



LUNDS
UNIVERSITET

Av: Cecilia Dellow

Innehållsförteckning

Abstract	3
Inledning	4
Syfte och frågeställning.....	4
Avgränsningar.....	6
Tidigare forskning och material.....	7
Metoder	9
Teorier.....	12
Disposition	14
Undersökning och genomförande	15
Definitioner och förklaringar	15
Vad är gratis i Malmö?.....	15
Sommarscen Malmö.....	16
Malmöfestivalen.....	16
Folkets Park.....	17
Beskrivningar av de tre intervjuade verksamheterna.....	17
Malmö Konsthall – helt gratis	17
Debaser Malmö – Delvis gratis	18
Malmö Stadsteater – nästan enbart kultur som kostar pengar	18
Undersökningen.....	18
Resultat och analys	19
Resultat	19
Malmö Konsthall	19
Debaser Malmö	21
Malmö Stadsteater	23
De övriga ”gratisorganisationerna”.....	24
Andersons gratismodeller – tabell	24
De kulturmedvetna besökarna	24
Besökarna som inte är så kulturmedvetna	25
Diskussion och analys	26
Sammanfattning	29
Framtida forskning.....	30
Källförteckning	32
Publicerat material	32
Tryckta källor	32
Internetkällor	32

Opublicerat material	36
Uppsatser	36
Intervjuer	36
Bilagor.....	38
Bilaga 1 - Intervjufrågor Malmö Konsthall	38
Bilaga 2 - Intervjufrågor Debaser Malmö	39
Bilaga 3 - Intervjufrågor Malmö Stadsteater	40
Bilaga 4 - Intervjufrågor Kulturmedvetna besökarna	41
Bilaga 5 - Intervjufrågor Inte lika kulturmedvetna besökarna	42

Abstract

This thesis: *Culture at any price? A study of how visitors and producers in Malmö think of free culture* is about professional free culture in Malmö and how it affects other kinds of culture in the city. My main research questions are: How do people value culture? How much and what are they willing to pay for it? And does free culture change the way people think of other kinds of culture? How do different culture businesses understand free culture and the effect it might have on other kinds of culture? The main method for this thesis is interviews, which I have conducted with three types of culture businesses, one offering free culture, one offering culture for paying customers and one business that's offering free culture to some extent. The thesis is also based on interviews with people living in Malmö, some with a great interest in culture and some people that rarely take part in different culture events. Theoretical standpoints are mainly Chris Anderson and his book *Free*, where he explains the phenomenon and the different types of free.

Keywords: Free culture, values of culture, Malmo, Chris Anderson

Nyckelord: Gratis kultur, kulturens värden, Malmö, Chris Anderson

Inledning

Malmö har gått från att vara en industristad till att bli en kunskapsstad och ett konsumtionssamhälle och Malmö är idag fyllt till bredden med kultur av olika slag. Allt från konserter, till turnerande teaterföreställningar och nutidskonst erbjuds. Det finns både kultur som kostar pengar och kultur som är gratis. Det finns kultur för malmöborna själva och kultur för turister som är på besök; kultur av amatörer och professionell kultur; barnkultur och kultur för äldre. Kort sagt, det finns i princip något för alla i Malmö kommun. Jag har ett speciellt intresse för just Malmös kulturliv, då jag själv bor i staden. Detta intresse gäller såväl för mig som kulturintresserad medborgare, som för mig i rollen som kulturadministratör.

I min B-uppsats i Kulturadministration vid Lunds universitet tog jag upp frågeställningen om gratiskultur och hur det påverkar oss. Jag kom i den uppsatsen en bit på vägen, men tyckte att det fattades olika perspektiv för att få en djupare förståelse om ämnet, som är både intressant och relevant i dagens samhälle där människor mer och mer förväntar sig att få saker gratis i sin vardag, allt från musik och film till upplevelser av olika slag. Därför väljer jag att även skriva min kandidatuppsats inom samma ämne, för att förhoppningsvis kunna ge en mer djupgående bild av hur man ser på fenomenet gratiskultur. Det finns inte mycket tidigare forskning om ämnet att tillgå och således hoppas och tror jag att denna uppsats kan ligga till grund för vidare forskning.

Syfte och frågeställning

Denna uppsats kretsar kring kulturutbudet i Malmö och mitt syfte är att undersöka hur uppfattningar om gratiskultur i en svensk kommun ser ut och hur man som konsument och arrangör ser på kultur som inte kostar något och vilken konsekvens det har för annan kultur. Uppsatsen handlar således om hur man ser på fenomenet gratiskultur och inte hur det fungerar i verkligheten, även uppfattningen och hur det fungerar i verkligheten skulle kunna stämma överens. Hur besökarnas syn på gratiskultur ser ut är viktigt, då det är dessa personer som bestämmer om de vill betala och vad de vill betala för. Därför har jag undersökt hur synen dels bland kulturmedveten besökare som har kunskap om vad som erbjuds på olika plan i Malmö och dels bland besökare som inte aktivt tar del av så mycket kultur ser ut. Jag vill också ta reda på hur uppfattningen om gratiskultur och annan kultur bland arrangörer för olika sorters kultur i Malmö ser ut, vad gäller dels de som enbart arrangerar gratiskultur, dels de som delvis erbjuder gratiskultur, men på andra villkor och sist gruppen som arrangerar kultur som alltid kostar pengar.

Jag vill också med hjälp av Chris Andersons teorier om fenomenet gratis se hur några andra stora verksamheter i Malmö som erbjuder gratiskultur ser ut. Jag vill hävda att Andersons teori om att gratis faktiskt är gratis och inte bara ett lockbete för att vi ska köpa något annat längre fram, som det varit tidigare (Anderson, 2009, sid 11) stämmer överens med hur man som besökare och arrangör ser på gratiskultur i Malmö. Hans teori om att något är gratis, men att organisationen får något i gengäld och att man ändå kan tjäna pengar på det stämmer dock inte helt och hållet in på hur man ser på gratiskultur i Malmö. Hur det ser ut i praktiken är en annan fråga, då stämmer det bättre överens med Andersons teori. Dessa argument utgår dels från intervjuer som jag gjort med några personer som tar stor del i Malmös kulturliv och med personer som inte tar så stor del i Malmös kulturliv och hur de olika besökargrupperna ser på kultur som är gratis respektive kostar pengar. Jag är medveten om att det finns en annan grupp människor, som inte bryr sig om dessa frågor, men de har jag lämnat utanför min studie, då jag vill koncentrera studien till personer som har en åsikt i frågan. Mina argument bygger även på mina intervjuer med tre olika arrangörerna i Malmö; informatören på Malmö konsthall, försäljningschefen på Malmö Stadsteater och bokningsansvariga/producenten på Debaser Malmö. Det är för att få en bredare bild av hur olika verksamheter kan se ut som har jag gjort intervjuer med tre olika typer av verksamheter; en verksamhet (Malmö Konsthall) som erbjuder gratiskultur och är helt är finansierade kommun, en verksamhet (Malmö Stadsteater) som kostar pengar och som delvis är finansierade av stat, region och kommun, men som också är finansierad av biljettintäkter från besökarna och en verksamhet (Debaser Malmö) som delvis erbjuder gratiskultur och som inte får några bidrag alls, utan enbart är finansierad av egna intäkter.

Jag vill även hävda att det går att placera in Malmös gratiskulturliv i Andersons teorier om de fyra huvudkategorierna inom gratismodellerna (Anderson, 2009, sid 31). Ett av mina syften med att genomföra denna undersökning, med Anderssons teorier som bas är att få ett svenskt perspektiv på teorierna, med Malmö som exempel. Då Anderson utgår från marknadsförhållanden i USA vill jag ta reda på om det ser annorlunda ut i Sverige.

Jag kommer att diskutera och arbeta utifrån bland annat de här frågeställningarna:

- Går det att förklara gratiskultur i Malmö med Andersons syn på gratis?
- Hur ser malmöbor på den kultur som erbjuds och har priset någon betydelse för hur den upplevs och vad man väljer?
- Vad är besökarna beredda att betala för?

- Hur ser aktörer som enbart erbjuder gratiskultur på hur de påverkar kultur som kostar pengar?
- Hur ser aktörer som inte erbjuder gratiskultur på hur den gratiskultur som finns påverkar dem?
- Hur ser aktörer som erbjuder gratiskultur under vissa premisser på hur de påverkar annan kultur och varför har de valt denna strategi?
- Är det viktigt att det finns gratiskultur för invånarna i Malmö?
- Kan gratiskultur ge något som kultur som kostar pengar inte kan?
- Kan gratiskultur påverka annan kultur negativt?

Avgränsningar

Jag har valt att koncentrera min undersökning till utbudet som finns i Malmö kommun och på så vis använder jag mig av Malmö som ett exempel på hur det kan fungera i ett större sammanhang. Min studie kommer således sannolikt säga något om hur synen på gratiskultur skulle kunna se ut i vilken svensk stad som helst. Dock skulle det krävas mer forskning i och om andra städer för att påvisa att detta stämmer. Av tidsmässiga skäl har jag valt att avgränsa min studie till det svenska kulturlivet, med Malmö som exempel. Detta för att det är svensk kulturpolitik som intresserar mig mest, då det är i Sverige jag bor och i störst utsträckning upplever kultur av olika slag. Det hade varit omöjligt att undersöka all kultur som erbjuds i Malmö och därför har jag gjort ett urval. Jag har gjort nedslag i organisationer av olika karaktärer, för att få ett så brett perspektiv som möjligt. Dock har jag valt att undersöka organisationer som är relativt stora och som har en relativt stor publik. Då det inte finns många organisationer i samma storlek i andra delar av staden, har jag koncentrerat undersökningen till organisationer belägna i den centrala delen. Jag har också valt att göra intervjuer med nyckelpersoner inom de olika organisationerna. De kan på grund av sin ställning i organisationen sätta in deras organisation i ett större perspektiv och reflektera över hur de påverkar och påverkas av andra organisationer.

Jag har också valt att enbart undersöka och diskutera offentlig professionell kultur, det vill säga den kultur som utövas och produceras av professionella aktörer. Alltså inte till exempel amatörteatrar eller gatumusikanter framförd av personer utan relevant utbildning. Denna avgränsning har jag valt att göra delvis för att det är inom professionell kultur som jag har erfarenhet och som intresserar mig och dels för att det inom detta fält saknas forskning. Jag har också valt att fokusera min studie på den fysiska formen av kultur,

alltså den man uppsöker utanför hemmet och inte till exempel teaterföreställningar som visas på TV, litteratur eller nedladdning av till exempel filmer från Internet. Det finns mängder av gratiskultur på Internet och jag är medveten om att det i viss mån kan konkurrera med den fysiska kultur som jag valt att undersöka. Dock har jag valt att bortse från denna typ av gratiskultur i min undersökning, då det är gratiskultur i Malmö som jag är intresserad av. Naturligtvis finns gratis även inom andra områden, såsom sportevenemang, men jag har valt att fokusera denna studie på enbart kultur.

Tidigare forskning och material

Då det inte finns mycket forskning om hur gratiskultur påverkar konsumenterna och arrangörerna i en stad som Malmö anser jag att min studie är relevant dels för malmöborna, men också för forskningen och kulturpolitiken. Jag har även vid ett flertal tillfällen själv stött på frågor relaterade till området gratiskultur i professionella kultursammanhang och märkt att det efterfrågas en studie att luta sig tillbaka på i frågan. Det är ett ämne som inte minst tas upp inom kulturpolitiska program och satsningar. Bland annat står det i Region Skånes kulturpolitiska mål ”Region Skånes kulturpolitiska ansvar innebär att göra kulturupplevelser tillgänglig för så många skåningar och besökande som möjligt.” (Grönfeldt Wille, 2013). Med utgångspunkt i sådana formuleringar kan man fundera över hur väl det rimmar att kulturen ofta kostar och att alla kanske inte har råd att ta del av den.

Att studera gratiskultur är en del av det kulturpolitiska fältet, där kultur och ekonomi alltid gått hand i hand och en fråga man kan ställa sig är om kulturen håller på att ekonomiseras. Clas Barkman skrev i Dagens Nyheter ”Kulturen har alltmer börjat handla om pengar och nytta, tittarsiffror och publikintäkter, allt mindre om kulturen för dess egen skull. Myndigheten kallar utvecklingen för ekonomisering.” (Barkman, 2013). John Armbrecht vid Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet publicerade i slutet av 2012 en doktorsavhandling om kulturens värde. Armbrecht menar att kulturens värde handlar om livskvalitet snarare än om ekonomiska effekter och om man betalar 100 kronor för en entrébiljett, men egentligen är beredd att betala 300 kronor, är värdet av besöket 300 kronor (Armbrecht, 2012, sid 86). I sin undersökning av Vara konserthus, Nordiska Akvarellmuseet och musikfestivalen Way Out West kommer Armbrecht fram till att värdet som skapas är högre än kostnaderna de för med sig (Armbrecht, 2012, sid 107). Armbrecht menar att man missar viktiga värden som kulturen skapar om man bara ser på de ekonomiska effekterna och att kulturinstitutionernas mål snarare är att skapa livskvalitet än ekonomisk tillväxt (Karlsson,

2012). Är det det ekonomiska värdet man ska titta på, istället för det kulturella värdet och kan man mäta kultur på det viset? Detta är en intressant aspekt i min undersökning och vid utformandet av intervjufrågorna som jag ställt till aktörer och besökare.

Det finns mycket forskning om kulturekonomi, men nästan all tidigare forskning jag stött på inom kultur och ekonomi har saknat perspektivet gratis, vilket visar på en relevans för min uppsats. Det har skrivits en del om sponsring av kultur, bland annat skriver förre kultur- och utbildningsministern Bengt Göransson i *Helsingborgs dagblad* om att kulturinstitutioner måste söka alternativa finansieringsformer (Göransson, 2013). Det finns också en hel del uppsatser på området, bland annat *Sponsring och finansieringsmetod: kulturens nya villkor* av Christoffer Krusell och Jennie Lindell och *Gratis pengar? – om sponsring av kultur* av Susann Moritz. Man kan också läsa en hel del om museiavgifter och huruvida det ska vara gratis entré. Bland annat har Statens kulturråd skrivit en rapport om detta som kom 2006 (Statens kulturråd, 2006). Denna aspekt tar jag delvis upp, då jag intervjuat Lena Leeb-Lundberg, informatör på Malmö Konsthall, som alltid har fri entré.

Det finns även en del studier om gratis på Internet. Främst har Chris Anderson skrivit om detta, men det finns även andra studier i ämnet, bland annat den populärvetenskapligt hållna boken *Såld på nätet – Priset du betalar för gratis* (Alverén, 2012) som handlar om, precis som titeln avslöjar, vad som är gratis på Internet och hur vi istället betalar för oss. I takt med att mer och mer på och via Internet har blivit gratis och att vi förväntar oss att det ska vara gratis både där men även utanför nätet (Anderson 2009, sid 21) anser jag min studie vara relevant för att se om man som konsument även anser att kulturen som erbjuds i staden ska vara gratis.

Free av Chris Anderson

Chris Andersons bok *Free* kom så sent som 2009 och handlar om just ämnet gratis. Denna bok är både omtalad och debatterad och när Anderson besökte Malmö och Media Evolution i början av 2009 för att tala om sin bok, satte en diskussion igång om huruvida det Anderson säger stämmer eller inte. Anderson hävdar bland annat att allt kommer att bli gratis på Internet och att det fortfarande går att tjäna pengar på det. En av personerna som besökt Luftkastellet i Malmö den 4 februari 2009 och lyssnade på Anderson när han talade om sin bok *Free* var Madelene Hellström som skriver för IDG, International Data Group, som bevakar olika IT-frågor. Hon beskriver att alla lyssnade andäktigt på Anderson, men att det under paneldebatten kom några kritiska frågor (Hellström, 2009). Är lösningen att man ska sänka

sina priser, undrade någon. Anderson beskriver att det alltid kommer finnas någon som är beredd att göra saker gratis, men säger samtidigt att det är en generationsfråga, att människor i hans egen ålder (Anderson är född 1961) är skeptiska till fenomenet gratis, medan den yngre publiken köper hans argument att det alltid går att hitta ett gratis alternativ till det någon vill sälja (Hellström, 2009). Richard Herold skriver en blogg för bokförlaget Atlas och även han befann sig, tillsammans med cirka 500 andra på Media Evolution 2009. Herold tycker visserligen att Anderson har rätt i frågan om gratis, men tyckte att det i längden blev tröttsamt att lyssna på Anderson den dagen (Herold, 2009). Raphael Sedin, projektledare och IT-konsult, var på samma föreläsning och håller inte helt med Anderson. Han reagerar på att boken *Free* inte är gratis, att man måste betala för den (Sedin, 2009). Annars skriver han inte så mycket om själva föreläsningen, utan kritiserar mest Andersons exempel Spotify, som han inte anser vara ett bra exempel på hur gratis fungerar (detta var 2009 och tjänsten har utvecklats sedan dess). Senare samma år lyssnade Fredrik Wass på en föreläsning som Anderson höll i San Francisco. Wass var inte heller övertygad om *Free*. Han hade hoppats mer på en lösning än en lägesbeskrivning, som han ansåg *Free* vara (Wass, 2009). Daniel Sandström, dåvarande chefredaktör på Sydsvenskan är mer skeptisk till *Free*, men tycker samtidigt att den är läsvärd (Sandström, 2009). Dock skriver han också ”Terminologin är smart, men modellen är varken kontroversiell eller unik, de flesta dagstidningar arbetar i praktiken redan så, med gratis nätupplaga och betald pappersupplaga.” (Sandström, 2009). Vidare kritiserar han Anderson för att han inte tar upp på vilket sätt vi betalar, till exempel när vi använder Google, som säljer information om användarna vidare till olika annonsörer.

Metoder

Den huvudsakliga metod jag använt mig av i denna uppsats är kvalitativa intervjuer (Ryen, 2004). Jag har ställt enkla och raka frågor till respondenterna och fått komplexa svar (Trost, 2005, sid 7). Jag använder mig av kvalitativa intervjuer för att jag vill försöka förstå människors sätt att resonera och kunna bearbeta och jämföra intervjuerna med varandra. Oförutsedda infallsvinklar kan dyka upp under intervjun och denna metod gör det möjligt att hantera dem (Jacobsen, 1993, sid 19). Jag vill kunna hitta ett mönster inom fenomenet gratiskultur (Trost, 2005, sid 14). Utifrån de frågeställningar jag har i min uppsats anser jag denna typ av intervjuer vara de som ger bäst svar och resultat. Jag vill kunna tolka svaren ur de av mig valda teoretiska perspektiven och då är kvalitativa intervjuer rätt val (Trost, 2005, sid 15). Jag har valt att arbeta med en halvstrukturerad intervjuform, där jag visserligen i

förväg bestämt vilka frågor som jag ville ha svar på, men de har ställts på ett öppet sätt så att de tillfrågade har haft möjlighet att utveckla sina tankar och svar (Lantz, 2007, sid 29). Det fanns även utrymme för följdfrågor vid de tillfällen som något intressant uppstod.

Ett misstag som ofta görs när man använder intervjuer som metod är att datainsamlingen påbörjas för tidigt, innan det är klart hur syfte, teoretiska utgångspunkter, frågeställningar och metod hänger ihop (Lantz, 2007, sid 17). För att undvika detta avvaktade jag med intervjuerna både med arrangörer och med besökare tills jag hade en klar bild av vad jag vill undersöka med uppsatsen. Vid utformningen av intervjufrågor har jag utgått från de olika teorier och frågeställningar som jag presenterar ovan, i början av uppsatsen. Detta gör att man får en tydligare bild av vilka frågor som jag behövt ställa och få svar på med utgångspunkt i teorierna. Jag har med hjälp av mina intervjuer studerat mina frågeställningar empiriskt (Lantz, 2007, sid 50). När man studerar fenomenet gratis är det människors (professionella och i allmänhet) föreställningar och uppfattningar om priser, värden och gratis som är av intresse, då det styr mycket av hur gratis kan fungera. Därför anser jag mitt val av intervjumetod, där jag undersöker människors uppfattningar om gratiskultur vara rätt för denna undersökning.

Intervjuerna har jag valt att göra dels med tio malmöbor som är insatta i Malmös kulturliv, som har kunskap om vad som erbjuds på olika plan i Malmö och hur kultur kan vara finansierad och dels samma antal personer som inte är lika insatta i Malmös kulturliv, som inte aktivt tar del av så mycket kultur och som inte har så stor kunskap om hur kultur är finansierad och vad olika saker kostar. För att hitta rätt personer till undersökningen ställde jag initialt frågan hur ofta de går på olika kulturarrangemang i Malmö. Jag har i denna studie valt att inte fokusera på sociokulturell bakgrund, ålder och kön etcetera. Detta för att det essentiella i min undersökning är hur kulturmedveten respondenterna är och inte varför de är eller inte är det. Vid mina intervjuer med malmöborna har jag använt mig av klassificering (Ejvegård, 2009, sid 37) för att på så vis utgå från personer från ”samma grupp”, det vill säga dels kulturintresserade malmöbor som är insatta i Malmös kulturliv och på detta sätt komma så nära publikens experter som möjligt (Ejvegård, 2009, sid 50) och höra om deras syn på gratiskultur och hur gratiskultur påverkar andra delar av kulturlivet. Jag har också intervjuat malmöbor som inte är lika kulturintresserade och som inte tar del av Malmös kulturliv på samma sätt. Jag tyckte att det skulle vara intressant att se på vilket sätt svaren skiljer sig från varandra, mellan de två olika grupperna. Intervjuerna har jag genomfört på olika sätt beroende på vad respondenterna föredragit. De har skett genom mail, telefon och personliga möten. Mitt förstahandsval har varit att utföra face-to-face-intervjuer, alltså intervjuer genom

personliga möten, för att man vid denna typ av intervjuer har möjlighet att läsa in mer än vad respondenten säger verbalt, såsom ansiktsuttryck och kroppsråk (Jacobsen, 1993, sid 159). Vid tillfällena när respondenterna inte haft möjlighet att träffas för face-to-face-intervjuer, har jag i första hand använt mig av telefonintervjuer. Då man har möjlighet att ställa följdfrågor och läsa av på vilket sätt respondenten svarar. Mitt sista val, när respondenterna inte haft tid att varken träffas personligen eller utföra en telefonintervju, har jag skickat mina frågor i ett mail. Både vid telefonsamtalen och vid face-to-face-intervjuerna har jag använt mig av en bandspelare för att underlätta mitt arbete. (Ejvegård, 2009, sid 51). Intervjuerna som jag genomfört är sparade som inspelningar och mailutskrift.

Jag har även intervjuat tre arrangörer i Malmö. Den första intervjun var med Lena Leeb-Lundberg som arbetar som informatör på Malmö Konsthall. Malmö Konsthall har alltid har fri entré till alla sina utställningar och visningar. Den andra intervjun jag genomförde med arrangörer var med Maria Girke-Magnusson som arbetar som försäljningschef på Malmö Stadsteater. Malmö Stadsteater tar betalt för de flesta av sina föreställningar, bortsett från några barn- och ungdomsföreställningar per år samt när de gör samarbeten med Sommarscen Malmö och Malmöfestivalen. Sista arrangörsintervjun gjorde jag med Anna Storåkers som arbetar som programansvarig och producent på Debaser Malmö. Debaser Malmö erbjuder oftast gratis inträde till sina konserter före 22.00.

Genom mina intervjuer med arrangörerna ville jag få en inblick i hur de ser på sin egen verksamhet och hur den möjligtvis kan påverka människors val av kultur i staden. Bortsett från de svar jag fick från Leeb-Lundberg, Girke-Magnusson och Storåkers ville jag fördjupa bilden av deras verksamheter ytterligare för att få en än bättre inblick i hur de fungerar. Därför har jag också använt mig av metoden fallstudie (Ejvegård, 2009, sid 35) i detta avsnitt, för att se ett exempel på hur en verksamhet som erbjuder gratiskultur, oftast tar betalt och delvis erbjuder gratiskultur fungerar. Tack vare denna fallstudie har jag kunnat fylla de hål som fanns efter mina intervjuer. Jag är dock medveten om att man i en fallstudie bara får en liten del av ett stort förlopp och att svårigheten är att ett ensamt fall aldrig kan representera verkligheten fullt ut och att det därför är svårt att dra några slutsatser utifrån en fallstudie (Ejvegård, 2009, sid 35). Jag använde mig av fallstudie mer för att förstå, än för att förklara (Ejvegård, 2009, sid 36). Tillsammans med mina intervjuer tror jag dock att jag har fått en ganska bra bild av de olika verksamheterna.

Med dessa metoder anser jag mig ha fått den bästa insikten i hur man ser på gratiskultur i Malmö. Jag har fått möjlighet att ställa de frågor jag ville ha besvarade och till de personer som jag anser viktiga för undersökningen. Jag har också använt mig av mer

generella metoder, såsom litteratursökning, (Ejvegård, 2009, sid 47) där jag samlat in fakta och information från olika relevanta böcker, artiklar och Internetsidor. För att få en mer övergripande bild av olika organisationer i Malmö som erbjuder gratiskultur, jag har införskaffat information från deras hemsidor. Jag har också bland annat tagit del av några artiklar om föreställningen *Bastard*, som Malmö Stadsteater satte upp under sommaren 2012. Detta för att se hur de ansvariga på teatern såg på de låga publiksiffrorna och om det möjligtvis kunde ha något att göra med all den gratiskultur som erbjuds i Malmö under sommarmånaderna (bland annat Sommarscen Malmö och Malmöfestivalen). Jag har även tagit del av en hel del artiklar, debattinlägg och andra inlägg om författaren Chris Anderson och mer specifikt hans bok *Free*.

Jag har använt mig av källkritik (Ejvegård, 2009, sid 73) för att vara säker på att det jag skrivit faktiskt stämmer, som till exempel i fallet med Malmö Kosthall. Efter intervjun med Leeb-Lundberg, ville jag kontrollera att vissa av de uppgifter hon lämnade stämde överens med fakta och saker som tidigare har skrivits om Malmö Konsthall. Jag har slutligen också lagt ett teoretiskt perspektiv på detta, då främst från Andersons bok *Free*. Detta har jag gjort för att kunna utgå från Andersons teorier och se om de stämmer överens med hur man ser på fenomenet gratis inom Malmös kulturliv. Jag har även använt mig av Johan Fornäs bok *Kultur*, som erbjuder mer övergripande teorier om kultur och ekonomisering av kultur inom det estetiska kulturbegreppet.

Teorier

Teorin i *The Long Tail* handlar om att allt finns tillgängligt för konsumenten, tack vare Internet. Man kan på så sätt välja från ett obegränsat utbud, istället för att man som tidigare till exempel skulle välja en bestseller, för att det var det man hade att välja mellan. *The Long Tail* handlar mycket om att Internet som ett tillväxtområde öppnat upp för olika valmöjligheter, där nischer blivit det stora (Anderson, 2007, sid 20). Fornäs har en teori om att dagens debatt om kulturens ekonomisering blåst nytt liv i debatter om masskultur och kulturindustri, där kulturlivet blivit alltmer marknadsberoende (Fornäs, 2012, sid 26). Kulturen är beroende av vad konsumenterna vill ha och med Andersons teori från *The Long Tail* har man nu oändliga möjligheter att välja från. En av Fornäs teorier (Fornäs, 2012, sid 27) är att man ibland bryr sig mer om kvantitet, att allt som produceras och konsumeras i massupplaga ses som sämre än det unika eller det som bara ett fåtal kan få ta del av. Stämmer detta med hur man ser på gratiskultur och annan kultur i Malmö?

Redan i sin första bok *The Long Tail* påbörjade Anderson ett resonemang om gratis, som han sedan fortsatt att undersöka i hans andra studie, *Free*. *Free* bygger på samma teori som i *The Long Tail*, men tar ett steg närmare gratis som fenomen och därför är betydligt mer användbar vad gäller mitt område med gratiskultur och annan kultur i Malmö. Teorin i *Free* handlar om paradoxen att tjäna pengar utan att ta betalt (Anderson, 2009, sid 10). Det som är gratis ska inte bara vara ett lockbete, utan verkligen vara gratis, (Anderson, 2009, sid 11) men där man fortfarande tjänar pengar på det (Anderson, 2009, sid 12). Anderson menar att vi numera är så vana vid att kunna få saker gratis på nätet att vi inte längre undrar vad något ska kosta, utan varför vi ska betala (Anderson, 2009, sid 256). Denna teori kommer fortsättningsvis i uppsatsen kallas Andersons gratis/vinstmodell. Tänker man så som kulturkonsument i Malmö också och hur förhåller man sig i så fall till detta som arrangör av kulturella evenemang? Även om Andersons bok inte bara handlar om gratiskultur, utan gratis i allmänhet, använder han ofta kultur som exempel i boken och det är därför lätt att utgå från den i min studie om gratiskultur i Malmö.

I ett större sammanhang kan man föra in Fornäs teorier om kulturbegreppen. Han beskriver fyra olika kulturbegrepp, det ontologiska, det antropologiska, det estetiska och det hermeneutiska begreppen (Fornäs, 2012). Min studie utgår från det estetiska kulturbegreppet, som är den nyaste och vanligaste uppfattningen om vad kultur är (Fornäs, 2012, sid 23). Fornäs menar att det kulturella kapitalet är åtskilt från det ekonomiska kapitalet. Att fin smak definieras som motsatsen till det som slår an brett, men att det kulturella kapitalet på längre sikt kan omvandlas till ekonomiskt kapital (Fornäs, 2012, sid 26). I en del fall kan gratis på sikt omvandlas till ekonomisk vinst.

De teorier från Andersons bok *Free* som jag använder mig av och som jag placerar in olika verksamheter i, som erbjuder gratiskultur i Malmö är gratismodellerna och dess fyra olika huvudkategorier (Anderson 2009, sid 31).

- Gratis ett - Direkt korssubventioner, där det är gratis för de som är villiga att betala på ett annat sätt. Till exempel gratisprover, som sedan får konsumenten att köpa något annat.
- Gratis två – Trepartsmarknaden, där det är gratis för alla som konsumerar, men där inkomsterna kommer från en tredje part, till exempel reklam.
- Gratis tre – En version gratis och en version betald, där det är gratis för de som bara vill ha basversionen, men där företagen förväntar sig att några kommer välja att uppgradera sig till betalversionen, till exempel Spotify.

- Gratis fyra – Icke monetära marknader, där det är gratis för alla konsumenter, men där man använder gåvoekonomi, arbetsbyte och piratkopiering, till exempel museum som är finansierat med anslag eller donationer. (Anderson, 2009, sid 39)

Anderson skriver ”Men slutsatsen är ändå att klassificeringen fungerar rätt bra. Ingen kategoriindelning är perfekt och det är inte svårt att hitta undantag och blandformer, men den här klassificeringen håller bra.” (Anderson, 2009, sid 38). Jag anser att hans teorier fungerat väl att applicera på gratiskulturen i Malmö.

En sak som Fornäs tar upp, men som saknas hos Anderson är teorin om att det estetiska kulturbegreppet är ”kulturpolitikens särskilda skötebarn” (Fornäs, 2012, sid 27). Att staten och kulturpolitiken griper in i estetikens sfär genom särskilda insatser för stöd och reglering, men Fornäs poängterar också att de kulturpolitiska aktörerna bevakar och respekterar gränsen mellan politiska och konstnärliga intressen. Detta är viktigt att ha i åtanke när man granskar gratiskultur. Det är inte alltid så att man som aktör får inkomster direkt eller indirekt från besökarna. Det kan istället komma från en högre myndighet, med ett annat syfte än att tjäna pengar. Fornäs (Fornäs, 2012, sid 27) talar också om att konsumtionen har fått ökad betydelse och att man talar om övergången från ett industri- till ett konsumtionssamhälle. Detta måste man också ha med sig när man studerar gratiskultur i Malmö.

Disposition

Uppsatsens undersökningsdel inleds med definitioner av begreppet kultur och en förklaring till vad ”gratiskultur” är. Därefter följer en kort genomgång av några av de största arrangörer i Malmö som erbjuder gratiskultur och även en kortare presentation av de tre verksamheter vars representanter jag intervjuat. Sedan börjar den huvudsakliga redovisningen av min undersökning där jag först förklarar själva undersökningen, dess genomförande och hur det har gått till. Sedan presenterar jag resultatet från de olika intervjuerna och avslutningsvis kommer en diskussion om och analys av resultatet från intervjuerna med de olika grupperna, det vill säga arrangörerna (Lena Leeb-Lundberg på Malmö Konsthall, Maria Girke-Magnusson på Malmö Stadsteater, Anna Storåkers på Debaser Malmö och de övriga ”gratisorganisationerna”) och besökarna (dels människor som är insatta i Malmös kulturliv och dels människor i Malmö som inte anser sig vara lika insatta i stadens kulturliv). Avslutningsvis kommer en sammanfattning av uppsatsen och ett avsnitt om möjlig framtida forskning.

Undersökning och genomförande

Definitioner och förklaringar

Anderson definierar ordet gratis (free på engelska) som friheten från kostnad (Anderson, 2009, sid 25). Ordet kommer från både latinets libre (frihet) och latinets gratis (kortform för gratiis (gunst, ynnest) alltså utan gottgörelse, eller priset noll (Anderson, 2009, sid 25). På engelska använder man gratis för att understryka att något verkligen inte kostar något. Med gratiskultur menar jag i denna uppsats den kultur som man som konsument (eller någon annan, till exempel en bekant eller arbetsgivare) inte betalar för. Finansiering för denna gratiskultur kommer helt från annat håll, till exempel från kommun, sponsorer (till exempel genom reklam) eller från privat investering. Det innebär inte den kultur som är subventionerad och på så vis delvis gratis. Det är kort sagt den kultur som annonseras ut som gratis.

Och vidare vill jag definiera begreppet kultur. Jag utgår från Fornäs och det estetiska kulturbegreppet (Fornäs, 2012, sid 23) och jag syftar till estetisk kultur i alla dess former såsom till exempel teater, musik och konst. Som tidigare nämnts har jag dessutom avgränsat denna estetiska kultur, i min undersökning, till att gälla den arrangerade live-kulturen (alltså inte den som brukas i hemmet eller enbart via egna hemhemdatorn, TV:n eller surfplattan).

Vad är gratis i Malmö?

I Malmö kan man hitta mängder av kultur, på olika plan och för olika budgetar. Denna undersökning fokuseras på professionell kultur som är gratis och hur andra verksamheter som delvis tar betalt och som nästan alltid tar betalt ser på gratiskultur. Några av de större arrangörer som erbjuder gratiskultur i Malmö är Malmö Konsthall, Sommarscen Malmö, Malmöfestivalen och Folkets Park och det är dessa organisationer som jag studerat i denna uppsats. Jag har placerat in gratisorganisationerna i Andersons gratismodeller (Anderson, 2009, sid 31) för att se på vilket sätt de är gratis och för vem. Jag har gjort en intervju med Lena Leeb-Lundberg på Malmö Konsthall, som enbart erbjuder gratiskultur. Jag har även gjort en intervju med Anna Storåkers på Debaser Malmö, som delvis erbjuder gratiskultur genom att ha gratis inträde före 22.00 på de flesta av deras spelningar. Då Debaser Malmö delvis erbjuder gratiskultur har jag även placerat in denna verksamhet i Andersons

gratismodeller. Sist har jag gjort en intervju med Maria Girke-Magnusson på Malmö Stadsteater som tar betalt för i stort sett alla föreställningar som de producerar och arrangerar, bortsett från någon enstaka föreställning för skolor och när det är sommarbeten med till exempel Malmöfestivalen och Sommarscen Malmö. Jag vill på detta vis få en inblick i hur man resonerar kring prissättningen på sin egen verksamhet och hur man ser på konkurrensen från andra verksamheter som inte fungerar på samma sätt.

Sommarscen Malmö

Sommarscen Malmö har funnits sedan 2006 och uppdraget är att väcka nyfikenhet för scenkonst samt profilera Malmö som kulturstad, med ett varierat programutbud. Sommarscen Malmö är en permanent verksamhet organiserad under Kulturförvaltningen i Malmö. Under sommarmånaderna erbjuds över 200 föreställningar, på 40 olika platser runtom i Malmö och inkluderar allt från litterära vandringar och konserter till utomhusbio. Det är alltid gratis och alltid under bar himmel (www.malmo.se). Under sommaren 2012 hade Sommarscen Malmö 82 000 unika besökare (Lindhe, 2012). Verksamheten förväntas varken gå back eller gå med vinst och kulturnämndens delårsrapport 2013 visade ungefär detta resultat (Kulturnämnden, 2013)

I fallet med Sommarscen Malmö kan man använda sig av Andersons gratismodell nummer två, trepartsmodell (Anderson, 2009, sid 32). Det finns ingen direkt reklam på plats, bortsett från programbladet och personalen som berättar om sina andra arrangemang. Inkomsterna kommer från en tredje part, Malmö Stad står för en stor del av finansieringen och använder sig av Sommarscen Malmö för att skapa en positiv känsla kring Malmö. Sommarscen Malmö är på så sätt en del av Malmö stads marknadsföring av staden.

Malmöfestivalen

Malmöfestivalen är Nordens största stadsfestival med cirka 1.4 miljoner besökare varje år och festivalen har funnits i 28 år. Under åtta dagar i augusti fylls Malmös gator och torg med kultur av olika slag och alla kulturinslag är gratis (www.malmofestivalen.se).

Malmöfestivalen kan betecknas med Andersons gratismodell nummer ett, direkta korssubventioner (Anderson, 2009, sid 31). Festivalen är gratis för alla, men inkomster kommer bland annat från de som är villiga att betala för annat såsom mat, dryck och materiella saker och det kommer i slutändan festivalen tillhanda, då de tar betalt för de olika stånd och platser på festivalen där man får sälja saker. Man kan också använda sig av

Andersons gratismodell nummer två, trepartsmarknaden (Anderson, 2009, sid 32) för Malmöfestivalen. För besökarna är festivalen helt gratis (besökaren väljer själv om hen vill köpa något utöver de kulturupplevelser hen får). Inkomsterna kommer istället från tredje part, nämligen Malmö Stad och olika samarbetspartners, som genom olika samarbeten bidrar till minskade kostnader för festivalen.

Folkets Park

Folkets Park i Malmö erbjuder till viss del gratiskultur, men parken innehåller också olika inrättningar såsom klubbar, kulturhus och minigolf som själva tar betalt för sina upplevelser. Med Folkets Parks gratiskultur syftar jag på de arrangemang som arrangeras av parken och som är gratis för besökarna. Till exempel finns det under sommarmånaderna en plaskdamm och på stora scenen i parken arrangeras allt från midsommarfirande till filmvisningar och konserter (www.malmofolketspark.se). Under 2009 hade parken över 2.5 miljoner besökare, där även de inrättningar som kostar pengar är inräknade (Ljones, 2010).

Precis som med Malmöfestivalen kan Andersons gratismodell nummer ett, direkta korssubventioner (Anderson, 2009, sid 31), men också nummer två, trepartsmarknaden (Anderson, 2009, sid 32) användas som beteckning för Folkets Park. I parken kan besökarna välja att ta del av saker som kostar pengar, såsom ponnyridning, klubbverksamhet eller att besöka terrariet. Parken erbjuder gratis arrangemang, men man har som besökare också möjlighet att välja något som kostar pengar, för att på så sätt bidra till parkens intäkter. Samtidigt är det en tredje part, även här Malmö Stad, som finansierar parken och de olika gratisarrangemang som finns där (Jangmark, 2012).

Beskrivningar av de tre intervjuade verksamheterna

Malmö Konsthall – helt gratis

Malmö konsthall öppnade 1975 och har ett av Europas största rum för samtida konst och arrangerar årligen ett tiotal utställningar, med både nationella och internationella konstnärer (www.konsthall.malmo.se I). Malmö Konsthall har omkring 200 000 besökare årligen, har öppet året runt och erbjuder bland annat olika utställningar och visningar helt gratis. Bortsett från bokhandeln som ligger i anslutning till Malmö Konsthall, finns det även en restaurang i byggnaden (www.konsthall.malmo.se II). Mer om Malmö Konsthall (inklusive vilken/vilka gratismodeller som passar in) diskuteras längre fram i uppsatsen, då jag även gjort en intervju med informatören där och därför kommer gå djupare in i hur organisationen ser ut.

Debaser – delvis gratis

Debaser är Sveriges största klubbscen för pop och rock och finns på tre platser, två i Stockholm och en i Malmö. I Stockholm öppnades den första lokalen 2002 och i Malmö slogs dörrarna upp till lokalerna i Folkets park år 2007 (www.debaser.se I). På Debaser Malmö finner man dels en restaurang som serverar mat på kvällstid alla dagar i veckan under sommarmånaderna och lite färre dagar under resten av året. För de flesta av spelningarna på Debaser Malmö är det gratis inträde före 22.00 och efter 22.00 kostar det oftast 90 kronor. (www.debaser.se II) Mer om Debaser (inklusive vilken/vilka gratismodeller som passar in) kommer längre fram i uppsatsen, då jag intervjuat bokaren/producenten där och går djupare in i hur organisationen ser ut.

Malmö Stadsteater – nästan enbart kultur som kostar pengar

Malmö Stadsteater har en fast skådespelarensemble och spelar framförallt på de tre olika scenerna i Malmö; Hipp, som är den största, Intiman, som kan ta ett mindre antal besökare, samt Studion, som ligger i anslutning till Hipp. Malmö Stadsteater sätter upp cirka 15 produktioner per år och strävar enligt egen utsago efter att vara en teater som engagerar, underhåller och berör alla malmöbor (www.malmostadsteater.se I). Huruvida det faktiskt förhåller sig så i verkligheten kan man inte utläsa på Malmö Stadsteaters hemsida.

Malmö Stadsteater har funnits i nästan 50 år, men 1993 delades teatern upp i tre kulturbolag – Malmö Dramatiska Teater, Malmö Musikteater och Skånes Dansteater. 15 år senare, år 2008 valde Malmö Dramatiska Teater att byta tillbaka till Malmö Stadsteater. Biljetterna till Malmö Stadsteater kostar mellan 100 och 395 kronor och man får rabatt om man till exempel är pensionär, student eller medlem i teaterförbundet (www.malmostadsteater.se II). Mer om Malmö Stadsteater kommer längre fram i uppsatsen, då jag intervjuat försäljningschefen där och går djupare in i hur organisationen ser ut.

Undersökningen

Jag har dels genomfört intervjuer med arrangörer från olika organisationer som representerar gratiskultur, kultur som delvis erbjuder gratiskultur och kultur som kostar pengar. Jag vill med dessa intervjuer ta reda på hur de respektive organisationerna ser på sin egen verksamhet och på fenomenet gratiskultur. Tror de att gratiskultur på något vis ändrar inställningen hos

besökarna när det gäller annan sorts kultur? För att få en bredare bild av hur man ser på gratiskultur i Malmö har jag även pratat med tio kulturmedvetna malmöbor som alla tar del av Malmös kulturliv på olika sätt, om deras syn på gratiskultur och hur den påverkar annan sorts kultur. Vissa av dessa respondenter går på väldigt många olika arrangemang, medan vissa har gått mer tidigare, men anser sig fortfarande vara insatta i hur kulturlivet i Malmö ser ut. Jag har också intervjuat tio malmöbor som själva inte anser sig vara lika insatta i Malmös kulturliv och som inte tar del av kulturutbudet på samma naturliga sätt som de tio kulturmedvetna respondenterna anser sig göra.

Besökare som jag intervjuat är anonyma, men arrangörerna inte är det, vilket är ofrånkomligt då de representerar olika organisationer som jag namnger i uppsatsen för att kunna ge en bättre förståelse i hur de olika organisationerna ser ut.

Utifrån mina intervjuer har jag genomfört en kvalitativ analys. Det är vanligt att resultatet från intervjuer tolkas fel och man drar ofta slutsatser från intervjuer som inte kan kvantifieras på grund av antalet utföra intervjuer (Lantz, 2007, sid 97). Att enbart sammanfatta vad intervjupersonerna sagt behöver inte nödvändigtvis innebära en analys och därför behöver det inte nödvändigtvis bidra till en förståelse om fenomenet gratiskultur. Jag kommer således först presentera resultatet från mina intervjuer, för att sedan gå vidare och diskutera och kvalitativt analysera dessa svar. Efter att jag samlat in all data från intervjuerna har jag först analyserat svaren och sedan gjort tolkningar, med hjälp av mina teoretiska verktyg (Trost, 2005, sid 125).

Analysen av resultatet från mina kvalitativa intervjuer är baserade på ett litet antal intervjuer och slutsatserna går således inte att generalisera, utan är bara ett stickprov av hur verkligheten kan se ut (Lantz, 2007, sid 100). I diskussions- och analysdelen förankrar jag mina resonemang i Andersons teorier om de fyra olika gratismodellerna. Detta för att nyansera och fördjupa förståelsen av fenomenet gratiskultur och på så sätt vila analysens validitet.

Resultat och analys

Resultat

Malmö Konsthall

Utifrån min intervju (gjord 7 januari 2013) med Lena Leeb-Lundberg har jag tagit reda på hur Malmö Konsthall ser på sin egen verksamhet och hur de möjligen påverkar andra

verksamheter i staden. Anledningen till att Malmö Konsthall har gratis inträde är enbart för att det är ett politiskt beslut och att deras uppdrag är att vara tillgängliga.

Staten har ett övergripande ansvar för den nationella kulturpolitiken och genom Kultursamverkansmodellen som sjösattes år 2011, ska regionerna få ett större ansvar i fördelningen av bidragen. På Kulturrådets hemsida kan man läsa: ”Kultursamverkansmodellen ska – precis som tidigare – ge befolkningen i landet möjlighet att ta del av ett varierat kulturutbud präglad av förnyelse och kvalitet” (www.kulturradet.se). Kultur Skåne handlägger i sin tur de regionala och statliga bidragen till kommuner, kulturinstitutioner och det fria kulturlivet (Grönfeld Wille, 2013). Malmö Konsthalls finansiering kommer helt och hållet från kommunala skattemedel och Leeb-Lundberg påpekar här att det på så vis i slutändan är malmöborna som själva betalar för utställningarna på Malmö Konsthall. Här är det intressant att ta in två av Andersons teorier (Anderson, 2009, sid 32). Dels gratis två – trepartsmarknaden. Det är gratis för alla besökare och intäkterna kommer från en tredje part, i detta fall Malmö Stad. En del av Malmö Stads anslag till Malmö Konsthall går ut på att skapa en positiv känsla kring Malmö och Malmö Konsthall är på så sätt en del av Malmö stads marknadsföring av staden. Man kan också placera in Malmö Konsthall i gratis ett – direkt korssubventioner. Det är gratis för alla, men Malmö Konsthall får även intäkter från de som är villiga att betala för sig på ett annat sätt. Bokhandeln som ligger i samma byggnad säljer deras egen produktion av kataloger, affischer och vykort med mera, men har också ett brett sortiment av konstlitteratur från olika förlag och museer i hela världen ger intäkter. Även restaurangen (som är privatägd) betalar hyra till Malmö Konsthall, som går in i deras intäkter.

Anderson anser att det inte är arrogans som ligger bakom dagens tankesätt som istället för att vara ”Vad kostar det?” numera är ”Varför ska jag betala?”, alltså Anderssons gratis/vinstmodell (Anderson, 2009, sid 256). Han menar att det istället handlar om de unga människornas erfarenhet av att växa upp i en värld som är gratis. Leeb-Lundberg tror att besökarna uppskattar att de har fri entré och att det kanske kan få människor att våga sig på att uppleva saker som man annars hade tvekat att betala för. Risken att besökarna väljer gratiskultur framför något som kostar pengar finns dock, men Leeb-Lundberg menar att det också beror på vad man är beredd att betala för en upplevelse. Anderson har en teori om detta: han anser att om man genom att erbjuda något som är bättre eller bara skiljer sig från det som är gratis, kan man konkurrera med gratis (Anderson, 2009, sid 256). Något som kostar pengar kanske också kan signalera en viss kvalitet.

För att ta in en annan syn på hur gratiskultur kan påverka andra aktörer i Malmö kan man studera föreställningen *Bastard*. Under sommaren och hösten 2012 kunde man läsa om Malmö Stadsteaters satsning på föreställningen *Bastard*, som de satte upp i ett tält (som rymde 650 personer) under sommaren 2012. Det var bara i genomsnitt 176 personer i publiken per föreställning och Petra Brylander, teaterchef på Malmö Stadsteater trodde att det dels hade att göra med att malmöborna är vana vid att få gratis kulturupplevelser under sommarmånaderna och att man därför valde gratiskultur framför att betala för en teaterföreställning (Clarén, 2012). Stadsteaterns andra teaterchef, Jesper Larsson menar dock att den dåliga biljettförsäljningen inte alls hade att göra med att det finns andra kulturupplevelser som är gratis att ta del av i Malmö. Han talar istället om andra faktorer, såsom att det var en nyskriven pjäs och att den låg fel i tiden (Jurjaks, 2012). Tvärtemot är det för Sommarscen Malmö. År 2010 hade de 103 000 besökare på sina gratisarrangemang den sommaren (Thörnkvist, 2010) och de följande åren har publikantalet bara stigit.

Leeb-Lundberg på Malmö Konsthall tror dock att man med gratiskultur teoretiskt sett kan locka alla, till skillnad från om något kostar pengar. Angående finansieringen av kultur är Leeb-Lundberg tveksam till om det överhuvudtaget är intressant för besökarna att veta hur en verksamhet är finansierad. På samma sätt som många organisationer som tar betalt för sin kultur använder Malmö Konsthall sig av olika medel för att nå ut till besökarna, varav sociala medier är ett.

Debaser Malmö

Jag har intervjuat Anna Storåkers på Debaser Malmö. Storåkers arbetar som programansvarig och producent på Debaser Malmö och har varit där sedan starten 2007 (intervjun med Storåkers, gjord på Debaser Malmö den 25 april 2013).

Då Debaser Malmö erbjuder sina besökare gratis inträde före klockan 22.00 är detta ett tydligt exempel på Andersons gratismodell nummer ett, direkta korssubventioner. Besökarna kan välja att gå in gratis och även att inte köpa något alls under kvällen och då är det helt gratis. Men väljer besökarna att komma efter 22.00 får de betala inträde och väljer besökarna att till exempel köpa något i baren betalar de för spelningen på det viset. Storåkers medger att det till varje spelning kommer några få personer före 22.00, som inte köper något alls i baren, men hon tycker att det är helt okej att det är så. Debaser drivs av kärleken till musiken och om man kommer dit med samma drivkraft är det positivt, tycker Storåkers.

Samtidigt skulle det inte fungera om alla gjorde på samma sätt. För att få organisationen att gå ihop krävs det att merparten betalar för sig på annat sätt än inträdet.

Debaser Malmö får till skillnad från många andra liknande verksamheter inga bidrag alls och är på så vis helt självförsörjande, en kommersiell verksamhet. Man är helt beroende av att få intäkter från både inträde, bar och restaurang. Inför varje spelning görs en budget för att se om och hur spelningarna ska prissättas. Vissa band är för dyra och då fungerar det inte att ha helt fritt inträde för att ekonomin ska gå ihop. De kvällar när de valt att ta betalt händer det att människor reagerar på att det kostar pengar. Det händer till och med att vissa vänder i dörren, men Storåkers tycker inte att det är så konstigt. Om man bara hade tänkt ta ett glas vin kanske man inte är sugen att betala inträde för att se ett band man inte ens visste skulle spela. Debasers lösning på detta är att de vid spelningar där de inte tror att det kommer bli helt fullt flyttar de in kassan till mitten av lokalen istället och på så sätt kan de som bara vill stanna i baren göra detta utan att behöva betala inträde. Men om det är en spelning där det inte går att lösa på detta sätt händer det att personer väljer ett gratisalternativ framför att betala, säger Storåkers. Är det dock ett band man verkligen vill se är man ofta villig att betala för det, enligt Storåkers. Dock är det en skillnad mellan de olika musikgenrerna. Indiepubliken är inte lika villig att betala som hårdrockspubliken. Det har till och med hänt att hårdrockspubliken kontaktat Debaser och ifrågasatt varför konserten är gratis, för att de anser att bandet är värda mer. Dock tror Storåkers att de kan locka fler spontanbesök om konserten är gratis. Om besökarna hört en eller två låtar med artisten är det större möjlighet att de chansar om det inte kostar något. Hon tror inte att besökarna anser att det är lägre standard på de spelningarna som är gratis, jämfört med de som kostar pengar och det är, enligt Storåkers mest för att Debaser är så konsekventa i sin prissättning.

Anledningen till varför de valt att ha gratis inträde före 22.00 är helt enkelt att de hade svårt att få publik tidigt på kvällen innan och de flesta kom precis innan spelningen började. Nu har de lärt sin publik den magiska siffran 22.00 och det är uppskattat. Storåkers säger att det är en win-win-situation där banden får en större publik än de annars skulle fått, publiken kan få se många av sina favoritband helt gratis och Debaser tjänar fortfarande pengar, men att det går ungefär jämt ut och då är det roligare att kunna erbjuda gratis inträde för personer som älskar musik, förklarar Storåkers.

Malmö stadsteater

Maria Girke-Magnusson arbetar som försäljningschef på Malmö Stadsteater där de flesta föreställningarna kostar pengar (intervju gjord den 22 april 2013 på Girke-Magnussons kontor på Kalendergatan i Malmö). De föreställningar som inte kostar pengar är främst skolföreställningar, men det är bara cirka en produktion per år. När samma produktion spelas för allmänheten kostar dock även den pengar. Anledningen till varför de spelar gratis för skolorna är helt enkelt att det ingår i deras uppdrag. Den enda gången skolorna får betala är om de uteblir från besöket. Malmö Stadsteater vill att teatern ska ha ett värde och om man som skola inte dyker upp för att det plötsligt kom upp något annat, förlorar teatern sitt värde, enligt Girke-Magnusson. Andra gånger det är gratis är när Malmö Stadsteater har samarbeten med Malmöfestivalen eller Sommarscen Malmö. Bortsett från detta kostar alla föreställningar pengar.

Numera arbetar Malmö Stadsteater med en prisstrategi där de använder en mer dynamisk prissättning och lägre rabatter. Det är precis detta Anderson talar om i *The Long Tail*, att ett pris inte passar alla, utan man har olika val till olika priser (Anderson, 2007). Girke-Magnusson säger att det är mer demokratiskt och att alla numera har möjlighet att köpa en billig biljett oberoende av om man tillhör en av kategorierna som får rabatt. Det beror på var man sitter i salongen och när i spelperioden man går. Denna prisstrategi använder de sig av för att skapa ett värde för teatern. Biljettintäkterna står för cirka 10 % av Stadsteaterns intäkter och bortsett från det kommer finansieringen främst från kommunen, men även från staten och regionen.

Girke-Magnusson tror inte att risken för att besökarna väljer ett gratisalternativ framför att gå på Stadsteatern är så stor, utan att det finns människor som är villiga att betala för kultur. Men samtidigt medger hon att det händer att besökarna reagerar på priset, även om det inte är ofta. De flesta verkar enligt henne tycka tvärtom, att det är bra att teatern har ett värde. Hon tror dock inte att besökarna nödvändigtvis har en förståelse för att teatern inte helt och hållet är finansierad av biljettintäkterna. Girke-Magnusson tror också att det finns en risk att besökarna tänker att teater som inte kostar något inte håller samma kvalitet som när den kostar pengar. Men samtidigt tror hon att man som besökare väljer att ta del av både den kulturen som kostar pengar och den som är gratis. Hon tror att gratis teaterföreställningar till och med kan locka fler besökare till teaterföreställningar som kostar pengar och att man kan locka en annan typ av människor med gratiskultur. Men om de ligger samtidigt, till exempel som deras föreställning *Bastard* gjorde under sommaren 2012 (det erbjuds väldigt mycket

gratiskultur såsom teater i Malmö under sommarmånaderna, av bland annat Malmöfestivalen och Sommarscen Malmö), konkurrerar man på ett annat sätt och då är det svårt att få besökare till just den föreställningen.

De övriga ”gratisorganisationerna”

Om man utgår från min studie och litteratursökningen när det gäller de övriga organisationerna som enbart erbjuder gratiskultur för besökarna i Malmö har alla en sak gemensamt, nämligen att de ingår i Andersons gratismodell nummer två, trepartsmarknaden. Alla får intäkter från annat håll än besökarna och i samtliga fall är det Malmö Stad (i vissa fall även från annat håll) som går in och finansierar organisationerna. Slutsatsen utifrån detta är att alla organisationer jag undersökt behöver finansiering från annat håll, en tredje part. Med detta sagt betyder det inte att organisationer som tar betalt av sina besökare inte behöver finansiering från annat håll. I de flesta fall när det handlar om professionell kultur, krävs finansiering från flera håll för att verksamheten ska gå runt. Biljettintäkter brukar (undantag finns) bara vara en liten del av verksamheternas intäkter.

Andersons gratismodeller – tabell

Gratis ett - Direkt korssubventioner	Gratis två – Trepartsmarknaden	Gratis tre – En version gratis och en version betald	Gratis fyra – Icke monetära marknader
Malmöfestivalen	Sommarscen Malmö		
Folkets Park	Malmöfestivalen		
Malmö Konsthall	Folkets Park		
Debaser Malmö	Malmö Konsthall		

De kulturmedvetna besökarna

Efter att ha pratat med tio kulturmedvetna personer i Malmö (intervjuer gjorda med malmöbor 2013-01-03 – 2013-01-07) om hur de ser på gratiskultur fick jag några högst likartade svar. Alla tyckte att det var mycket viktigt med kultur och alla ansåg sig vara insatta eller hyfsat insatta i vad som händer inom Malmös kulturliv (både det som kostar pengar och det som är gratis) och vad olika saker kostar. Andersons gratis/vinstmodell (Anderson, 2009, sid 256) stämde dock inte överens med hur mina respondenter såg på kulturen i Malmö. De kände till mycket både inom gratiskultur och kultur som kostar pengar och ingen ställde sig frågan varför kultur ska kosta. Möjligtvis var de till och med överlag lite mer insatta i de

arrangemang som kostar pengar och alla jag intervjuade sade sig vara beredda att betala för att ta del av kulturen i Malmö. De flesta skulle kunna lägga upp till cirka 400-500 kronor för en upplevelse, om det var något extra bra. Mer än så ansåg de sig inte ha råd med. Det var då bland annat teaterföreställningar, konstutställningar och konserter det handlade om. Däremot ville de till exempel inte betala för något som de ansåg vara en chansning, för litteratur som man lånar, sport eller revyer. Alla var inte överens på frågan om de skulle välja ett gratisarrangemang framför något som kostar pengar. En del trodde att de skulle kunna välja ett gratisalternativ på grund av ekonomin. Andra ansåg att det var viktigare att välja ett arrangemang som var bra, framför om det kostar något eller inte. Alla var dock ganska överens om att det hade betydelse vilket av arrangemangen som de trodde var bäst. Då skulle de flesta ändå i slutändan välja det bästa alternativet. Fornäs teori (Fornäs, 2012, sid 27) som jag tidigare tagit upp, att man ibland bryr sig mer om kvantitet, att allt som produceras och konsumeras i massupplaga ses som sämre än det unika eller det som bara ett fåtal kan ta del av, stämde alltså inte överens med hur mina respondenter tyckte. Det var de själva som bestämmer vad de tyckte var intressant och vad de skulle delta i (dock ibland efter samtal och inspiration utifrån). Då kunde det lika gärna vara något som konsumeras i massupplaga, som något som anses finare.

Alla verkade dock överens om att det var bra med gratisarrangemang och att det är bra att till exempel genom statliga och kommunala bidrag finansiera kulturarrangemang. Vid frågan om de tyckte att det är i sin ordning med till exempel reklam, för att ett arrangemang ska kunna vara gratis tyckte de flesta att det kan vara acceptabelt, så länge det inte inkräktade för mycket på innehållet i upplevelsen.

Besökarna som inte är så kulturmedvetna

Jag intervjuade också tio malmöbor som inte är lika kulturmedvetna, som inte aktivt tar del av så mycket kultur och som går på kulturarrangemang mellan någon gång per månad till någon enstaka gång per år (intervjuer gjorda 2013-04-30 – 2013-05-14). Resultatet från dessa intervjuer visar att samtliga ansåg att det är viktigt med kultur och att kulturen har ett stort värde, av olika anledningar; att det är en viktig del av livet, att det är något som kan öppna ögonen till nya sätt att tänka, att det är något som man kan uppskatta, något som kan öka livskvaliteten, ge nya perspektiv och vidga vyer. Det kunde också vara ren underhållning som gör människor glada eller berörda på annat sätt. Även fast alla ansåg att det var viktigt med kultur var det inte så många som visste vad som händer inom Malmös kulturliv, speciellt inte

kultur som är gratis. Oftast var det de själva eller vänner som bestämde eller föreslog vilka kulturarrangemang de skulle gå på. Då spelade det ingen roll om det var ett arrangemang som producerats i massupplaga eller något unikt. Fornäs teori (Fornäs, 2012, sid 27) att man ibland bryr sig mer om kvantitet, att allt som produceras och konsumeras i massupplaga ses som sämre än det unika eller det som bara ett fåtal kan få ta del av, stämde alltså inte överens med hur dessa respondenter tyckte heller.

De fick reda på om olika kulturarrangemang genom Internet, vänner, Facebook, affischer, tidningar och anslagstavlor. De flesta visste inte vad olika kulturarrangemang kostar, men samtliga var beredda att betala för att ta del av kulturen i Malmö och då skulle det vara saker de var intresserade av sedan tidigare, men inom ”rimliga priser” beroende på vad som erbjöds. Andersons gratis/vinstmodell (Anderson, 2009, sid 256) stämmer alltså inte in på dessa respondenter heller, då alla var beredda att betala för den kultur de ville ta del av. En person reflekterade även om att hen var beredd att betala mer i skatt för att få ett brett kulturutbud. Ingen var beredd att betala för saker som inte intresserade dem, såsom teater, opera, konst och kultur av ”oproffsig” kvalitet. Hälften av respondenterna skulle välja ett gratiskulturarrangemang framför något som kostar pengar, men som kanske har högre kvalitet och då var det snålhet och för att de vågar chansa anledningarna till varför de skulle välja ett gratisalternativ. För de som skulle välja att betala var nyfikenhet, kvalitet och egen vilja anledningarna. Alla tyckte dock att det spelade roll vilket arrangemang de trodde var bäst. Majoriteten av respondenterna tyckte att det skulle vara i sin ordning med reklam för att ett arrangemang skulle kunna vara gratis, bara en person sa helt nej. Alla tyckte att mer kan göras för att få fler gratisarrangemang. Dock var det bara ett par av personerna som ansåg sig veta hur olika kulturarrangemang är finansierade.

Diskussion och analys

I det följande vill jag lyfta fram några iakttagelser särskilt, som gjorts i det föregående. Även om mycket av analysen gjorts tidigare i uppsatsen, vill jag ändå här framhäva några företeelser som kommit fram utifrån min undersökning.

Jag är egentligen inte förvånad över något som Leeb-Lundberg berättade om Malmö Konsthall (intervju, 7 januari 2013) . Något av det mest intressanta jag fick reda på utifrån intervjun med henne var att Malmö Konsthall inte tror att de förstör för någon annan verksamhet, utan snarare lyckas locka till sig nya besökare genom att ha gratis inträde. Det är också intressant att anledningen till att de har gratis entré inte alls är deras eget beslut, utan att

det är ett beslut på politisk nivå. Det ligger i deras uppdrag från kommunen att deras verksamhet ska vara kostnadsfri för besökarna. På så sätt finns det ingen diskussion om och varför de erbjuder gratiskultur.

Utifrån intervjun med Storåkers (intervju, 25 april 2013) var det dock ett par saker som förvånade mig. Jag trodde före min intervju att Debaser likt många andra liknande verksamheter i alla fall delvis var finansierat från annat håll och blev därför förvånad över att deras finansiering helt och hållet kommer från bar, restaurang och inträde, trots (eller tack vare) att de har gratis inträde före 22.00 på de flesta spelningarna. Att det skulle gå jämnt ut om de valt att ta betalt även innan 22.00, men att de väljer att locka fler musikintresserade människor istället genom gratis inträde är också intressant. Den mest intressanta aspekten angående publiken var att de överlag vågar testa mer om det inte kostar något, men att olika grupper, beroende på vilken musikstil de har, har olika åsikter angående om spelningarna ska kosta pengar eller vara gratis.

Att Malmö Stadsteater arbetar med att skapa ett värde för teatern var något Girke-Magnusson talade mycket om (intervju, 22 april 2013). Det intressanta i detta är att enligt Girke-Magnusson verkar besökarna nöjda med teatern och föreställningarna, trots att priserna på föreställningarna till och med höjts. Hon trodde inte att man som besökare väljer gratiskultur framför kultur som kostar pengar, men att man kan locka nya besökare genom gratiskultur. Dock är det intressant att om föreställningarna tidsmässigt ligger samtidigt som ett gratisalternativ, är det stor risk att det går sämre för föreställningen som kostar pengar.

Det visade sig att Andersons teori om att något är gratis, men att organisationen får något i gengäld och att man ändå kan tjäna pengar på det stämmer in på de verksamheter som erbjuder gratiskultur eller delvis gratis kultur. I samtliga fall, för de som erbjuder gratiskultur, handlade det inte om ekonomiska inkomster, utan snarare om att man genom att erbjuda gratiskultur kan locka besökare och att man på så vis kan få fortsatt bidrag från olika bidragsgivare, såsom region och kommun. I fallet med Debaser och på grund av att de har gratis inträde före 22.00 får de fler besökare och därmed högre intäkter från bar och restaurang.

Intervjuerna med de kulturmedvetna personerna i Malmö visar att de verkar tycka relativt lika i frågor om gratiskultur. Det mest intressanta utifrån dessa intervjuer är att respondenterna tycker att det är bra att det finns gratiskultur och att de tack vare gratiskultur vågar testa nya och främmande arrangemang och möjligtvis till och med att upptäcka saker de inte visste att de tyckte om. Dock skulle de inte välja ett gratisarrangemang framför något som kostar pengar, utan huvudsaken var att de fick uppleva något bra. Samtidigt får

arrangemangen inte vara för dyra. Om de ska betala för kultur vill de vara mer säkra på att de får valuta för pengarna och att kvaliteten är hög. Det finns alltså en plats för både gratiskultur och kultur som kostar pengar för denna kategori besökare.

Efter intervjuerna med personer som inte tar så stor del av Malmös kulturliv visade det sig att alla var beredda att betala för den kultur de själva valt, men de visste överlag inte vad olika kulturarrangemang kostar. När de väl väljer att gå på ett kulturarrangemang, tycker de att det är okej att betala. De hade absolut inte större kännedom om gratisarrangemang, snarare tvärtom, men tyckte ändå att det var bra att det finns gratisarrangemang, för att testa nya saker. Samtidigt som alla ansåg att det var viktigt med kultur, är det fortfarande något som håller dem borta från att ta en större del av kulturen. Frågan är hur man lockar en ny publik. Det är fler av personerna som inte tar lika stor del av Malmös kulturliv som blir övertalade av sina vänner att gå på olika arrangemang, förmodligen för att de inte känner till så mycket själva. Det är alltså svårt att få denna kategori besökare till olika arrangemang, främst till konstformer och arrangemang de inte känner till. Egentligen är gratiskultur ett bra sätt att locka denna grupp, men problemet är att de inte känner till så många sådana arrangemang eller hur man får reda på om och var de äger rum.

Uppfattningarna om gratiskultur skiljer sig åt en aning mellan de personer som har kunskap om vad som erbjuds på olika plan i Malmö och de personer som inte aktivt tar så stor del av kultur. Det som framkommit från båda grupperna är dock att man som besökare, oberoende av hur mycket kultur man tar del av, tycker att det är viktigt att det finns kultur, att det är bra med gratiskultur för att upptäcka nya saker, men att man är beredd att betala för det man själv valt att gå på.

Eftersom min studie enbart bygger på intervjuer med tre olika arrangörer och intervjuer med ett urval besökare i Malmö visar studien inte ett helt sanningsenligt resultat, men samtidigt kan den ge en inblick i hur synen på fenomenet gratiskultur kan se ut i en svensk stad som Malmö. Man kan konstatera att Andersons gratismodell fungerar väl på gratisverksamheterna i Malmö. Det fungerar att placera in alla i minst en av de fyra kategorierna. Detta visar att man som arrangör kan ha en verksamhet med gratis inträde för besökarna, men ändå tjäna pengar eller lyckas driva en verksamhet som går runt ekonomiskt.

Som jag påpekar inledningsvis i uppsatsen menar Anderson att vi numera är så vana vid att kunna få saker gratis att vi inte längre undrar vad något ska kosta, utan varför vi ska betala (2009, sid 256). Efter att ha pratat med tre arrangörer om hur de ser på sin egen verksamhet och hur gratiskultur påverkar annan kultur och ett antal besökare i Malmö, visar det sig att det inte riktigt stämmer med Andersons teori och att detta inte nått kulturvälden än.

Arrangörerna tror inte att gratiskultur förstör för annan kultur och att man som besökare är villig att betala även om det finns gratis alternativ. Dock kan gratiskultur locka nya besökare och således är det bra att det finns gratiskultur. Denna tes stärks utifrån svaren från de kulturmedvetna personerna och personerna som inte tar lika stor del av stadens kulturliv som jag pratat med. De är alla villiga att betala för den kultur de vill ta del av, men tycker det är bra att det finns gratisalternativ och att de då vågar testa nya saker. Man ifrågasätter inte varför något kostar pengar, men uppskattar när något är gratis. Svaren från personerna som inte är lika insatta och inte tar lika stor del av kulturlivet i Malmö visar dock att en stor del av dem skulle välja ett gratisalternativ framför att betala och detta förstärker reflektionen att man genom gratiskultur kan locka nya besökare. Om personer som inte tar så stor del i Malmös kulturliv hade haft större kännedom om gratiskulturen i staden, skulle man möjligtvis kunna locka fler människor till olika kulturarrangemang, då de är mer villiga att testa nya saker om de inte kostar pengar. Detta innebär att gratiskultur och kultur som kostar pengar inte konkurrerar inte med varandra, utan att det finns en marknad för både gratiskultur och kultur som kostar pengar i en stad som Malmö. Det ena behöver således inte utesluta det andra, utan aktörerna kan istället locka till sig ny publik och besökare genom att erbjuda gratiskultur. Dock måste man som arrangör av kultur som kostar pengar planera väl, så att det inte krockar med ett likvärdigt arrangemang som är gratis, i de fallen vinner gratisalternativet överlägset, enligt både malmöborna och Girke-Magnusson på Malmö Stadsteater.

Kultur är viktigt, enligt mina respondenter och priset har alltså inte så stor betydelse för om man väljer att ta del av den kultur som erbjuds. Det kan vara bra att som arrangör erbjuda gratisarrangemang för att locka nya besökare, men att ta betalt innebär inte att besökarna ifrågasätter arrangemanget, enligt både arrangörerna och malmöborna som jag intervjuat.

Sammanfattning

I denna uppsats har jag velat ta reda på hur uppfattningar om professionell gratiskultur ser ut i en stad som Malmö och hur man som besökare och arrangör ser på fenomenet gratis. Jag har sökt svaren på frågor som; Hur ser man som arrangör av gratiskultur på kultur som är gratis för besökarna, respektive kultur som besökarna får betala för och förstör eller påverkar man möjligtvis annan kultur. Hur ser man som arrangör av kultur som kostar pengar på gratiskultur och hur man möjligtvis påverkas av denna typ av kultur. Hur resonerar man som arrangör som delvis erbjuder gratiskultur om varför man valt att göra på detta sätt och hur

påverkar man annan typ av kultur. Hur ser man som besökare på kultur som är gratis och hur det påverkar annan kultur. Svaren har jag huvudsakligen tagit reda på genom att intervjua tio personer i Malmö, som alla tar del av Malmös kulturliv, tio personer i Malmö som inte tar lika stor del av stadens kulturliv och genom intervjuer med tre olika arrangörer i Malmö; informatören på Malmö Konsthall, Lena Leeb-Lundberg, vars verksamhet enbart erbjuder gratiskultur, försäljningschefen på Malmö Stadsteater, Maria Girke-Magnusson, vars verksamhet nästan enbart tar betalt för sina föreställningar och programansvarige och producenten på Debaser Malmö, Anna Storåkers, vars verksamhet nästan alltid erbjuder gratis inträde till sina konserter före 22.00.

I inledningen i min uppsats hävdade jag att Chris Andersons teori om att något är gratis, men att organisationen får något i gengäld inte helt stämmer in på hur man ser på gratiskultur i Malmö. Efter att ha pratat med kulturintresserade personer och personer som inte tar lika stor del i Malmös kulturliv, samt med informatören på Malmö Konsthall, försäljningschefen på Malmö Stadsteater och programansvarige och producenten på Debaser Malmö har jag kommit fram till att det stämmer överens med Andersons teori. Dock är det mer komplicerat än att bara hävda detta. Verksamheterna får inte direkt något i gengäld, men samtidigt hade verksamheterna inte kunna överleva utan sina besökare. Så på sätt och vis stämmer det i slutändan ändå överens med Andersons teori.

Det viktigaste jag kommit fram till i denna uppsats, utifrån mina olika intervjuer är att alla anser att det är viktigt att det finns kultur, både gratiskultur och kultur som kostar pengar. Med gratiskultur finns det en större chans att man vågar testa nya saker och det kan vara lättare att nå ny publik än om man tar betalt, men det är fortfarande svårt att nå de personer som inte tar så stor del av kulturlivet i staden. Besökarna är beredda att betala för den kultur de själva valt och som de anser viktig och bra, men ska de betala vill de vara säkra på att de kommer att bli nöjda.

Dock måste man komma ihåg att denna uppsats enbart utgår från de personer och arrangörer som jag intervjuat och det jag läst om ”gratisorganisationerna” i Malmö. Mina svar går således inte att applicera på alla i Malmö, men samtidigt ger studien en inblick i hur man som besökare och arrangör kan tänka kring fenomenet gratiskultur.

Framtida forskning

Ämnet gratiskultur är intressant, men det finns andra närliggande aspekter som också är värda att undersöka ytterligare. Ett område som kan vara värt att forska vidare om är amatörkultur,

alltså kultur som är producerad och utförd av personer som saknar relevant utbildning. Ser besökarna på amatörkultur på ett annat sätt? Förväntar de sig att amatörkultur ska vara billigare än professionell kultur eller kanske rent av gratis? Det kan också vara värt att gå djupare in i hur finansieringen och fördelningen av ekonomiska resurser i Malmö ser ut. Vem får finansiellt stöd och vem får det inte? Var kommer finansieringen från och hur ser Malmö Stad på kulturen som produceras i staden? Ett annat intressant område som är värt att forska vidare om är uppfattningarna om gratiskultur i Sverige stämmer överens med uppfattningarna om fenomenet i andra länder. Fungerar det på samma sätt? Hur skiljer sig finansieringen? Vad är man som besökare beredd att betala och vad är man beredd att betala för? Jag har valt att inte fokusera på sociokulturell bakgrund, ålder och kön etcetera i min undersökning, men det kan vara intressant att i en större studie även ta in denna aspekt. Sist kan det även vara intressant att forska vidare på om hur kulturen som finns tillgänglig på Internet och således kan upplevas var man vill påverkar den så kallade "live-kulturen", där besökarna måste ta sig utanför hemmet för att uppsöka kulturen. En fråga som kvarstår obesvarad är hur man lockar människor som inte är så insatta i kulturlivet att ta del av den kultur som finns i staden och hur man gör dem medvetna om att olika arrangemang äger rum.

Källförteckning

Publicerat material

Tryckta källor

Alverén, Fredrik, *Såld på nätet: priset du betalar för gratis*, Ordfront, Stockholm 2012

Anderson, Chris, *Free - radikalt pris - ny ekonomisk modell*, Modernista, Stockholm 2009,
Översättning: Stefan Lindgren

Anderson, Chris, *Long Tail. Varför framtidens ekonomi handlar om att sälja mindre av mer*,
Albert Bonnier Fakta, Stockholm 2007, Översättning: Mia Poletto Andersson

Ejvegård, Rolf, *Vetenskaplig metod*, Studentlitteratur, Lund 2009

Fornäs, Johan, *Kultur*, Liber Förlag, Stockholm 2012

Jacobsen, Jan Karg, *Intervju - Konsten att lyssna och fråga*, Studentlitteratur, Lund 1993

Lantz, Annika, *Intervjumethodik*, Studentlitteratur, Pozkal, Polen 2007

Ryen, Anne, *Kvalitativ intervju*, Liber, Malmö 2004

Trost, Jan, *Kvalitativa intervjuer*, Studentlitteratur, Lund 2005

Westlander, Gunilla, *Socialpsykologi. Tankemodeller om människor i arbete*,
Akademibolaget, Göteborg 2003

Internetkällor

Barkman, Clas, *Så styr siffrorna över den svenska kulturen*, Dagens Nyheter, på
webbadressen:

<http://www.dn.se/kultur-noje/sa-styr-siffrorna-over-den-svenska-kulturen?rm=print>
(publicerad 28 februari 2013, hämtat 29 maj 2013)

Clarén, Ulf, *Glest bland publiken på tältteater*, på webbadressen:
<http://www.sydsvenskan.se/kultur--nojen/glest-bland-publiken-pa-taltteater/>
(publicerat: 24 augusti 2012, hämtat: 16 maj 2013)

Grönfeld Wille, Gitte, *Regional utvecklingsaktör för kultur*, på webbadress:
http://www.skane.se/sv/Skanes-utveckling/Ansvarsomraden/Kultur__bibliotek/.
(publicerat: 11 januari 2013, hämtat 29 maj 2013)

Göransson, Bengt, *Bubblande kultursponsring*, på webbadressen:
<http://hd.se/kultur/2013/02/12/bubblande-kultursponsring/>
(publicerat 12 februari 2013, hämtat 16 maj 2013)

Hellström, Madelene, *Chris Anderson frälste Malmö*, på webbadressen:
<http://www.idg.se/2.1085/1.210026/chris-anderson-fralste-malmo>
(publicerat 5 februari 2009, hämtat 16 maj 2013)

Herold, Richard, *Chris Anderson*, på webbadressen:
<http://www.bokforlagetatlas.se/blogg/atlasbloggen/2009/02/chris-anderson>
(publicerat 6 februari 2009, hämtat 16 maj 2013)

Jangmark, Anna-Karin, *Från Dekis till succé*, Stadsliv, aktuellt från Malmö stads gatukontor, nummer 1, 2012, på webbadressen:
http://www.malmo.se/download/18.6e1be7ef13514d6cfcc800057897/stadsliv1_2012_webb.pdf
(publicerat mars 2012, hämtat 16 maj 2013)

Jurjaks, Arvid, *Svalt intresse för "Bastard"*, på webbadressen:
<http://www.sydsvenskan.se/kultur--nojen/svalt-intresse-for-bastard/>
(publicerat: 9 juli 2012, hämtat: 16 maj 2013)

Karlsson, Daniel, *Ekonomisk forskning visar: kulturen är värd mer än det vi betalar*, på webbadressen:
http://www.handels.gu.se/om_handelshogskolan/press/pressmeddelanden/nyheter-detalj/ekonomisk-forskning-visar--kulturen-ar-var-d-mer-an-det-vi-betalar.cid1128807

(publicerat 17 december 2012, hämtat 16 maj 2013)

Kulturnämnden, *Delårsrapport 1 2013 Facknämnder*, på webbadressen:

<http://www.malmo.se/download/18.31ab534713cd4aa9213d1c7/14.+Del%C3%A5rsrapport+1.pdf>

(publicerat 18 april 2013, hämtat 16 maj 2013)

Lindhe, Stefan, *Samarbete bättre än konkurrens*, på webbadressen:

<http://www.sydsvenskan.se/kultur--nojen/samarbete-battre-an-konkurrens/>

(publicerat: 13 september 2012, hämtat: 16 maj 2013)

Ljones, Erik, *Folkets park i Malmö – skuggar Liseberg*, på webbadressen:

<http://www.skanskan.se/article/20100705/MALMO/100709858/-/folkets-park-i-malmo-ndash-skuggar-liseberg>

(publicerat 5 juli 2010, hämtat 16 maj 2013)

Sandström, Daniel, *Gratis till vilket pris som helst?*, på webbadressen:

<http://www.sydsvenskan.se/kultur--nojen/gratis-till-vilket-pris/>

(publicerat 27 februari 2009, hämtat 16 maj 2013)

Sedin, Raphael, *Affärsmodell för framtidens internet*, på webbadressen:

http://www.raphaelsedin.com/2009_02_01_archive.html

(publicerat 22 februari 2009, hämtat 16 maj 2013)

Statens kulturråd, *Fri entré till Museer – Utvärderingen av frientréformen vid vissa statliga museer*, på webbplatsen:

http://www.kulturradet.se/upload/kr/frientrereformen/frientre_slutrapport.pdf

(publicerat oktober 2006, hämtat 16 maj 2013)

Thörnkvist, Emma, *Sommarscen gjorde succé igen*, på webbadressen:

<http://www.sydsvenskan.se/kultur--nojen/sommarscenerna-gjorde-succe-igen/>

(publicerat: 26 oktober 2010, hämtat 16 maj 2013)

Wass, Fredrik, *Sorry Chris Anderson, men lunchen är fortfarande inte gratis*, på webbadressen: <http://bisonblog.se/2009/02/sorry-chris-anderson-men-lunchen-ar-fortfarande-inte-gratis/>

(publicerat 27 februari 2009, hämtat 16 maj 2013)

www.kulturradet.se: Kulturrådet, *Regional kultursamverkan*, på webbadressen:

<http://www.kulturradet.se/verksamhet/Modell-for-kultursamverkan/>

(publiceringsdatum saknas, hämtat 29 maj 2013)

www.malmo.se: Sommarscen Malmö, *Om Sommarscen Malmö*, på webbadress:

<http://www.malmo.se/Medborgare/Kultur--noje/Festivaler--utomhusnojen/Sommarscen-Malmo/Om-Sommarscen-Malmo.html>

(publiceringsdatum saknas, hämtat 16 maj 2013)

www.malmofestivalen.se: Malmöfestivalen, *Min historia*, på webbadressen:

<http://malmofestivalen.se/about>

(publiceringsdatum saknas, hämtat 29 maj 2013)

www.malmofolketspark.se: Folkets park, *Om parken*, på webbadressen:

<http://www.malmofolketspark.se/om-parken/>

(publiceringsdatum saknas, hämtat 16 maj 2013)

www.malmostatsteater.se I: Malmö Stadsteater, *Om Malmö Stadsteater*, på webbsidan:

http://www.malmostatsteater.se/om_malmo_stadsteater/om_oss/

(publiceringsdatum saknas, hämtat 16 maj 2013)

www.malmostatsteater.se II: Malmö Stadsteater, *Biljettpriser 12/13*, på webbsidan:

<http://www.malmostatsteater.se/biljetter/biljettpriser>

(publiceringsdatum saknas, hämtat 16 maj 2013)

www.konsthall.malmo.se I: Malmö Konsthall, *Om Malmö Konsthall*, på webbadressen:

<http://www.konsthall.malmo.se/o.o.i.s/2633>

(publiceringsdatum saknas, hämtat 16 maj 2013)

www.konsthall.malmo.se II: Malmö Konsthall, *Om Malmö Konsthall*, på webbadressen:
<http://www.konsthall.malmo.se/o.o.i.s/2636>
(publiceringsdatum saknas, hämtat 16 maj 2013)

www.debaser.se I: Debaser Malmö, *Historia*, på webbadressen:
<http://www.debaser.se/debaser/historia/>
(publiceringsdatum saknas, hämtat 16 maj 2013)

www.debaser.se II: Debaser Malmö, *Spelningar på Debaser*, på webbadressen:
<http://www.debaser.se/kalender/malmo/>
(publiceringsdatum saknas, hämtat 16 maj 2013)

Opublicerat material

Uppsatser

Armbrecht, John, *The value of cultural institutions Measurement and description*, 2012,
Bokförlagets bas, Handelshögskolan, Göteborgs universitet, Göteborg

Krusell, Christoffer och Lindell, Jennie, *Sponsring och finansieringsmetod: kulturens nya villkor*, 2005, Kandidatuppsats, Institutionen för ekonomi och företagande, Södertörns högskola, Stockholm

Moritz, Susann, *Gratis pengar? – om sponsring av kultur*, 2002, Magisteruppsats,
Institutionen för biblioteks- och informationsvetenskap, Borås universitet, Borås

Intervjuer

Intervju gjord med Lena Leeb-Lundberg, informatör på Malmö Konsthall, gjord 2013-01-07
finns nedskrivet i uppsatsförfattarens ägo.

Intervju gjord med Maria Girke-Magnusson, försäljningschef på Malmö Stadsteater, gjord
2013-04-22 finns transkriberad i uppsatsförfattarens ägo.

Intervju gjord med Anna Storåkers, programansvarig/producent, gjord 2013-04-25 finns
inspelad i uppsatsförfattarens ägo.

Intervjuer med personer i Malmö, gjorda 2013-01-03 – 2013-01-07 finns nedskrivna i uppsatsförfattarens ägo.

Intervjuer med personer i Malmö, gjorda 2013-04-22 – 2013-05-17 finns nedskrivna i uppsatsförfattarens ägo.

Bilagor

Bilaga 1 - Intervjufrågor Malmö Konsthall

- Varför erbjuder ni gratiskultur?
- Är det viktigt att det inte kostar något?
 - Varför?
- Hur ser er finansiering ut?
- Får ni in pengar från besökarna/publiken på något annat sätt, till exempel från servering eller försäljning av något slag?
- Tror ni att det skulle minska antalet besökare till era arrangemang, om det skulle kostar något?
- Vilken roll spelar priset på ett arrangemang?
- Hur tror ni att besökarna ser på att viss kultur är helt gratis, medan annan kultur kostar pengar?
- Finns det någon risk att man som besökare inte är villig att betala för kultur, när det finns gratis alternativ?
- Tror ni att besökarna anser att kultur som är gratis inte har samma standard som den kultur man betalar för?
- Tror du att besökarna har förståelse för hur kulturen finansieras när den inte kostar något för besökaren?
- Tror du att besökarna förstår att även den kultur som kostar pengar även är finansierad på annat sätt än biljettintäkterna?
- Lockar man en annan typ av besökare när man inte tar betalt för sin kultur, jämfört med om man skulle ta betalt?
- Hur arbetar ni med sociala medier?
 - Används det som ett medel för att få mer publik/besökare?

Bilaga 2 - Intervjufrågor Debaser Malmö

- Varför har ni valt att ofta ha gratis inträde före 22.00?
- Får ni högre intäkter från baren genom att människor kommer tidigt?
 - Jämnar det ut sig med ett eventuellt inträde?
- Hur ser ni på de personer som kommer före 22.00 men inte köper något i baren?
- Är det för att tjäna så mycket som möjligt som det är gratis före 22.00?
- Vilka gånger väljer ni att ta betalt hela kvällen?
 - Hur prissätter ni då?
- Är det någon som reagerar på priset de gånger det kostar pengar?
 - Händer det att någon vänder i dörren när de förstår att det kostar inträde?
- Finns det risk för att man som besökare inte är villig att betala för det ofta finns gratis alternativ?
 - Tror ni att man väljer att gå på de konserter som är gratis, framför de som kostar pengar?
 - När är man villig att betala?
- Vilken roll spelar priset på ett arrangemang för besökarna?
- Lockar man en annan typ av besökare när man inte tar betalt för sin kultur, jämfört med om man skulle ta betalt?
- Hur ser er finansiering ut?
 - Biljettintäkter, bidrag, annat?
- På vilket sätt tror ni att ni konkurrerar med andra ställen som alltid har inträde?
- Tror ni att det blir fler spontanbesök om det inte kostar något inträde?
- Hur tror ni att besökarna ser på att viss kultur är helt gratis, medan annan kultur kostar pengar?
- Tror ni att besökarna anser att kultur som är gratis inte har samma standard som den kultur man betalar för?
- Tror ni att besökarna har förståelse för hur kulturen finansieras när den inte kostar något för besökaren?
- Tror du att besökarna förstår att även den kultur som kostar pengar ofta även är finansierad på annat sätt än biljettintäkterna?
- Hur arbetar ni med sociala medier?
 - Används det som ett medel för att få mer publik/besökare?

Bilaga 3 - Intervjufrågor Malmö Stadsteater

- Ser ni det som helt nödvändigt att ta betalt för er kultur?
 - I så fall varför?
- Kostar allt ni arrangerar?
 - Om inte, hur väljer ni vad som ska kosta och vad som inte ska kosta?
- Hur prissätter ni?
- Hur ser er finansiering ut?
 - Biljettintäkter, bidrag, annat?
- Finns det risk för att man som besökare inte är villig att betala för kultur, när det finns gratis alternativ?
 - Märker ni av det på något vis?
- Är det någon som reagerar på priset? (Eller förutsätter att det ska vara gratis?)
- Vilken roll spelar priset på ett arrangemang?
- Hur tror ni att besökarna ser på att viss kultur är helt gratis, medan annan kultur kostar pengar?
- Tror ni att besökarna har förståelse för hur kulturen finansieras när den inte kostar något för besökaren?
- Tror du att besökarna förstår att även den kultur som kostar pengar för besökarna även är finansierad på annat sätt än bara biljettintäkterna?
- Tror ni att besökarna anser att kultur som är gratis inte har samma standard som den kultur man betalar för?
- Lockar man en annan typ av besökare när man inte tar betalt för sin kultur, jämfört med om man skulle ta betalt?
- Hur arbetar ni med sociala medier?
 - Används det som ett medel för att få mer publik/besökare?

Bilaga 4 - Intervjufrågor – Kulturmedvetna besökarna

- Är det viktigt med kultur?
- Anser du dig vara insatt i vad som händer inom Malmös kulturliv?
 - Det som är gratis?
 - Det som kostar pengar?
- Är du beredd att betala för att ta del av kultur i Malmö?
 - Vilken kultur i så fall?
 - Hur mycket är du beredd att betala?
 - Vilken kultur är du inte beredd att betala för?
 - Varför drar du gränsen där?
- Skulle du välja ett gratiskulturarrangemang framför något som kostar pengar (men som möjligtvis har högre standard)?
 - Varför?
 - Spelar det någon roll vilket arrangemang som du egentligen tror är bäst?
- Är det du själv som bestämmer vad du ska titta på/uppleva eller är det någon annan?
- Vilket värde har kulturen?
- Är du insatt i vad olika arrangemang kostar?
- Kan det vara okej med till exempel reklam för att ett arrangemang ska kunna vara gratis?
- Kan man/ska man göra något mer för att få fler gratis arrangemang?
- Tror du att det är en trend att allt ska vara gratis för publiken/besökaren?

Bilaga 5 - Intervjufrågor – Inte lika kulturmedvetna besökarna

- Hur ofta går du på olika kulturarrangemang såsom till exempel teater, konstatställningar, konserter och opera?
- Är det viktigt med kultur?
 - Varför?
 - I så fall på vilket sätt?
- Anser du dig ha koll på vad som händer inom Malmös kulturliv?
 - Det som är gratis?
 - Det som kostar pengar?
- Hur får du reda på olika kulturarrangemang i staden?
- Har du koll på vad olika kulturarrangemang i Malmö kostar?
- Är du beredd att betala för att ta del av kultur i Malmö?
 - Vilken kultur i så fall?
 - Hur mycket är du beredd att betala?
 - Vilken kultur är du inte beredd att betala för?
 - Varför drar du gränsen där?
- Skulle du välja ett gratiskulturarrangemang framför något som kostar pengar (men som möjligtvis har högre standard)?
 - Varför?
 - Spelar det någon roll vilket arrangemang som du egentligen tror är bäst?
- Vet du hur kultur av olika slag är finansierad?
 - Det som kostar pengar?
 - Det som är gratis?
- Är det du själv som föreslår eller bestämmer vad du ska titta på/uppleva eller är det någon annan?
 - Vem i så fall?
- Kan det vara ok med till exempel reklam för att ett arrangemang ska kunna vara gratis?
- Kan man/ska man göra något mer för att få fler gratis arrangemang?
- Tror du att det är en trend att allt ska vara gratis för publiken/besökaren?
- Vilket värde har kulturen?