

# Kostar det nåt



Mozart live 1782

**på jakt efter prispolitik i svenskt kulturliv**

**Staffan Albinsson**<sup>®</sup>  
2008

## Inledning

I denna uppsats undersöker jag en del nationalekonomiska begrepp som kan vara av intresse då man diskuterar priser i kulturlivet. Jag diskuterar:

- olika tiders syn på "rätta priser" och "rättvisa priser"
- våra dagars syn på vad priset kan eller bör avspegla
- om de priser och avgifter som tillämpas i kulturlivet är satta i linje med ekonomisk teori
- vilka orsakerna kan vara för eventuella avsteg från traditionell ekonomisk teori vid pris- och avgiftsättning
- hur priser och avgifter i kulturlivet speglar enskildas och samhällets värderingar

Uppsatsen avsluta med ett försök till struktur för hur man skulle kunna föra djupare diskussioner om en mera dynamisk prispolitik i kulturverksamheterna.

Uppsatsen har två huvudsakliga perspektiv. Det ena består av redogörelser för allmänna nationalekonomiska teorier och begrepp. Det andra utgörs av resultaten av intervjuer med ett 30-tal beslutsfattare i svensk kulturliv. Några engelska kolleger till dem valdes också ut för att skapa en slags relief till den svenska situationen. Intervjuerna med svenskarna baserades på fem huvudfrågor:

1. Varför finns ni? - (jag sökte alltså inte de explicita verksamhetsmål som styrelser o likn kan ha fastställt utan de idéer som kan ha legat bakom tillkomsten; innan målformuleringsarbetet startade)
2. Hur går prissättningen till?
3. Hur avspeglas verksamhetens värde i priset?
4. Vad har ni för planer beträffande priserna?
5. Om ni fick en rejält ökad budget – vad skulle den då användas till? (meningen var förstås att respondenten skulle kunna svara "sänka priserna")

I texten har de två angreppsvinklarna dock flätats samman även om avsnitt 2 – 7 har mer av teoriredovisning och avsnitt 8 – 12 mer av intervjuredovisning med analys.

Jag har arbetat med uppsatsen av och till sedan 2002. Merparten av intervjuerna gjordes under en kortare tjänstledighet detta år. Största delen av de intervjuade återfinns även nu, våren 2008, på ledande poster i kulturlivet om än för många inte samma poster som vid intervjutillfället. Möjligen kan de ha fått nya erfarenheter sedan 2002. Men jag är övertygad om att mina analyser är relevanta även idag.

Jag vill rikta ett stort tack

- till alla intervjuoffer som tog sig tid med mig och som försåg mig med en väldig massa impulser
- till de vänner och kolleger som hjälpt mig med synpunkter på mitt material under arbetets gång
- till Stiftelsen Framtidens Kultur som hjälpte till med finansieringen
- till professor Bo Sandelin, Handelshögskolan i Göteborg, för att han godkände rapporten som en "stor" magisteruppsats om 30 hp med betyget Väl Godkänd

Alingsås den 26 april 2008

Staffan Albinsson

## Intervjuer

Intervjuer har genomförts med följande personer inom teater, musiklivet, museer och bibliotek:

Benneth Solbritt	museichef	Stockholms medeltidsmuseum
Bodin Hans	orkesterchef	Helsingborgs Symfoniorkester
Carlsson Sture	VD	Göteborgs Konserthus (inkl Göteborgs Symfoniker)
Claesson Eva	marknadschef	Malmö Symfoniorkester
Dahlström Gunnar	museichef	Göteborgs stadsmuseum
Danielsson Rolf	museichef	Textilmuseet i Borås
Flensburg Birgitta	museichef	Norrköpings konstmuseum
Fredlund Björn	museichef	Göteborgs konstmuseum
Graham Cathy	general manager	The London Sinfonietta
Herdenberg Gunilla	bibliotekschef	Lunds Stadsbibliotek
Kellerman Lena	kultur/bibliotekschef	Vårgårda kommun
Lerner Anders	teaterchef	Malmö Dramatiska Teater
Lind Anders	museichef	Arbetets museum, Norrköping
Lindmark-Thomas Agneta	informationschef	Norrköpings Symfoniorkester
Lundström Sven	museichef	Länsmuseet Halmstad
Malm Krister	direktör	Statens Musiksamlingar
Manneby Hans	museichef	Bohusläns museum
Olsson Tommy	kultur/bibliotekschef	Borås kommun
Sandström Gugge	teaterchef	Folkteatern, Göteborg
Scott Toby	chef för bidragsavd	Department for Culture, Media and Sports, London
Silander Gunwi	VD	Göteborgs stadsteater
Sindler Anita	bibliotekschef	Göteborg stadsbibliotek
Stangertz Göran	teaterchef	Helsingborgs Stadsteater
Svensson Thommy	överintendent	Statens museer för världskultur, Göteborg
Sörensson Staffan	VD	Jazzklubben Nefertiti, Göteborg
Taylor Mark	direktör	The Museums Association of Britain, London
Westerlund Christina	bibliotekschef	Skövde kommun
Ång Conny	bibliotekschef	Norrköpings stadsbibliotek
Österholm Rolf	t f VD	Stockholms Konserthus (inkl Kungl Filharmoniska Orkestern)

Kommentarer:

- de uppdrag och arbetsgivare som anges ovan är det som gällde vid intervjutillfället!
- jag har fått de intervjuades godkännande att både citera och namnge. Men jag avstår i huvudsak från att namnge eftersom jag menar att det är idéerna i sig som är viktiga och inte vilka som har yttrat dem. Skriftliga intervjureferat finns för den som tvivlar på citaten.
- jag har medvetet avstått från att intervjua styrelsemedlemmar eftersom, vilket bekräftades i mina intervjuer, de i prispolitikfrågor inte agerar utan reagerar. Institutionsstyrelserna initierar inte diskussioner om avgifter utan fattar beslut enligt cheftjänstemännens förslag.

## Disposition

1	<b>Bakgrund</b>	6
2	<b>Motverkande eller samspelande krafter?</b>	10
2.1	Kostnadsrelaterad prissättning	10
2.2	Värderingsrelaterad prissättning	11
2.3	Upplevelseorienterad prissättning	11
3	<b>Våra värderingar</b>	11
3.1	Kulturförsäkringar - option demand	12
3.2	Vinstmaximering i det offentliga kulturlivet - nyttomaximering? lustmaximering?	13
4	<b>Den kulturella bazaren</b>	13
4.1	Den klassiska prisbildningsteorin	13
4.2	Prisbildning enligt socialister och kommunister	15
4.3	Konsumentöverskottet	16
4.4	Priskänslighet	16
4.5	Prisdiskriminering	17
5	<b>Välfärdsekonomiska grundbegrepp</b>	17
5.1	Paretooptimalitet	17
5.2	Kollektiva och individuella nyttigheter	17
5.3	Priser på blandat kollektiva och individuella nyttigheter	19
6	<b>Varför är vi kulturella?</b>	20
6.1	Sex grundattityder	21
6.2	Kulturvanefaktorer	22
7	<b>Besökarnas prisuppfattningar</b>	23
7.1	Upplevd substitutionseffekt - referenspris	24
7.2	Unik värdeeffekt	24
7.3	Svårigheter att jämföra - det säkra valet	25
7.4	Prissignaleffekter - prestige och kvalitet	25
7.5	Stor utgift= stor effekt	25
7.6	Slutliga nyttans effekter	25
7.7	Kostnadsdelningseffekter	26
7.8	Rättvisa priser	26
7.9	Lagerhållningseffekter	27
8	<b>Svensk kulturpolitik</b>	28
8.1	Flera kultursyner i samverkan	28
8.2	Bildningsambitionerna	29
8.3	Den estetiska bildningen	29
8.4	Folkbildningsbegreppet	30
8.5	Fyra kultursyner	30
8.6	Varför finns våra kulturinstitutioner?	31
9	<b>Kulturlivets historia</b>	34
9.1	Musiken	34
9.2	Biblioteken	35
9.3	Museerna	37
9.4	Teatern	39

<b>10</b>	<b>Dyrt eller billigt?</b>	40
10.1	Det avgiftsfria glädjebudskapet	40
10.2	Dyrköpta upplevelser	41
10.3	Fripassagerarsyndromet	43
10.4	Tidens påverkan	44
10.5	De brittiska erfarenheterna	45
<b>11</b>	<b>Betala för vad?</b>	48
11.1	Tidsupplevelse, förväntan och riskbenägenhet	48
11.2	Passiv möjlighet till utbud - option supply - respektive aktivt utbud - actual supply	49
11.3	Vilket är folkbiblioteksuppdraget?	49
11.4	Tillgängligheten utbudet är begränsat	50
11.5	Ekonomisk, geografisk, social, kulturell och estetisk tillgänglighet	51
11.6	Ingen tillgänglighet till obefintliga verksamheter	51
11.7	Solidarisk finansiering	51
<b>12</b>	<b>Vill vi justera avgifterna?</b>	52
12.1	Höja priserna?	52
12.2	Sänka priserna?	53
<b>13</b>	<b>Dynamisk prispolitik</b>	54
13.1	Scenkonsten	56
13.2	Biblioteken	57
13.3	Museerna	57
13.4	Prismatrisen	58
	Fotnoter, referenser och litteraturtips	60

# 1 Bakgrund

”Nuförtiden känner folk till alltings pris och ingentings värde”  
*Oscar Wildes litterära figur Lord Henry Wotton uttalar sig i boken  
 The Picture of Dorian Gray (1891)*

En solig vårlördag för kanske tio år sedan sjöng jag i en stor kör i Johanneshovs ishockeyarena i Stockholm. Vi framförde populär svensk musik av nationalkompositörerna Benny Andersson och Björn Ulvaeus tillsammans med nationalorkestern och med en rad nationalkändisar som solister. Bäddat för succé. Två konserter gav vi. En för publik som var ditbjuden av en sponsor - flera tusen personer. Nästa konsert gav vi för en lika stor publik, där var och en betalade flera hundra kronor för att få ta del av den upplevelse vi skapade. Hur vi än ansträngde oss gick det inte att få riktigt liv i gratispubliken. Matta applåder. Absolut inget jubel. Den betalande publiken började jubla efter ett par nummer och stod upp och dansade under de extranummer som den applåderade fram. Vår prestation var ungefär densamma. Men naturligtvis blev vi inspirerade av den publik som ville bli berörd.

Min enkla analys var och är att biljettpriset har betydelse för upplevelsen. Har man betalat mycket vill man också ha mycket valuta för pengarna. När de på scenen satt sitt pris krävs det också att de arbetar för att ge valuta för pengarna - ett lågt pris ställer lägre krav.

Men naturligtvis ser jag då jag använder mig av ”mitt” lokala biblioteks tjänster positivt på att jag får låna hem böcker därifrån. Kanske jag t o m lånar hem fler böcker än om jag skulle ha behövt betala en avgift. Fast å andra sidan händer det inte sällan att jag hyr en rulle i videoshopen på andra sidan museiparken för en tjuga utan att titta på den. Jag har råd att hyra en videofilm utan att vara säker på att jag verkligen kommer att prioritera den under de ca 90 min jag måste avsätta inom ett dygn.

Det finns inte några absoluta sanningar vad gäller vad som är rätt och fel när det gäller pris-sättningsaspekterna i kulturlivet. Många anser förmodligen att prispolitiken ska vara ett resultat av kulturpolitiska värderingar. Eftersom värderingar inte är några absoluta sanningar kan det inte finnas någon oomtvistlig prissättning.

Prispolitikdiskussionerna handlar i början av 2000-talet mest om tillgänglighetsaspekter. Ett lågt pris ökar förstås möjligheterna för fler att ta del av verksamheten. Men prispolitiken får också konsekvenser för kvalitetsambitionerna och den kan få konsekvenser, oönskade eller önskade, för konkurrensförhållanden. Upphovsmännens behov av ersättning och tillgång till ”riskkapital” kan dessutom påverkas.

Priset är en av flera samverkande faktorer som leder en individ till deltagande i kulturlivet som besökare på teater, konsert, utställning etc. Bland de andra faktorerna finns t ex produkten i sig, dess fysiska plats och den påverkan producenten kan åstadkomma genom sin information. Vi vet en hel del om vår publik. Vi vet hur besöksfrekvensen påverkas av faktorer som kön, ålder, utbildning, yrke, inkomst och bostadsområde. Sådana studier har gjorts såväl i vårt land som utomlands. I en fransk undersökning från 1996 fann man t ex att variationerna mellan hushållen i innehav av diskmaskin var en god spegel av samma hushålls teaterreferensen. En diskmaskin innebär fler teaterbesök.

Vi som verkar i kulturlivet har lärt oss en hel del om hur man marknadsför kulturen mera effektivt. Vi har byggt upp välförgrenade geografiska nät av kulturhändelser och biljettförsäljningen är inte längre knuten enbart till platsen där det åtrådda äger rum. Men när det gäller priset, dvs den ekonomiska insats som besökaren gör individuellt för att få tillgång till ett i tid och rum och till sitt innehåll specifikt utbud är kunskapen egentligen ganska rudimentär.

Vår västerländska civilisation finner sina rötter i det gamla Grekland. De folkvalda i det antika Aten anställde bildkonstnärer och skulptörer för att skapa utsmyckningen av offentliga byggnader. De var också aktiva producenter och finansierare av dramatik - oftast betraktad som en del

av statsreligionen. Enligt William Baumol (Baumol 1971) var det så viktigt att alla tog del av de dramatiska evenemangen att affärerna och domstolarna hölls stängda, fängelsekunderna släpptes och t o m kvinnor och flickor fick lov att komma in! Stadsstaten skapade en särskild fond som betalade entréavgifterna för de mindre bemedlade. Nationalencyklopedien hävdar att publiken t o m fick betalt för att ta del av dramatiken. Det samhälleliga stödet var dock litet i förhållande till det som de välbärgade i samhället, motiverade av intern rivalitet och statusjakt, stod för ur egna pengapungar.

Att prissättningen på kulturella tjänster kan vara mycket kontroversiell kan illustreras historiskt (Baumol och Bowen, 1966, s. 265). I London steg priserna på både de licensierade teatrarna Covent Garden och Drury Lane och de halvlegala scenerna ("Minors") under 1700-talet till nivåer som var avsevärt högre än både tidigare och senare. Den allra billigaste biljetten på de mindre scenerna kostade runt 0,5 shilling, vilket då var ca en fjärdedels dagslön för en arbetare. Den etablerade seden att halvera biljettpriset efter huvudstyckets tredje akt, dvs före det "lättare" efterstycket, slopade teatrarna plötsligt. Kanske var det inte bara det lättsamma innehållet som lockade de fattigare i samhället. Prishalveringsklockslaget sammanföll med arbetsdagens slut och det var svårt för de sämre bemedlade att infinna sig på teatern tidigare. Systemet innebar att salongerna som tidigare under föreställningarna varit sparsamt ianspråkstagna inför fjärde akten vanligtvis fylldes till bristningsgränsen. Då rabatten togs bort och priset således fördubblades blev det länge svåra upplopp.

I USA har Baumol och Bowen (Baumol och Bowen, 1966, s. 266 ff) visat att biljettpriserna på Broadway och The Metropolitan Opera sedan 1880-talet på det hela taget steg ungefär lika mycket som konsumentprisindex fram till mitten av 1950-talet men att de då under några år steg förhållandevis betydligt mer. Musikalernas biljettpriser steg på några år med 30% medan konsumentprisindex i USA under samma period steg med bara 8%. I Storbritannien var situationen ungefär densamma för teaterbiljettpriserna under tiden efter kriget. Däremot steg konsertbiljettpriserna i Storbritannien under de första decennierna efter andra världskriget bara i paritet med konsumentprisindex.

Baumol och Bowen intresserade sig ännu mer för hur biljettpriserna steg i relation till ökningarna i produktionskostnaderna. Den successivt ökande klyftan som man upptäckte kallade man "the income gap" - ett begrepp som därefter överförts även till andra samhällssektorer. Från London finns relevanta data samlade sedan åtminstone 1775. Under perioden 1775-1964 steg produktionskostnaderna i genomsnitt med 1,4% per år medan biljettpriserna steg med blott 0,8%. För ett enstaka år betyder detta inte så mycket. Men sett över hela denna nästan 200 år långa period innebar utvecklingen att produktionskostnaderna var 13,6 ggr högre 1964 än 1775 medan biljettpriserna bara var 5,4 ggr högre. Möjligtvis har en viss kapacitetshöjning beträffande antalet stolar i salongerna vägt upp en del av skillnaden. Men den allt större klyftan mellan kostnader och besökarintäkter som uppvisas har inte kunnat elimineras på långa vägar. Mellan 1950 och 1965 steg biljettpriserna på Broadway med 3% per år medan teatrarnas kostnader ökade med 6% per år. För The Cincinnati Symphony Orchestra steg kostnaderna 3,6 % årligen medan biljettprishöjningen stannade vid 2,5%. Allt talar för att klyftan mellan produktionskostnader och biljettintäkter fortsatt att öka inte bara i USA utan även i vårt eget land.

Den prissättningsdiskussion som förekommer inom det samhällsfinansierade kulturlivet idag handlar framförallt om nolltaxa eller ej. Enligt bibliotekslagen från 1996 är alla landets kommuner skyldiga att tillhandahålla litteratur till utlåning. Inte uthyrning. Utlåningskravet anges för folkbiblioteken, dvs de bibliotek som kommunerna ska ansvara för, och dessutom anges (§10) att länsbibliotek, lånecentraler, högskolebibliotek, forskningsbibliotek och andra av staten finansierade bibliotek ska ställa litteratur ur de egna samlingarna till folkbibliotekens förfogande avgiftsfritt. Däremot får folkbiblioteken förmedla t ex videoband och bildkonst mot avgifter. Eftersom det alltid varit gratis att få tillgång till bibliotekens bokservice finns det inga jämförande studier av huruvida en hyresavgift på bibliotekets böcker skulle medfört någon skillnad i utnyttjandefrekvensen.

Även inom museivärlden finns det ett engagemang för fri entré bland en del beslutsfattare. Labour under Tony Blair talade om vikten av god tillgänglighet till kultur i Storbritannien. Det viktigaste resultatet av dessa politiska ambitioner är det beslut om fri entré på statliga museer som trädde i kraft den 1 december 2001. Fastän muséerna kompenseras för sina entréavgiftsbortfall var långt ifrån alla museiledningar positiva. Kritikerna menar att syftet "ökad tillgänglighet" skulle kunna uppnås bättre med bibehållen avgift men med de nya statliga pengarna allokerade till specifika insatser för befolkningsgrupper som hittills varit omotiverade för besök. Man ifrågasätter också varför detta politiska beslut fattats utan redovisad analys.

Särskilda projektmedel gavs från kulturdepartementet till ett försök med fri entré under våren 2002 på Statens Historiska Museer i Stockholm. Försöket måste anses som framgångsrikt eftersom besökartalet ökade med 154% vid Statens Historiska Museum och med 100% vid Kungl. Myntkabinettet gentemot året före. Man hänvisar i sin utvärdering (Statens Historiska Museer, 2002) till en särskilt markant ökning av antalet skolklassbesök och till besök av invandrare - två högt prioriterade målgrupper i det kulturpolitiska arbetet. De kommunala museerna i landet - särskilt de i det borgerligt styrda Stockholm - har dock sedan länge fri entré för just barn och ungdomar (åtminstone från den egna kommunen). Däremot tar man vanligtvis ut avgifter för vuxna besökare. I flera länder i EU tillämpar man med framgång fri entré för alla en viss dag varje vecka eller en dag i månaden. Resten av öppettiden är museerna avgiftsbelagda. Frågan är förstas om Statens Historiska Museer måste vara gratis alltid för alla för att locka skolklasser och invandrargrupper. Eftersom museerna är statliga bör ju dessutom en strävan vara att nå alla barn och invandrare i hela vårt land. För det krävs andra insatser än fri entré till lokalerna.

Från den 1 januari 2002 gäller en lägre momsats på litteratur än tidigare i vårt land. Beslutet måste rimligtvis varit motiverat av i grunden samma bildningsinriktade kulturpolitiska argument som bestämmelsen i bibliotekslagen om avgiftsfri utlåning. Redan en vecka efter det att lagen börjat praktiserats berättade dåvarande kulturministern via Sveriges Radios Kulturnytt (det bör ha varit den 9:e januari) att hon tagit initiativ till en uppföljningsstudie i syfte att kontrollera att den lägre momsen verkligen har en stimulerande effekt inte bara på bokförsäljningen utan också på läsvanorna. Primärt ville hon, vilket torde vara det allra svåraste, kontrollera att det inte förekom någon smyghöjning av bokpriserna och att bokförlagen och bokhandlarna därigenom passade på att sko sig. Man kan ana att finansministern inte varit lika förtjust som kulturministern i sänkningen av bokmomsen. Om sänkningen verkligen leder till en köpstimulans kommer förlusten för statskassan förstas bli mindre än vid oförändrad försäljning. Om inte bara försäljningen utan också läsvanorna visar sig bli stimulerade av bokmoms-sänkningen kommer kulturministern å andra sidan få ett bra argument för att reformen uppnått sitt syfte även om den kostat statskassan en slant i uteblivna inkomster.

Överlag tycks det vara vanligt att kulturella samhällsföreteelser som tillhandahåller service som bygger på samlingar av fysiska objekt gärna vill hålla mycket låga priser - helst fri entré eller utlåning i st f uthyrning. Däremot är fri entré ett sällsynt undantag i kulturverksamheter som producerar möten mellan skapande och mottagande människor i teaterföreställningar, konserter och föreläsningar. Ett museum som har fri entré till sina samlingar och utställningar kan mycket väl tycka att det är självklart att ta betalt av publiken vid en tematiskt museianknuten föreläsning.

Scenkonsten är intensiv i sin produktion. Det som produceras är visserligen väl förberett genom planering och repetition. Men det sista steget är själva scenframträdandet där konsumtionen äger rum i samma ögonblick som produktionen! När de sista applåderna klingat ut kan ingen annan någonsin få uppleva samma händelse. Museer och bibliotek är mera extensiva. Det som besökarna tar del av är förberett inför en vernissage eller bara framsatt i en hylla och därefter tillgängligt så snart porten öppnas. Begreppet tid betraktas helt olika inom scenkonstproduktion å ena sidan och produktion av ABM-tjänster (arkiv, bibliotek, museum) å andra. Det speglas också i besökarens upplevelseförutsättningar. En osnygg tavla kan man snabbt passera. Som åhörare i en konsert med ett tråkigt verk måste man låta komponisten och exekutörerna uppta ens tid från musikens början till dess slut.



Statens kulturråd tog för nu mer än tio år sedan initiativ till analyser av och förslag till hur deltagande i kulturlivet kunde breddas och ökas. I rapportserien Att vidga deltagandet i kulturlivet behandlas prissättningsproblematiken i en textmassa som kan räknas i promille av hela samlingen. Några citat:

”I ett kärvt kostnadsläge ökar prissättningens betydelse för ekonomin..... Det saknas systematiska kunskaper om pris- och avgiftsnivåns effekter på publiktillströmning och publiksammansättning. Väl planerade och utvärderade försök att variera prisnivån har inte genomförts....

”Sambandet mellan pris/avgiftsnivån och deltagarnas ekonomiska förutsättningar är komplicerat. Utbildning och socialgruppstillhörighet har större betydelse än inkomst för deltagande i kulturverksamheter. Besök på bibliotek som är gratis - är lika mycket beroende av socio-ekonomiska faktorer som besök på teater, som kostar.”  
*ur Att vidga deltagandet i kulturlivet, Statens kulturråd 1990:4 sid 82*

I en parallell skriftserie från Statens kulturråd, Krukmakaren i Delfi, finns mera handfasta marknadsföringsidéer. Prissättningsaspekter behandlas på två-tre av sammanlagt 400 sidor i handboken och exempelsamlingen (som kom ett par år efter handboken). Några citat:

”Ingen vet vad priset betyder för prenumerationer, besöksfrekvens och publiksammansättning i kulturella verksamheter. Det finns inga undersökningar, bara gissningar. En gissning är att det säljs fler böcker därför att varuhus, bokklubbar och lågprispoeket har sänkt priserna. En annan gissning är att sänkta priser på kultur inte någonsin gör omotiverade personer motiverade att ta del av den.....Generellt sett är nog inte priset avgörande för människors val mellan olika kulturformer eller val av kultur i stället för något annat. Det som avgör är en invecklad kombination av socio-ekonomiska faktorer och värderingar.” *ur Krukmakaren i Delfi - om konsten att marknadsföra kultur, en handbok, Statens kulturråd, 1991*

I ”Statens kulturråds budgetunderlag 2002-2004” skriver rådet (s. 5) att det avser att ta initiativ till en undersökning kring prissättningsfrågor. Rådet har upptäckt ett par frågor som det vill ha belysta:

”Vad betyder priset för entrébiljetten på ett statligt museum eller ett länsmuseum i relation till dessas roll som folkbildande institutioner? Vilka måttstockar är i början av 2000-talet relevanta att använda för kostnaden för ett teaterbesök? Hur kan exempelvis målen att vidga publiken, att också nå en ny publik, och en ung publik, kombineras med den faktiska prisbilden? I vilken utsträckning kolliderar praktiken här och var med kulturpolitiska mål?”

Att det finns så få studier gjorda beträffande besökaravgifterna i kulturlivet kan ha flera orsaker:

- att det handlar om grundläggande värderingar kring fördelningspolitik som de förtroendevalda ska besluta om

och kulturlivets företrädare kan kanske tycka

- att det är intressantare att diskutera konst och humaniora än pengar - det är någon annans roll att arbeta med finansieringen av kulturen
- att det är så svårt att göra beräkningar, analyser och att ge råd och anvisningar att det inte är meningsfullt att ens försöka

## 2 Motverkande eller samspelade krafter?

De som ser till att en kulturaktivitet produceras och når sin publik är av flera olika kategorier som delvis kan ha motstridiga uppfattningar av det rätta värdet eller priset. Kulturpolitikern uppfattar sig representera allmänhetens, publikens och brukarnas intressen. Normalt menar den förtroendevalda att aktiviteten ska

- vara av hög kvalitet
- erbjudas till ett lågt pris
- erbjudas så nära den enskilda medborgaren som möjligt

Dessa ambitioner är efterfrågestimulerande. De är sinsemellan kontraproduktiva inom ramen för en given budget. Maximering av en ambition leder till negativa konsekvenser för de andra. Det gäller att finna en fungerande nivå på alla tre faktorerna. Många av samhällets satsningar på kulturen är tänkta att vara efterfrågestimulerande på så sätt att tjänsten kan etableras till ett pris som är lägre än marknadspriset. Det mest iögonfallande exemplet är väl bokutlåningen från folkbiblioteken.

Kulturpolitikern kan dessutom vara genuint intresserad av att försöka etablera en verksamhet som han/hon tycker saknas. En önskad aktivitet som således marknadsekonomi inte av sig själv sett till att etablera. Samhällets insats blir i en eller annan mening utbudsstimulerande. En del av dessa insatser, t ex Statens kulturråds fonogramstöd, är utformade så att en producent kan erbjuda en produkt till ett etablerat kommersiellt marknadspris.

Den verkställande organisationen vill producera

- så stor kvantitet som möjligt inom ramen för befintliga resurser
- till en så hög kvalitet som möjligt
- till ett pris för besökarna som genererar en tillfredsställande publikstatistik
- till ett pris som gör att verksamheten inte går med förlust.
- i en lokal som är ändamålsenlig och finns så nära besökaren som möjligt

Utövaren har också intresse av att nå så många som möjligt. Dels gör det säkert utövaren nöjdare att veta att många uppskattar hans/hennes skapande. (Här finns dock undantag: för en del verkar kvaliteten på publiken vara viktigare än kvantiteten). Dels har utövaren förmodligen samma intresse som alla andra av att förbättra sin personliga ekonomi.

En del utövare betraktar biljettpriset som en värdering av arbetsinsatsen. Ju högre biljettpris en konsertarrangör sätter desto högre självförtroende och socialt värde tycker sig musikern få. Jag hörde under arbetet med denna studie talas om en grupp kommunala musiklärare som krävde att biljettpriserna till deras konsert skulle vara desamma som till konserten med den världsberömda sopranen med sexsiffrigt gageanspråk i samma konsertserie. De ville att den lokala befolkningen skulle uppfatta det hela som att deras konsert var lika "viktig" och "värdefull". Undras just om de också insåg att kraven på deras framförande och publikens upplevelse också i så fall rimligtvis måste ligga i paritet med fallet dyr, berömd artist från de stora scener som aldrig skulle erbjuda de lokala utövarna något speltillfälle.

Jag har å andra sidan också träffat nationellt berömda artister som opponerat sig då de sett de biljettpriser som jag som producent ansett mig vara tvungen att tillämpa eftersom artistens gageanspråk varit så höga. En äldre jazzmusiker insisterade på att "samhället" skulle gå in. Han själv skulle visserligen kunna finansiera sin våning på Östermalm men publiken skulle likväl kunna gå på hans konserter billigt. Han hänvisade till att flera av hans grannar var offentligt anställda överläkare vars service var kraftigt samhällsfinansierad.

### 2.1 Kostnadsrelaterad prissättning

Det förekommer i de av samhället subventionerade kulturverksamheterna att man argumenterar för att priset gentemot brukaren ska sättas med utgångspunkt från produktionskost-

naden. Det är tydligt t ex då en institution förmedlar en rad olika program till lokala arrangörer och då har som policy att subventionen ska vara X procent av produktionskostnaden för varje separat programerbjudande. Det är kanske rimligt om skillnader i produktionskostnaderna också speglar skillnader i något slags marknadsattraktivitet som i sin tur motiverar olika gagenivåer till de medverkande. Kvalitetshöjningar kan också kosta mer resurser i form av utnyttjande av de senaste tekniska landvinningarna. Metoden ger möjlighet till resurssvaga köpare, oftast i en mindre ort med litet publikunderlag, att köpa ett utbud som inte nödvändigtvis skiljer sig från det som i en större ort kan tillhandahållas på kommersiella grunder utan samhällsstöd. Efterfrågan stimuleras visserligen. Men den styrs inte.

Att det finns en direkt kostnadsrelaterad prissättning är ju också uppenbart då producenterna höjer sina priser i takt med ökningen av framställningskostnaderna. En av de musikföreträdare jag intervjuat för denna studie berättade om en kort period med direkt kostnadsrelaterade biljettpriser för varje separat konsertproduktion:

”Vår före direktör satte under en säsong priser efter gagenivåerna för varje konsertproduktion! Faktiskt blev det snarare mer efterfrågan på de konserter som då kostade ett par tior mer än andra. Folk antog att de också var ”bättre”.”

## 2.2 Värderelaterad prissättning

Kulturpolitiken har sin bas i våra förtroendevaldas uppfattning av våra kollektiva värderingar kring kulturella företeelsers inneboende värden som inte tas om hand av de traditionella marknadskrafterna eller som inte ens bör få behandlas marknadsmässigt. Ryggmärgsreaktionen hos den förtroendevalda är nog att samhället ska etablera ett utbud av det som på detta sätt betraktas som nyttigt och dessutom göra det till låga trösklar för allmänhetens tillgänglighet.

## 2.3 Upplevelseorienterad prissättning

Den potentielle besökaren gör en egen bedömning beträffande den kulturella aktivitetens biljettpris eller entréavgift i förhållande till det förväntade upplevelsevärdet. Det är detta vi brukar kalla ”attraktivitet”. Den har inte nödvändigtvis någon koppling till producentens kostnader, de förtroendevaldas uppfattning om vad som är bra för oss eller kulturexperternas bedömning av produktens faktiska, hantverksmässiga kvaliteter. ”Upplevelsen” är ett mångfacetterat begrepp.

Skillnaden mellan en plats i solen eller i skuggan, mörkret rentav, är ofta marknadsmässigt avgrundsdykt. Samtidigt handlar det oftast om faktiska kvalitetsskillnader som är hårfina eller som kanske inte ens finns. Kulturbesökarna vill uppleva den de uppfattar som ”vinnaren” och de vet inte ens vad de övriga heter. Förmodligen skulle en normalpublik inte kunna uppfatta någon skillnad i de konstnärliga prestationerna om det fanns en jämförelsemöjlighet, men skillnaden i subjektiv ”upplevelse” finns där likafullt.

# 3 Våra värderingar

”Vi betalar honom för mycket men det är han värd”  
*Samuel Goldwyn*

Vi försöker leva i enlighet med våra värderingar. Eftersom alla politiska rörelser och alla politiska beslut bygger på värderingar så gäller det naturligtvis också kulturpolitiken. En värdering som varit stark på senare år är att många beslut av betydelse för oss alla skall överföras från den politiska sfären till individen och/eller ”marknaden”. Redan pionjären Adam Smith hävdade 1776 i nationalekonombibeln *The Wealth of Nations* att vår egennytta leds av en osynlig hand som styr allt till det för samhället optimala (Smith, 1776, s. 291-292):

”Varje individ arbetar tvångsmässigt för att skapa en så stor årlig inkomst för samhället som han kan. Vanligtvis är hans strävan alls inte att främja det allmännas bästa, ej heller vet han i vilken utsträckning han gör det.... Han eftersträvar blott sin egen vinst, och han är i detta, liksom i många andra fall, ledd av en osynlig hand för att främja ett resultat som inte var en del av hans eget syfte....”

Valet av allegorin med den osynliga handen verkar närmast religiöst betingat. Det är inte så märkligt eftersom de första nationalekonomerna var moralfilosofer eller präster i första hand. Smith och hans efterföljare sneglade mot naturvetenskapernas strikta mätande av företeelserna i vår omgivning. Tingen hade inneboende värden som man sökte måttstockar till. Detta med tingens naturgivna kvaliteter å ena sidan och sådana kvaliteter som tilldelas dem bara i den mänskliga varseblivningsprocessen å andra sidan hade redan Demokritos från Abdera diskuterat runt 400 f.Kr. Kant spann vidare och menade att Das Ding an sich har givna, inbyggda kvaliteter. Som motsats använde Kant begreppet Das Ding für uns där den egna upplevelsen sattes i fokus. Skönheten finns inte längre i objektet i sig utan i betraktarens öga. Materien är komplex. Vi har fått just talesättet "beauty is in the eye of the beholder"<sup>1</sup> från samma språk som "there is more to beauty than meets the eye". För att inte tala om IT-världens krassa konstaterande på 90-talet att "what you see is what you get".

Värdet av vilken företeelse som helst är ju uppenbarligen aldrig detsamma för alla. Värdet har också olika beståndsdelar som t ex

- bruksvärdet
- det estetiska värdet
- det ekonomiska värdet.
- affektionsvärdet
- det andliga värdet
- symbolvärdet
- det sociala värdet
- miljövärdet
- det historiska värdet
- det kulturella värdet
- det "inneboende"värdet
- autencitetsvärdet

Värdet hos företeelsen i sig och även i dess relation till andra företeelser förändras vanligtvis över tiden.

### 3.1 Kulturförsäkringar - option demand

Vi sätter också pris på den kulturella identitet vi väljer. Vi är dessutom beredda att rent bokstavligt betala ett pris också! Det finns vetenskapliga undersökningar<sup>2</sup> som visar att "allmänheten" som kollektiv, om än kanske inte precis alla medborgare och definitivt i olika grad, är beredd att betala skatt till något som de flesta inte tänker besöka. Vi är stolta över internationellt berömda svenska artister och konstnärer som lärt sina yrken vid våra utbildningsanstalter även om vi inte tycker att deras alster är av intresse för oss personligen. Vi tycker att det är bra att det finns ett utbud av kulturaktiviteter av olika slag. Jag har liksom de flesta olika preferenser bland de kulturella uttrycken. En del har jag lite svårt för att uppskatta. Men jag hoppas att jag en dag ska intressera mig för att försöka tillgodogöra mig de upplevelsevärden som jag anar finns i dem. Inte idag eller i morgon. Vem vet när? Inte jag själv i alla fall. Därför är det väl inte så tokigt att det finns ett utbud den dag jag själv kommer att efterfråga tjänsten. Genom skattesubventioneringen accepterar vi tanken på kulturella försäkringar som våra vanliga försäkringsbolag inte täcker upp. Staten, regionen, kommunen, församlingen och föreningarna erbjuder genom sina aktiviteter denna slags socialförsäkring. Ekonomerna kallar det för ickenyttjandevärde eller option demand.

En ytterligare dimension på icke-nyttjandet är vår känsla och vårt ansvar för det arv vi ska ge till kommande generationer. Vi måste ha ett rimligt mått av levande kulturaktörer i vår samtid för att tidigare generationers kulturarv ska kunna föras vidare till våra barn, barnbarn och alla framtida generationer vars preferenser vi inte kan veta något om men kanske påverka genom vår egen politik. Det är med kulturen som med naturen - det som förstörs är omöjligt att återskapa i ursprungligt skick. Vi försöker därför sätta ett värde på framtida generationers faktiska efterfrågan och aktiva konsumtion av något som för oss kanske enbart har ett passivt option demand-värde.

Publiken av idag betalar gärna en inte föraktlig entréavgift för att titta på impressionisternas konstverk. Samtidspubliken stod till stor del frågande inför denna då nya, radikala bildkonst. Vi måste utgå från att morgondagens publik på samma sätt aktivt uppskattar sådant som idag inte har någon omfattande förankring i en bred, folklig "efterfrågan" och att detta är något positivt som vi bör finansiera kollektivt.

### 3.2 Vinstmaximering i det offentliga kulturlivet -nyttomaximering? lustmaximering?

Kulturlivet är totalt genomsyrat av värderingar. Varje beslut som fattas i en kulturnämnd eller i en samhällsstödd kulturorganisation bygger på en viss uttalad eller outtalad värderingsgrund. I det dagliga beslutsfattandet bland de anställda i kulturorganisationerna är det ett ständigt vägande av investerade kronor i förhållande till det tänkta resultatet vare sig det är konstnärligt eller kulturpolitiskt präglad. Pengarna är satta att göra tjänst för andra syften än de kapitalistiska idéerna om en vinstmaximering som går att mäta i pengar. Kulturkronorna är redskap för helt andra välfärdsidéer - idéer om den tillfredsställelse som kommer ur att bli road och upplyst. Gärna bådadera samtidigt. Redan Juvenalis visste att romarna behövde inte bara bröd utan även skådespel för att leva nöjda.

Denna typ av alternativ vinstmaximering är ju något som kulturlivet delar med en rad andra samhällssektorer. Men hur mäter man det svenska försvarets effektivitet när vi inte varit i krig på snart 200 år? När är det svenska domstolsväsendet effektivt? När det dömer fler? Till längre straff? Eftersom det inte finns några naturgivna sanningar eller självklara orakel som kan avgöra vad som är bra och dåligt vad gäller kulturorganisationernas verksamhet är de oerhört känsliga för kulturella opinioner.

I samhällets uppdrag till kulturinstitutionerna formuleras aldrig ekonomiska återbäringsmål. Den vinst på satsat kapital man är ute efter ska snarare mätas i välfärdstermer. Anslagsbeviljarna vill att livskvaliteten för samhällsmedborgarna ska bli högre. Det begrepp en välfärdsekonom skulle använda i stället för vinstmaximering är nyttomaximering. Frågan är om vi inte i dagens narcissistiska samhällsklimat alternativt skulle kunna använda begreppet lustmaximering. Det som är nyttigt för oss är inte alltid det vi tycker är mest lustfyllt. Vi som arbetar med samhällets kulturverksamheter vill göra nytta. Dem som vi ska intressera för vår verksamhet kanske hellre vill ha lust-, nöjes- eller njutningsmaximering. Redan Voltaire menade att "alla sätt är bra utom de tråkiga". Men vad är då "bra" eller "tråkiga" kvaliteter? "Tråkighet är allvar utan innehåll", sa den skånske poeten Ola Hansson. Vilket innehåll? För vem? Kan man mäta den otråkiga kvaliteten?

## 4 Den kulturella bazaren

*Res tantum valet quantum vendi potest  
Tinget är värt just så mycket som det kan säljas för  
ur romersk lagstiftning*

### 4.1 Den klassiska prisbildningsteorin

Efterfrågan på en vara eller tjänst är vanligtvis lägre vid ett högre pris. Färre köper varan ju högre priset är säger oss teorin och logiken. Utbudet minskar då priset minskar eftersom allt färre producenter har lust att tillverka ju lägre priset är. Priset på och utbudet av varor/tjänster av ett specifikt slag på marknaden bestäms i symbios men inte av någon enskild utan av "den osynliga handen" - den fria konkurrensbaserade marknaden. Det finns ett jämviktspris där utbudet är lika stort som efterfrågan och där priset  $y$  ger kvantiteten  $x$  och vice versa. Varje annat pris är inoptimalt och det omedvetna kollektiva strävandet hos aktörerna på den fria marknaden - producenter och konsumenter tillsammans - kommer att bli att man uppnår jämviktspriset. Då utbudet är "för litet" och priset på marknaden "för högt" kommer fler tillverkare att se att här finns pengar att tjäna. Om utbudet är för stort och priset för lågt kommer en del tillverkare att lägga ned sin produktion.

Detta är den klassiska förklaringsmodellen inom all ekonomisk teori. Den är så klassisk att den kan härledas tillbaka till det antika Grekland. Seneca (Langholm, s. 78) skrev t ex

"... Vilken betydelse har tjänsternas verkliga värde när säljaren och köparen har kommit överens om deras pris?... de är värda bara det högsta pris till vilket de kan säljas."

Under 1800-talet kom ekonomerna fram till att i ett samhälle som präglas av ekonomisk utveckling (till skillnad från de antika) är det avgörande för prissättningen det värde köparna

kollektivt och individuellt ger ytterligare en vara av samma sort som de redan förfogar över. Jämviktspriset finns där ytterligare en vara på en marknad kan säljas till ett pris som är lika med tillverkningskostnaden för just den ytterligare varan.

Ett undantag från dessa klassiska lagar om marknadens jämviktspris är marknaden för förstagångsförsäljning av bildkonst. Där är prisminskningar närmast ett tabu. I detta fall, argumenterar t ex Olav Velthuis (Velthuis), avspeglar priset snarare en kvalitetsnivå än en relativ kvantitetsbrist. Eftersom det estetiska och ekonomiska värdet av en tavla vid en förstagångsförsäljning egentligen är okänt kommer en prissänkning - om tavlan hänger längre än tänkt hos galleristen - att skada marknadens uppfattning av konstnärens position på en tänkt kvalitetsrankinglista. Då priset ökar betyder det att utövarens karriär är i ordning. En konstnär och/eller en gallerist kan ha arbetat länge på att bygga upp en bild av "värdet". I detta fall är alltså priset en direkt bild av detta eftersträvade värde. Eftersom bildkonst, mer än produkter från någon annan konstform, ofta betraktas inte bara utifrån de estetiska värdena utan också som ekonomiska investeringsobjekt har det sätta priset stor betydelse i det symbiotiska förhållandet konstnär-gallerist-investerare. Först vid försäljning i senare led kan man tala om ett egentligt marknadsvärde. Det kulturella värdet visar sig också först efterhand.

Få politiker och enskilda hävdar att effekterna av de fria marknadsmekanismerna alltid är de bästa. Redan de tidiga nationalekonomerna menade att det fanns grundläggande samhällsfunktioner som inte bör etableras med de fria marknadskrafternas spel som bas. Det gällde främst individernas behov av fysisk säkerhet. I "nattväktarsamhället" skapas dessa funktioner genom kollektiva beslut om att garantera individers och deras verksamheters fysiska säkerhet. Rättsmaskineriet är inte heller något som någon politisk riktning velat att den fria marknaden ska ta hand om - möjligtvis med undantag för själva förvaringen av de dömda.

Idéerna om nattväktarstatens verksamheters icke-konkurrensutsatta drift grundade sig mera på moral än ekonomisk teori. Här var det mänskliga värden som var viktigare att garantera än de ekonomiska. Dessa humanistiska värden stod för de tidiga nationalekonomerna över den snöda personliga ekonomiska vinning som logiken om producentens vilja att bjuda ut en vara eller tjänst på en marknad baseras på. Mer eller mindre socialistiska partier har i varierande grad ifrågasatt individens rätt att skapa ett eget personligt kapital genom att erbjuda varor eller tjänster på en fri marknad. Men inte heller de borgerliga partierna, som i grunden hyllar de fria marknadskrafterna, vill att de ska verka otyglat. De ska tvärtom användas medvetet i goda samhällssyften. När dessa goda syften inte garanteras skapar man lagar och regleringar som manipulerar de fria marknadskrafterna in i goda banor. Dessa idéer bygger på tankar från skolastiker som t ex 1200-talsteologen Henrik av Gent (Langholm sid. 78) som menade att den dittills rådande uppfattningen att en varas rätta pris är det pris den kan säljas till borde ersättas av den då nya normen att varans rätta pris är det varan bör säljas till. Mer om det rättvisa priset nedan punkt 7.8.

Idéerna om statens begränsade roll som garant för de allra mest fundamentala kollektiva behoven av fysisk säkerhet - och enbart dessa behov - kom att påverka tänkandet under de borgerliga revolutionernas första tid. USA:s tredje president, Thomas Jefferson, såg regeringsmakten som ett nödvändigt ont som till sin natur innebar en inskränkning i den personliga frihet som egentligen var det primärt eftersträvansvärda. Men inte långt efter Jeffersons presidenttid blev Andrew Jackson vald med ett osedvanligt stort folkligt stöd - större än de flesta såväl före som efter - på ett program som inspirerades av andra idéer.

"Regeringar medför inte nödvändigtvis något ont. Det onda ligger endast i deras maktmissbruk. Om de ... som himlen gör med regnet låter sin ynnest falla lika på hög som på låg, rik eller fattig, då vore regeringar till odelad glädje",

hävdade Jackson (Ostrander, 1965) I ämnet för denna studie tycks det gå en rak ideologisk linje mellan Andrew Jackson och Tony Blair. Fri entré på statliga museer är ju som den manna från himlen som faller på både den som hungrar, på den som hellre ätit pommes frites och på den som redan är mätt. Lika för alla. Oavsett hunger och smak.

För en tänkare i Adam Smiths efterföljd är monopol en styggelse. Om en enda producent har ensamrätt att förse marknaden med en vara kommer den dels att få ett för högt pris och dessutom sannolikt vara av sämre kvalitet än om flera producenter fick konkurrera om köparnas gunst. På samma sätt är kartellbildningar på en marknad med flera tillverkare en producentegoistisk manipulation av de fria marknadskrafterna som inte gynnar köparna. Omtanken om människorna i samhället - konsumenterna - sade redan Adam Smith att alla producentförsök att reglera eller manipulera den fria marknaden är till förfång för de enskilda medborgarna (Smith, 1776, s. 157):

”Intresset hos deltagarna i en handelsbransch eller en industri är alltid i någon mening skild från eller till och med motsatt allmänhetens. Att utöka marknaden och minska konkurrensen ligger alltid i producenternas intresse. Att utöka marknaden kan då och då vara angenämt nog också för allmänhetens intressen men att minska konkurrensen är alltid mot dem.”

och (Smith, 1776, s. 129)

”Människor i samma bransch träffas sällan, inte ens för muntration och förströelse, utan att samtalet utmynnar i en konspiration mot allmänheten eller i en överenskommelse att höja priserna.”

Mottot blir: skapa rätt villkor för producenternas agerande på en fri marknad så gynnas samhället bäst. Producenterna kommer inte att tjäna otillbörligt mycket eftersom ju större chansen till avkastning är vid produktionen av en viss vara desto fler producenter kommer att vilja etablera sig på just den marknaden. Så länge produktionen sker hos flera sinsemellan konkurrerande verksamheter garanteras ett så lågt pris som möjligt.

#### **4.2 Prisbildning enligt socialister och kommunister**

Omtanken om medmänniskorna leder socialister och kommunister till tankar om producentegoismens begränsning som ger helt andra slutsatser. Priserna fastställs genom politiska beslut i en eller annan form. Produktionen sköts av samhällets egna verksamheter utan vinstintresse.

Från de tidiga socialistiska ekonomierna hör vi berättas tragikomiska historier om välment men missriktad prissättning. Så påstås det t ex att bönder snart efter revolutionen i Sovjetunionen gav sina grisar bröd i stället för säd eftersom priset på det köpta brödet var lägre än det pris de fick för den säd de odlade och sålde.

Men tidiga socialistiska ekonomer som t ex Oskar Lange (Lange och Lange) hade idéer om prisernas funktioner som egentligen starkt påminde om de kapitalistiska ideerna så som de formulerades av t ex F A Hayek och Ludwig von Mises. Oskar Lange menade t ex att prisbildningen både i en kapitalistisk och i en socialistisk ekonomi sker i form av ”trial and error”. I det socialistiska samhället övertar samhället - den kollektiva ägaren av produktionsmedlen producentrollen i den ständigt pågående prisbildningsprocessen. Om samhällets planeringsorgan väljer ett för lågt pris blir det ett underskott av produkten på marknaden medan det blir ett oönskat lager om priset sätts för högt.

Socialismen, menade Marx, är förstadiet till den verkliga kommunismen ”sensu stricto”. I det kommunistiska samhället har marknaderna försvunnit. ”Av var och en efter dennes förmåga, åt var och en efter dennes behov” skulle då kunna gälla. Marknader och priser sätts ur spel. Egentligen fungerar denna fulländade kommunism bara då alla får gratis tillgång till allt. Eftersom det för i princip allt finns en mättnadsgrad över vilken ingen konsumtion för någon är meningsfull eller ens möjlig - tiden att konsumera är ändlig - är kanske utopin inte så omöjlig ändå, menade bl a Oskar Lange. Även om priset på tvål, bröd och salt vore noll skulle vi - oavsett inkomster - inte konsumera mer än tills vi är nöjda.

Så fungerar det ibland även i kapitalistiska samhällen. Vi konsumerar inte omätligt av gratis utbildning, offentliga parker etc. De verkligt kollektiva tjänsterna som försvar och gatljus är gratis även i det kapitalistiska samhället. De har ju den speciella egenheten att en individs nyttjande inte minskar möjligheterna för andra att också konsumera.

Den ekonomiska tillgänglighetssträvan till kultur som manifesteras i beslut om fri entré till museer och avgiftsfritt boklån i folkbiblioteket ligger i linje med Marx´ ideer om konsumtion till var och en efter dennes behov. Men andra kulturverksamheter som drivs av samhället tillämpar inte dessa ideer och det är bara när allt är gratis som det råder sann kommunism. Kulturpolitikens ambition är ju dessutom att fler ska konsumera mer och att fler ska börja konsumera överhuvudtaget. På så sätt går inte kulturtjänsterna att jämföra med basvaror som tvål, bröd och salt enligt ovan. I arbetet med att få fler att börja konsumera kultur är nolltaxan ett trubbigt verktyg.

#### 4.3 Konsumentöverskottet

Somliga konsumenter är villiga att betala mer för den vara som erbjuds på marknaden till dess jämviktspris. Det mervärde mellan faktiskt pris och det konsumenten varit villig att betala kallar ekonomerna för "konsumentöverskottet" (consumer surplus). Det mervärde som en besökare på ett konserthus kommer i åtnjutande av är inte bara den subvention som det offentliga satsar i produktionen av konserten utan också det "konsumentöverskott" som besökaren kan erhålla om han/hon värderar sitt besök högre än det faktiska biljettpriset.

En besökare som kommer till ett avgiftsfritt museum just för att det är gratis och inte hade kommit i annat fall upplever inget konsumentöverskott genom museiledningens avgiftspolitik. Den besökare som gärna betalat och kanske betalat en hel del för nyttan och nöjet med museibesöket erhåller däremot då ett konsumentöverskott på övriga skattebetalares bekostnad.

#### 4.4 Priskänslighet

På en perfekt marknad med fri konkurrens är priset givet och inte påverkbart för producenten. Men i vårt svenska kulturliv är de allra flesta producenter lokala monopolister. Det finns i bästa fall ett konserthus i en större stad och en kammarmusikförening i en mindre stad. I de fall där det finns två eller flera symfoniorkestrar som ger offentliga konserter i en storstad brukar de fördela veckans kvällar mellan sig - inte nödvändigtvis genom aktivt kartellsamarbete utan som effekt av traditioner och marknadsmässiga bedömningar av den orkester som kom efter en tidigare i sin etablering på marknaden. Effekten blir att varje producent får monopol åtminstone på sin kväll. Museer finns det många. Men de flesta är lokala monopolister i sitt ämnesområde.

Priselasticiteten är det mått som anger hur pass mycket efterfrågan ökar vid ett minskat pris och vice versa. Kostnaden för producenten att tillverka den efterfrågade kvantiteten kommer naturligtvis att variera. I normalfallet säger oss logiken att om priset höjs faller en del köpare bort. Men kanske den samlade intäkt som erhålls från de kvarvarande köparna blir högre än tidigare. Samtidigt måste detta vägas mot effekterna på tillverkningskostnaderna. Att producera en mindre kvantitet ger oftast en högre styckkostnad.

Det finns numera en del beräkningar av priselasticiteten för kulturell service. En undersökning av fransmäns teaterafterfrågan av Lévy-Garboua och Montmarquette (Lévy-Garboua och Montmarquette, 1996)) påvisade en större priselasticitet för dem som var vana teaterbesökare än för de mera ovana! Kunskap om hela marknadsutbudet och bättre underlag för värdering av de olika alternativa föreställningarna gjorde köparna mera priskänsliga. I samma undersökning tyckte man sig finna att de besökare som inte bodde i själva Paris utan hade spenderat tid och pengar också på transporten var mera nöjda efter föreställningen. Lévy-Garboua och Montmarquette uttolkar detta som att det fanns en större andel av icke teatervana besökare bland dem som bor närmare salongen ifråga. Jag skulle vilja tillfoga den kompletterande tolkningen att just mängden av investerade resurser bland dem som rest långt gör dem mera villiga att vara nöjda så att de ska tycka att de fått valuta för de satsade pengarna, timmarna



och själva mödan.

Baumol och Bowen menar, efter att ha relaterat data från the New York Philharmonics och The Metropolitan Opera för de första decennierna efter andra världskriget, att biljettprishöjningar regelmässigt resulterar i en minskning av publikmängden. Men effekten var liten för undersökningsperioden och kanske bara tillfällig. Vid nästan alla ändringstillfällena var publikbortfallet relativt mindre än prishöjningen. Baumol och Bowen gjorde som komplement en publikundersökning i början av 60-talet där de frågade om besökarna försökt få köpa dyrare eller billigare biljetter än vad de faktiskt fick tag på. De fann att visserligen 11% försökt köpa billigare biljetter men också att 5% försökt köpa dyrare biljetter! Vid balettföreställningar var det t o m tvärtom: fler hade försökt köpa dyrare biljetter än billigare.

#### 4.5 Prisdiskriminering

En producent som har monopol på sin marknad har inget egentligt marknadspris att relatera till. Det har ju inte konsumenten heller. Det gör att monopolisten kan ta ut olika priser för samma vara för olika marknadssegment och för olika kunder. Somliga kunder gynnas och andra diskrimineras. De allra flesta av samhällets kulturverksamheter är i praktiken lokala monopolister. Deras prissättning har inte sällan prisdiskriminerande drag. Det är ekonomens negativt laddade term för det som vi i kulturlivet hellre uppfattar som en offensiv prispolitik-åtgärd som t ex "rabatter för svaga grupper" som barn, ungdomar, arbetslösa och pensionärer.

## 5 Välfärdsekonomiska grundbegrepp

"Först prisade han den vackra utsikten från backen. Och Algot instämde med en nickning, förvånande sig över att han inte förut hade sett denna skönhet som var obetalbar och därför ingenting kostade."  
*Fritiof Nilsson Piraten i novellen Småländsk tragedi*

### 5.1 Paretooptimalitet

De teoribildande nationalekonomerna har gärna botaniserat i begreppsvärldar i närheten av moral och etik. I början av 1900-talet hävdade t ex den italienske nationalekonomen och sociologen Vilfredo Pareto att ett tillstånd A i samhället rangordnas högre än tillståndet B om alla individer föredrar A före B (starkt Pareto-kriterium) eller om minst en individ föredrar A och ingen föredrar B men eventuellt är likgiltig inför båda (svagt Paretokriterium). Tillståndet A är dessutom "paretooptimalt" om det inte existerar någon realiserbar alternativ situation som rangordnas högre. En grundsyn som denna kan användas och har använts av både marknadsinriktade och socialistiska policyskapare. Vem som äger produktionsmedlen är av underordnad betydelse för teoribildningen. Perspektivet är snarare individernas nyttomaximering än företagandets vinstmaximering. Men i en modern välfärdsekonomi förutsätts de två kunna samspela.

### 5.2 Kollektiva och individuella nyttigheter

De revolutionära rörelserna under upplysningstiden och de demokratiska folkrörelserna under senare delen av 1800-talet och tidigt 1900-tal hade höga allmänmänskliga mål som handlade om lika rättigheter för alla oavsett social status, inkomst, förmögenhet, utbildning, kön m m. Bara genom en folklig, kollektiv beslutsprocess - demokrati - skulle målen kunna nås. Den amerikanske nationalekonomen Paul A. Samuelson systematiserade i flera artiklar i början och mitten av 1950-talet den praktiska nyttan av det kollektiva agerandet i begreppet "public goods" - de kollektiva/offentliga nyttigheterna - som motsats till "private goods" - de individuella/privata nyttigheterna. De två extremerna brukar definieras enligt följande:

individuell nytthet:

bara en enda individ kan dra nytta av konsumtionen av ett exemplar av en produkt

kollektiv nyttighet:

1. en individs konsumtion påverkar inte andras möjligheter till konsumtion
2. det går inte att utesluta individer från konsumtion

Det är uppenbart att de normala marknadslagarna inte fungerar alls eller fungerar dåligt vad gäller produktion av kollektiva nyttigheter. Dessa kräver något slags kollektivt agerande för att komma i produktion. Det förutan riskerar det att bli en generell underförsörjning av kollektiva nyttigheter och kanske rent av en situation med en stor produktion av "private goods" som skapar "public bads" - som t ex nersmutsning, buller, slagsmål på stan och ockerränter.

Det militära försvaret är en genuin kollektiv nyttighet. Det privata vaktbolaget däremot försvavar bara intressena hos den eller de som betalat av egna pengar direkt till bolaget för tjänsterna.

Mycket få nyttigheter är kollektiva i den extremform som Samuelson beskrev. Många ekonomer har tillfogat olika slag av mellanformer som t ex "mixed goods" eller "merit goods" (Musgrave 1959). Man brukar numera skilja mellan sådana nyttigheter vars kollektiva mervärde skapas i produktionsledet och sådana som har sina positiva externa effekter hos konsumenterna och övriga medborgare.

En polisutryckning sker visserligen till en individ som för stunden drar nytta av den kollektiva nyttigheten. Men för mig som enskild medborgare skulle det vara ogörligt att anställa en polisman just vid det tillfälle då jag behöver hans insatser. Mervärdet ligger i att tjänsten finns latent vid akuta behov.

I produktion av grundskoletjänster tillgodoses två olika nyttoperspektiv (Buchanan):

- den faktiska, enskilda konsumenten - barnet eller barnets föräldrar - formulerar kanske den individuella nyttan som en investering i en framtida karriär och/eller ett framtida intressantare liv baserat på de kunskaper och färdigheter som kan bli resultatet
- övriga medborgare har ett intresse av att även just detta barn utbildas för att minska risken för att kollektivet ska drabbas av kostnader för barnets framtida kriminalitet, asociala beteende, suspekta politiska aktiviteter eller, mera generellt, "undermåliga bidrag till kollektivt organiserade aktiviteter"

Både brukaren och icke-brukaren drar nytta av skolans förmodade produktionsresultat fast på olika sätt.

Mycket av samma tänkande beträffande positiva externa eller sekundära effekter ligger bakom de flesta av samhällets engagemang i kulturverksamheterna. De som inte tillägnar sig den primära, individuella nyttan utan bara de sekundära effekterna brukar få betala denna nytta på ett generellt sätt genom skatteuttag. Den kollektiva delen av nyttan fattar man beslut om i kollektiva beslutsorgan - oftast i former av representativ demokrati. I fallet kulturlivet brukar en grundläggande och omfattande studie av australiensarna Throsby och Withers från 1983 refereras (Throsby och Withers, 1983). Studien var en attitydundersökning där man följde upp den initiala frågan om huruvida respondenten gillade vissa påståenden eller ej med följdfrågor om hur mycket han/hon var villiga att betala 1. skattevägen och alternativt 2. ur egen kassa för att stödja kulturlivet i hemlandet Australien. Dessutom fick respondenterna information om hur mycket de faktiskt betalade i skatt för kulturändamål vid tiden för studie. Man undersökte i vilken grad respondenterna samtyckte till påståenden som t ex (med procentsatsen för svaren "samtycker" eller "samtycker starkt")

- |  |       |
|--|-------|
| • Australiska konstnärers och artisters internationella framgångar ger oss en känsla av stolthet | 94,8% |
| • Konsten/kulturen (the Arts) hjälper oss att förstå vårt eget land bättre                       | 84,6% |
| • Konsten/kulturen är en tillgång bara för dem som tar del av den                                | 34,9% |
| • Konsten/kulturen får oss att betrakta vårt sätt att leva                                       | 80,6% |

- Konsten/kulturen ska inte tillåtas att dö 96,9%
- Det är viktigt att skolbarnen lär sig om konsten/kulturen i sin utbildning 96,5%
- Konsten/kulturen skadar ofta vårt samhälle genom att vara för kritisk 14,8%
- Alla kulturinstitutioner ska tvingas leva enbart på biljettförsäljning o dyl 20,7%

På frågorna kring betalningsbenägenheten (WTP - willingness-to-pay) svarade man positivt på en nivå som var överraskande hög med tanke på de även i Australien ibland högljudda ifrågasättandena av kulturverksamheterna. Då extremerna i positiva och negativa svar togs bort (och mediantalet togs fram) visade det sig att viljan att betala var tre gånger så hög som det faktiska skatteuttaget. I en liknande studie i provinsen Ontario i Kanada (Shanahan) blev resultatet att skatteuttaget ganska precist motsvarade betalningsbenägenheten. Detta måste kunna betraktas som att medborgarna som kollektivt anser att ett skatteuttag är bra för att tillgodose de externa effekter som de förknippar med kulturverksamheterna.

En helt annan fråga är om man i en blandad nytta kan och i så fall också bör ta ut avgifter från dem som får den individuella nyttan.

### 5.3 Priser på blandat kollektiva och individuella nyttigheter

Välfärdsekonomen brukar rekommendera att priset på en företeelse bör vara lika med den samhällsliga marginalkostnaden för dess produktion (t ex Magnusson, 1970). Denna kostnad är ofta en annan än det producerande företags kostnad. Den ska i de samhällsekonomiska kostnads-intäkts-analyserna balanseras mot de negativa eller positiva externa effekter som produktionen och produkten har. Den samhällsekonomiska kostnaden för ytterligare bilism inkluderar ett successivt ökande värde p g r a föroreningar och trängsel varför de folkvalda beslutat införa skatt på fordonsinköp, fordonsinnehav, drivmedel och, sedan ett par år, också på utnyttjande av innerstadsgatorna i Stockholm. Kulturverksamheterna anses till stor del vara kollektiva nyttigheter varför det i stället brukar bli tal om skattesubventioner för att produktion ska komma igång. Den faktiska, företagsekonomiska marginalkostnaden för den första brukaren är naturligtvis kopiös. Men redan för den andra brukaren blir marginalkostnaden ofta försumbar.

Enligt mina intervjuer med kulturlivsföreträdare för denna studie är det mycket vanligt att kostnaden för själva "produktionsapparaten" bekostas av skattemedel o dyl medan biljettintäkter och entréavgifter får täcka produktionskostnaderna för själva utställningarna, föreställningarna och konserterna. Ingen hävdar att det är en uttalad policy men man noterar förhållandet som något allmänt vettigt. Det ligger i linje med om priset = marginalkostnaden för produktionen.

Hur förhåller sig den faktiska kostnadsbilden ut på kulturinstitutionerna till perspektivet av ytterligare en brukare?

- museer: kostnaden för den marginella besökaren är nära noll
- bibliotek: kostnaden för ytterligare ett boklån är nära noll - men tjänsten "boklån" är inte homogen eftersom varje titel är en specifikt efterfrågad produkt
- teater: premiären belastas med alla initiala uppsättningskostnader som regi, ljussättning, kostymer, scenografi, programbok etc - reprisföreställningar belastas enbart med artistgager och andra uppförande kostnader. Vid varje föreställning är den första sålda publikplatsen oerhört dyr att producera jämfört med alla därefter sålda.
- Konsert: som teater fast initialkostnaderna är förhållandevis mycket lägre

Vårt svenska blandekonomiska samhälle förser oss med en hel del gratistjänster! Men långt ifrån alla dessa tjänster är av en sådan art att de tillgodoser välfärdsekonomens snäva definition av en kollektiv nytta. Du har laglig rätt att låna en bok gratis på alla svenska allmänna bibliotek. Men den kan då inte läsas av någon annan. Här finns tre alternativ:

1. acceptera dålig lästillgänglighet - den inoptimala lösningen
2. investera i fler exemplar av samma bok
3. ändra lagen och inför en avgift på boklån

Det offentliga kulturlivet är speciellt i dessa avseenden på flera sätt. Dels sätts inte priserna av vare sig marknaden eller samhället. De flesta kulturinstitutionerna bestämmer själva över sina nyttjaravgifter. Dels har de olika kultursektorerna kommit till olika slutsatser kring dem.

	<u>avgift</u>	<u>inskränker på andras möjlighet?</u>
boklån	nej	ja
besök på konsthall	nej	i praktiken nej
besök på stadsmuseum	ja (oftast)	i praktiken nej
teaterbesök	ja	ja
konsertbesök	ja	ja
<i>jämför:</i>		
kalla på polis	nej	ja
besöka simhallen	ja	i praktiken nej
barntillsyn	ja	ja
studera på universitetet	nej	ja
läkarbesök	ja	ja

Det allmänna skolväsendet - det grundläggande bildningsväsendet - är liksom folkbiblioteken avgiftsfritt. Alla medborgare är dock skyldiga att gå i skolan i nio år. Skolplikt råder. Ingen är skyldig att låna en bok och än mindre att läsa den. Även svensk högskoleutbildning är avgiftsfri. Men det innebär inte att den studerande är utan kostnader. Hon måste betala de stipulerade läroböckerna, sitt bröd för dagen och sin bostad. Att skaffa sig denna (ut)bildning kräver en resursinvestering för den enskilde.

Bland de samhälleliga verksamheterna i övrigt är det svårt att finna någon enda med nolltaxa. Till och med då du kommer till akuten med livshotande sjukdom/skada får du betala för både ambulansen och läkartillsynen.

## 6 Varför är vi kulturella?

Historiskt sett kan man inte entydigt hävda att samhällets kultursatsningar varit ämnade att tillfredsställa individernas behov. Snarare har det varit vissa individers personliga behov och - i ännu högre grad - nationens behov av sammanhållning som stått i förgrunden. Med "folket" har man avsett kollektivet som sådant och inte var och en i det. En del saker som är nyttiga för vår gemenskap kanske vi inte känner något starkt individuellt behov av för stunden.

Även om det inte är så tydligt uttalat i formuleringarna får man anta att den moderna svenska kulturpolitiken i större utsträckning än tidigare tar sin utgångspunkt i människornas individuella behov. En del behov är kopplade till vår fysiska överlevnad. Det finns de som ser åtminstone en del kulturverksamheter som delar av nattvaktarstaten eller av det psykologiska försvaret. Andra behov kallar vi "andliga" i vid mening. Många av våra aktiviteter är socialt inriktade och ska tillfredsställa våra behov av samhörighet och bekräftelse. En del behov kan vi själva formulera. Men kulturpolitiken bygger också på att vi har behov som vi inte är medvetna om och därför inte kan formulera. Kulturpolitiken ska skapa en mångfald av möjliga behovstillfredsställelser.

Då vi väljer att ta del av en kulturpolitiskt motiverad och genererad verksamhet gör vi val på samma sätt som då vi agerar som konsumenter i andra områden av våra liv. Vi försöker tillfredsställa våra egna behov - inte samhällets. Under 50- och 60-talen fick vi lära oss att "du ska göra som Svenssons gör". Det var naturligt att ta efter andras kulturmönster. Förebilderna fanns i de välanpassade. Scoutrörelsens studiehäfte "Personlig stil" lärde ungdomarna på 60-talet att göra som alla andra och framförallt som föräldragenerationen - mycket stil men lite

personlighet. Normbildandet gällde i stor utsträckning hela kollektivet. Massproduktion var naturlig i näringslivet och i politiken fanns det fortfarande utrymme för stora övergripande idéer om det stora samhällsbygget. Den skolform som efterträdde "folkskolan" var "enhetskolan". Samhället skulle tillgodose våra behov. Allt var enhetligt. Allt var hegemoniskt.

1980-talet såg uppkomsten av nya idéer. Kanske var det ungdomskulturen bland efterkrigs-generationerna som sprack ut i full blom. 68-vänsterns idéer var visserligen även de inriktade mot kollektivet men de var annorlunda än "keeping up with the Joneses". Man sökte livsstilar som skilde sig från dem som man förväntades ärva. Nyliberalerna hade en liknande från historiska förebilder skild inriktning. Men för dem var och är det varje enskild individ som strävar efter "keeping different from the Joneses". Fordismens löpande band ersattes av nisch tillverkningar som skulle tillgodose behoven av särskiljning av olika personliga identiteter. Värdenormer andra än de preferenser som uttrycktes av individer på marknader betraktades som elitistiska, bakåtsträvande och helt enkelt omotiverade. Individens konsumtionsval i syfte att skapa sig själv och andra en bild av den egna identiteten manifesterades som grund för inte bara beteendena på varumarknader utan de sågs även som grund för sådant som personlig frihet, ekonomisk utveckling, medmänsklig dynamik och politisk demokrati.

Vad är egentligen "behov" i en sådan konsumtionskultur? Är det överhuvudtaget ett begrepp som går att använda? Begrepp som är lättare att få fatt i är nog t ex "individernas önskemål", "preferenser" och "personliga motiv".

### 6.1 Sex grundattityder

I ett pionjärarbete i början av 80-talet studerade Marilyn Hood (Hood 1998) vilka som besökte Toledos konstmuseum och hur ofta de gjorde det. Hon kom fram till att det som styr våra val av fritidsaktiviteter är sex "attityder" ensamma eller i kombinationer:

- att vara tillsammans med andra människor eller att ha social interaktion
- att göra något meningsfullt
- att känna sig tillfreds och avslappnad i sin omgivning
- att få utmaningar från nya upplevelser
- att ha möjlighet att lära
- att medverka aktivt

Vi gör våra val utifrån känslomässiga ("tillfreds och avslappnad"), intellektuella ("möjlighet att lära") och upplevelsemässiga kriterier. De som i Hoods undersökning var de mest flitiga museibesökarna uppskattade främst de tre faktorerna möjlighet att lära, nya upplevelser och att göra något meningsfullt. De som var mera tillfälliga besökare leddes mera av lusten att vara tillsammans med andra människor och att känna sig avslappnade. De valde gärna familjerelaterade fritidsaktiviteter och såg sina kulturvanor som effekter av detta. De som aldrig besökte Toledos konstmuseum var människor som värderade den sociala interaktionen och den egna aktiviteten högst. Det var också viktigt för dem att känna sig tillfreds och avslappnade. Att gå på krogen med polarna passar kanske bättre in på dessa preferenser. Även museer har numera restauranter.

Sophie Johansson och Lennart Weibull (Johansson och Weibull, 1997) har undersökt evenemangssamhället i göteborgsregionen. De menar att den tidigare betydelsen av den rent nominella inkomsten för kulturkonsumtionen har minskat i betydelse. Tidigare var det vanligt att man ändrade kulturvanor då inkomsten ökade på samma sätt som man byter t ex matvanor. Nu styrs kulturvanorna mera av livsstilsambitioner som inte är så direkt kopplade till inkomsten i sig utan till faktiska preferenser, ålder, familjesituation och yrkesambitioner. Kulturvanorna ändras inte om utbudet ökar! Författarna ser fyra huvudsakliga livsstilar:

Med karriären i fokus	Med kulturen i sinnet
Med sikte på nöje	Med fötterna på jorden

Ungefär hälften av befolkningen har en livsstil som domineras av hemmet, TV och familjeinriktade aktiviteter - de har fötterna på jorden. De tre övriga livsstilarna delar sinsemellan ganska jämnt på resten av befolkningen.

Liksom den största gruppen kan karriärister tänka sig att ta del av kulturlivet - inte minst det kommersiella men också samhällets kulturverksamheter. Detsamma gäller också de som tar sikt på rent nöje. De är oftast yngre, bor i en stad och har en konsumerande livsstil. Alla dessa människor kan tänka sig att ta del av teater, utställningar, biblioteket etc men det ingår inte lika självklart i livsstilen som det gör för dem som har kulturen i sinnet. Dessa utgör enligt Johansson-Weibull ungefär en femtedel av befolkningen - ca 1,8 miljoner personer i vårt land.

## 6.2 Kulturvanefaktorer

Många kulturvaneeundersökningar visar snarlika bilder om vilka faktorer som påverkar vår benägenhet att uppsöka kulturaktiviteter. Det är faktorer som t ex

### *Kulturella och etniska faktorer*

Européer är flitigare kulturkonsumenter än amerikanerna. Det har förstås mest att göra med en längre period - många generationers - tillgång till ett kulturutbud. Med de nya demografiska förhållandena med inflyttning till storstäderna och ett allmänt mångkulturellare samhälle ställs nya förväntningar på kulturproducenterna att finna medel att tillgodose en kulturellt och etniskt bredare publik.

### *Socioekonomiska faktorer*

Besökarna vid kulturinstitutionerna har högre inkomst och utbildning än medelsvensken. Djurparksbesökarna t ex visar upp ett betydligt bredare spektrum av socialgrupper, inkomster och utbildningar.

I den publikundersökning av Baumol och Bowen (Baumol och Bowen, 1966) som refererats ovan fann man att tonåringar, studenter och människor med kvalificerad yrkesutbildning var överrepresenterade som köpare av biljetter i den lägre prisskalan medan t ex företagsledare inte köpte annat än de dyraste biljetterna. Man fann då på 60-talet att det fanns ett perfekt samband mellan hushållens medianinkomst och priset på de biljetter de köpte. Vidare fann man att andelen lågutbildade personer med låg inkomst ökade vid evenemang med fri entré. Men deras andel av publiken låg fortfarande under 10%.

Samhället ger finansiella stöd till en del ideella föreningars publika kulturarrangemang. De förtroendevaldas förhoppning är säkert att föreningen ska verka för att så många som möjligt av skattebetalarna ska komma till evenemanget. Det är inte alls säkert att föreningen, vare sig det är en klubb för independent rock eller en kammarmusikförening eller något annat ganska specifikt, är lika angelägen om att några katter ska dyka upp bland hermelinerna. Man vill stärka den egna sociala identiteten - inte suddas ut den.

### *Livscykefaktorer*

Kulturefterfrågan förändras över tiden i de flestas liv. Det finns de som fastnade i Elvis-vurmen på 50-talet och inte funnit mödan värd att undersöka annan musik. Men de flesta av oss förändrar vårt kulturvanemönster genom livet. Detta kan ha att göra med att vi helt enkelt - av nyfikenhet och aktivt personligt engagemang eller mera omedvetet som passiva kulturkonsumenter - utvecklar våra preferenser. Men det har också att göra med attitydförväntningarna i olika skeden av livet.

Kammarmusikföreningsstyrelserna har i alla år lite lätt besvärat konstaterat att merparten av publiken är vithårig i 60-årsåldern och klagat över att man inte når ut till ungdomen. Projekt genomförs för att få dem som just passerat Pet Shop Boys i sin musikpreferensutveckling att älska Brahms. Även tio år senare bör man kunna konstatera att medelåldern på publiken fortfarande är densamma som tidigare. Det är de föräldrar vars tonåringar äntligen flyttar hemifrån som blir den nya kammarmusikpubliken.

### *Livsstilsfaktorer*

Det finns många livsstilar att välja bland. En del av oss är väldigt trogna en livsstil i stort sett hela livet. Andra - kanske mer och mer vanligt - kan friare gå in och ut ur olika sociala miljöer och smakriktningar. Vi utvecklar vår livsstil utifrån våra attityder och våra personligheter. Individer som vill räkna sig till livslångalärandefolket är aktivare kulturkonsumenter än solochbadarna.

### *Referensgruppsfaktorer*

Vad familj och vänner gör påverkar oss enormt. Vi börjar gå på konsthallar och gallerier i föräldrarnas släptåg. I vuxen ålder går vi på de konstutställningar som en vän vi litar på rekommenderar. Mun-till-mun-metoden är sannolikt den mest effektiva marknadsföringen. Bara man lyckas få munnarna att tala överhuvudtaget - och positivt dessutom.

### *Tillväjningsfaktorer*

En studie i Cleveland (Hood, 1998) visade att tidig exponering för kultur som t ex besök som barn på konserthus eller museum var en positiv faktor för en framtid som vuxen kulturbesökare i det fall man som vuxen har vänner som också är kulturkonsumenter. Som ensam faktor har barnens ofta mer eller mindre beordrade kulturexponering liten betydelse. Däremot har ett tidigt aktivt kulturskapande över längre period stor egen betydelse som orsak till individens framtida lust till kulturupplevelser.

## **7 Besökarnas prisuppfattningar**

Bruksvärdet brukar definieras som den samlade nytta eller tillfredsställelse som brukaren får av varan eller tjänsten. En varas bruksvärde för en och samma person kan variera. En kall öl kan vara guld värd en het sommarkväll men den brukar inte hamna i rygsäcken på skidutflykten.

När vi handlar söker vi efter goda affärer. Ibland lyckas vi faktiskt få tag på varorna till priser som understiger vad vi är beredda att betala - vi kan tillgodogöra oss ett konsumentöverskott! Det pris som intresserar marknadsfolket mera är utbytespriset som bestäms utifrån konsumentens alternativ! Få köpare väljer en produkt utan att ha studerat något alternativ.

Inte så många produkter är vad ekonomerna kallar "homogena". De inskränker sig till ett par basvaror och knappt det. I din matbutik kan du förmodligen finna ett par olika leverantörers vetemjöl och det kan vara svårt för dig att bedöma om det finns någon kvalitetsskillnad som motiverar olika pris. Du väljer sannolikt det billigaste alternativet om du inte alltid köper mjölet från Berte Qvarn - oavsett dess pris för stunden.

I de flesta varugrupper försöker tillverkarna finna små eller stora nyanser att lägga till sin produkt som gör att den skiljer ut sig från konkurrerande produkter - ett differentieringsvärde.

Det är naturligt för en museichef att se sin verksamhet som mer eller mindre homogen. Den är i princip densamma gentemot alla och över tiden. Detsamma gäller de flesta teaterproducenter som säkert uppfattar en specifik uppsättning som homogen även om man i branschen brukar säga att en föreställning inte är den andra helt lik. Men för besökarna är dessa varor inte homogena. Att gå på museum mitt i veckan är vanligtvis en större uppoffring för en yrkesverksam person än att gå under helgen på lediga stunder. De kontinentala museer som har fri entré en dag i veckan väljer vanligtvis inte en helgdag - den franska medelvägen är att ha fri entré första söndagen i månaden. Teatrar som tillämpar samma biljettpris veckans alla dagar upptäcker att beläggningen varierar mellan dagarna på ett regelbundet sätt. Helgdagskvällar är populärare. Olika platser i konserthusen har olika värde för besökarna. En del konserthusledning håller ändå hårt på policyn att alla platser ska ha samma pris - orkesterns prestation är ju densamma för alla åhörare.

En del broadwayscener tillämpar ett system med salongsindelning till olika biljettpriser med viss flexibilitet. På flygplan kan den avgränsande väggen mellan affärsklass och turistklass flyttas beroende på anstormningen av kunder av de olika kategorierna. På ett lite subtilare sätt som bara syns i kundens plånbok och i teaterns dator justerar en del teatrar gränserna mellan de olika prisgrupperna beroende på när i veckan och på dagen som föreställningen äger rum och om den äger rum tidigt i spelperioden - då de allra angelägnaste supportrarna vill gå - eller sent.

Den välinformerade kunden skapar sig först en uppfattning om en produkts referensvärde - dvs kostnaden för det bästa alternativet till den studerade produkten. Därefter studerar hon det positiva differentieringsvärdet. Finner hon mindre bra drag hos produkten får hon dra av det negativa differentieringsvärdet.

Men vi är mycket sällan välinformerade kunder. Vi hinner inte informera oss. Eller vi bedömer det inte som så viktigt att få riktigt fullödlig information. Våra köpval kommer att styras också av andra faktorer som i sin tur måste få lov att påverka tillverkarnas prisdiskussioner.

### **7.1 Upplevd substitutionseffekt - referenspris**

Vilka alternativ finns det till den produkt jag efterfrågar/erbjuds? Om jag är ny brukare av en vara eller en tjänst är det inte sannolikt att jag har information om alla alternativen. Jag bildar mig en uppfattning om produktens värde. Min uppfattning kan manipuleras. Idén bakom hemförsäljning är ju att den potentiella kunden inte ska kunna jämföra med alternativa produkter vid demonstrationstillfället. Upplevelsen av en konstnärlig produkt eller en kulturell service börjar alltså då den tänkte besökaren jämför dess pris i förhållande till värdet av alternativa utbud!

Kulturbesökaren gör som alla andra konsumenter av all annan service - hon bildar sig en uppfattning av vad som är ett vanligt pris på marknaden. Det blir det referenspris som hon jämför med.

En och samma leverantör kan erbjuda flera varianter av en produkt för att differentiera den och locka flera köpare. Erfarenheterna visar att tillverkaren i så fall inte ska hoppas på särskilt stor försäljning av den lyxigaste varianten eftersom köparna har en tendens att välja vare sig den billigaste varianten - upplevs som "sämst" eller den dyraste - upplevs som "onödigt avancerad" - utan hellre den normalprodukt som är "tillräckligt bra". Upplevelsen handlar då om "valuta för pengarna". För att öka försäljningen av den mest avancerade produktvarianten bör tillverkaren lansera en ännu lyxigare variant som han knappt ens ämnar tillverka. Den tidigare lyxigaste varianten upplevs inte längre som onödigt avancerad. Kundernas uppfattning av ett rimligt referenspris har påverkats.

### **7.2 Unik värdeeffekt**

För den som vill få publik till sin verksamhet gäller det att skilja ut sin service från konkurrenternas - att "differentiera" varan. Man eftersträvar att skapa en unik värdeeffekt som bara gäller den egna verksamheten. En köpare är villig att betala mer för en produkt bara om merkostnaden kan motiveras med en lika stor eller större positiv unik värdeeffekt. Idén om en differentierad unik värdeeffekt leder till tanken att högre besökartal vid en kulturinstitution hänger direkt samman med besökarnas uppfattning av en höjning av de unika värdena. Oftast - men inte alltid - kräver en höjning av kvaliteten en utökad produktionsresurs. En institution som har incitamentet att fler besökare också genererar mera klirr i biljettkassan har säkert lite lättare att fatta ett offensivt differentieringsbeslut. För den verksamhet som bygger sin finansiering helt på bidrag finns inte den drivfjädern.

Det unika värdet måste kommuniceras för att kunna bli en del av besökarnas "kalkyl" - om besökaren låter sig påverkas av budskapet överhuvudtaget.

Det unika värdet hos en lågprisproducent är ju faktiskt det låga priset i sig. Ryanair marknadsför inte sin obefintliga gratiservice och sitt ospatiösa passagerarutrymme.



### 7.3 Svårigheter att jämföra - det säkra valet

Ofta kan vi inte göra verkliga jämförelser förrän vi faktiskt köpt produkterna och kanske till och med använt dem. Om du brukar köpa McDonalds BigMac kan du inte vara säker på hur Burger Kings Whopper smakar förrän du köpt en och tuggat i dig den. Även om apotekaren säger att en billigare medicin har samma beståndsdelar och verkar exakt likadant och lika bra kan du tveka om du alltid brukar köpa den dyrare - det är dumt att chansa, tycker du. Ibland är det svårt att jämföra slutpriset på två olika leverantörers service om deras pristariffer är uppbyggda efter olika principer. De kan t o m tycka sig ha ett egenintresse av att tillämpa tariffer som är svårjämförbara.

Som kund, konsument eller besökare gör du förmodligen ett tillfredsställande och säkert val snarare än det bästa valet eftersom sökandet efter ett optimalt val kan vara riskfyllt. Man väljer ett alternativ vars konsekvenser man är förtrogen med.

### 7.4 Prissignaleffekter - prestige och kvalitet

En ordinär klocka för runt 1000-lappen visar förmodligen samma tid som en dyr Rolex. Denna köps förmodligen inte för att klockslaget den visar är värt så mycket mer eller att designen är så överlägsen. Många lyxprodukter signalerar att "här är en person som både har pengar och som vet vad han ska spendera dem på för att få vara med i den sociala kategori som han vill identifiera sig med". Det viktiga - ibland t o m det enda - som den dyra produkten ger köparen är en känsla av prestige. Det gäller oavsett om denna prestige uppfattas och uppskattas av omvärlden eller ej.

Men vi tänker nog alla att ett högt pris också signalerar högre kvalitet. Ibland kan vi se igenom det om vi är väl förtrogna med flera produkter till olika priser. Ibland bryr vi oss inte om den kvalitetsskillnad vi tror finns. Men om vi är osäkra, inte vet något om var och av vem produkten tillverkats och inte fått några rekommendationer av vännerna kan ett högre pris vara den enda kvalitetssignalen. Det är inte ovanligt att varulanseringar inte fungerat förrän tillverkaren höjt priserna. Baumol och Bowen berättar om en produktion på Broadway som hade svårt att få de lite sämre balkongplatserna sålda trots att man infört en generös prispolicy. Då producenten, efter att ha samrått med "en mycket gammal och vis teaterdirektör", höjde priserna med 20% blev även balkongerna fullsatta.

### 7.5 Stor utgift = stor effekt

Köparna blir självfallet priskänsligare om utgiften är stor eller om den utgör en större andel av inkomsten. En fyrabarnsfamilj är ganska säkert känsligare för fluktueringar i matpriser än en familj med ett barn. Men om den större familjen har en inkomst som är avsevärt större än den mindres kan faktiskt det omvända förhållandet gälla. Om det plötsligt kostar en hundring mer att gå på opera kommer det inte att bli något större problem för den som går sällan och/eller har gott om pengar.

### 7.6 Slutliga nyttans effekter

Om en köpare är känslig för prisändringar i en slutprodukt kommer hon också att vara lika priskänslig vad gäller alla varor och tjänster som ingår i eller bidrar till slutprodukten. På marknader där konkurrensen är stenhård blir också tillverkarna stenhårda i sina förhandlingar med underleverantörer. Om operabesökaren tvekat att lägga ner 400 kronor på en biljett kan hon komma att tveka i lika eller högre grad inför att dessutom köpa programhäftet och pausvinet.

Men å andra sidan kommer produktens andel av totalkostnaden för slutnyttan också att spela roll. Jag kanske tvekar inför en Pepsi för en tia vid biobesöket som kostat 75 kronor i entréavgift. Däremot slår jag till med Ramlösan för 20 kronor i pausen på Jesus Christ Superstar vars inträdesbiljett kostade mig 450 kronor. Många produkter tar fasta på detta i sin marknadsföring. Man vill hellre förknippa sin vara med en slutlig nytta av högt värde/kostnad än tvärtom. Hellre en golfspelare i fokus än en metare. Om det inte handlar om försäljning av metspön.

## 7.7 Kostnadsdelningseffekter

Då du besöker ett kulturevenemang delas ofta kostnaden med andra genom skattefinansieringen. Du tänker inte ens på att kostnaden delas. Men i andra fall kalkylerar vi med en kostnadsdelningseffekt av prisförändringar.

Få flygbolag räknar med att alla de resenärer som samlar flygkilometerpoäng kommer att använda dem för att åka den tionde gratisresan i tjänsten! Många affärsresenärer kan själva bestämma vilket bolag de ska flyga med och deras jakt på personliga förmåner får konsekvensen att de gärna bortser från att just deras poängbolag är dyrare än konkurrenterna. Kostnaden inte bara delas - den täcks helt av någon annan.

## 7.8 Rättvisa priser

Vi har enskilt och tillsammans uppfattningar om vilka priser som är "rättvisa" eller åtminstone "rimliga". Det har hänt att "orättvisa" priser kostat liv. Det hände på medeltiden och det har hänt under hungersnödsåren i Sovjetunionen. En antikhandlare i min hemstad togs i början av 90-talet av daga av en säljare av möbler som tyckte att det pris handlaren erbjöd var helt fel.

Aristoteles menade (Wilson, 1975) att ett utbyte av en vara eller en tjänst är rättvis om båda parter får just det exakta värde som han är beredd att ge den andre. Bytesvärdet bygger på kontrahenternas behov och önsknings. Det antika samhället var ett samhälle som baserades på relativt fasta sociala strukturer. Ekonomin präglades av en konstant stagnation på låg nivå. Det nu omhuldade begreppet "ekonomisk tillväxt" hade man ingen relation till annat än som argument för erövringskrig. Den grekiska allmänheten fick lära sig att det är en dygd att ha få önsknings och begär. Under medeltiden introducerades, bl a av skolastikern Thomas av Aquino, produktionskostnaden som en till den personliga värderingen kompletterande variabel vid bedömningar av ett rättvist pris. Dessutom ansågs det som relevant att man tog hänsyn till säljarens sociala värde. Det var rättvist att varje samhällsklass erhöll det mervärde som gav den möjlighet att vidmakthålla just sin klass' sociala roll. Sankt Antoninus av Florens (1389-1459) skrev (Sankt Antoninus) t ex

"Om ändamålet för handel framförallt är ett lystet leverne, vilket är roten till allt ont, så är sannerligen handeln i sig också ond. Men den handel (såsom naturlig och nödvändig för det mänskliga livets behov) är, enligt Aristoteles, i sig självt värd uppskattning vilken tjänar något gott syfte och alltså erbjuder det som behövs för människans liv. Om därför köpmannen söker en rimlig vinst för att skapa sig själv och sin familj ett gott liv på sin rättmätiga nivå eller det ger honom möjlighet att hjälpa de fattiga mer generöst eller han till och med gör affärer för det allmännas bästa (förutan vilka, t ex, Staten skulle sakna det dess fortbestånd kräver) och som följd därav söker en vinst inte som det slutgiltiga målet utan blott som sitt arbetes belöning kan han i detta fall inte fördömas"

Vidare menade S:t Antoninus (Wilson, 1975) att ett rättfärdigt pris får variera inom ramar som ges av 1. lagar, 2. sedvanor och 3. den värdebedömning som visar sig då säljaren och köparen möts i praktiken. Om säljarens kostnader av någon anledning var onormalt höga kunde en skolastiker som Thomas av Aquino acceptera att konsumenten också fick betala mer. Däremot tyckte inte skolastikerna att det räcker med att köparen är villig att betala mer än jämviktspriset. Om säljaren går konsumenten till mötes i ett högre pris så säljer han något som inte tillhör honom (Sandelin m fl, 2001). Här gäller alltså inte längre den grundläggande antika normen att priset kort och gott är det man kan ta ut på marknaden. Nu gäller i stället idén om vad man bör ta ut. Martin Luther (Langholm, s. 80) förmanar sin samtids tyska köpmän:

"Det skall inte vara sålunda, att 'jag får sälja mina varor så dyrt som jag kan eller vill' utan sålunda att 'jag får sälja mina varor så dyrt som jag bör eller som är rätt och rättvist'. Ty er försäljning bör inte vara en aktivitet som bygger fritt på er makt och vilja utan någon lag och måttstock som om ni är en gud utan skyldigheter mot någon"

Senare tiders ekonomer har på olika sätt tagit fasta på sådana normativa frågor. Max Weber

(Langholm, s. 2) beskrev hur det oftast är så att någon av parterna i ett planerat varu- eller tjänsteutbyte är i underläge gentemot den andre. Priset på utbytet påverkas av graden av beroende eller nödläge.

Frågan om priserna är rättvisa eller inte i vårt tid har inte med producentens kostnader eller lönsamhet att göra. Oftast har de att göra med huruvida vi är vana eller ej vid både produkten och priset. Om vi är vana vid att kunna konsumera varan eller tjänsten kommer vi att betrakta den som en "nödvändighet" eller "självklarhet". Om bibliotekstjänsterna skulle börja avgiftsbeläggas skulle inte bara de boklånare opponera sig som faktiskt har ont om pengar utan förmodligen också de som utan att knota skulle betala mycket mer för en semesterresa, en ny bil eller en centralare bostadsrätt.

Vi brukar betrakta svartabörshandlarna utanför evenemangsportarna med surmulenhet. De prånglar ut biljetter vars priser är avsevärt högre än vad de själva betalat för dem. Men de som köper biljetterna till det högre svartabörspriset accepterar ju det högre priset. Svartabörshajen har spekulerat i att det ska finnas ett konsumentöverskott som evenemangets producenter avstått från att försöka tillgodogöra sig för egen del. Priset kan knappast anses vara "orättvist". De som köper biljetterna har i alla fall ingen anledning att tycka det - de kan ju välja att avstå. De som inte köper biljetter till svartabörspriserna upplever definitionsmässigt inte samma konsumentöverskott som de faktiska köparna och borde inte heller klaga för egen del. Frågan är om evenemangets producenter inte borde ha kunnat skapa ett biljettsystem som gjorde att de själva kunnat tillgodogöra sig de extra slantar som angelägna, sent uppvaknande köpare uppenbarligen ibland är villiga att plocka upp. Men, å andra sidan, kan en viss fungerande symbios förekomma som också gynnar eller åtminstone inte missgynnar producenterna i det långa loppet. Svartabörshandlarna tar en risk. De vet inte i förväg - då de införskaffar sina biljetter - att det verkligen kommer att föreligga någon marknad till högre priser. Det vet inte producenterna heller. Ur producentens synvinkel kan man också betrakta svartabörshandeln som något av ett nollsummespel. Ibland gör svartabörshajen en vinst som producenten kan snegla avundsamt på. Men nästa gång är svartabörsmarknaden liten eller obefintlig och den risktagande svartabörshajen går med förlust - vilket innebär att det då är producenten som tjänar på svartabörshandlarnas risktagning. På Broadway lär svartabörshandlarna kallas "scalpers" vilket betecknar precis vad de gör. De skär av toppen av den samlade köplusten, bekostar sina egna investeringar och gör ibland en förtjänst för egen del.

### **7.9 Lagerhållningseffekter**

Om du har möjlighet att köpa en stor kvantitet av en vara och hålla den i eget lager för framtida bruk kommer du att bli mycket mera känslig för ett högt dagspris än annars. Du kommer också att göra bedömningar av det pris du kan komma att få betala i framtiden för att ersätta de uttag du nu funderar på att göra ur ditt lager. Du kan tycka att det är rätt att köpa samma vara till ett högre dagspris för din omedelbara konsumtion eftersom din bedömning är att du en gång i framtiden kommer att tjäna förhållandevis ännu mera på att ta ur ditt befintliga lager.

Antag att stadsteatern har två olika presentkort. Ett har värdet 100 kronor. Det andra avser "en valfri föreställning". Båda gäller i fem år. Eftersom vi säkert utgår från att priserna kommer att höjas förbrukar vi krontalskortet så snart som möjligt medan vi håller på valfri-föreställnings-kortet så länge som möjligt. Den senare gåvans värde stiger ju längre den ligger i "lager".

## 8 Svensk kulturpolitik

### 8.1 Flera kultursyner i samverkan

Under det första dryga halva 1900-talet var två kulturpolitiska attityder förhärskande men i huvudsak inflätade i främst utbildningspolitiken:

- Dels den borgerliga värdekonservativa, humanistiska traditionen som ville garantera det kulturella arvet och de fina konsterna. Till det kulturella arvet hörde också de folkliga kulturella traditionerna som det gällde att bevara. Svenska kyrkans rika traditioner var ett viktigt fundament.
- Dels starka folkbildningsambitioner i framförallt folkrörelseleden - arbetarrörelsen, bonderörelsen, nykterhetsrörelsen och frikyrkorörelsen. Syftet var att värna om kunskapens betydelse i samhällsbygget.

Båda dessa kultursyner har starka centralistiska drag. Det handlade och handlar mycket om att skapa en känsla hos alla medborgare för nationalstaten och nyttan av samhällskollektivet som grund för ett gott liv. Det har den svenska centralmakten strävat efter i alla epoker från Magnus Erikssons landslag, via Gustav Vasas reformation på den internationella kyrkans bekostnad och Karl XI:s envælde som vingklippte den kulturellt gränsöverskridande högadelns inflytande till 1900-talets folkhemsideal.

Betraktat i historiskt ljus kan vi se en rad olika kulturpolitiska idékomplex under de senaste 150 åren. Från den borgerliga nationella enhetskulturen, över välfärdsidéer om allas tillgång till denna kultur (distributionsambitionerna), satsningar också på en decentraliserad kulturproduktion och en utvidgning av kulturbegreppet till ambitioner i regioner och kommuner till ett identitetsskapande och tillväxtbefrämjande användande av kultur på olika sätt.

På senare år har idéerna om en nationell enhetskultur som formuleras uppifrån blivit allt mer ifrågasatta. Exempelvis är hela frågan om "det mångkulturella samhället" något som ska passas in i den statliga kulturpolitiken som dessutom också använder begrepp som "mångfald". Alla kulturinstitutioner lever i samma samhälle. Men naturligtvis blir breddambitionerna extra tydliga för en institution som Statens museum för världskultur vars förre chef, Thommy Svensson, beskrev dess uppgift som en banbrytare:

"Alla centrala kulturhistoriska museer är produkter av nationalstaten. Men vårt museum är till för att lösa upp idén om nationalstaten med en enhetskultur"

Men även andra ledande museer i landet diskuterar museifunktionen i våra dagars samhälle. Dåvarande överintendenten Kristian Berg vid Statens Historiska Museer formulerar sig så här i förordet till den rapport som museet gjorde då perioden med fri entré avslutades 30 juni 2002:

"De flesta stora museer skapades i en samhällelig situation och för syften som idag är allt mer otidsenliga. Många museer runt om i Europa söker aktivt en ny form och ett nytt uppdrag som tydligare fokuserar på att möta besökarnas behov och vara en bättre resurs för bildning och lärande. Det innebär bl.a. andra sätt att arbeta för att nå fler och framför allt nya besökare och det innebär att museerna nu aktivare måste bedriva ett utåtriktat arbete. Mot den bakgrunden är tillgänglighetsaspekterna på museiverksamhet fundamentala."

Den tillgänglighetsaspekt som Statens Historiska Museer förbättrat under försökperioden är alltså den ekonomiska. Genom fri entré har de ekonomiska hindren undanröjs för besökarna. Det står ingenting i rapporten om försöket också har inneburit att museet på något sätt blivit mindre otidsenligt till sitt innehåll.

## 8.2 Bildningsambitionerna

De många bildningssatsningarna i vårt samhälle grundar sig i en tanke om en "medborgarbildning" som är nyttig och förnuftig utifrån ett kollektivt perspektiv. Mot detta sätts ibland det egna fria kunskapssökandet som bara tillgodoser den egna nyfikenheten och som kanske skapar en personlig "bildning" som är "onödig" utifrån ett nyttoorienterat perspektiv - vare sig det är individ- eller samhällsinriktat. Den fritänkande anden har varit ett ideal för många från antiken, via upplysningstiden till den "samhällsmedvetna" vänstern på 70-talet.

Ett problem med det bildningskoncept som kulturpolitiken utgår från är dess förhållande till dem som ska bildas. De flesta som försöker strukturera vad bildning egentligen är brukar tala om den som en process eller som en resa - människan måste lämna sig själv för att upptäcka sig själv. Resan utgår från den för individen kända verkligheten i vardagen. Den tar henne ut på ett äventyr som stimulerar både fantasin och de medvetet formulerade tankarna med utgångspunkt i det som hon möter under resan. Vid resans slut återvänder hon till sin utgångspunkt som en ny person. Denna hennes nya personlighet värderar den ursprungliga situationen på ett nytt sätt. Bildningsprocessen är inte konfliktfri. Att anträda en sådan resa för att bli en annan människa - även om andra säger att denna människa är en "bättre" människa - är det långt ifrån alla som törs och eller ens vill. Ändå är det med sådana argument som vi motiverar och marknadsför samhällets kulturverksamheter. Den som verkligen sätter sig in i ett kunskapsområde och tar till sig lärdomen kommer att förändras i någon mening. Men tänk om jag är nöjd med mig som jag är. Eller om jag inte törs lämna den person som är jag. Då hjälper det inte med fri entré. Det kanske inte ens hjälper om jag helt frivilligt får besöka stadsmuseet på arbetstid och får ersättning för mina övriga utlägg för besöket. Jag vill eller törs inte låta mig påverkas! Jag betalar gärna många kronor för att simma i det kommunala badhuset och det dubbla för att se mitt lokala handbollslag förlora i den kommunala sporthallen. Men jag är kanske inte bara likgiltig inför tanken på att anträda en kulturell bildningsresa i kommunens konsthall. Jag kanske är direkt och uttalat motvillig. Några musiker jag samarbetade med på 80-talet berättade om en äldre man på ett vårdhem som, då han rullats ned till samlingsalen och förstod att det skulle bli konsert, ropade till vårdpersonalen: "om ni inte tar mig härifrån genast gör jag i byxorna!".

Vi som arbetar i kulturlivet har fått våra befattningar för att någon en gång trott att vi besitter en kunskap och en förmåga som är större än de flestas inom vårt område och som kan vara till nytta och glädje för våra medmänniskor. Så självklart vill vi använda oss av och utveckla våra kompetenser. Allt det vi åstadkommer är ju våra nådegåvor till mänsklighetens fromma. Inte undra på att vi vill att dessa gåvor - och det är ju inga verkliga gåvor om de inte är gratis - ska frälsa fler. För de flesta av oss gäller dessutom att det vi gör ligger väldigt nära våra hjärtan och våra själar. Utan det personliga engagemanget fungerar inte kulturlivet.

Men har de vi vill omvända till den rätta tron rätt att säga "nej tack"? Det har de egentligen inte när det handlar om den nyttokultur som förmedlas genom den obligatoriska grundskolan. För en del unga män gäller fortfarande att de tvångsinkallas för en militär utbildning som syftar till att de ska kunna försvara land, folk och kultur. Men vad gäller våra samhälleliga kulturinstitutioners verksamheter finns alltid möjligheten att inte delta. Det är för närvarande inte en demokratisk skyldighet att gå på teater, konsert, besöka museer eller låna en bok som det tycks ha varit i det gamla Grekland. Hur mycket ska den som väljer att inte delta krävas på i form av personlig kontribution till kulturlivet? Lika mycket som den som fattar ett personligt, mer eller mindre medvetet beslut att vara aktiv kulturkonsument?

## 8.3 Den estetiska bildningen

*"Det är inte det nya i konstverket som hindrar förståelsen utan det gamla i människorna."  
Elmer Diktonius i Min dikt*

En speciell form av bildning är den som syftar till utveckling av smaken - det säkra estetiska valet och omdömet. Först när det verkligen finns ett bord och dessutom mat på det kan det finnas motivation för familjen att fundera över bordets form och dukningen. God smak brukar anses vara något som överklassen insuper med modersmjölken. Vi andra får försöka lära oss den. Mängder av litteratur finns kring begreppet estetik men det mesta tycks handla om det

estetiska värdet som sådant och inte om de processer i människan som leder henne vidare i sin egen upplevelse av dessa estetiska värden. Michael J Parsons (Parsons, 1987) beskriver en struktur för utvecklingen av vår förmåga att tillgodogöra oss konstnärliga upplevelser:

1. **favoritism** - den omedvetna människan uppskattar en tavla som övervägande består av favoritfärgen och beskriver favoritföremål.
2. **skönhet och realism** - det avbildade måste vara återgivet korrekt och "vackert" - utifrån en enkel norm men inte nödvändigtvis utifrån betraktarens favoritskalor.
3. **uttrycksfullhet** - betraktaren uppskattar konstnärens uttryck för sina egna känslor - ju starkare desto bättre, rent av. Konstnärens intentioner uppfattas och värderas.
4. **stil och form** - betraktaren har kunskap om olika konstinriktningar och värderar utifrån en uppfattad relevans..
5. **distansering och självständighet** - betraktaren lyckas distansera sig från både sig själv och konstkonventionerna vilket ger större tolerans för nymodigheter.

Det pris jag tycker är rimligt för en kulturupplevelse beror självfallet på var i min estetiska bildningsprocess jag befinner mig. Det är troligt att ett lågt pris på en företeelse som jag uppfattar som relevant på min nivå gör att jag tillgodogör mig mer än om priset är högt. Det är också rimligt att tänka sig att ett lågt pris gör mig mera benägen att göra ett försök att ta ett steg till i min utvecklingsprocess. Men det är nog en otrolig tanke att någon vill ta ett jättekiv från sin nuvarande favoritismnivå till att ta del av en företeelse på distanseringsnivån även om priset är noll. Frågan är om det ens är lämpligt. Vid beslut om fri entré i en konsthall blir den ekonomiska tillgängligheten maximal. Men den mentala tillgängligheten förändras inte. Risken är att somliga blir immuna för livet redan vid det första gratisbesöket.

#### 8.4 Folkbildningsbegreppet

I de intervjuer jag gjort med verksamhetsledare i kulturinstitutioner kring deras uppfattningar om prispolitik säger de ofta att de ägnar sig åt "folkbildning". En del kulturinstitutioner är också delar av den organiserade folkbildningen. Länsbiblioteken och en del läns museer är till exempel medlemmar i respektive länsbildningsförbund där de dock utgör en minoritet i förhållande till studieförbunden och folkhögskolorna. Folkbildningen har stark koppling till de skolorna.

Det folkbildningsuppdrag som våra kulturinstitutioner hänvisar till är inte givet inom ramen för statsmakternas uppdrag till folkbildningen. Det är snarare institutionernas självpåtagna uppdrag. På min fråga till de intervjuade om varför institutionerna finns och får samhällskollektivets finansiella stöd hänvisar i princip alla till folkbildningsmotiv i vid mening. Det är också folkbildningsargumentet som lyfts fram då man säger att verksamheten ska vara avgiftsfri.

#### 8.5 Fyra kultursyner

Den danska forskaren och kultursociologen Dorte Skot-Hansen har i ett par skrifter under sin drygt trettioåriga yrkesbana försökt schematisera de olika kultursyner som finns parallellt i tiden. Hennes beskrivningar har haft sin bas i en gemensam nordisk samhällsutveckling. I min framställning här vill jag tillämpa en egen schemavariant där jag utgår från Skot-Hansen (Skot-Hansen, 1999) kopplar tillbaka till "den elitistiska kultursynen" enligt en tidigare framställning av Skot-Hansen (Skot-Hansen, 1976) samt lägger till ett försök till strukturering av kultursynernas "produkt" i snäv betydelse och "eftersträvat resultat" i vidare mening.

<b>Fyra kultursyner:</b>	<b>Den konstnärliga</b>	<b>Den humanistiska</b>	<b>Den sociologiska</b>	<b>Den instrumentella</b>
Vilket är målet för samhällets kulturengagemang?	konsten i sig	att bilda medborgarna	att frigöra människorna	att synliggöra kulturaktiviteterna i välfärdsutvecklingen
Var har kulturpolitiken sin utgångspunkt?	i konstnärerna	hos staten	i det civila samhället: familjen, föreningarna etc	på marknaden
Var har kulturpolitiken sin förankring?	hos konstnärernas och konstbedömarnas ideer	i tanken på nationell kulturgemenskap	i det lokala samhällets aktiviteter	i världssamfundet - det globala sammanhanget
Vilken primär strategi bör vi tillämpa i det kulturpolitiska arbetet?	konsten för konstens egen skull	god konst till folket	Kulturell demokrati - publikarbete uppsökande verksamhet - eget arbete	Kulturalisering - profilering "events" marknadsföring
Vilken är publiken?	specialister	hela befolkningen	socioekonomiska grupper	smaksegment - livsstilar
Vilka är kulturpolitikens effektivaste yttre ramar/modeller?	konstnärerna - enskilt och kollektivt	kulturinstitutioner - turnéer	aktivt deltagande - pluralistiska ramar	flaggskepp - festivaler
Vilka är kulturverksamheternas funktioner?	estetisk, retorisk och hantverksmässig utveckling	upplysning - bildning	bekräftelse - utveckling kommunikation	underhållning -upplevelse
Vem/vilka är det som främjar eller bör främja?	konstnärer och konstvetarna	kulturförmedlare (t ex bibliotekarier och museipedagog - folkbildning	animatörer - kultursekreterare - kulturpedagoger	projektledare - curators
Vilken är den primära "produkten"?	verket	informationen - kunskapen	aktiviteten	det säljbara
Eftersträvat resultat?	kontinuerlig konstnärlig utveckling	ökat välbefinnande: demokrati och personlig tillfredsställelse	ökat välbefinnande: självaktiverande människor med god egentillit	ökat välbefinnande: bättre ekonomi individuellt och samhälleligt; göra samhället attraktivt

Min erfarenhet är att den elitistiska kultursynen lever kvar starkt i en del konstnärers egna led och bland andra människor som tycker om att umgås med konstnärer. Det är ändå inte nödvändigtvis så att dessa människor konstnärerna och deras fans - tycker att de tillhör någon mänsklig eller samhällelig "elit" annat än i enbart det snäva konstnärliga område som är deras.

Frågan är om beslutsfattarens syn på prispolitik gentemot nyttjarna beror på vilken kultursyn man har. Man kan vidare fundera över vad av de olika kultursynerna som ryms inom begreppet "kulturpolitik". En viktig fråga är förstås om det överhuvudtaget egentligen finns någon "kulturpolitik". Rent tekniskt finns det förstås en kulturpolitik eftersom riksdagen fastställt mål för den. Men kulturpolitikens mål är så vida att de riskerar att bli praktiskt ointressanta. De konkreta ambitioner som formuleras har mer att göra med konstpolitik, folkbildningspolitik, utbildningspolitik och näringspolitik.

Varje politikområde har tidigare haft sin förankring uppifrån och ned och därför har de på det lokala planet ofta varit separerade. Numera har de en starkare lokal sammanfogning. Strukturen för kulturpolitikens förankring i samhällsdiskussionen är nu snarare vågrät på respektive nivå - lokal, regional, nationell - än lodrätt inom politikområdena. Den statliga kulturpolitiken byggd på ett uppifrån-och-ned-perspektiv kommer att få allt svårare att göra sig gällande.

### 8.6 Varför finns våra kulturinstitutioner?

I sökandet efter orsakerna till de prispolitikidéer som finns i kulturlivet har jag genomfört en lång rad personliga intervjuer med kulturinstitutionsledare i de fyra områdena musik, teater, museum och bibliotek. Jag intervjuade dem inte bara kring frågor direkt relaterade till biljettpriser, entréavgifter, rabattsystem, prisdifferentieringar m m. Jag ställde också den medvetet aningslösa frågan "varför finns ni?". Det är inte så svårt för en kulturlivsverksam att lista ut vad det kan stå i varje institutions syftesbeskrivning - vad det är man vill åstadkomma. Men jag försökte också få de intervjuade att spontant beskriva sin syn på "varför" institutionen skapats för detta syfte. Min tanke är att det mera är i beskrivningen av orsakerna som värderingen formuleras än i resultatet. De flesta av de intervjuade kom snabbt och gärna med tankefyllda svar. Någon enstaka blev provocerad och uppfattade min fråga enbart som löjlig och ville först inte svara alls. Någon sa att "det skulle ta minst en timme att svara på den frågan".

Svaren på denna varförfråga var antingen inriktade mot den enskilda samhällsindividens personliga utveckling eller mot kollektivets bästa och samhällsutvecklingen i stort. Det gäller i det förra fallet att arbeta för människornas andliga växt. I det senare fallet var svaren "funktionella" med inriktning mot effekter i samlivet mellan människorna i samhället. Många gav svar av båda typerna. Men det var intressant att notera att den jag samtalade med spontant började med antingen "andliga" eller "funktionella" svar och därefter - ofta efter impuls från mig - också började formulera den andra typen av argument. Någon enstaka fick jag inte till att svara på det "andra" sättet hur jag än försökte.

Svaren var oftare mera andligt inriktade bland företrädarna för musik och teater medan chefer inom musei- och biblioteksvärlden nästan uteslutande började sina svar med beskrivningar av de samhälleliga effekterna snarare än de individuella.

Här är några svar från teaterchefer och chefer i musiklivet:

"Vi ger vår trogna publik en stort del av dess livsinnehåll!"

"Vi erbjuder betydelsebärande upplevelser av andlighet och reflektion som berikar och hjälper oss att bli till som människor"

"Vi hjälper vår publik att penetrera detta med att vara människa! Det gäller att vårda sin själ. Det finns ju numera vetenskapliga bevis för att människor som tar del i kulturlivet - som publik eller genom egen utövning - lever längre. Dessutom, vilket ju är viktigare, får deras längre liv ett gott innehåll. Konsten ger ett större perspektiv på mitt lilla jag och mitt lilla liv. Teatern är den mest humanistiska konstarten. Det är människa till människa som gäller i teatern"

"Vi ska berika människornas liv med gemensamma upplevelser av både de eviga frågorna och de mera vardagliga. Den stora dramatiken har gestaltat alla stora mänskliga spørsmål"

"Vi arbetar för höjning av den mentala folkhälsan. Även själen kan dö av svält. Vi är en del av den andliga infrastrukturen."

"Vi fungerar som en oas i ett stökigt samhälle. En mobiltelefonfri meditationpunkt. Vi är en motvikt mot hela media- och underhållningsindustrin. För många är vi ett fundamentalt behov likt mat, sömn o dyl."

"Vi är ett forum för bevarandet av demokratin! Vi ska "spegla samtiden och skapa diskussion", säger vi i vårt måldokument."

Och några typiska svar från museichefer:

"Vårt museum vill vara en identitetsskapare i samspel med stadens medborgare. Vi vill hjälpa dem att känna sig hemma i sin stad och skapa en verklig tillhörighet."

"Vi måste lära av historien - inte ständigt uppfinna hjulet. Det är som när man ror - man tittar bakåt för att ta sig framåt."

"Vi arbetar i enlighet med den svenska folkbildningstraditionen. Men det handlar i vårt fall om upplevelse i första rummet. Den kunskap som upplevelsen kan ge är en eftersträvd bieffekt. Ytterst handlar det om en demokratifråga! De som ska utöva demokratin måste ha ett hum om vår kulturhistoria."

" Det finns inget självändamål eller egenvärde i att samla på saker! Min förhoppning och strävan är att vi ska kunna tillföra samhället något som det inte förväntat sig! Bidra till samhällsbygget genom det vi kan göra med vår kompetens och våra resurser. Att föra



utvecklingen framåt i hela samhället som sådant, inte bara inom museivärlden eller kulturvärlden.”

Till sist några svar från bibliotekschefer:

”Vi vårdar folkbildningstraditionerna..... Egentligen är det bara en sak som kan rädda världen: bildning!”

”... På så sätt bidrar vi till att skapa ett öppnare, mänskligare och bättre samhälle! Vi är en gemensam resurs som ställs till allas förfogande. Det är inte för inte som demokratins och biblioteksväsendets framväxt gick hand i hand.”

Men nästan alla gav svar som både var vad jag här alltså kallar andliga respektive funktionella.

Min egen uppskattning är att t ex konserthusen (och i synnerhet de symfoniorkestrar som är deras egna ensembler), teatrarna, operorna och konstmuseerna har en starkt förankring i den konstnärliga kultursynen, t ex:

”Vi betraktar oss som musikkivets ”Research & Development Department”! Vi skapar framtidens musik och det är viktigt för samhället.”

”Vi ska inte spela bara det folk vet att dom vill höra utan också det som de inte visste att de ville höra - det är också vår skyldighet att spela ny musik av nya tonsättare. Vi har i alla generationer haft behov av att skapa musik och vi har ett ansvar för nya artister och en skyldighet att ge något vidare till kommande generationer.”

” Vi betraktar oss inte som en kulturinstitution! Vi vill hellre syssla med konst!! - det oetablerade som sker i tiden, Den konst som redan passerat ”godkännandet” blir kultur”

men att de alla också rymmer den humanistiska kultursynens tankar om folkbildning, t ex:

”Kalla det gärna ”musealt” men vi har också en skyldighet att arbeta med just den musik som vi representerar. Om inte vi gör det skulle ingen annan göra det heller”

De kulturhistoriska museerna är främst inriktade mot folkbildning men är numera också alltmera upplevelseorienterade på ett sätt som påminner om t ex teatrarna. På frågan vad museiledningarna ville göra med en tänkt kraftig resursförstärkning fick jag bl a följande svar:

”satsa på levande program! - ett mera levande förhållande till publiken, mer musik, flera skådespelare - det är inget märkligt längre att titta på konstiga gamla saker, vi behöver skapa nya upplevelser för vår tids museipublik”,

”Men vi arbetar ju också med en slags sceniska upplevelser! Det ger kunskapen nya möjligheter och dimensioner. Det ska vara lustfyllt att lära sig! Vi behöver fler professionella scenografer och ljussättare”

”Riv de gamla basutställningarna och bygg nytt! - Förnya, fördjupa och utöka den publika verksamheten!”

Den sociologiskt inriktade kultursynen har, enligt min uppskattning, förankring särskilt i talteater och i biblioteksverksamheten men även i t ex musikkivet - särskilt inom andra genrer än västerländsk konstmusik. Av de fyra kultursynerna enligt ovan lever nog den instrumentella minst stark i kulturinstitutionerna själva även om de inte är sena att haka på initiativ från andra som har en mera instrumentell syn på kulturpolitiken. I synnerhet om det finns ökade resurser i sikte.

Följdfrågan är väsentligare för denna studie: kan de olika kulturinstitutionernas olika tänkande

vad gäller prispolitiken gentemot den enskilda besökaren vara påverkad av att de tänker olika vad gäller de olika kultursynsaspekterna?

Min uppfattning efter intervjuer av ett 30-tal institutionsledare är att det finns skillnader i synen på kulturen och på varför institutionerna överhuvudtaget finns mellan olika kulturområden men att de inte alls är så stora att de ensamma kan motivera de ganska stora skillnaderna i prispolitik. Vi som arbetar i kulturlivet kan ha olika ingångsvinklar in i kulturpolitiken men vi möts i en mycket påtaglig samsyn kring individens och kollektivets nytta och glädje av kulturverksamheterna.

”Människorna som arbetar i kulturbranschen är bredare än tidigare. Det är mindre av kultursnobberi”

Traditionens makt är stark. Vi har gått olika utbildningar där traditioner överförs från generation till generation inom respektive kulturområde. När nu mycket av de politiska diskussionerna förs horisontellt mellan t ex olika kommunala nämnder och förvaltningar och där kulturaktiviteter tas till vara inom andra samhällsområden är det kanske dags att man även internt inom den hittillsvarande kulturpolitiska sfären börjar diskutera med och lära av varandra.

Gapet mellan operans 450 kronor per parkettbiljett och det fria boklånet beror således sannolikt inte i första hand på olika kultursyner utan på hur man av tradition diskuterat inom respektive kulturområde. Det ena uppfattar vi potentiella nyttjare av dessa samhällsföreteelser som lite exklusivt medan det andra tas för givet. Det avgiftsfria boklånet uppfattas alltså inte som ”billigt” utan som ”självklart”. Biblioteksfolkets strävan är att det sätts upp på den medvetna medborgarens kravlista. Så har det varit ända sedan den tid då inte så många läshungliga hade råd att betala för sitt utnyttjande av bibliotekstjänsterna.

Att gapet blir successivt allt större kulturtjänsterna sinsemellan beror naturligtvis på att samhället ålägger viss kultur och inte annan att hålla sina avgifter konstanta över tiden.

## 9 Kulturlivets historia

### 9.1 Musiken

Många av de verksamheter som bedrivs inom kultursektorn har uppkommit inte som följd av två motspelande krafter på en fri marknad utan på grund av enskilda individers uppfattning om vad som vore bra för människorna. Kung Gustaf III:s operaintresse var säkert en förutsättning för att Kungliga Operan nu kan tillgodose våra dagars operaälskares efterfrågan. De stora nationellt finansierade institutionerna ligger i Stockholm.

Den allra första professionella symfoniska orkestern i vårt land skapades som ett kapell knutet till kungens hov långt före operahusets tillkomst. Därefter dröjde det ända till början av 1900-talet innan kapitalstarka industriidkare i Helsingborg, Norrköping, Stockholm och Göteborg såg till att finansiera lokala symfoniorkestrar med professionella musiker. Det skedde alltså i städer där borgarklassen byggde sin sociala status på pengar mera än på titlar. Det var inte de bildade akademikerna i Lund som startade en professionell orkester - det var de kapitalstarka industri- och handelsmännen i närbelägna Helsingborg. Det var inte de många offentligt anställda tjänstemännen i stifts- och residensstaden Linköping - det var de rika borgarna i närbelägna Norrköping. Ingen av landets symfoniorkestrar lär någonsin ha klarat sin ekonomi enbart med hjälp av sina biljettintäkter.

Marschmusiken har haft folkets öra påtagligare än operakonsten och symfoniorkestrarna. Det var inte kungamakten som tog initiativ till krigsmaktens utlokaliserade musikkåror ute på landets regementen under 1800-talet. Initiativen kom från de lokala regementscheferna och de bekostade musiken med pengar som kom in till regementenas frivilliga musikkassor från personal (från både officerare och manskap!), överskott från upptrissade arrenden, vinster,

gåvor från allmänheten och t o m avkastning från fastigheter som en del musikkassor ägde (Strand, 1974). Musikerna förgyllde visserligen livet på regementena. Men viktigare var att de förgyllde livet totalt sett för de lokala samhällena.

För att få tillgång till upplevelser skapade av professionella musiker i offentliga miljöer har publiken i princip alltid fått betala en entréavgift. Men ingen regel utan undantag. Kyrkornas musik är på sina håll fortfarande tillgänglig utan inträdesavgift. Däremot är det i dessa fall mycket vanligt med en frivillig utträdesavgift. En sommarkonsertarrangerande kyrkomusiker berättade för mig att han efter 30 års praktiska erfarenheter brukade föreslå sin månghövdade publik att lägga en "frivillig kollekt om X kronor vid utgången" varvid beloppet han angav var jämnt dubbelt så högt som det han verkligen behövde av varje besökare i snitt. Besökarna var i huvudsak västgötar - andra ekvationer kan gälla för andra folkslag. Även en del kommunala kulturnämnder anordnar konserter med fri entré - åtminstone förekom det alldeles efter att de första statliga kulturmålen antogs 1974. Logiken var att övrig kommunal kulturverksamhet, främst bokutlåningen, tillhandahölls gratis. Då lokala musikföreningar eller professionella konsertarrangörer, inkl konserthusen, anordnar konserter är det ytterligt sällsynt med fri entré. Det är tveksamt om det överhuvudtaget förekommer då professionella utövare står för musikproduktionen.

Den allmänna meningen bland oss som arbetar i musiklivet är att det inte har så stor betydelse för publiktillströmningen om det är fri entré eller om det kostar upp till någon 100-lapp i dagens penningvärde. Lokala traditioner har större betydelse. Är den lokala publiken van att betala så gör den det utan att knota. Om den är van vid fri entré höjer man på ögonbrynen för varje tia.

## 9.2 Biblioteken

Bibliotek har funnits lika länge som skrivkonsten. Babylonerna kan ha varit först med sina lertavelsamlingar för knappt 4000 år sedan. Grekernas bibliotek bestod av papyrusrullar. Det berömda biblioteket i Alexandria lär ha omfattat 700 000 volymer. Vid åren runt Kristi födelse skapades det första offentliga biblioteket i Rom. Boktryckarkonsten medförde då den utvecklades under medeltiden naturligtvis ett enormt uppsving för biblioteksväsendet. Äldre tiders bibliotek kan ha varit offentliga i princip men de var i praktiken vanligtvis förbehållna begränsade kretsar av människor. För det första gällde det ju förstås att överhuvudtaget kunna läsa. Eftersom skolgång var ett privilegium för de rika och några enstaka stipendiater var det kanske inte så konstigt att Lunds universitetsbibliotek vid sin tillkomst lär ha anmodat sina besökare att lämna sin betjäning och olärda sällskap utanför.

De första biblioteken i vårt land var knutna till kyrkor och kloster. Många av dem skingrades under reformationen. Men Martin Luthers idéer om individens egna ansvar för sitt liv och sin frälsning fick honom att arbeta för att de reformerta disciplerna skulle få reella möjligheter att genom förkovran också ta det egna ansvaret (Atlestam m fl, 1997). Luther uppmanade bl a de tyska städerna "att icke spara flit och utgifter för att få goda bibliotek, särskilt de stora städerna". På lång sikt hade Luthers maningar i denna anda stor betydelse. Det är i de protestantiska länderna som idén om allmänna bibliotek lever allra starkast.

Så småningom skapades privata bibliotek av dignitet. Ett par av våra kungligheter var flitiga bokläsare. Drottning Kristina brukar räknas som den egentliga grundaren av Kungliga biblioteket även om hon tog med sig stora delar av sin samling till Rom. Under upplysningstiden startades i vårt land en del bibliotek ur vilka man mot avgift kunde få tillgång till nytgivna böcker. Efter folkskolelagens genomförande började det byggas upp sockenbibliotek runt om i landet från vilka befolkningen kunde få låna hem litteratur utan avgift.

I Göteborg var det som brukligt de rika handelsmännen som gick in och åstadkom det som kungen garanterade för stockholmarnas räkning. Släkten Dickson, som grundlade sin förmögenhet genom hårda baggbölerinypor i trähanteringen i Norrland, finansierade tillkomsten av landets första "folkbibliotek" redan 1861 i två lägenheter på Haga Östergata. Brukspatron James Dickson svarade för själva bibliotekets finansiering till sin död 1873 medan Göteborgs

Stad tycks ha stått för lokalkostnaden. Den lär ha finansierats genom att staden tog en del av vinsten från sitt lokala spritutskänkningsmonopol i anspråk. Hellre litterära rus än krogbesök. Men inte i större utsträckning än att de senare kunde finansiera de förra. 1897 flyttade verksamheten in i det Dicksonska bibliotekshuset - den första folkbiblioteksbyggnaden i vårt land.

Det dicksonska biblioteket i Göteborg kom, enligt en del internationella mönster, grovt sett till genom att en rik samhällsmedborgare upplät sitt redan införskaffade bibliotek för allmänheten eller - om han, som Dickson, inte var litterärt intresserad för egen del - finansierade bokinköpen själv. Merkostnaden för att denna allmänhet skulle få tillgång till de redan befintliga alstren var förstås relativt sett betydligt lägre än t ex vid konserter och teaterföreställningar. Att ta betalt var inte nödvändigt och skulle kanske dessutom ha besudlat bilden av filantropens samhällsengagemang. Folkrorelsebiblioteken uppstod som en slags bokcirklar där man finansierade bokinköpen gemensamt och också disponerade böckerna gemensamt.

De som främst verkade för statsstöd till folkbiblioteken var folkskollärarna och de politiska studentföreningarna (Svensson, 1962). Folkbiblioteken skulle svara för en folkupplysning i akt och mening att det svenska folket skulle förkovra sig i det demokratiska samhällsskicket. Därför skulle staten garantera deras finanser, ansåg man. De skulle inte längre vara helt beroende av välgörenhet. Efter ett framgångsrikt lobbyarbete av främst Fridtjuv Berg (sedermera ecklesiastikminister) och Alfred Dalin fattade riksdagen 1905 beslut om statsbidrag till folkbiblioteken. Dalins utgångspunkt var: "ungdomens behov av läsning efter avslutad skolgång, ett behov som kunde täckas endast genom goda och allsidigt valda offentliga boksamlingar". Senare agerade även amanuensen vid Kungliga Biblioteket, Valfrid Palmgren, i folkbibliotekens sak. Hon inspirerades främst av det biblioteksväsende som vuxit fram i USA. Under flera decennier administrerades många folkbibliotek av studieförbunden. Men även sedan de numera blivit kommunaliserade bygger de vidare på folkbildningsidealerna. Så småningom började biblioteksföreträdarna propagera för att en bibliotekslag skulle antas av riksdagen. Det skulle ta över 35 år av ibland animerade diskussioner innan en bibliotekslag faktiskt antogs 1996. Drygt tre decenniers intressekonflikter mellan

- biblioteksfolket - som ville ha en "auktorisering" och kvalitetssäkring
- författarna - vilka som kollektivt eftersträvade att garantera en upphovsrättsmotiverad inkomst via biblioteksersättningen
- kommunförbundet - som brukar motsätta sig statlig inblandning i kommunala angelägenheter

Författarnas önskemål om kompensation för utebliven inkomst av utebliven bokförsäljning på grund av biblioteksväsendets konkurrens reglerades redan 1954 genom den införda "biblioteksersättningen". En del av denna ersättning går till den författare vars bok verkligen lånats. En annan del går till en stipendiefond varur bidrag till mindre lästa författare kan ges. Sedan dess har författarna arbetat aktivt för folkbiblioteksväsendet. Svenska Författarförbundets agerande var avgörande för att en bibliotekslag kom till.

Att det verkligen kom en bibliotekslag lär faktiskt ha med detta med prissättning att göra! Redan i L68 - läroplanen för grundskolan - hade utredarna dryftat behovet av bibliotekslag men kommit fram till att någon lag inte behövdes. Åtminstone inte just då. Men utredaren Göran Löfdahl menade att i den stund gratisprincipen för bokutlåning ifrågasattes borde en bibliotekslag skrivas och antagas. Samme Löfdahl blev sedermera chef för Statens kulturråd varifrån han kunde bevaka frågan. En del röster fanns som förespråkade att utlåningen skulle ersättas av uthyrning. Någon hårt driven bred politisk kampanj utgjorde de dock inte. Att det överhuvudtaget förekom sådana idéer gav dock anledning för statsmakten att ånyo lyfta upp lagbehovet i ljuset. Översynen av de kulturpolitiska målen vid mitten av 90-talet tog upp frågan och gav ett förslag till bibliotekslag. Den egentligen mycket allmänt hållna lagtexten säger i huvudsak att kommunerna ska driva folkbibliotek och att utlåningen ska vara avgiftsfri.

Ingen av de bibliotekschefer jag talat med ifrågasätter att bokutlåningen är avgiftsfri. Tvärtom

tas det som en självklarhet. Naturligtvis får man anta att alla vi som lånar böcker också ser positivt på det. Det finns väl ingen som har lust att betala för något som man hittills fått gratis. Men inte all service på biblioteken är utan avgift. Som de flesta av oss vet av egen erfarenhet får man betala böter för lån utöver stipulerad tid. Vare sig låneperiodens längd, lånets fysiska tillgänglighet eller bokbeståndets storlek och innehåll anges i bibliotekslagen. En del bibliotek hyr ut videofilmer och en del andra medier som inte är "litteratur" (som enligt bibliotekslagens § 1 skall vara avgiftsfri). Många större bibliotek har café där man inte ställer avgiftsfritt kaffe till förfogande - det är det väl heller knappast någon som räknar med. Ett par stadsbibliotek tar t o m betalt för toalettbesöken (motiverat av tidigare problem med missbrukande besökare). Men den nöd som därigenom tillfredställs mot avgift är förstås oftast mera akut än läsbehovet.

En nyligen presenterad undersökning i Norge visar att en överväldigande majoritet av befolkningen anser att den har äganderätt till bibliotekstjänster (Aabø, 2002). Men äganderätten inskränker sig till själva servicen och till de fysiska objekten som lånas ut. Till det som finns i form av information och estetiska upplevelser, själva texterna, har andra upphovsrätten. Enligt min mening är äganderätten till medierna som fysiska objekt alltid underordnad upphovsrätten till innehållen. Risken med att betona äganderätsfrågan till medierna och bibliotekstjänsterna är att befolkningens förståelse för upphovsrätten minskar från en redan låg nivå.

Norrmännen hade lite olika intresse av att betala via skattsedeln enligt denna willingness-to-pay-studie beroende av om de brukar utnyttja tjänsterna eller ej och om de bor nära biblioteket eller långt ifrån. Den generella slutsatsen tycks vara att medelhushållet i Norge värderar folkbibliotekets fördelar påtagligt högre än vad som motsvarar kostnaden att producera verksamheten, dvs vad man betalar idag. I undersökningen frågade man dock inte om låntagarna varit villiga att betala en brukaravgift av något slag. Men man kan tycka att det inte bör ha någon betydelse för en nyttjare som är beredd att betala mer för en bra biblioteksservice via skattsedeln att i stället betala samma belopp som brukaravgift.

Det är dessvärre lätt att konstatera att även tämligen nytgivna böcker har ett mycket lågt andrahandsvärde. I högre andrahandsvärden ligger egentligen inte så mycket själva den litterära texten utan möjligen själva bokproduktens kvaliteter, t ex hur unik den är. Hos min favoritauktionist ropar jag in ölbackar fulla med böcker för 20 kronor. Drar man den avgiftsfria tillgången till böcker på biblioteket rent av ned priset på boken som medium för litteratur och information? Det vet vi inte.

Enligt Göteborgs Stadsbiblioteks jubileumsskrift Fullbokat (Atlestam m fl, 1997) fanns det åtminstone när boken gavs ut 1997 en diskussion om "att biblioteken ska skilja ut ett gratis "basutbud" i sin service och ta betalt för vad som bedöms vara "tilläggstjänster"". Det ena får då anses tillhöra folkbiblioteket och det andra skulle kunna ägas och drivas av t ex stadsbiblioteket eller det för ändamålet startade kommunala bolaget Book Tajm eller [www.goteborgs-bocker.se](http://www.goteborgs-bocker.se) ([www.hyrenbok.nu](http://www.hyrenbok.nu) är faktiskt redan upptaget!).

### 9.3 Museerna

Museer i den mening vi lägger i begreppet växte fram i vårt land med början i en del läroverks och universitets undervisningsbehov. Det pedagogiska bruket och inte själva samlandet var förmodligen verksamhetens inspiration. Men det senare var en förutsättning för det förra. I början av 1800-talet - då idéerna om nationalstaterna och folkgemenskap inom dem växte sig starka - skapades i vårt land nationella museer liksom på annat håll i Europa. Först Riksmuseet 1831-33. Så småningom också t ex Kongl Antikvitetsmuseum 1847 och andra statliga museer. Skansen öppnade sina portar 1891 och genom dess försorg kunde stockholmarna och deras besökare på plats se hur livet i resten av landet kunde te sig. Långt dessförinnan hade en lång rad regionala fornminnesföreningar bildats. Först ut var närkingarna 1857 - i resten av landet bildades motsvarande föreningar på de flesta håll redan under 1860-talet. Redan från början var föreningarnas syfte långt ifrån enbart att samla, vårda och visa upp gamla föremål. Tvärtom var det kanske snarare folkminnen, dialektala folkspråk och särpräglade regionala kulturbruk som intresserade. 1860-talets nya kommunallagar återskapade de gamla landstingen

regionala folkvalda församlingar med egen beskattningsrätt. De då nya landstingen ville arbeta för sina befolkningars regionala identiteter. Det som hände på 1860-talet återupplever vi nu t ex i den nybildade Västra Götalandsregionen - fast nu kallar vi det "instrumentell kultursyn".

De fornminnen och föremål som föreningarna samlade ville man ganska snart visa upp för allmänheten. 1861 öppnade Göteborgs museum följt av Stadsmuseet i Uddevalla året därpå, Smålands museum i Växjö 1867 och Gotlands fornsal 1875. Oftast hystes verksamheten in i lokaler som egentligen byggts för annat syfte. Den första byggnad ute i landet som byggdes direkt för museiändamål var Fornstugan i Tivoliparken i Kristianstad som invigdes 1866. Liksom vad gäller det övriga kulturlivet var det först lärare, präster, militärer och andra etablerade män ur borgerligheten som engagerade sig. Men de så småningom allt starkare folkrörelserna kände också behov av att skapa egna arkiv och samlingar.

Liksom i övrigt kulturliv kom successivt allt starkare krav på att staten skulle engagera sig. Först naturligtvis i den egna museiverksamheten, därefter även i verksamheter med andra huvudmän. Provinsmuseerna fick först ett visst bidrag genom statliga lotterimedel. Efter andra världskriget kom statligt stöd till t ex landsantikvariernas löner.

Av länsmuseumerna har idag kanske en handfull fri entré medan resten - ett 20-tal - tar en modest entréavgift. Detsamma gäller för också kommunala och statliga museer. Det finns just nu en trend på den politiska nivån att arbeta för det avgiftsfria museet. Av de nio svenska museichefer som jag intervjuat för denna studie var det bara två som ville införa fri entré där det nu finns en avgift. Båda verkade i Göteborg där några veckor före mina intervjuer frågan om avgiftsfria kommunala museer behandlades av kulturnämnden med en tjänstemannapromemoria som underlag. Nämnden avfärdade dock förslaget om fri entré på grunden att man inte ansåg sig kunna finansiera intäktsbortfallet med skattemedel. Men den föredragande tjänstemannen hänvisade till att det kan komma att bli ett allt starkare tryck på avgiftsfrihet om museer i omvärlden tog bort sina entréavgifter. Då skulle ett gratisbeslut inte bli ett beslut grundat på kulturpolitisk övertygelse utan ett beslut som fattas av rena konkurrensskäl. Trots att det politiska engagemanget alltså var och är för att ta bort avgifterna ville fem museichefer inte prioritera en sänkning av nuvarande avgifter även om man fick en budgetförstärkning som skulle täcka bortfallet. En sjätte funderade på att införa avgifter för vissa delar av sitt nu avgiftsfria museum. En sjunde strävade efter att behålla den nu fria entrén men såg det inte som något fundamentalt livsviktigt för museet i fråga. De som inte prioriterade avgiftssänkning om budgeten förstärktes såg i stället en rad möjligheter att förbättra kvaliteten i museets produktion och därigenom på ett bättre sätt ge valuta för entréavgiften. De vill också hellre satsa på specifika och riktade åtgärder för att få icke-nyttjare intresserade.

Museiverksamheten produceras numera i stor utsträckning professionellt. Det är alltid mitt privilegium då jag ägnar mig åt en frivillig och obetald aktivitet att inte i första hand eller ens överhuvudtaget behöva tänka på andras upplevelse av det som engagerar mig. Då jag får betalt för en yrkesmässig kompetens är det tvärtom min skyldighet att ständigt fundera över hur jag bäst ska kunna tillmötesgå behoven hos mina egentliga uppdragsgivare - medborgarna i allmänhet och de aktiva besökarna i synnerhet. Dessa kan manifesteras sig som uttalade förväntningar. Men de kan också vara omedvetna och därför inte möjliga att formulera för den enskilde. Det gäller väldigt mycket i våra liv att vi inte känner behov av det förrän vi vet att det existerar. För den professionella kulturproducenten gäller att både tillgodose de uttalade önskemålen och dessutom skapa sådant som den normalmedvetna samhällsmedborgaren inte kunnat förutse men som bidrar till människans och/eller samhällets utveckling.

Den nybildade Västra Götalandsregionen har låtit en extern konsult, Gunilla Cedrenius, utreda museiverksamheten i det nya länet. Hon fann (Cedrenius) bl a att

"Museers och kulturinstitutioners övergång från ett ideellt företagande till ett professionellt gör sig smygande påmint då förväntningar och krav från publiken växer samtidigt som kostnaderna stiger för att hålla den kvalitet som publiken vant sig vid under det ideella uppbyggnadsskedet"

och att

”Överlevnad och att få samhällsstatus som eftertraktad bildningsinstitution i ett attraktivt offentligt rum syns vara drivkrafterna i den internationella museivärlden just nu”

Idén om det (nästan) avgiftsfria museet är en kvarleva från tiden som ideell verksamhet. Det är så vi vant oss vid att se på museiverksamheten. Den ska vara gratis eller mycket billig och det är en kvalitet i sig. När publikens växande förväntningar kräver resursinsatser av professionella människor för ökad kvalitet får man naturligtvis ekonomiska problem. Problemet har i princip varit detsamma i scenkonsten. Men där har man sällan eller aldrig tillämpat fri entré och man har också höjt biljettpriserna successivt för att möta de kostnadsökningar som kommit ur de nödvändiga kvalitetsinvesteringarna. Det har också kunnat motiveras av att scenkonstpubliken liksom alla andra fått det allt bättre ställt och andelen av utgifter för musik och teater i besökarnas personliga budgetar kan ha varit ganska konstant över tiden. Det har dock inte gått att hålla fullt ut jämna steg med kostnadsökningarna. Om man tillämpat samma priser nu som för hundra år sedan i scenkonstvärlden hade utbudet och kvaliteten naturligtvis varit annorlunda än vad som nu är fallet. Att hålla fast vid - eller rent av införa - en policy om fri entré till professionella museer hjälper naturligtvis inte till att lösa finansieringen av den eftersträvade kvalitetshöjningen. Den ökande ”intäktsklyfta” (income gap) som Baumol och Bowen beskrev redan på 60-talet för scenkonsten kommer snabbt att bli större och större för museerna. Snabbare ju högre kvalitetsambitioner de har.

#### 9.4 Teater

Redan i det inledande kapitlet beskrivs hur man i antik tid i Grekland producerade skådespel till vilka man kallade alla människor varvid en del av dem fick betalt för teaterbesöken. Man fäste stor vikt vid teaterns samhällsfostrande effekter. Skådespelen hade en kombinerat andlig och funktionell avsikt. Teater har naturligtvis spelats i alla tider på olika sätt och med olika avsikter. Somlig teaterkonst - och inte minst dess skådespelare - har burits upp av samhället och dess medborgare. Andra underhållningsarbetare har betraktats som en del av samhällets lägsta skikt. I den äldre västgöotalagen hette det till exempel att ”blir lekare slagen, det skall alltid vara ogillt”. Det var den gängse dåtida europeiska uppfattningen.

Teatrar fanns tidigt. Shakespeare lär ha livnärt sig mera som teaterägare än som dramatiker. Londons första teater - The Theatre kort och gott, invigd 1576 - låg typiskt nog precis utanför stadsgränsen på ”fel” sida om Thamsen. Ända till 1800-talets mitt var andelen av ”vanliga” medborgare - för att inte säga mindre bemedlade - ganska stor i Londons teaterliv. Och inte bara där. På vår Kungliga Dramatiska Teater fanns till mitten av 1800-talet den internationellt vanliga parterren med billiga ståplatser närmast scenen. På Dramaten byggdes ståplatserna bort eftersom de fattiga störde den nya, allt större borgarklassen. Liksom för musiken, biblioteken och museerna började ett institutionsväsende att börja byggas upp för teaterverksamheten med start i upplysningstiden. Vi fick först de kungliga scenerna för dramatisk resp lyrisk teater - Dramaten respektive Operan. Teaterscener för gästspel byggdes från tidigt 1800-tal också på landsbygden. I början av 1900-talet startades ett par stadsteaterensembler. Under andra halvan av förra seklet fick de flesta länen sina egna länsteaterensembler och ett par regionala, professionella operasällskap startades. Teaterverksamheten påminner naturligtvis om konsertverksamheten vad gäller sätten att sälja biljetter till föreställningarna. Den stora skillnaden är förstås att medan konserter vanligtvis äger rum bara en enda eller ett fåtal gånger med samma program är stråvan efter långa serier av föreställningar för varje uppsättning mera påtaglig inom teaterlivet. Det har naturligtvis delvis att göra med att de produktions-specifika kostnaderna för ett konsertprogram är relativt mycket mindre än för en ny teateruppsättning. En musikrecension beskriver oftast något som man antingen missat eller som man själv också tagit del av medan en teaterrecension beskriver något som man kan köpa biljett till så småningom.

## 10 Dyrt eller billigt?

"Hur mycket kostar det?"  
*småläning*

"Kostar det nåt?"  
*västgöte*

"Vem betalar"  
*bohusläning*

Prisfrågan har alltid setts utifrån perspektivet att man vill förbättra den ekonomiska tillgängligheten för att många ska stimuleras att påbörja en personlig bildningsprocess. Det har därför funnits en strävan hos kulturproducenterna att hålla nere priserna så mycket som möjligt. Argumentet för högre priser är att de bättre signalerar kulturverksamhetens "rätta värde" och att folk attraheras av det som är värdefullt.

### 10.1 Det avgiftsfria glädjebudskapet

Argumenten för och emot den avgiftsfria prispolitiken kan vara

synvinkeln:	starkt för	svagt för	svag invändning	stark invändning
<b>samhälls- uppdraget</b>	jämlikhetsidealet och fostran i det demokratiska samhällets villkor  Yttrandefriheten och det fria sökandet efter kunskap		den reella yttrandefriheten i konsten och media är begränsad till dem som har tillgång till kulturlivets och/eller mediaproducenternas resurser	de allra flesta av oss får det mesta av våra ideal och vår skolning via det allmänna skolväsendet och Media – inte i första hand från kulturinstitutionernas verksamheter
<b>resurs- fördelning</b>	låga ekonomiska Trösklar - "alla" ska ha råd att utnyttja tjänsterna	intäkterna vid en rimlig avgiftsnivå skulle bli så begränsade	bara de som redan är intresserade kommer att öka sitt utnyttjande	de som inte utnyttjar tjänsterna är med och betalar mer än vad de skulle ha gjort om tjänsterna varit avgiftsbelagda
<b>konsten/ kunskapen</b>	konsten ger livsenergi och värdefulla kunskaper som inte tillgodoses på annat sätt  kunskap ger makt!	det kan aldrig bli för stor konsumtion av kultur för någon	det kan uppstå en nyttjandegrad som inte längre motiveras av samhällsnyttan; den marginella nyttan för den flitiga blir dessutom mindre <i>överkonsumtion</i>	kvaliteten på konsten och dess främjande skulle kunna höjas om mer resurser kom de till del – att avstå från att ta betalt innebär alltid att resursen är mindre än den kunnat vara
<b>den flitiga nyttjaren</b>	jag kan uppnå ännu större livskvalitet			jag skulle ha varit beredd att betala (mer) för min konsumtion – jag kan glädjas åt ett <i>konsumentöverskott</i> som bekostas av andra



<b>de något intresserade</b>	det är bra att verksamheterna finns till så lågt pris som möjligt den dag jag känner större behov av dem eller har större möjligheter i tid och ork att ta del av dem <i>option demand</i>			
<b>icke-nyttjaren</b>	kulturverksamheterna skapar sysselsättning genom att de gör min hembygd intressant för investerare	det är inte troligt att jag själv någonsin kommer att utnyttja kulturservicen – men man vet aldrig <i>option demand</i>	kanske kommer mina barnbarn att göra det Men de är nog i så fall villiga att betala <i>option demand</i>	det kvittar om det är avgiftsfritt eller ej - jag är ändå inte intresserad

Där man infört fri entré har besöksstatistiken oftast ökat. Det skulle naturligtvis varit mycket anmärkningsvärt om effekten inte blivit just denna. Man kan rimligtvis anta att följande händer:

- De **flitiga** besökarna ökar sitt utnyttjande.
- De mera **tillfälliga** som har god motivation likaså.
- Det finns sannolikt en kategori besökare som **"prövar"** nyttjande just på grund av att det blivit avgiftsfritt.
  - en del av dem återkommer
  - andra kan säga att de besökt företeelsen i fråga en gång och är nöjda med det - de kan t o m komma att rekommendera andra att göra detsamma
  - en del kanske kommer säga att det inte var något för dem.
- Det flesta av dem som inte var intresserade före avgiftselimineringen påverkas inte av åtgärden överhuvudtaget

En mycket vanlig kommentar jag stött på i mina intervjuer för denna studie och i samtal med vänner och bekanta är att "om det var avgiftsfritt skulle jag kunna slinka in en stund lite oftare". Tanken är säkert att den tid de spenderar vid varje besök skulle bli kortare. Summan av många men kortare besök skulle kanske, men inte självklart, bli mer totaltid i den avgiftsfria verksamheten.

Att det är eller blir avgiftsfritt blir lite positivt, positivt eller mycket positivt för den som redan är åtminstone lite intresserad. Mest gynnad blir den som är mycket intresserad. En kostnadskrävande avgiftssänkning får minst effekt på den som inte ännu är motiverad.

## 10.2 Dyrköpta upplevelser

De flesta institutionschefer som jag intervjuat för denna studie har inte strävat efter lägre biljettpriser eller entréavgifter. Bibliotekscheferna har i och för sig inte upplevt sig ha något annat val än fri utlåning med nuvarande tolkning av bibliotekslagen.

Det finns statistik som pekar mot att den befolkningsgrupp som är minst benägen att besöka museer, grovt sett låginkomsttagarna, faktiskt ökar sin besöksfrekvens då avgifter införs. Då The Museum of London införde entréavgift blev den socioekonomiska sammansättningen av besökare mera utjämnad än tidigare! Museets dåtida talesman (bitr museichefen Michael Launchbury) gjorde analysen att det kan vara så att låginkomsttagare mera än andra håller för troligt att något som inte kostar något inte heller kan ha något värde. Nu har detta museum åter fri entré.

Runt den irländska nationalklenoden "Book of Kells" i The Long Room på Trinity College i Dublin har det på senare år byggts nya moderna utställningar som gett en kvalitativ höjning av upplevelsen för besökarna. Åtgärden kunde finansieras genom att man några år tidigare introducerade en entréavgift som successivt höjdes då man inte kunde märka något publikbortfall. Genom kvalitetsutvecklingen fick museet ett ännu större besökstal. Uppgifterna om The Museum of London och The Long Room i Dublin förmedlas av förre ordföranden i The Association for Cultural Economics International, John O'Hagan (O'Hagan, 1998) som menar att den verbala minoritet som argumenterar för avgiftsfria museer mest talar i egen sak.

I mina intervjuer tycker jag mig kunna finna bl a följande argument för att kulturverksamheterna bör vara åtminstone delvis avgiftsfinansierade:

- det ger kulturinstitutionerna en resursförstärkning - utan den skulle kvaliteten sjunka

"Det finns ett samband mellan pris och kvalitet - vi skulle inte ha råd att bibehålla kvaliteten i vårt konsertutbud om vi inte hade biljettintäkterna. Förr var inte biljettintäkten lika avgörande. Priserna kunde nästan kvitta. Idag är det inte så!"

"Våra huvudmän vill att vi ska ha en hög självfinansieringsgrad. Egentligen inte primärt för att de ska kunna dra ned anslagen utan snarare för att de vill stötta våra kvalitetsambitioner i princip men inte genom högre anslag."

- det gör att kulturinstitutionerna måste tänka "utifrån och in" i sitt kvalitetsarbete, dvs man tvingas att inom ramen för sina uppdrag och sin allmänna kvalitetssträvan söka skapa verksamheter med sådant innehåll och sådan presentation som allmänheten är villig att prioritera på den valda avgiftsnivån.

"I stället för "skit samma - det kan kvitta" vid fri entré ger systemet med avgifter morötter för ett kvalitetstänkande. Hos oss diskuteras snarare hur vi ska kunna höja biljettpriserna."

"Kommuninvånarna är inte vana vid kultur. Men samtidigt vet vi som arbetar med den att "det måste få kosta" - då kan man ställa krav. Men kanske man inte tycker att det är värt mer än 30 kronor?"

"Där handlar det inte så mycket om att göra hela länets kulturarv tillgängligt för allmänheten, utan snarare om ett iscensatt och levandegjort stycke forntid. Sådant kan vi ta betalt för."

- när en kulturinstitution lyckas att kombinera både höga kvalitetsambitioner, avgifter och höga besökstal ökar institutionens självkänsla

"Intäkten kan i och för sig fungera som en stimulans. Den blir en värdemätare. Intäktskravet blir en sporre för oss som arbetar med verksamheten"

"Enda absoluta värdemätaren! Hur mycket publik har vi och hur mycket är besökarna beredda att betala? Deras prioritering av oss omvandlas till en energi i vårt skapande. Vi drömmer om att vara eftertraktade. Vi vill ju ha fulla salonger med betalande människor. Det ger självkänsla. Egentligen är den ultimata situationen att slippa bidrag överhuvudtaget - oavsett från vem. Samtidigt får teatern inte sälja sin själ. Så vi inte bara accepterar bidragen. Vi t o m ser det som ett privilegium att slippa från de hårda kommersiella kraven och anslagen är en förutsättning för långsiktig konstnärlig utveckling, en möjlighet till konstnärlig frihet, och möjlighet till en kulturpolitisk utveckling av verksamhet. Samhället investerar i den andliga/konstnärliga dimensionen och ska kunna få tillbaka för det. Och det innebär att vi tvingas acceptera bidrag."

”Intäkterna från entréavgifterna är ett incitament! Kommer det mer besökare kan vi göra mer bra aktiviteter..... Prislappen kanske inte indikerar den egentliga kvaliteten hos våra museer. Vi kanske någon gång skulle ta 150 kronor!.....”

- Besökarens uppfattning av värdet av besöket ökar

”Om man får betala lite mer blir det mera värt! Vi har t ex börjat ta en femma styck för de broschyrer som förut var gratis. Det går fortfarande åt lika många men vi slipper plocka upp alla de som besökare tidigare slängde ute på gården..... Entréavgiften, om än liten, gör att besöket och museet värdesätts.”

”Det kan finnas ett värde i ett högre pris: intäkten är en mätare av upplevelsen av vår kvalitet.”

- det blir lättare att se när en verksamhet eller en arbetsmetod blir otidsenlig och/eller ineffektiv

”Museet behöver en uppfräschning! Det har inte hänt så mycket genom åren med utställningarna och man kan gott säga att marknaden sätter priset och det måste i vårt fall vara lågt. Vi kan inte höja för närvarande för vi tror inte att det är värt mer”

- ”allt annat i samhället kostar” - varför inte också kulturhändelsen?

”Mycket handlar det säkert om tradition - det är naturligt att ta betalt - att inte göra det vore en omvälvande tanke.....Alla andra samhällstjänster kostar pengar: allmänna kommunikationer, bygglov, vård etc - frivilliga gratistjänster finns knappast. Samhället tar ut avgifter för de av sina prestationer som riktar sig till individerna enskilt”

”Det hör till vår tidsanda - det normala är att vi byter tjänster mot någon form av ersättning, något annat skulle uppfattas som onaturligt.”

- den generella åtgärden ”avgiftsfritt” gynnar dem mest som redan är motiverade och innebär en överflyttning av resurser till dem från andra som inte är intresserade i samma grad.

”Skulle det bli gratis att gå på konsert kanske det skulle bli ett ramaskri hos dem som inte går - de får ju betala intäktsbortfallet via skattsedeln!”

- det blir svårt eller omöjligt att skapa ett utbud av mer eller mindre samma innehåll på kommersiell bas om samhället erbjuder sin verksamhet avgiftsfritt.

”Om det vore gratis hos oss skulle vi dumpa marknaden på ett otillbörligt och kanske olagligt sätt.”

### 10.3 Fripassagerarsyndromet

I Ryssland tillämpar man på sina håll en avgiftspolitik som vill motverka det fripassagerarsyndrom som uppstår då de som inte betalar skatt till de offentliga kulturinstitutionerna åtnjuter samma förmåner. De utländska turister som besöker t ex det stora Tretjakovmuseet för bildkonst i Moskva betalar en avsevärt högre avgift än de inhemska besökarna. Visserligen kan detta säkert bero på att man med rätta tror att utlänningarna ändå tycker att inträdesavgiften för dem är låg (motsvarande ca 30 svenska kronor i slutet av 90-talet). Det är också sannolikt att turisten, som ju haft avsevärda kostnader för att ta sig till Moskva och för sitt uppehälle där, finner att den marginella extrakostnaden för museibesöket är nästan försumbar. Dessutom kan ju inte Tretjakovmuseet gentemot turisten hävda ambitioner att utveckla en nationell kulturell gemenskap som är ett starkt argument för samhällets stöd i alla länder.

Vid det lilla stadsmuseet i Kendal i Lake District i norra England tar man £2 av besökare från resten av världen men man släpper in lokalbefolkningen gratis - "baserat på dialekten", enligt kassapersonalen.

På Stockholms Medeltidsmuseum går ägarkommunens skolbarn in gratis vid klassvisningar medan barn från andra kommuner får betala 5 kronor styck. Museets chef säger:

"Det ska kosta! Men jag är lite ambivalent - skattebetalarna har ju betalat en gång. Men just vårt museum lockar väldigt många fler än bara stockholmare. De andra har ju inte betalat någon skatt till vårt museum."

Även i nuvarande Västra Götaland har man av och till diskuterat sådana "problem" med fripassagerare. Somliga göteborgare har velat införa ett särskilt kulturkort för göteborgska skattebetalare som skulle ge dem lägre avgifter på kulturinstitutionerna i staden än resten av världsmedborgarna. Inte minst förekom sådana argument i debatten efter det att dåvarande Landstinget Skaraborg (och senare även Hallands läns landsting) beslutade att inte bidra till kostnaderna för det nya operahuset vid Lilla Bommen. Skaraborgarna kunde gott få betala extra var och en för sig när de inte ville betala kollektivt via sitt landsting, tyckte de besvikna göteborgarna. Nu är den nya Västra Götalandsregionen huvudman för GöteborgsOperan så skaraborgarna får iallafall dra sitt skattestrå till den gemensamma driftskostnadsstacken. Under 2002 gick för övrigt GöteborgsOperan samman med dittillsvarande Länsteatern i Skaraborg i en gemensam organisation för västsvensk musikteaterproduktion.

#### **10.4 Tidens påverkan**

Vi gör följande antaganden:

##### A. relativa priser

Vi får en kostnadsutveckling för samhället i stort och kulturinstitutionen som är lika kraftig som ökningen i allas löner. Skattesatsen förblir konstant. Kulturinstitutionens avgifter höjs så att de håller jämna steg med kostnadsökningarna.

##### B. konstanta priser

Vi får också nu en kostnadsutveckling för samhället i stort och för kulturinstitutionen som är lika kraftig som ökningen i allas löner. Skattesatsen förblir konstant. Kulturinstitutionens avgifter hålls däremot konstanta över tiden.

I fallet A med successivt justerade priser blir effekten att allas värderingar av aktiviteten egentligen består över tiden. Kulturkostnadernas andelar av budgetarna för både samhället och nyttjaren kan förbli desamma. Kulturinstitutionernas inkomster stiger i takt med inflationen och en jämn kvalitet kan i bästa fall upprätthållas. Detta scenario resulterar i att alla relationer bevaras konstanta. Värderingarna hos de förtroendevalda och individerna har inte förändrats. De förändras bara genom aktiva beslut.

I fallet B med konstanta avgifter fast kostnaderna ökar förblir brukarintäkterna desamma om vi förutsätter samma besökstal. Brukarintäkternas andel av budgeten/finansieringen sjunker med tiden. Andelen av individens personliga budget som hon får lägga ut för att ta del av kulturverksamheten minskar också. Om verksamhetens budget ska kunna hålla jämna steg med kostnadsökningen måste skattefinansieringens andel successivt öka. De förtroendevalda har då de fastställde principen om konstanta priser, t ex nolltaxa, byggt in ett beslut om ett successivt allt större värde i samhället av tjänsterna med konstanta priser jämfört med andra tjänster för vilka man accepterar rörliga priser. Man har också accepterat att de som aktivt tar del av kulturverksamheten i fråga gör det till en för dem successivt minskande andel av inkomsten. Detta medför att de som inte besöker verksamheten får stå för en allt större del av dess finansiering.

Om skattefinansieringen inte ökar i takt med kostnadsökningarna kommer verksamheten med konstanta avgifter att få svårt med sin kvalitetssäkring och ännu svårare med kvalitetsutveck-

lingen. Om samhället accepterar att ge anslag till verksamheten som inte enbart ökar i takt med kostnadsökningen utan också täcker in den successivt allt mindre andelen besökarintäkter kommer utrymmet för annan samhällsservice, inkl annan kultur, att minska - åtminstone relativt (dvs även om den samlade skattekakan skulle öka mer än i exemplet ovan). De i politiska beslut manifesterade värderingarna har förändrats fastän inga nya beslut fattats.

Systemet med konstanta priser, i första hand avgiftsfritt, i somlig kulturservice kommer alltså

- att per automatik förändra de relativa värderingarna mellan dessa tjänster och andra samhällstjänster som inte har konstanta brukaravgifter
- att ge framtida finansieringsproblem genom trycket på samhället att täcka en allt större kostnader för dessa kulturområdets verksamhet
- att ge framtida kvalitetsproblem i det fall samhället inte ger kulturinstitutionen täckning för sina kostnadsökningar. Dessa kvalitetsproblem kan bli svårare än för de verksamheter som får höja sin brukarfinansiering i takt med kostnadsökningarna

Ett ytterligare problemkomplex är den kostnadssjuka - cost disease - som William Baumol och W.E. Oates beskrivit (Baumol och Oates, 1972). Då varor genom teknisk utveckling kan framställas och säljas billigare och billigare blir den kulturella sektorn, som vanligtvis har svårt att skapa rationaliseringsvinster, successivt allt mer missgynnad. Den relativa kostnaden för samhället att upprätthålla kulturproduktionen och för individen att tillgodogöra sig den blir högre och högre. Baumols idéer mildras dock av att varorna inte bara får en allt mer rationell tillverkning. De blir också mer och mer komplicerade och utvecklas kvalitetsmässigt över tiden. Vi vill inte längre ha en T-Ford även om den skulle vara mycket billigare att köpa än den nya Saaben och dess framställning sannolikt rationaliserats mer och mer sedan introduktionen i början av förra seklet. Vi söker med stigande välfärd mera komplicerade och starkare upplevelser också av sådant som biltransporter. Detsamma gäller alla andra industriförädlade produkter. Vårt dilemma ligger snarare i att det blir svårt att hänga med i samma kvalitetsutveckling av kulturupplevelser som allmänheten är van vid i andra områden av livet. Det duger inte längre att visa upp några gamla saker med beledsagande små skyltar i museerna eller ge konserter på ett sätt som kvalitetsnivåmässigt och i sin formgestaltning är samma som på T-Fordens tid. Om kulturinstitutionerna inte ges möjligheter till en sådan kvalitetsutveckling - eller om de inte själva ser nödvändigheten av den - kommer de att ganska snart som organisationer blir föremål för kulturminnesvårdens omsorger.

### 10.5 De brittiska erfarenheterna

I vårt land aktualiserades prispolitikfrågan efter det att Labour i Storbritannien drivit linjen om fri entré till museer i sina valmanifest och också tillämpar idén för alla till statliga museer sedan 1 december 2000. Den förste direktören för Tate Modern i London, Lars Nittve, blev i november 2001 intervjuad av SVT i samband med att han just tillträtt som Moderna Museets chef och upptäckt att hela det fortfarande nya huset var kraftigt mögelskadat. Han nämnde att Tate Modern haft fri entré och att det förmodligen var orsaken till att man haft 3 miljoner besökare det första året. Att jämföras med Moderna museets runt 300 000 årliga besökare. Detta enkla konstaterande inspirerade Dagens Nyheter till temat "Öppna våra museer" för sin ledare den 27 november 2001. DN skrev att det köpenhamnska Louisiana, där Nittve också varit chef, har ett 35 % större besökartal än Moderna Museet i Stockholm. Ledarförfattaren uppmärksammar emellertid inte att besökartalet relativt sett varit större än vid Moderna museet trots de högre entréavgifterna i Humlebæk. London har tio gånger så många invånare som Stockholm och förhållandevis många fler turister. Så en tio gånger större publiksiffra bör inte ge anledning till snabba och enkla slutsatser om priset som orsak till det som DN betraktar som ett dåligt resultat för Moderna Museet.

Det är bara 25 museer av 2000 medlemsinstitutioner i The Museums Association som är statliga och som direktivet om avgiftsfrihet avser. Övriga är fria att besluta själva. Idén om avgiftsfrihet levde länge stark i Storbritannien men på 70-talet försökte den dåvarande tory-

regeringen förmå de statliga museerna att införa avgifter. Men försöket var halvhjärtat och man gav upp efter några månaders diskussioner med ovilliga museiledningar. Så småningom tog Margaret Thatcher initiativ i samma riktning. Hon krävde en ökad självfinansieringsgrad liknande situationen i USA. Även Thatcher hade svårt att få museerna och även allmänheten med på sådana idéer eftersom traditionen i Europa är stark kring idén att samhället ska bekosta sina museer. Men regeringen fick trots allt museerna att införa avgifter eftersom man gav lägre bidrag (åtminstone hotade med det) och museiledningarna också började tänka att det skulle bli bättre kvalitet på verksamheten om den avgiftsbelades. Några av de statliga museerna behöll dock gratisprincipen.

Tony Blairs labourregering förde en konsekvent linje som handlade om eftersträvarade förbättringar i hela kulturlivet vad gällde:

- kulturen som utbildningsproducenter
- ökad tillgänglighet
- ökad social integration ("social inclusion")

Strävan var att få bort en del personals och allmänhetens uppfattning av museerna som tempel. Bort med attityden "Ställ dig här framför den här vackra tavlan och tillbe konsten", menade man enligt Mark Taylor, direktör för The Museums Association. Museerna ville, oavsett hur de såg på avgiftsprinciperna, se sig själva som aktörer för social utveckling och de tog många aktiva initiativ för att bli delar av barns och ungdomars utbildning och kulturella fostran. Numera är runt 30% av besökarna på museerna barn som kommer tillsammans med sina skolkamrater. Baksidan av det myntet är att utrymmet för undervisning i humaniora i de brittiska skolorna minskat på senare år och inte ens museerna tycker att man kan ersätta, bara vara ett komplement till, den kontinuerliga skolundervisningen. För närvarande pågår pilotprojekt, "Creative Partnerships", där stora kulturinstitutioner aktivt medverkar i utvecklingen av publikrelationer och aktiviteter i 16 av de fattigaste områdena i landet. Inte med enstaka events utan tvärtom med långsiktighet och kontinuitet.

En allmän mening, som också delats av stora delar av den brittiska museivärlden, var att museerna styrdes uppifrån-och-ned och att satsningarna på att producera kunskap inte var så mycket inriktade på allmänhetens behov och önskemål utan mera på forskarnas egna intressen. Kraftig kritik har också riktats i den brittiska debatten mot operahusen som länge höjde sina biljettpriser kraftigt vilket naturligtvis motverkade de kulturpolitiska ambitionerna bakom statens subventioner att kulturen skall nå ut till fler. Enligt Toby Scott, chef för bidragsavdelningen på kulturdepartementet, säljer t ex Covent Garden dock numera minst hälften av sina biljetter till priser som motsvarar högst cirka 500 SEK. Detta sagt som exempel på en nyinförd lågprislinje!

Inom labourregeringen kämpade man i fem år innan finanssen - The Treasury - accepterade att ge utökade bidrag för att möjliggöra införandet av fria entréer på de statliga museerna. Cirka £100 miljoner tog man successivt fram bl a för att stegvis införa avgiftsfrihet för först barn, därefter även för pensionärer och till slut för alla. Pengarna gavs inte som bidrag direkt utan metoden man använde var att, om de inför avgiftsfriheten, efterskänka den moms som museerna betalade till sina leverantörer. De tidigare avgifterna belades en momsats om 17,5%. Liksom i Sverige kan man inte i Storbritannien räkna av betald moms om man inte också debiterar moms av någon. Nu är museerna alltså undantagna från den regeln. Besluten om avgiftsfrihet tas av respektive av de fyra parlamenten i Storbritannien (England, Skottland, Wales och Nordirland). The Treasury släppte inte ifrån sig pengarna alldeles kravlöst. Man kräver som "performance target" att kulturdepartementet ska se till att årsbesökstalet i kulturlivet ökar med minst en halv miljon - motsvarande 3-4%.

Många museiledningar, de flesta enligt Mark Taylor, var tveksamma till avgiftsfriheten. Otvetydigt har den lett till ett ökat besökstal. Men det finns ännu inget som bevisar att en större del av befolkningen går till museerna och man saknar en diskussion kring kvaliteten på upplevelsena - inte minst på sikt. Museiledningarna vid de även tidigare, under avgiftstiden, välbesök-

ta museerna är bekymrade över det ökade beroendet av staten som enda finansiär. Ungefär hälften av besökarna vid The National Maritime Museum i Greenwich är från USA och Fjärran Östern och de har med entusiasm tidigare mycket kraftigt bidragit till museets finanser. Denna finansiering får nu i stället de engelska skattebetalarna stå för. Turisterna är numera "fripassagerare".

"Det som staten ger kan den ta tillbaka", säger man. "Vi hade tidigare större kontroll själva över våra liv". "He who pays the piper calls the tune", säger engelsmännen. Om flera är med om att betala musikerna är chansen större att åtminstone någon beställd melodi är av en sådan kaliber att orkestern gärna spelar den. Många museiledningar anser att "charging is good":

- det förbättrar museernas attityd gentemot besökarna och skapar en ökad känsla för vikten av en god kundvård.
- det ökar besökarnas uppskattning
- det är lättare att marknadsföra ett avgiftsbelagt museum - det går t ex inte att ge rabatt på ingenting
- det är tveksamt om det är så många fler än de som faktiskt skulle kunna betala som besöker museerna efter införandet av avgiftsfrihet. Och de har ju tidigare visat att de är villiga att betala. Nu ges de möjlighet att besöka museerna oftare. Frågan är om just det var den egentliga avsikten med avgiftsfriheten.

I Cardiff har småföretagare i anslutning till helt andra turistmål än det statliga museet klagat på att man förlorat omsättning efter det att regeringen i Wales beslutat om avgiftsfrihet och därigenom ruckat på de tidigare konkurrensförhållandena mellan olika lokala attraktioner.

Det är enligt mina sagesmän uppenbart att Labour dragit politisk nytta av beslutet om avgiftsfrihet på museerna. Det har visat sig ha stort symbolvärde och betraktas av den brittiska kulturpubliken som "en fjäder i hatten" för Tony Blair. Men därigenom kan beslutet också kritiseras som en i huvudsak realpolitiskt inriktad policy som riktar sig mera till en väljar-målgrupps omtanke om plånböckerna än till museernas tryggade finansiering och kvalitetsutveckling på lång sikt (Haveman, 1976).

Sedan flera år erbjuder många brittiska teatrar föreställningar någon veckodagskväll dit publiken inbjuds att betala ett biljettpris utifrån den egna förmågan: "pay-what-you-can-afford". Först ut var The Citizen's Theatre i Glasgow. Även med avdrag för den biljettintäkt man därigenom förlorar från sådana som annars betalt normalt pris anser man att det inte bara är en bra kulturpolitisk åtgärd utan att det dessutom är ekonomiskt försvarbart. Det finns t o m enstaka besökare som betalar betydligt mer än normalpriset eftersom de anser att de kan det (jmf "konsumentöverskottet" ovan). Britterna känner inte något motstånd mot att pruta på detta sätt. Prutandet uppmuntras ju av säljaren. Såväl Toby Scott som chefen för The London Sinfonietta, Cathy Graham, talade om normalpriset £12 som en tröskel vid intervjutillfället för konsert- och teaterbiljetter som det tycks vara svårt att gå utöver utan att man förlorar publik och nettoinkomst. Detta belopp motsvarade väldigt väl det svenska normalpriset vid denna tidpunkt.

Vår svenska debatt om att lägga ut kollektivt finansierad verksamhet på entreprenad är ju på det hela taget inspirerad från Storbritannien. Där har man till skillnad från i Sverige även tagit initiativ till att begära in offerter från konkurrerande entreprenörer för en del kulturservice - t ex lokala bibliotek. Till en början ansåg man sig lagligt tvingad att ge kontrakten till den entreprenör som erbjöd lägst pris. Erfarenheterna från misslyckanden liknande de svenska inom offentliga transporter och äldreomsorg har gjort att man i Storbritannien nu ser över alla kontrakt och väljer utifrån en uppfattning om "best value". Entreprenörernas verksamhet utvärderas noga och kontinuerligt utifrån fastställda kvalitetskriterier.

## 11 Betala för vad?

### 11.1 Tidsupplevelse, förväntan och riskbenägenhet

”Världens dödssynd är och förblir allttjämt den stora, sega, sura Tråkigheten”  
Bo Bergman

Vi föds och vi dör. Det vet vi. Den tid som finns att tillgå däremellan delar vi in i år, månader, dagar etc. En del tid betraktar vi som fritid. Annan tid är arvoderad arbetstid. Tiden går att mäta. Men upplevelsen av tid är inte statisk. Timmarna går fortare när vi har trevligt. Vi skyr tristessen fastän våra liv ju rent upplevelsemässigt faktiskt borde bli längre om de vore tråkigare.

I en stad som jag besökte mycket ofta under många år ligger den kommunala konsthallen tvärsöver gatan från järnvägsstationen. Jag såg utställningsaffischerna och tänkte att ”nästa gång jag missar tåget passar jag på att gå dit”. Det hände att jag inte missade tåget under en hel utställningsperiod. Det verkade som att jag inte var särskilt angelägen. Det var bara då jag missade tåget som jag ingick i kulturvanestatistiken. Jag tycker förstås att det är bra att konsthallen finns. Men den tid jag kunde tänka mig att avsätta verkar vara enbart ”dödtid”.

Det finns förstås kulturupplevelser som jag uppfattar som potentiellt begeistrande upplevelsetid utöver nivån tidsfördriv. Jag är beredd att betala en hel del för att få uppleva något som jag tror på något sätt ska kombinera känslan av att tiden står stilla samtidigt som den går väldigt fort eftersom jag inte har tråkigt. Både min egen och producentens förhoppningen är att jag ska komma att vilja ha mer tid av samma sort när den jag betalt för tar slut. Jag har träffat ett svenskt par som varje sommar stoppar galakällningen och smokingen i packningen och tar sig den långa vägen till festspelen i Salzburg och med entusiasm och förväntan betalar de minst 3000 kronor som två konsertbiljetter kostar. Det är samma slags förhoppning som driver ungdomarna att besöka rockfestivalerna i Roskilde och Hultsfred för stora delar av sommarjobbslönen.

Ju rikare upplevelse jag förväntar mig desto mer är jag beredd att spara ihop för att få tillgång till den. Min förväntan vid rent tidsdödande är låg.

Omvänt är det med riskbenägenheten. Jag kan tänka mig att ta en tidsrisk om det inte kostar så mycket. Då är min låga förväntan en fördel. Kanske jag får tråkigt i konsertsalen eller i stadsmuseet. Jag kan tänka mig att offra min tid men inte mina pengar. Jag kan gå hem och säga att det inte var särskilt intressant. Men ändå behöver jag inte nödvändigtvis känna mig missnöjd. Chansen är uppenbar att jag tvärtom säger att det var bättre än förväntat eftersom jag inte förväntat mig så mycket. Å andra sidan betalar jag inte flera hundra för en teaterbiljett om risken är stor att jag kommer att få en långtråkig eller direkt negativ upplevelse.

Jag har som verksam i det offentliga musiklivet ofta förmånen att gå billigare på konserter än publiken i allmänhet. Jag tror inte att det enbart är min professionella kräsenhet som gör att jag inte alltid är lika begeistrad som den fullbetalande publiken. Dess förväntan har varit högre och om inte något katastrofalt inträffar ser denna publik till att den upplever förväntningarnas infrielse. Dessa besökare är - enligt min erfarenhetsbaserade uppfattning - mera kvalitets-tolerant än de som betalat mindre. De vill inte åka hem och tycka att de inte fick valuta för pengarna. Det är också rimligt att tänka sig att somliga tror att det varit bra eftersom det kostat så mycket.

Alltså verkar min förväntan på och upplevelse av den tid jag spenderar i förhållande till den kostnad jag har i två riktningar:

- om priset är högt betalar jag enbart om jag är tämligen säker på att upplevelsen blir värd pengarna. Då så verkligen blir fallet värderar jag också denna upplevelse mycket högt.



- om priset är lågt kan jag tänka mig att ta en risk, min förväntan kan vara låg och kan därigenom ganska lätt uppfyllas. Men det är inte säkert att jag värderar lågprisupplevelsen särskilt högt även om den var positiv. Jag värderar den inte bara i sig utan också utifrån min grad av förväntan och det engagemang och de resurser jag lagt ned.

Kulturstatistiken mäter antalet besökare och liknande enkla tal. Men den mäter inte vilka förväntningar besökarna haft och vilket värde de sätter på sin upplevelse. En aktivitet som syftar till att fördriva tid är lika mycket värd i statistiken som ett resursintensivt, efterlängtat och engagerat besök. Någon kulturstatistiktermometer har vi inte uppfunnit ännu. Vi som producerar kulturupplevelsorna blir benägna att tycka att det har ett stort värde att fler slinker in många snabba gånger hellre än att de tillbringar en längre stunds engagerad kvalitetstid tillsammans med det vi vill förmedla. Kulturstatistiken mäter i första hand aktivitetsgraden. Kvalitetsgraden mäts enbart på så sätt att man utgår från att det är ett högre värde i en verksamhet som har större publik eller producerar flera aktiviteter än andra motsvarande alternativ. Det kan vara riktigt. Men det är långt ifrån säkert. Vi som producerar kulturupplevelsorna vet mycket väl att det finns aktiviteter som lockar en publik som är liten men som lever länge på det den tagit del av på samma sätt som andra aktiviteter som vi åstadkommer kan locka horder av besökare som börjar prata om annat så snart de passerat oss.

### **11.2 Passiv möjlighet till utbud - option supply - respektive aktivt utbud actual supply**

Ett av de argument som brukar anges för samhällets ekonomiska engagemang i kulturlivet är dess betydelse för medborgarna även då de inte brukar verksamheten för stunden, se ovan 3.1. Man skulle kunna benämna samhällets svar på denna passiva efterfrågan - option demand - för passivt utbud - option supply. I de flesta av mina intervjuer med teater- och musikintstitutionsledare noterar man att den totala biljettintäkten ungefärligen motsvarar den rörliga produktionsbudgeten. Det sägs mera som ett konstaterande än som en strategisk kulturpolitisk idé. Men effekten blir likafullt att samhället svarar för finansieringen av en passiv möjlighet till utbud - option supply - medan de aktiva nyttjarna bekostar det faktiska iscensättandet - actual supply.

John O´Hagan (O'Hagan, 1998) ifrågasätter den avgiftsfria policy som många konstmuseer tillämpar och som, enligt honom, inte når fram till de verkliga orsakerna för lågt och ojämnt besökande mellan olika befolkningsgrupper:

”Förhållandet med offentlig finansiering ifrågasätts inte här. Vad som föreslås är, att enbart kostnaderna för att visa upp och skapa tillgång till museets samling - och inte kostnaderna för inköp, vård och forskning - genom inträdesavgifter borde läggas på den lilla men förhållandevis mera välsituerade delen av samhället som besöker samlingarna.”

### **11.3 Vilket är folkbiblioteksuppdraget**

De intervjuade bibliotekscheferna menade med en mun att alla litteraturlån skall vara avgiftsfria. Det tycks innebära att man inte tycker att biblioteket ska särskilja olika motiv för utnyttjande av tjänsterna. De är inte homogena utan tvärtom tydligt differentierade. Biblioteksuppdraget är inte entydigt:

”Men folkbiblioteket som idé och koncept svajar lite nu. Biblioteket är huvudaktör i det livslånga, informella lärandet. Vi har ett kulturuppdrag inriktat mot den mera estetiska och konstnärliga läsoplevelsen och vi borde ta oss en starkare roll i arbetet med barns läsning - kanske i synnerhet bör vi hjälpa till aktivare med invandrarbarnens språkbildning..... Somliga kan nog fråga sig varför det ska vara gratis att låna böcker när all annan viktig samhällsservice kostar. ”Varför ska jag betala för andras fritidsnöjen”. Men i praktiken handlar det ju inte bara om läsning av skönlitteratur på fritiden - i synnerhet inte idag då många utnyttjar våra tjänster också mer eller mindre ”i tjänsten” eller i direkt utbildningssyfte.”

Individernas motiv för att använda sig av bibliotekens tjänster skiljer sig således åt. Det är väl inte många som ifrågasätter det positiva i att barns läsförmåga stötts så mycket som möjligt - inte minst de flerspråkiga barnens förmåga. Nolltaxa för barn- och ungdomslitteratur på folk- och skolbiblioteken kan vi nog enas om. Men hur med t ex de bilreparationshandböcker som två av mina intervjuade bibliotekschefer berättade om som beten för att ickebesökare ska lockas till den kulturens högborg som de trots inte hade något av intresse för dem? Genom tillgången till reparationshandboken sparar de pengar genom att själva göra mer av reparationsarbetet i stället för att lämna det till professionell verkstad. Flera av bibliotekscheferna berättade också att mycket av utlåningen av facklitteratur är ren kurslitteratur. Det har förekommit att då studerande kommit in i biblioteket för att låna kurslitteratur till populära högskolekurser och funnit att boken redan varit utlånad de då blivit förgrymmade och ifrågasatt bibliotekets inköspolicy. Det måste vara ett ganska nytt fenomen att biblioteksbesökare överhuvudtaget förväntar sig att den aktuella kurslitteraturen ska finnas till avgiftsfri utlåning. Det kan inte vara en självklarhet. Syftet med kursen är sannolikt att studenten ska få en högre inkomst eller ett mera stimulerande arbete i framtiden. Kurslitteraturen måste betraktas som en del av den nödvändiga investeringen för detta slutresultat.

Detsamma gäller de fall som samtliga intervjuade bibliotekschefer refererade till beträffande rent yrkesmässigt utnyttjande av bibliotekets service. Många söker information "i tjänsten"- alltså för att på ett bra sätt utföra ett betalt uppdrag. Är det självklart att folkbiblioteket ska stå till tjänst med det alldeles gratis? Stora företag investerar i egna bibliotek på egen bekostnad. Biblioteksservice kan all företagsamhet ha behov av. Biblioteken skulle kunna sälja professionell kompetens på timbas till sådana företag som inte tycker sig ha råd med egen anställd bibliotekspersonal. Försök i den riktningen finns.

#### **11.4 Tillgängligheten då utbudet är begränsat**

Bland de varor och tjänster som kulturinstitutionerna producerar är de flesta av klart begränsad karaktär. Antalet platser i konserthus och teatersalonger är ändliga. Antalet föreställningar likaså. Tillgången på böcker i biblioteken är också begränsad i antalet böcker totalt, antalet exemplar av varje titel och naturligtvis i tiden. När en bok inte står i hyllan kan ingen annan få tillgång till den just då. I princip kan man hävda att även museiutställningen är en begränsad produkt eftersom alltför många samtidiga besökare försämrar vars och ens upplevelse. I princip bör, menar värlfärdsekonomer, alla av samhället producerade och till allmänheten förmedlade verksamheter vara avgiftsbelagda om en individs konsumtion minskar andras möjligheter att få samma upplevelse .

Men i verkligheten ser det möjligen annorlunda ut. Om teatersalongen inte är utsåld är tillgången till plats vid föreställningen inte begränsad. Men till de platser som är sålda är tillgången förstås maximalt begränsad! Om olika platser i salongen har olika värden för besökarna finns det klara begränsningar. Det är inte svårt för en teater eller ett konserthus att kolla vilka platser som vanligtvis säljs först och vilka som vanligtvis blir över då salongen inte är utsåld. Många teatrar och konserthus har ett enda enhetspris för samtliga platser trots att köpbekymret säkert varierar. Förmodligen varierar den även i de salonger som har differentierad prissättning i några få priskategorier både mellan och inom de olika prisgrupperna. Även om en konsert inte är slutsåld finns det säkert biljettköpare som inte fick de platser som de önskat sig i första hand.

I våra museer är det sällan några kapacitetsbegränsningar i tillgängligheten - dessvärre - åtminstone inte vad gäller de individuella besöken i utställningarna. När det gäller guidningar, föreläsningar och delar av utställningarna som är multimediala i särskilda rum är tillgången dock i princip begränsad.

I biblioteket är det svårare att finna några fall där begränsningen i tillgängligheten inte är ett tydligt faktum. Det gäller naturligtvis böckerna, CD-skivorna och videorullarna som lånas hem och internetdatorn som någon disponerar. Det enda alternativet för den som inte får tillgång blir att köpa boken eller CD-skivan, köpa dator med modem och själv betala. Eller att vänta.

## 11.5 Ekonomisk, geografisk, social, kulturell och estetisk tillgänglighet

”Uppfattningen att konst kan vara god konst och samtidigt obegriplig för många människor är ytterligt orättfärdig och dess konsekvenser är ödesdigra för konsten själv”  
*Leo Tolstoj i "Vad är konst"*

I vårt land liksom i t ex övriga nordiska länder och Storbritannien är de kulturpolitiska målen inriktade mot hela befolkningen. I första steget är ambitionen att ge alla möjlighet att ta del av kulturverksamheter. Då är sådant som ekonomisk tillgänglighet - ett lågt pris - och geografisk tillgänglighet - så nära som möjligt - viktiga parametrar. Mycket av efterkrigstidens kulturpolitiska insatser har också varit inriktade mot att förbättra dessa tillgänglighetsaspekter. Strävandena har säkert på det hela taget tagits emot positivt av allmänheten. Nästa steg i den kulturpolitiska processen måste vara att ta utgångspunkt i mera innehållsligt inriktade tillgänglighetsaspekter som social breddning och integration samt verksamhetens kvalitet utifrån både publikens upplevelse och kulturinstitutionens egna utvecklingsambitioner. Det är långt ifrån säkert att en politik som inriktar sig mot individernas sparnit är den bästa på lång sikt utifrån andra tillgänglighetsambitioner.

### 11.6 Ingen tillgänglighet till obefintliga verksamheter

Det stora problemet med den låga ekonomiska tröskeln in i kulturinstitutionerna är förstas att den kostar så mycket att upprätthålla - eller snarare att hålla nere. Samhället kan ålägga en institution att avstå från en finansieringskälla för sin verksamhet. Det får konsekvenser för möjligheterna till kvalitetsutveckling. Det handlar också om kvalitetsaspekter som just de mindre initierade besökarna kan uppskatta.

Intäkterna från brukaravgifterna är för all del oftast en mycket marginell post i årsrapportens bokslut i jämförelse med anslagen från stat, region och/eller kommun. Men medan de senare används för att täcka fasta kostnader som personal och lokaler - nog så viktiga förutsättningar för produktionen - betraktas brukarintäkten vanligtvis som en mera rörlig intäkt som kan finansiera rörliga kostnader. Dessa rörliga kostnader täcks i många kulturinstitutioner till stor eller mycket stor del - för en del produktioner kanske helt - av brukarintäkter. De är således mycket mera värdefulla för den verksamhet som faktiskt når besökarna än vad deras andel av de samlade intäkterna kan förleda en utomstående att tro. Det är på det sist, oftast med möda, skapade finansieringsflödet, som ytterligare en kvalitetsambition kan förverkligas. Den marginella intäkten har en betydelse som inte motsvaras av dess nominella värde.

I de institutioner som av tradition tar betalt av sina besökare, i första hand scenkonsten, finns en strävan att inte ta onödigt litet betalt - kanske i viss produktion rent av så mycket som möjligt - just för att ge dessa besökare en högkvalitativ upplevelse. Samma resonemang fast omvänt bör leda till misstanken att det kan finnas kvalitetsmöjligheter som inte tas tillvara då brukaravgiften är noll. I synnerhet många museer verkar ha en ambivalent inställning till att ta betalt av besökarna. "Varför tar ni inte betalt när ni tar betalt?", sa en besökare vid Norrköpings konstmuseum enligt dess dåvarande chef när jag intervjuade henne. Entréavgiften är så låg att den signalerar att man ber om ursäkt för att man tar betalt överhuvudtaget. Risker är att den tveksamma besökaren uppfattar det som att producenten är osäker på om besöket verkligen är värt ens den låga avgiften. Fast producentens intention var att det som erbjuds är så värdefullt att det borde vara gratis.

Diskussionen om tillgänglighet till kultur tycks handla uteslutande om tillgänglighet till det som finns av verksamheter idag. Att tillgängligheten är obefintlig till sådana verksamheter som inte finns tas sällan eller aldrig med i bedömningen. Publiken kan inte ta del av något som ingen haft råd att producera.

### 11.7 Solidarisk finansiering

Vårt kulturliv är uppbyggt på ideer om solidarisk finansiering och allmänt nyttjande. Det är en "demokratisk rättighet" att få gå på konsert, låna böcker etc sade flera av mina intervjuoffer. Men nyttjandet är inte allmänt fastän finansieringen är kollektiv. Detsamma gäller t ex sjuk-

vården, badhusen och barntillsynen. För att utbudet av sådana tjänster bättre ska motsvara en faktisk efterfrågan brukar man besluta om brukaravgifter. Vi betalar olika mycket i skatt utifrån den individuella betalningsförmågan. Var och en av oss förlorade runt 3 000 kronor i skattesubvention varje gång vi inte gick till Malmö Dramatiska Teater under 1997. Men om man ville komma i faktiskt åtnjutande av denna samhällstjänst måste man också göra en egen ekonomisk insats - samma belopp för alla.

Solidariteten ligger både i att vi alla svarar för en grundfinansiering utifrån individuell förmåga och att de som verkligen nyttjar tjänsterna i solidaritet med dem som inte kan, behöver eller vill nyttja dem också svarar för en del av finansieringen själva genom brukaravgifter. Alla har samma "demokratiska rättighet" till kulturutbudet. Den som utnyttjar kulturerbjudandena skulle kunna sägas ha en "demokratisk skyldighet" att vara med om att finansiera en del av sin personliga stimulans.

## 12 Vill vi justera avgifterna?

### 12.1 Höja priserna?

Föga förvånande tror nästan alla de intervjuade i min studie att de skulle få ett lägre besökartal om de höjde sina priser. T ex

"Lånen skulle minska radikalt! De som verkligen behöver böcker skulle inte tveka att betala men det skulle de göra som inte är lika motiverade. Folk skulle gå samman i lånelag!"

Men i Helsingborg har såväl konserthuset som stadsteatern höjt sina priser under de senaste åren och man har inte märkt någon negativ effekt på besökstalen:

"Vi har ju höjt priserna! Vi har inte tappat i publiktillströmning. De tidigare vana konsertbesökarna surade. Men nya besökare har inget förhållande till vad symfonikonserterna brukar kosta - tvärtom kanske de har vidare kunskapsperspektiv om priserna på olika företeelser i samhället. Vi tror att publiken trots höjningarna de senaste åren uppfattar vår verksamhet som "prisvärd - ett riktigt kap"."

"Vi har ju nyligen höjt så mycket! Det hände ingenting negativt eftersom den första pjäsen efter höjningen (Gökboet) var mycket publikattraktiv. Nu kan vi behålla priset i framtiden."

Ett museum i en annan sydsvensk stad har en liknande erfarenhet:

"På senare år har vi höjt entréavgiften till ett par speciella utställningar. Vi märkte inget betalningsmotstånd. Prishöjningarna berodde delvis på att kostnaderna för just de utställningarna var mycket högre än normalt. Men naturligtvis trodde vi också på en stor attraktionskraft. Det stämde."

Liksom en orkesterinstitution:

"Det kommer inte att hända något radikalt! Efterfrågan är mest innehållsstyrd. Abonnemangen kommer att köpas iallafall. Vi har inte höjt på flera år så det är hög tid nu då vi höjer med 12% inför nästa säsong. Då vi höjde för tre år sedan med lika mycket hände ingenting med efterfrågan."

Flera talade om att de sneglar på andra kulturproducenter då de sätter sina priser. Det kan till och med uppfattas som direkt konkurrens:

”Frågan för oss är om vårt museum kommer att drabbas negativt på grund av att grannen Historiska museet börjat med fri entré. Vi är t ex övertygade om att skolorna prioriterar Historiska framför vårt fortfarande avgiftsbelagda museum. Det uppstår en konkurrenssituation där alla museer tvingas till fri entré oavsett om de tror på det och önskar det eller ej.”

”Risk för överströmning av publik till andra kulturella utbud om bara vi höjer priserna”

Att kulturinstitutionsföreträdare som ideologiskt omfattar idén om det avgiftsfria kulturtillgängligheten kan ha svårt att se något positivt i höjda priser säger sig självt. På min fråga vad som hindrar dem från att höja priserna (eller införa avgifter) fick jag t ex svar som dessa:

”Våra egna mentala spärrar! Vi vill ju ha fri entré!”

”Den principiella utgångspunkten är att det ska vara gratis. Jag vill inte höja även om vi inte idag märker något avgiftsmotstånd.”

”Ideologin förstås - tanken på det öppna rummet, mötesplatsen för alla.”

”Det går inte! Opinionsen blir för stark: ”Jag har ju betalt en gång redan via skattsedeln!”.”

Argumentet att besökarna redan betalat en gång via skatten för de institutioner som är avgiftsfria gäller ju i princip lika starkt även för institutioner som både har skattefinansiering och nyttjaravgift. Inga besökare tycks ifrågasätta att behöva betala inträdesavgift på samhällsunderstödda konserter och teaterföreställningar. Två intervjuade använde ordet ”ramaskri” då de ville beskriva den starka omvärldsreaktion som kunde förväntas på radikala ändringar av brukaravgifterna:

”Det här med avgiftsfria lån är en så väldigt stark tradition att det skulle bli ett ramaskri om vi införde avgifter även om nog alla skulle ha råd att betala egentligen”

”Skulle det bli gratis att gå på konsert kanske det skulle bli ett ramaskri hos dem som inte går - de får ju betala intäktsbortfallet via skattsedeln!”

Det är uppenbart att de som haft för vana att höja sina avgifter då och då är mer positiva till höjningar i framtiden än de som inte höjt på länge eller som inte har avgifter överhuvudtaget. Rädslan för negativa effekter på nyttjandet av de producerade tjänsterna är definitivt störst bland dem som tillämpar nolltaxa.

## 12. 2 Sänka priserna?

Bara två av de intervjuade - två museichefer i Göteborg - skulle använda en budgetförstärkning till att ta bort entréavgifterna. Bibliotekscheferna kan ju inte sänka nolltaxan. Alla övriga såg med skepsis på idén att sänka nyttjaravgifterna. Huvudskälet var förstås att det skulle gå ut över budgeten och därigenom på möjligheterna att säkra eller utveckla kvaliteten på verksamheten. Några var rädda för de ökade kostnader som ett eventuellt ökat besökartal skulle medföra:

”Det blir en fördyrning! Vi inte bara tappar intäkter utan får ökat slitage, mer förbrukningsvaror.....”

Men de flesta tycks mena att en sänkning av priserna inte skulle vara särskilt effektivt och meningsfull:

"Ingen större inverkan på publiktillströmningen! Vi har ju redan nästan nått kapacitetstaket - 2 av 3 konserter är slutsålda. Så det skulle bli otillfredsställda köer lite oftare än nu."

"Det finns inget behov! När vi höjde säsongen 2000-2001 från 175 till 200 kronor (knappt 15%) tappade vi någon procent i besökare men det blev en positiv effekt i kassan!!"

"Det skulle visserligen till en början ha en god effekt. Vi skulle initialt få ökade publiksiffror. Men det skulle snabbt klinga av och effekten på lång sikt skulle snarare vara negativ."

"Det skulle knappast komma fler människor till våra föreställningar om vi sänkte priserna och kapaciteten är redan mycket högt utnyttjad."

"Ingen större inverkan på publiktillströmningen! Redan aktiva besökare skulle knappast gå oftare. Icke-besökarna skulle knappast stimuleras av de sänkta priserna."

"Styrelsen skulle säkert reagera negativt på ett sänkingsförslag. Vi behöver ju pengarna!"

"Shopen - jamkvällen en gång i veckan - skulle vi i och för sig kunna bjuda på men vi vill "fostra" publiken att förstå att det kostar pengar och att det som produceras av konstutövare ska vara värt någonting"

I museivärlden råder för tillfället uppenbarligen delade meningar beträffande nolltaxans värde. Några är direkt negativa:

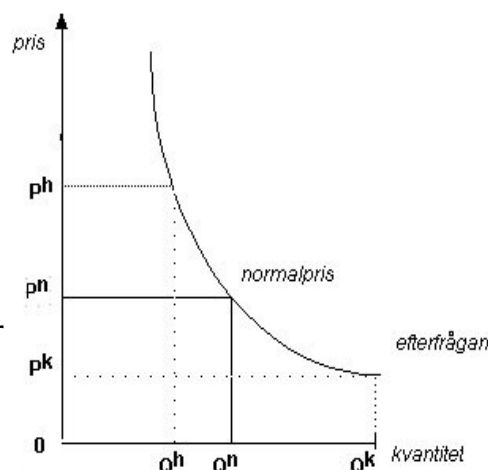
"Avgiften, om än liten, gör att besöket och museet värdesätts."

"Avgiften fyller en sorterande funktion - det ska vara ett aktivt och medvetet beslut att besöka museet."

## 13 Dynamisk prispolitik

Det ovan beskrivna begreppet "konsumentöverskott" har sin motsvarighet i "producentöverskottet". För en kulturinstitution som har ett enda konsumentpris för sin enda produkt - så förenklad är förstås inte verkligheten för de allra flesta - kan situationen beskrivas grafiskt så här:

Kurvan är sluttande eftersom det krävs ett lägre pris för att locka till fler besök - antingen av nya besökare eller av tidigare besökare som ökar sitt utnyttjande av tjänsten. Kvantiteten gånger priset ger producentens del av den samlade betalningsviljan. Det är den faktiska transaktion som äger rum. Ytan över kvadraten i diagrammet och till vänster om efterfrågekurvan är konsumentöverskottet. En betalningsbenägenhet som inte kommer producenten till del. Om de konsumenter som är villiga att betala det högre priset  $P_h$  också kan förmås att göra det ökas producentöverskottet på konsumentöverskottets bekostnad. Den självklara



slutsatsen är ju att om kulturbesökarna kan förmås att betala enligt sin betalningsvilja så ökar resurserna för kulturverksamheterna!

Producenter av andra typer av tjänster än kulturlivets kan vara mera villiga att söka tillgodogöra sig en större del av det som är den totala betalningsbenägenheten. SJ lär, enligt SVTs Aktuellt, under december månad 2002 ha haft 48 olika prisnivåer för en tågresa mellan Stockholm och Göteborg. Reportaget angav att priset kunde vara beroende av servicegrad (1:a resp 2:a klass m m), tidpunkten för köpet/bokningen, åldern på resenären och var köpet/bokningen gjordes. Möjligen hade man också räknat med de olika priser som finns på X2000 resp de lite långsammare tågsätten. "Produkten" var inte helt homogen. Men ändamålet var detsamma.

Självklart är tågresan och kulturverksamheten olika till sitt ändamål och till sina upplevelsevärden. Det finns vanligtvis inget av de kulturella upplevelsevärdena i själva tågresan – om man inte själv tar initiativ och fyller tiden med ett sådant innehåll. Men kulturbesökarnas efterfrågekurvor ser ändå säkert ut ungefär som tågbiljettköparnas. Några är beredda att betala mer eller rent av mycket medan andra inte kommer förrän det är mer eller mindre gratis. Man är uppenbarligen mer eller mindre angelägna.

I museivärlden har prispolitikfrågan under många år varit formulerad "fee or free?". Den syn jag presenterat går snarare ut på att för museerna liksom för biblioteken uppmana till den mera dynamiska synen "fee and free!". Även inom scenkonsten bör det utvecklas ett större spann mellan lågkostnadsproduktion med låg risknivå till låga priser för besökarna och högkostnadsproduktion med högre upplevelsepotentialer till högre avgifter.

En väldigt stor del av den verksamhet som våra kulturinstitutioner producerar har helt fixa eller nästan fixa priser. Man utgår från vad man vill producera och sätter därefter sina avgifter. I senare skeden blir den prisnivå som på så sätt kommit att betraktas som "rättvis", "demokratisk" eller åtminstone "normal" styrande för hur man planerar i framtiden. Man resonerar: "folk är vana att betala Y kronor och vi anpassar oss efter det".

Kulturinstitutionernas normala tänkesätt är:

- vi vill producera föreställningarna, utställningarna el dyl A, B och C
- vi vill att det ska vara kompetensutvecklande för oss som arbetar här
- vi vill att vår trogna publik ska få nya spännande upplevelser - annars lär de väl för övrigt inte vilja komma tillbaka
- vi vill ha bra recensioner
- vi behöver ha en så hög total biljettintäkt som möjligt för att delfinansiera just denna verksamhet och vi utgår från det referenspris som vi själva varit med om att skapa

Naturligtvis - men sannolikt inte först på dagordningen - kommer frågorna kring

- vi vill också nå dem som inte redan hör till vår trogna publik

Jag är övertygad om att en del kulturinstitutioner i stället för att försöka göra allt för att inte avskräcka någon tvärtom bör välja att mera tydligt och medvetet nischa sin verksamhet och därigenom skapa ökad effektivitet i ett mera avgränsat ambitionsområde. Det gäller att nå en slags legitimerande "framgång" kring verksamhetens idékärna snarare än att sudda ut denna.

Britterna talar om "social inclusion" som den viktigaste ambitionen efter det att en allmänt god ekonomisk och geografisk "accessability" skapats. En sådan social integration och känsla av delaktighet skapas inte utan att institutionernas verksamheter förändras. Ingenting säger att det inte även i framtiden i så fall också kan finnas ett utbud som påminner om dagens för dem som uppskattar just det utbudet. Men vad för alla andra?

Varför inte ägna tankemöda i kulturinstitutionerna åt att fundera på om man kan åstadkomma kvalitetsutveckling och social breddning genom att också, som komplement, erbjuda verksam-

heter vars brukaravgift är radikalt mycket högre än det nuvarande referenspriset? Ännu fler kulturpolitiska motiv kan finnas i bemödanden att finna upplevelser med rimlig kvalitet till ett brukarpris som är mycket lågt. Naturligtvis blir det då ett sammantaget bredare spektrum av möjliga upplevelser.

Det gäller att med kritisk blick betrakta sin egen verksamhet och på sätt och vis återupptäcka den och dess värden. I samma process bör man bejaka en mångfald av nya alternativ som har samma inriktning som resten av verksamheten men som kan produceras till lägre eller högre kostnader och till lägre eller högre avgifter än den traditionella som institutionen betraktar som de naturliga. Denna normala verksamhet behöver alls inte vara fel. Men annan verksamhet kan vara rätt utifrån andra kriterier. Annan publik än den trogna kan få en upplevelse som passar den.

### 13.1 Scenkonsten

Tillgängligheten inom scenkonsten är unik till tid, innehåll och rum. En osåld biljett är en förlorad inkomst för producenten och en outnyttjad upplevelse för någon - vilket bör betraktas som en samhällsekonomisk förlust. Samma biljett kan inte säljas dagen efter. Platserna till en viss föreställning är inga lagervaror. De är extrema färskvaror.

Scenkonstföreträdarna i mina intervjuer är stolta över publikbeläggningsprocent som i normalfallet ligger runt 75-85 %. Det är förmodligen också den nivån som man budgeterat för och det finns alltid en tillfredsställelse i att kunna uppfylla planmålen. Scenkonstproducenten har inget incitament att fylla ännu fler stolar om det inte ger ett klingande mervärde i kassan. Men ur ett samhällsperspektiv vore det bättre om alla stolar var besatta även om inte den samlade intäkten ökade. Kostnaden för samhället förblir då densamma men subventionen per besökare minskar.

I strävan efter "rättvisa priser" är scenkonstens avgiftssystem ofta pedagogiskt enkla och allmängiltiga. Man tillämpar "normalpriser" med fastställda rabattsystem. Allt redovisas öppet en gång per år i generalprogrammen. Men om efterfrågan varierar på ett systematiskt och förutsägbart sätt har normalprissystemet inte en optimal verkan. Vissa platser i salongen kanske vanligtvis säljs sist och vissa veckodagar går åt först.

Den dynamiska prispolitiken ger möjlighet till upplevelser av olika slag, på olika nivåer och för plånböcker som inte bara är olika väl fyllda utan vars innehavare har olika preferenser och är villiga att ta risker i olika hög grad. Institutionsledningen som tillämpar ett "normalpris" bör också fråga sig de kompletterande frågorna:

- vad kan vi producera som det finns publik till som är villig att betala det dubbla och kanske tredubbla - kan vi i så fall ibland erbjuda just det och skulle det innebära utveckling av ett slags kvalitet som vi idag inte får tillgång till?

och

- vad kan vi producera som det finns publik till som är villig att betala bara hälften eller rent av bara t ex 20 kronor - kan vi i så fall erbjuda just det och kan det finnas kvalitet i publikens upplevelser på en nivå som motsvaras av priset?

Det säger sig självt att den upplevelse som blir dyrast blir något totalt annorlunda än den upplevelse som man bara betalar några tior för. Det med låg avgift blir säkert en "extensiv" verksamhet av något slag medan det som kostar väldigt mycket blir väldigt "intensivt".

Kanske skulle symfoniorkestrarna skapa differentierade, unika värdeeffekter i sina abonnemangsserier som gör att skillnaderna mellan gul, grön och röd serie inte bara handlar om veckodag och antalet konserter. Kanske kunde scenkonsthusen få nya liv även dagtid i foajéer o dyl genom att de hålls öppna för extensivt producerad verksamhet med låg avgift som



utställningar, mediatek, lyssningsrum m m. Kanske som integrerade delar av större konsertprojekt. Men delar som också kan ha ett självständigt värde.

### 13.2 Biblioteken

Scenkonstproducenter har överlag en ganska detaljerad bild av vilken deras publik är och vilka motiv som gör dem till scenkonstkonsumenter. Den föreställning som publiken väljer att besöka är ganska entydig i titel, plats och tillfälle. Motiven är därför inte så komplexa. De är huvudsakligen antingen konstnärliga och/eller sociala. Bibliotekens utbud är inte bundet i tid. Allt finns tillgängligt alltid utom det som någon lagt beslag på för egen del. Utbudet är rikligt och mångfacetterat. Besökarna har därför olika motiv. Jag frågade ett par av de intervjuade bibliotekscheferna om de reflekterar över dessa motiv. Svaren blev kraftigt nekande i stil med "vi står inte i porten och frågar våra besökare varför dom vill in". Inte heller tycks de diskuteras vid bibliotekens planeringsmöten och under personalens fikaraster. Däremot diskuteras man möjligheterna att tillmötesgå de önskemål bibliotekskunderna uttalar. Men således utan att fråga sig "varför". Bibliotekspersonalens främsta strävan tycks vara att skaffa så mycket som möjligt i mediaväg av det som allmänheten frågar efter. Beståndet i sig och dess storlek är det primära.

Ett sätt att ta ett tydligare ansvar vore att explicit definiera gränserna för folkbibliotekets funktion inom ramen för den avgiftsfria utlåningen. Denna funktion kan gott vara mera avgränsad än nu och delar av det som de kommunala biblioteken erbjuder ligger inte alls nödvändigtvis inom ramen för 1. den läsoplevelse som ges av god litteratur eller 2. den fostran i "demokrati" som biblioteken själva har som ett av sina främsta argument. Denna ambition riktad mot demokratiframjande hör man formuleras som att det är en "demokratisk rättighet" att via skattefinansierad service gratis få del av alster som också erbjuds till försäljning på en öppen marknad. Det hör enligt min mening också till det som inte är så självklart som bibliotekspersonalen anser.

I samtal med bibliotekspersonal, alltså inte bara mina intervjuoffer, säger man, att EU-lagarna sätter stopp för idéer om uthyrning av böcker utan författarnas godkännande. Jag har eftersökt dokument som skulle innehålla information men inte funnit något. EU-experterna på Statens kulturråd menar att det nog snarast har att göra med att vi överhuvudtaget fick anpassa våra upphovsrättslagar lite grann då vi gick med i unionen men att det i sig knappast förändrat villkoren för biblioteken i Sverige. Vi har en bibliotekslag som stipulerar avgiftsfria lån. Skulle man ta bort lagen eller införa uthyrning av sådant som inte anses höra till folkbibliotekets självklara mediabestånd blev det säkert dock ett starkt och inte orättmätigt tryck från upphovsrättsägarna att få inte bara sin nuvarande biblioteksersättning utan också en andel av den nya hyresavgiften.

### 13.3 Museer

Redan idag tänker en del museiledningar enligt idéer om dynamisk prissättning:

"Vi hade som flest besökare då vi hade Elvis-utställningen i början av 90-talet - då kostade det 100 kronor i entré!"

medan andra hårdnackat stått fast vid fixa priser, inkl nolltaxa, oavsett innehåll:

"Vi har inte ens tagit betalt då vi verkligen hade kunnat göra det som t ex då vi hade Karl Nordström-utställningen."

Museerna svarar historiskt sett liksom biblioteken för en extensiv kulturverksamhet. Det man producerar är tillgängligt alltid då kassan/porten är öppen. Men även i den extensiva verksamheten finns möjligheter till differentierad verksamhet och dynamisk prissättning:

"Däremot kan jag tänka mig att vi gör speciella, extra proffsiga aktiviteter och utställningar för dem som vill betala."

Huvudlinjen för differentieringen i museer bör vara att det som är ett slags fundamental kunskap som inte förändras så snabbt och som utgör "basutställningen" åsätts en lägre entréavgift än det som är en aktuell kunskap ("nyhet") eller är en del av en mera genomproducerad och påkostad manifestation över något i tiden aktuellt historiskt tema.

Om man, som nog normalbesökaren gör, ser konstmuseet och konsthallen i Göteborg som ett samlat bildkonstmekka är effekten att basutställningen kostar medan de tillfälliga utställningarna är avgiftsfria. Detta tillfredsställer tanken på dynamisk prispolitik men skiljer sig från huvudlinjen genom att det är det "gamla" som folk anses vara beredda att betala för att se medan det är avgiftsfritt att ta del av den nya bildkonsten. Det är sannolikt så att det i konstnärlig produktion (bildkonst, konstmusik, danskonst etc) är det etablerade som många är beredda att betala för medan det nya mest engagerar branschfolk - de som i Parsons utvecklingschema nått nivåerna "stil och form" eller rent av "distansering och självständighet" (se ovan p 8.3). Prissättningen har också med publikens förväntade riskvillighet att göra.

Flera museichefer uttalade i mina intervjuer ambitioner att i framtiden använda ett större mått av uttryck hämtade från scenkonsten i den extensiva verksamheten:

"Men vi arbetar ju också med en slags sceniska upplevelser! Det ger kunskapen nya möjligheter och dimensioner. Det ska vara lustfyllt att lära sig! Vi behöver fler professionella scenografer och ljussättare"

"Riv de gamla basutställningarna och bygg nytt! - Förnya, fördjupa och utöka den publika verksamheten!"

En rimlig tanke är väl att ju mer likt teater det blir till uttryck, form och innehåll desto mer lik bör också prissättningen vara. Scenkonstens allmänt högre prisnivå beror på högre kostnader och förmodligen dessutom på en förment högre attraktivitet.

En av de intervjuade uttryckte ambitioner t o m om ett mera "intensivt" scenkonstinspirerat möte mellan det museet vill förmedla och dess publik:

"satsa på levande program! - ett mera levande förhållande till publiken, mer musik, flera skådespelare - det är inget märkligt längre att titta på konstiga gamla saker, vi behöver skapa nya upplevelser för vår tids museipublik",

Samme museichef hade som sin enda andra ambition att ta bort entréavgifterna. En svår ekvation att lösa.

Många museer är starka resmål i sig. De kanske är huvudskälet till att många människor överhuvudtaget besöker en ort. Entréavgiften utgör med säkerhet bara en liten del av deras samlade kostnader för utflykten. Att införa avgiftsfrihet i ett sådant läge vore ett slag i luften. Vilket museum vill inte vara en del av det som de med instrumentell kultursyn kallar "destination culture"? För att ge närbefolkningen, som oftast är de huvudsakliga skattefinansiärerna, en bättre ekonomisk tillgänglighet har många sådana museer fri entré en dag i veckan - sannolikt inte under helgerna - eller fri entré en helgdag i månaden.

#### 13.4 Prismatrisen

Som praktiker i kulturinstitutionsvärlden vill jag avslutningsvis föreslå en tankeövning i form av en "prismatris" till mina kolleger. Man prövar att diskutera sin framtida verksamhet utifrån att prisnivåerna sätts först! Därefter funderar man på vad man kan fylla priset med för aktivitets- och upplevelsevärden dels med kulturpolitisk acceptans och dels med innehållsliga kvalitetsvärden som man kan stå för. En sådan prisnivå kan vara nolltaxa. En annan kan vara "betala-så-mycket-du-kan". I andra ändan kan du fundera på nivån "skamligt mycket". Det är ju inte säkert att man kommer att besluta sig för att genomföra alla idéerna. De kanske känns alltför artfrämmande. Men då vet man vad man väljer bort och var ens gränser går.

## Producerad verksamhet

extensiv ◀

▶ intensiv

	verksamhet 1	2	3	4	5	6
Prisnivå:	SEK	SEK	SEK	SEK	SEK	SEK
Vad: aktivitet, produkt						
Målgrupp						
När						
Var						
Metoder						
Förväntat utfall – kvantiteter						
Förväntat utfall – upplevelsekvantiteter						
bruksvärde						
estetiskt värde						
socialt värde						
bildningsvärde						

Det här är förstås bara en av många tänkbara prismatriser! Tänk fritt!

## Fotnoter

<sup>1</sup> författaren Margaret Wolfe Hungerford i boken Molly Bawn från 1878. WYSIWYG - "what you see is what you get" - var i ropet under första delen av 1990-talet då det blev ett av datorprogramförsäljarnas främsta argument - det man såg på skärmen var också det som kom ut ur skrivaren. Så var det inte alltid på den tiden.

<sup>2</sup> betalningsbenägenheten eller the WTP = willingness-to-pay, antingen via skattesedeln eller visa avgifter, har på senare år t ex beräknats för bevarandet av vilda gäss i Skottland, för att få rent vatten i Iowas sjöar, för viljan bland schweizarna att betala för minskad risk från kärnkraftsproduktion och i Sverige t ex för viljan att betala för originaldisketter av dataprogram då piratkopior finns tillgängliga (Håkan Holm, Lunds universitet), viljan att betala för att ta tåget på Botniabanan (SIKA Rapport 1996:1) och barnlösa pars vilja att betala för konstgjord befruktning (Granberg m fl Acta Obstetricia et Gynecologica Scandinavica 74).

## Referenser

Aabø, Svanhild (2002): *Public Library Valuation*, paper till 12th International Conference on Cultural Economics, Rotterdam 2002.

Antoninus, Sankt: citatet hämtat från St. Antoninus Institute for Catholic Education in Business med URL: <http://www.stantoninus.net/anto3.htm>; institutet hänvisar till Sankt Antoninus' bok Summa Theologica (II.I. 16, ii sid.250)

Atlestam, Inger; Bergmark, Madeleine och Halász, Eva (1997): *Fullbokat - Göteborgs folkbibliotek 1862-1997*, Göteborgs Stadsbibliotek 1997, ISBN 91-630-5481-7

Baumol, William J. (1971): *Economics of Athenian Drama: Its Relevance to the Arts in Small Cities Today*, Quarterly Journal of Economics, 85 no 3, 1971

Baumol, William J., och Bowen, William G. (1966): *Performing Arts: The Economic Dilemma*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1966, sid 265, med källhänvisning till Harry W Pedicord: *The Theatrical Public in the Time of Garrick*, Kings Crown Press, New York 1954

Baumol, William, och Oates, W.E. (1972): *"The Cost Disease of the Personal Services and the Quality of Life"*, artikel i Skandinaviska Enskilda Banken Quarterly Review, 1972 nr 2 sid 44-54. Artikeln återfinns också i Ruth Towse, red: *Baumol's Cost Disease*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK, 1997

Buchanan, James M.: *The Demand and Supply of Public Goods*, kapitel 4. Boken är publicerad på internetsidan <http://www.econlib.org/library/Buchanan/buchCv5c4.html>; uppgifterna i min text finns i stycke 5.4.46

Cedrenius, Gunilla: *Är en region värd ett starkt museum*, utredning beställd av Västra Götalandsregionens kulturnämnd

Haveman, Robert H. (1976): *"Policy Analysis and the Congress: An Economist's View"*, Policy Analysis, 2 nr 3:2 (1976), sid 235-250

Hood, Marilyn (1998): *"Staying away, why people prefer not to visit museums"* refererad av Neil Kotler och Philip Kotler: *Museum Strategy and Marketing*, sid. 103-104, Jossey-Bass, ISBN 0787909122

Johansson, Sophie, och Weibull, Lennart (1997): *Teatern i evenemangssamhället*, SOM-rapport 19:1997, främst sid 195-199, Göteborgs universitet

- Lange, Fred M., och Lange, Oskar (1936): *On the Economic Theory of Socialism*, McGraw-Hill Books, sid. 71-90, New York 1964, ISBN 07-036259-9; om "trial and error" som prisbildningsmetod skriver Oskar Lange i den artikel, som återges i denna bok, sid 72-90, och som ursprungligen publicerades i *Review of Economic Studies* 1936.
- Langholm, Odd: *The Legacy of Scholasticism in Economic Thought*, sid. 78, Cambridge University Press, Cambridge, UK, ISBN 0 521 62159 3
- Lévy-Garboua, Louis, och Montmarquette, Claude (1996): *A Microeconomic Study of Theatre Demand* i *Journal of Cultural Economics* vol. 20, nr 1:1996
- Mattsson, Bengt (1970): *Samhällsekonomiska kalkyler*, sid.141-146, Akademiförlaget, Lund,
- Musgrave, R.A (1959).: *The Theory of Public Finance*, kapitel 1, McGraw-Hill, New York 1959
- O'Hagan John (1998): uppgifterna från både The Museum of London och The Long Room har förmedlats till John O´Hagan, tidigare ordförande i The Association for Cultural Economics International, och återges i hans bok "*The State and the Arts*", sid 175-178, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, 1998, ISBN 1-85898-287-1
- Ostrander, Gilman S. (1965) : *Kulturländernas historia/Förenta Staterna*, sid 150, Natur och Kultur, Stockholm 1965
- Parsons, Michael J. (1987): *How we Understand Art*, sid 22-26, Cambridge University Press, New York, 1987
- Sandelin, Bo; Trautwein, Hans-Michael, och Wundrak Richard (2001): "*Det ekonomiska tänkandets historia*", sid 17, SNS Förlag, Stockholm 2001, ISBN 91-7150-833-3
- Shanahan James L. , red: *Economic Support for the Arts* (publicerad av The Association for Cultural Economics) finns refererad i bl a James Heilbrunn och Charles M. Gray: *The Economics of Art and Culture*, sid. 232 - 235, Cambridge University Press, ISBN 0521637120. Där nämns också att en kanadensisk studie av Morrison och West visat ett likartat resultat.
- Skot-Hansen, Dorte (1976): *En analyse af tre kultursyn*, kompendium Danmarks Biblioteksskole, 1976
- Skot-Hansen, Dorte (1999): ur artikel i *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift* nr.1, 1999, schemat som bygger på hennes idéer har dock konstruerats av Sven Nilsson
- Smith, Adam, 1776: *Wealth of Nations*, finns i sin helhet nedladdningsbar på flera ställen på internet. Min tryckta version kommer från Oxford University Press
- Statens Historiska Museer (2002): *Fri entré - preliminär redovisning av utfallet av försöksverksamheten vid Statens historiska museer våren 2002*,
- Strand, Sigfrid (1974): *Militärmusiken i svensk musikliv*, sid 24, Sohlmans förlag AB, 1974, ISBN 91 7198 029 6
- Svensson, Bengt (1962): *De kommunala bibliotekens framväxt* ur Sven-Ulrik Palme: *Hundra år under kommunal författningarna 1862-1962*, sid. 719, Stockholm 1962
- Smith, Adam (1776): *The Wealth of Nations*, nytryck: Oxford Paperbacks; ISBN: 0192835467
- Throsby, C.D, och Withers, G.A., 1983: *Measuring the Demand for the Arts as a Public Good*, publicerades i James L. Shanahan, red: *Economic Support for the Arts* (publicerad av The Association for Cultural Economics) finns refererad i bl a James Heilbrunn och Charles M. Gray:

*The Economics of Art and Culture*, sid. 232 - 235, Cambridge University Press, ISBN 0521637120. Där nämns också att en kanadensisk studie av Morrison och West visat ett likartat resultat.

Velthuis, Olav: *Cultural Meanings of Prices*. Kommande artikel i tidskriften *Theory & Society* - ej publicerat manuskript.

Wilson, George W. (1975): *The Economics of the Just Price*, artikel i *The History of Political Economy*, nr 1:1975

## Litteraturtips

### annan läsning som har eller kan ha påverkat min framställning

Anweiler, Oscar och Ruffman, Karl-Heinz, redaktörer: *Kulturpolitik der Sowjetunion*, Alfred Kröner Verlag, Stuttgart 1973, ISBN 3520-42901-2

Frey, Bruno S. : *Arts & Economics*, Springer-Verlag, Berlin-Heidelberg, 2000, ISBN 3-540-67342-3

Galbraith, John Kenneth : *Economics and the Public Purpose*, Penguin Books Ltd, Hammondsworth, UK, 1975, ISBN 0-14-02-1890-4

Höglund, Lars , red: *Biblioteken, kulturen och den sociala intelligensen*, Publiceringsföreningen Valfrid, Bibliotekshögskolan, Borås, 1995, ISBN 919745750

Jameson, Fredric och Miyoshi, Masao, red: *The Cultures of Globalization*, Duke University Press, Durham, USA, ISBN 0822321696

Jarl, Stig, och Svendsen, Randi (1997): *Registrering og optimering af teaterforestillingerens kvalitet*, kan erhållas från Institut for Kunst- og Kulturvidenskab, Københavns Universitet

Kirschenblatt-Gimblett, Barbara: *Destination culture*, University of California Press, Berkeley, ISBN 0520209664

Klamer, Arjo , red.: *The Value of Culture*, Amsterdam University Press, 1996, ISBN 9053562184

Nagle, Thomas T. och Holden, Read K.: *The Strategy and Tactics of Pricing*, Prentice Hall, ISBN 0136690602

Navrud, Ståle och Ready, Richard C., red: *Valuing Cultural Heritage*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK, 2002, ISBN 1840640790

Ristarp, Jan och Andersson, Lars G: *Mitt i byn! Om det moderna folkbibliotekets framväxt*, Bibliotekstjänst 2001, ISBN 9170184704

Slater, Don : *Consumer Culture & Modernity*, Polity Press, Cambridge, UK, 1997, ISBN 0745603041

SOU 1994:9, Kulturdepartementet: Förnyelse och kontinuitet

Throsby, David: *Economics and Culture*, Cambridge University Press, 1998; ISBN 0521586399

Vergo, Peter, red: *The New Museology*, Reaktion Books, London, ISBN 0948462035