



KUNSTNERES FORHOLD TIL MARKEDET

UNDERSØGT MED BEGREBERNE
ARBEJDE, FAGIDENTITET OG ANERKENDELSE

SPECIALE AF MIKKEL SØRENSEN
SOCIOLOGI UDDANNELSEN, AALBORG UNIVERSITET 2010
VEJLEDER: ANTJE GIMMLER
ANTAL ORD: 34.996

Indhold	
Tak	3
Første del: Problemstilling og problemformulering	4
Problemstilling.....	4
Problemformulering	10
Problemstillingens relevans.....	11
Specialets opbygning	13
Anden del: Metodologiske overvejelser	14
Anvendte metoder og gennemførelse af den empiriske undersøgelse	14
Videnskabsteoretiske overvejelser	19
Tredje del: Teoretiske perspektiver	22
Udviklingstendenser indenfor kunst og kulturøkonomi og det kunstneriske arbejdsmarked	22
Bourdieu om det kunstneriske felt og anerkendelse	28
Arbejdsbegrebet og nyere arbejds sociologiske tendenser	40
Fagidentitet	50
Fjerde del: Analyse	53
Indledning.....	53
Præsentation af de medvirkende kunstnere.....	53
Indstillingen til arbejde – lyst, pligt og professionalisering	54
Ekskurs om kunstnerens arbejde	59
Kunst af nødvendighed.....	65
Pengeens indflydelse og forsøget på kompromisløshed	68
Positioneringer i det kunstneriske felt	73
Anerkendelse og spillet	78
Kunstnerens forhold til nye tendenser indenfor kunst og kulturøkonomi.....	84
Femte del: Konklusion og perspektivering	89
English Summary	92
Bilag	94
Referencer	97

Tak

Dette speciale har været længe undervejs, idet jeg fik ideen hertil allerede under min praktik i efteråret 2009. Derfor er det en fornøjelse nu, at se det realiseret. Til de seks kunstnere, der har været så venlige, at tage sig tid til at deltage i interviews til specialet og har gjort dette med interesse og nysgerrighed, vil jeg sige mange tak. Også en stor tak til min vejleder Antje for med kyndig og kærlig hånd igen at have inspireret og ansporet mig.

Første del: Problemstilling og problemformulering

Problemstilling

Dette speciale handler om kunstnere, kunstnerisk arbejde og forholdet mellem kunstnere og det kunstneriske marked. Formålet med specialet er at undersøge kunstneres forhold til markedet, og udgangspunktet herfor tages i kunstneres egne oplevelser og forståelser af arbejdsbegreber, anerkendelse og legitimitet og hvad der kan kaldes en kunstnerisk fagidentitet. Undersøgelsen bygger på dybdegående, kvalitative interviews med aktive, danske kunstnere, der arbejder indenfor visuel kunst.

Kunst og kunstner mellem ideologi og marked

Der har længe eksisteret et skisma mellem kunst og marked. Under parolen *l'art pour l'art* institutionaliseredes kunsten som fri og interesseløs, kunst blev til Kunst og kunstner til Kunstner, og konsolideret i en æstetisk-humanistisk tradition med ideologisk rod i romantikken skulle Kunstens frihedsideal forsvares mod forfladigelse, affortryllelse og kommodificering (Sapiro 2008; Mangset 2004:38; Bain 2005; Gombrich 1992:487; Bourdieu 1993c:112-113). Pierre Bourdieu har beskrevet denne frigørelses- eller autonomiseringsproces af kunsten som en 'symbolsk revolution', der som effekt fik markedet til at 'forsvinde' (1993b:62, 81; 1993c:112). En sådan forsvinden var dog ligeså symbolsk, idet der altid har været et marked for kunst (Bourdieu 1993b:74), også efter 'revolutionen'. Men på et ideologisk plan var det tale om en omvendning af en økonomisk logik: kunstfeltet er et 'økonomisk univers', hvor en afvisning af det kommercielle er legitim og ligefrem ønskværdig. Kunstfeltet er således en 'anti-økonomi' (ibid.:75) eller en *upside-down* 'økonomisk verden' (Bourdieu 1993a:40).

Skismaet mellem kunst og marked kan på denne baggrund siges at repræsentere to paradigmer med hver deres rationale. Et kunstens rationale skal i denne sammenhæng forstås som udspringende af førnævnte æstetisk-humanistiske tradition. Ifølge Bourdieu er kunstens univers et trosunivers, og det kunstneriske felt – som kunstneren producerer sine værker i – har en 'egenlogik'¹, der bygger på troen på kunstens immaterielle værdier og troen på kunstneren som unik skaber (1997a:211-212). I modsætning hertil er markedets grundlæggende rationale funderet i maksimering af profit, dvs. en vægtning af det materielle og monetære.

¹ Egenlogik er her nogenlunde ækvivalent med Bourdieus begreb 'doxa', der henviser til en art regelsæt eller viden, som aktørerne indenfor feltet (for kulturel produktion) tager for givet (Bourdieu 2005:183). "Troen sidder i kroppen, under ens bevidsthed, og ens indordning er derfor selvfølgelig (doxisk)." (Prieur 2006:55)

At tale om et marked for kunstnere kan på denne baggrund virke paradoksalt, idet kunstneres arbejde og kunstværker ikke kan måles efter traditionelle markedsværdier. Værdien af kunst er æstetisk og ligefrem moralsk og ikke monetær og båret af efterspørgsel, og dette forhold er ligeledes gældende for kunstneres arbejde (Braembussche 1996:32; Bourdieu 1997a:212; Ellmeier 2003:6). Men selvom kunst og kunstner kan siges at være funderet i ovenstående ideologiske egenlogik, er begge dog altid afhængige af den sociale og strukturelle kontekst, som det kunstneriske felt udgør. Med andre ord er kunst og kunstner del af en praktisk virkelighed, hvortil også hører et marked. Denne dobbelthed må enhver undersøgelse af feltet ifølge Bourdieu nødvendigvis inkorporere, idet begge rationaler er komplementære i forhold til en forståelse af både kunstværk og kunstnerisk praksis (ibid; 1993a:34-37). Om undersøgelsen af dette i grunden paradoksale forhold mellem kunstner og marked skriver den franske sociolog Pierre Menger: "*Artistic labor markets are puzzling and challenging ones for social scientists.*" (1999:541). Set ud fra et neoklassisk økonomisk perspektiv² er forholdet mellem kunstnere og markedet præget om ikke af irrationalitet så i hvert fald et atypisk rationale: kunstnere agerer ikke ud fra maksimer om nytte og størst muligt udbytte, dvs. ud fra en klassisk forestilling om *rational choice* og behaviorisme (ibid.:554; også Rengers & Madden 2000:326; Abbing 2002:90).

Der eksisterer indenfor dette paradigme flere bud på, hvad der karakteriserer et sådant atypisk rationale. Enten betragtes kunstnere som *rational fools*, miskalkulatorer og *risk-lovers*, betegnelser der antyder et forsøg på økonomisk funderede forklaringer (Menger 1999:544), og som kan siges at karakterisere kunstnere som manglende praktisk/økonomisk sans, og som værende naive i forhold til egne evner og chancer i forhold til et konkurrencepræget marked (ibid.: 555; også Møller & Nielsen 1999:21). Eller også forklares en kunstnerisk adfærdslogik med kunstnerens kærlighed til kunsten, en glæde og mening eller et flow ved arbejdet. Sådanne aspekter ved arbejde betegnes undertiden som *psychic income* (Menger 1999:554-555; Throsby 2007:395; Renger & Madden 2000:326), der henviser til alle typer af ikke-monetære aspekter eller indkomster herved.

Til grund for begge typer forklaringer ligger en anerkendelse af en særlig motivation for kunstnere til at arbejde, nemlig arbejdets intrinsiske værdier, der skal forstås som modsætning til arbejdets ekstrinsiske værdier (Alper & Wassell 2006:8; Towse 2001:475). Begge typer kan – selvom de afspejler kunstneres adfærd – siges at bortforklare (læs: forklare bort) dét, der lægger til grund for førnævnte skisma, nemlig den historisk baserede æstetisk-humanistiske ideologi, dvs. kunstens egenlogik eller rationale. Forestillinger og myter herom præger ifølge Bain (2005), Menger (2006), Mangset (2004), Rengers &

² Ifølge Madsen & Jensen (2009) forstås markedet for kunst indenfor neoklassisk teori herom som et hvilket som helst andet marked, hvor efterspørgsel og udbud fastlægger rammerne. Den neoklassiske teori er funderet i et økonomisk rationale, hvor individet i høj grad handler rationelt og frit i forhold til ethvert marked, og dette ud fra maksimen om største nytte og udbytte (s. 70-72; også Abbing 2002:90).

Madden (2000) og Røyseng et al.(2007) til stadighed kunstneres forhold til deres arbejde og til markedet.

Sådanne forestillinger og myter gengives på forskellig måde af ovenstående, men med omtrent samme indhold. Røyseng et al. beskriver *den karismatiske myte* om kunstneren således:

"To be an artist is (...) a question of having an inborn talent or a gift of grace. (...) Hence, being an artist is not an acquired status; it is a status for which one is predestined. One does not become an artist as a result of choice or personal will – it is a calling. In the same way, the process of creating works of art is perceived as a fulfilment of divine inspiration or an inner voice. Works of art are unique objects that demonstrate the authenticity and originality of the artist. In addition, the charismatic myth presupposes that the artist is a socially marginal person (e.g. a bohemian). Social isolation is both a prerequisite for and evidence of the originality of the artist". (2007:2)

Hvad enten denne eller lignende myter eller forestillinger er realistiske eller ej, har de – i bedste antropologiske forstand – stadig betydning for kunstneres selvforståelse og deres forhold til det arbejde, de udfører. Med Bain's (2005) ord: *"Myths of marginality, alienation, 'outsider' status and creative freedom remain potent and have a strong hold on artists."* (s. 29) Og de er med til at strukturere og legitimere kunstnerens forhold til (afvisning af) markedet. Vælger kunstneren at vende sig mod markedet, er det – i ekstremen – på grund af en forestilling om, at 'det bør kunstnere gøre'. Dermed bliver *the charismatic myth of the artist [...] crucial to the perception of the artists as an occupational category.* (Røyseng et al. 2007:1) – hvortil kan tilføjes: til forståelsen af forholdet mellem kunstner og marked.

Nye tendenser

Som nævnt ovenfor er kunsten/kunstneren en del af markedet og har altid været det – hvad enten 'den vil være det' eller ej. Kunstneren må tjene til livets ophold som alle andre, hvorved denne befinder sig i et ontologisk modsætningsforhold mellem ideologi og virkelighed (Conde 2009:3). Eller som Bourdieu formulerer det: mellem den historie, der former deres konkrete position i det kunstneriske felt mellem 'kunst for kunstens skyld' og markedet (1993a:61). Således afhænger kunstneriske praksis altid i en vis udstrækning af markedsstrukturer (ibid.:62, 70-71).

Forandringer i sådanne markedsstrukturer – og i samfundet mere generelt – har medvirket til en debat indenfor den æstetisk-humanistiske og socialvidenskabelige forskning (Braembussche 1996; Abbing 1996, 2002; Menger 1999). Denne debat angår udstrækningen og/eller relevansen af kunstens og kunstnerens idealer. I dag (i avancerede, postindustrielle/senmoderne samfund som det danske) er

skillelinjerne mellem kultur og økonomi, og mellem kunst og marked i særdeleshed ikke længere skarpt trukket op: oplevelsesøkonomi og kreative industrier³ trækker på kræfter fra 'begge sider', og kunstnere betragtes og betragter sig selv som kulturelle *entrepreneurs*, for hvem skismaet ikke bare er irrelevant, men ligefrem står i vejen for deres arbejde og muligheder herfor (Prior 2005:123; Baembussche 1996:33; Towse 2001:477).

Denne tendens udspiller sig indenfor en diskurs, der betegnes af Ellemeier (2003) som *marketisation of culture* og *culturalisation of the market* (s. 5): førstnævnte er kendetegnet ved en kommercialisering af såkaldt 'finkultur', og sidstnævnte ved at kulturelt indhold i stigende grad bliver en del af produkter på mere generelle markeder (ibid.). Disse kan igen forstås under en endnu bredere diskurs, *cultural economy*, der som term⁴

"...signifies the transformation of the production-oriented economy to a consumption-oriented one, as well as the greater importance of cultural and symbolic goods and/or 'invisibles', material and immaterial cultural products and cultural services in capitalist societies." (ibid)

Indenfor denne diskurs har/får kunstneres arbejde nye betydninger og kunstnere nye roller (Mangset 2004:12-13,88-90; Abbing 2002:298-301), og kulturøkonomien (som jeg vælger at benytte som en betegnelse, der inkluderer kreative industrier og oplevelsesøkonomi) giver kunstnere nye muligheder for indtjening. Som sådan er kulturøkonomien også en regulær økonomi.

Dette betegnes af Røyseng et al. (2007) som dedifferentierings- eller deinstitutionaliserings-processer, dvs. hhv. en bevægelse for kunstnere fra det kunstneriske arbejdsfelt til et bredere, kulturelt og økonomisk felt og en bevægelse væk fra institutionaliserede værdier og forestillinger indenfor kunstfeltet (s. 1; Ellmeier 2003).

At tale om et marked for kunstnere kan på denne baggrund siges at give mere mening – set i forhold til førnævnte skisma. Indenfor ovennævnte diskurs er/bliver det legitimt for kunstnere at orientere sig direkte mod markedet, og en kommodificering af kunsten og kunstneres arbejde synes her indenfor uproblematisk.

³ *Kreative industrier* indbefatter (som økonomisk, forskningsmæssigt og politisk felt) typisk alle områder af kulturel produktion, hvor design, trends, samt varer og services, der forbindes med kunstneriske og underholdningsmæssige værdier, spiller en betydelig rolle (definition benyttet af forskningsinstituttet 'imagine..Creative Industries Research', CBS). *Kreative industrier* understreger en sammenhæng mellem kultur og økonomi og mellem materiel og immateriel produktion (imagine 2010). Kreative industrier kan i denne forstand siges at konnotere samme betydning som termerne *oplevelsesøkonomi* og *cultural industries*.

⁴ Ellmeier refererer her til Paul du Gay (1997): *Production of Culture/Cultures of Production* og Lash Scott & John Urry (1994): *Economies of Sign and Space*.

Undersøgelse af problemstillingen – begreberne arbejde, fagidentitet og anerkendelse

I ovenstående fremstilling er forholdet mellem kunstner, kunstnerisk arbejde og det kunstneriske marked spændt ud mellem ideologi, myter, et skisma mellem kunst og marked og det, der kan kaldes for strukturelle forandringer indenfor et muligt arbejdsfelt for kunstnere. Det billede, jeg har forsøgt at tegne, er ikke-statisk og synes at efterlade kunstneren i ikke bare én given position, men i flere mulige positioner (jf. Bourdieu 1993a:61).

Dét arbejdsbegreb som er knyttet til kunstnere i det ovenstående, er primært intrinsisk, dvs. omhandlende indre, subjektivt tilfredsstillende aspekter eller gevinster ved arbejde. Dette nærmest på bekostning af det ekstrinsiske, dvs. primært materielle og monetære aspekter eller gevinster ved arbejde (Graversen & Larsen 2004:35). Ekstrinsiske værdier er dog ikke ikke-eksisterende, idet kunstneren må have en hvis indtjening for at kunne leve.

Uanset hvad kunstnerens praksis er, synes det rimeligt at antage, at praksis er funderet i og betinget af kunstnerens faglige identitet. Med faglig identitet eller fagidentitet menes her en faglig selvforståelse, som i vid udstrækning er én, som i kunstneren socialiseres til, men som kunstneren antageligvis har sin egen udlægning af (FAME 2008:20). Bain (2005) skriver herom:

“Professional status [...] is derived largely from the construction of an artistic identity and it’s effective communication to others. [...] Occupational identities are not learned through shared workplace cultures and everyday social interactions in a shared workplace; they are learned [...] through myths and stereotypes.” (s. 25-26)

En kunstnerisk fagidentitet er i Bain’s udlægning funderet i myter, der har sin oprindelse i den æstetisk-humanistiske og romantiske traditions tankegods. Hvis kunstneren således identificerer sig med kaldsmyten og den heri indbyggede afvisning af markedet, vil dette have konkrete konsekvenser i forholdet mellem kunstner og marked, dvs. for praksis. Fagidentiteten er, som Røyseng et al. (2007) argumenterer for, central for forståelsen af forholdet mellem kunstnere og markedet og for kunstnerisk arbejde generelt.

Det ses heraf, at arbejdsbegrebet og fagidentiteten er sammenhængende. Det er dog ikke givet, hvad der ligger i disse begreber. Indenfor den kulturøkonomiske diskurs er billedet eksempelvis anderledes. Her er fagidentiteten funderet i andre værdier, den kunstneriske praksis legitimeres ved disse værdier, og skismaet mellem kunst og marked er ophævet – ideelt set. Det synes rimeligt at antage, at de to diskurser – som jeg her vil kalde for hhv. den mytiske og den kulturøkonomiske diskurs – er idealiserede og en forsimpning af virkelighedens praksis. Disse kan måske bedst forestilles som værende ekstremer i et kontinuum med en række mulige gråzone-positioner imellem sig (jf. Bourdieu 1993a:61).

Legitimitet/anerkendelse kan betragtes som forbundne med arbejdsbegrebet og ideen om kunstnerisk fagidentitet. Uanset hvilke værdier kunstneren orienterer sig imod, er han eller hun stadig kunstner, og hans eller hendes arbejde bliver vurderet som kunstnerisk. Eller hvad? Vil den kunstner, som producerer et kommercielt produkt betragtes som havende udført kunstnerisk arbejde? Hvem vurderer og legitimerer kunstnerens arbejde? Og hos hvem og for hvad søger kunstneren anerkendelse? Sådanne spørgsmål bygger på en præmis om, at kunstneren faktisk søger anerkendelse, og at han eller hun i én eller anden udstrækning er bevidst om, hvorvidt det skabte værk eller produkt er legitimt, dvs. i overensstemmelse med forestillinger, der er institutionaliserede eller på anden måde sanktionerede. Præmissen er rimelig. Alle kunstnere vil antageligvis gerne have succes med det, de laver, og succes kan nærmest per definition kun komme udefra. Der er dog forskel på, hvorfra anerkendelsen kommer. Det synes at være en gængs opfattelse – i det mindste indenfor kunstverdenen – at kunstneres arbejde ikke modtager den grad af anerkendelse, som det er berettiget til (Kosmela 2007:38), og at kunstnerisk arbejde ikke er 'rigtigt' arbejde (Bourdieu 1993b:106-107; Bain 2005:25). Dette kan kaldes et kunst-eksternt aspekt ved anerkendelse/legitimitet. Selvom dette eksterne aspekt er vigtigt, synes det at være en kunst-intern anerkendelse, der har størst betydning for kunstneren (Abbing 2002:96-99; Bain 2005:35). Og som Bourdieu (1993a) påpeger, er der indenfor kunstfeltet noget kunst og nogle genrer, der har større legitimitet end anden (s. 46). Noget kunst høster således mere anerkendelse end andet, og i følge feltets egenlogik vil 'kommerciel kunst' rangere lavere end 'høj kunst' – hvad end dette så er. Således vil kunstnere i hver 'lejr' ideelt set modtage forskellige grader af anerkendelse. Spørgsmålet er, hvorledes dette påvirker praksis?

Kunstneres fagidentitet og det arbejdsbegreb, de kan siges at benytte sig af, har betydning for deres praksis også i forhold til markedet. Betydningen af, hvad der er legitimt at efterstræbe, og hvad der potentielt giver anerkendelse, kan siges at være sammenhængende med fagidentitet og arbejdsbegreb. Samlet set kan disse begreber – arbejde, fagidentitet og anerkendelse – benyttes operationelt i en undersøgelse af forholdet mellem kunstner og marked.

Problemformulering

På baggrund af problemstillingen kan følgende problemformulering stilles:

Hvordan håndterer kunstnere spændingsfeltet mellem kunst og økonomi?

I besvarelsen af dette spørgsmål vil der indgå en række aspekter, som er indeholdt i følgende underspørgsmål:

Hvordan er kunstneres forståelse af arbejde, fagidentitet og anerkendelse involveret i dette spændingsfelt?

Hvordan påvirker de nye tendenser/diskurser indenfor kunst og kulturøkonomi kunstneres praksis i dette spændingsfelt?

Begreberne arbejde, fagidentitet og anerkendelse anvendes som nævnt operationelt i forhold til en undersøgelse og besvarelse af problemformuleringen. Kunstnerens forståelse(r) heraf er dog værd at fremhæve i sig selv, hvortil første underspørgsmål har sit formål.

Det er klart, at de nye tendenser/diskurser indenfor kunst og kulturøkonomi ikke kan undersøges komparativt, dvs. over tid, idet det empiriske materiale må betragtes som relativt statisk. Som det vil fremgå, har kunstnerne dog (om end i forskellig grad) kendskab til og/eller erfaringer med sådanne tendenser/diskurser.

Definition af kunstnere og marked

Det er umiddelbart vanskeligt at give en præcis definition på kunstnere, både som sådan og som faggruppe i forhold til markedet. Idet 'kunstner' ikke er en beskyttet titel, kan enhver i princippet kalde sig for kunstner. Idet uddannelse ikke er ensbetydende med kunstnerisk kvalitet, succes, indtjeningsmuligheder, markedstilknytning m.v., kan en sådan kategori ikke benyttes i definitionsøjemed. Som en tilnærmet operationel definition på 'kunstner' benyttes dog følgende: En *kunstner* er én, der 1) forstår sig selv som kunstner, 2) har kunstnerisk virksomhed som sin primære beskæftigelse (hvilket dog ikke er ensbetydende med primær indkomst), og 3) retter produkterne af denne kunstneriske virksomhed mod et marked herfor.

At definere kunstneres marked vanskeliggøres af de forandringer, som er beskrevet i problemstillingen. Sådanne forandringer kan siges at flytte grænserne for en forståelse af dét marked, som kunstnere producerer til og afsætter deres produkter på. Som en tilnærmet operationel definition på 'marked'

benyttes følgende: Et *kunstnerisk marked* er ét, hvor kunstnere sælger deres værker, håndværk og kunstneriske viden, og som kunstnerne producerer til og retter deres kunstneriske virke imod.

Jeg har i problemstillingen anvendt betegnelsen forskellige betegnelser om kunstens område (kunstfelt, kunstverden, kunsten m.fl.). Idet jeg senere anvender Bourdieus forståelse af felt, anerkendelse, positionering m.v., benyttes om dette område hans betegnelse 'det kunstneriske felt'. Denne ramme for kunstnere og de aktører, som markedet består af, f.eks. gallerister, kritikere, købere, museer, publikum m.v. samt andre aktører, der positionerer sig indenfor feltet, f.eks. uddannelsesinstitutioner, forskere m.v.

Afgrænsninger

Med *kunstnere* menes i dette speciale de, som beskæftiger sig med visuelle kunstformer som malerkunst, grafik, skulptur og arkitektur (disse kan betragtes som mere traditionelle udtryksformer) samt fotografi, video, installation og computerkunst (disse kan betragtes som nyere udtryksformer). Der findes en række andre nyere og 'mindre' kunstformer, som ikke er nævnt her, idet de kan siges at falde ind under de nævnte. Det skal understreges, at de nævnte visuelle kunstformer langt fra altid forefindes i deres 'rene' former, men ofte i blandinger med former både indenfor og udenfor definitionen. Med denne definition afgrænses der fra musikere, skuespillere, litterære kunstnere, filmarbejdere og dansere.

Problemstillingen undersøges i Danmark under nuværende forhold (anno 2010). Idet de til interviewene udvalgte kunstnere har erfaring af forskellig varighed indenfor et kunstnerisk marked, vil undersøgelsen naturligt omfatte disse erfaringers tidsmæssige omfang.

Problemstillingens relevans

Relevansen af problemstillingen er to-delt. Som jeg har argumenteret for i problemstillingen, udgør kunstnere en atypisk arbejds- eller faggruppe, idet kunstnerisk arbejde og et kunstnerisk marked er præget af særlige logikker, og kunstnerisk arbejde og et kunstnerisk marked ændrer sig muligvis i kraft af forandringer indenfor kulturøkonomien. Dette komplicerer en forståelse af kunstneres arbejdsmæssige praksis på et kunstnerisk marked. Disse forhold er efter min opfattelse i sig selv relevante at undersøge.

Med den valgte indgangsvinkel til en undersøgelse af problemstillingen – ved at undersøge kunstneres forståelse af arbejde, fagidentitet og de anerkendelses- og legitimitetsmæssige aspekter, der knytter sig

hertil – mener jeg, at kunne afdække sådanne komplekse forhold. Denne overordnede undersøgelsesmetode anser jeg således som relevant for en analyse af problemstillingen.

Problemstillingen har udover ovenstående relevans i forhold til en bredere forståelse af vidensproduktion, nyere arbejdsformer og arbejdets udviklende potentialer og individets stigende krav til sådanne. Disse vil jeg her kort opridse konturerne af.

I videnssamfundet (Bell 1976; Beck 2002; Sennett 2006) bliver viden i stigende grad efterspurgt på markedet og de, som beskæftiger sig med vidensproduktion, bliver flere. Vidensproduktion kan i denne sammenhæng forstås som produktion, der trækker på forskellige former for viden, som relaterer sig til f.eks. forskning, formidling, udvikling, service og frembringelsen af en række produkter. De, der er beskæftiget indenfor en sådan vidensproduktion – af Beck kaldet 'videns-executives' (2002:50) – omfatter i bred forstand højtuddannede. I produktionen indgår typisk innovative og kreative processer, hvormed gruppen af vidensproducenter kan udvides til at omfatte, hvad Florida (2005:93) kalder 'den kreative klasse'⁵, hvor også kunstnere (i bred forstand) indgår. I denne betydning kan vidensproduktion i vid udstrækning karakteriseres som en produktion, der baserer sig på det immaterielle (Jacobsen 2004b:70). I den udstrækning en sådan immateriel produktion angår den kulturelle sfære, kan der tales om dét, Bourdieu (1993a) kalder 'feltet for kulturel produktion'⁶. Idet vidensproduktion i forhold til kreativitet og innovation relaterer sig direkte til kunstnerisk arbejde, er en undersøgelse af sidstnævnte relevant i forhold til vidensproducenter i bred forstand.

Kunstnerisk arbejdes atypiske former angår bl.a., hvad der kan kaldes en projektorientering i forhold til arbejde, dvs. kortvarige arbejdsrelationer og ansættelsesforhold og de usikkerheder og muligheder, der knytter sig hertil (jf. Becks ide om brasilianisering (2002:7; Jacobsen 2004b:76-77). Det angår en tendens til ændrede arbejdstider og en mere flydende forståelse af forholdet mellem arbejdsliv og privatliv eller arbejdssfære og intimsfære (ibid:73). Endvidere kan den autonomi, som også karakteriserer kunstnerisk arbejde, siges at angå en individualisering af arbejdet i den betydning, at det i stigende grad bliver individet, der selv bliver eller vil være ansvarlig for sit karriereforløb eller arbejdsliv og styre dette på egne præmisser (ibid:77). Dette relaterer sig til det følgende:

I kunstnerisk arbejde indgår der nogle potentialer for selvudvikling, selvrealisering og forestillinger om autencitet, personlig involvering og relevans. Som Boltanski & Chiapello (2007) pointerer, er

⁵ Florida beskriver den kreative klasse som én, der omfatter videnskabsfolk, ingeniører, digtere, forfattere, kunstnere, entertainere, skuespillere, designere, arkitekter, analytikere o.a. (2005:93). En sådan klasse defineres af Florida ikke ud fra økonomisk funderede termer som ejerskab af ejendom, kapital eller produktionsmidler, men derimod ud fra de i klassen inkluderede kreative evner, der er 'uhåndgribelige, fordi de bogstavelig talt befinder sig inde i deres hoveder' (ibid). Den kreative klasses fremmeste kendetegn er, at dens medlemmer er beskæftiget med 'arbejde, hvis funktion er at skabe meningsfulde nye former' (ibid).

⁶ Feltet for kulturel produktion rummer det kunstneriske felt, det litterære felt, det videnskabelige felt m.v. ud fra et kriterium om, at produktionen indgår i en kulturel sammenhæng (Bourdieu 1993a).

fremkomsten af nye arbejdsformer sket i takt med individets krav om personlige muligheder for udvikling og selvrealisering i arbejdet. Dermed er der sket en slags æstetisering af arbejdets form, der i vid udstrækning er kendetegnende ved kunstnerisk arbejde.

På baggrund af ovenstående kan man sige, at en undersøgelse af problemstillingen relaterer sig til bredere tendenser indenfor arbejds sociologien – tendenser, der angår arbejdets indhold, form og individuelle betydning.

Specialets opbygning

Specialet er bygget op på følgende måde:

Specialets første del består af problemstilling, problemformulering og en dertil knyttet afgrænsning og beskrivelse af problemstillingens og problemformulerings relevans.

I specialets anden del redegør jeg for gennemførelsen af specialets empiriske gennemførelse, herunder hvordan jeg har udvalgt kunstnere til interview, beskrivelse af interviewguide hertil samt en beskrivelse af udvalgte problemer i forbindelse med gennemførelsen. Derudover redegør jeg for specialets videnskabsteoretiske ramme: en socialkonstruktivistisk.

I tredje del fremstilles de teoretiske aspekter, som den efterfølgende analyse vil trække på. Først beskrives en række overordnede udviklingstendenser indenfor kunst og kulturøkonomi, der udgør en baggrund for forståelsen af det marked, som de interviewede kunstnere kan siges at være en del af. Derpå redegør jeg for udvalgte dele af Bourdieus teorier om det kunstneriske felt, og om de anerkendelsesmekanismer, der findes der. Formålet hermed er at give en analytisk ramme til forståelse af, hvordan og hvorfor de interviewede kunstnere positionerer sig, som de gør i forhold til markedet. Endelig beskrives teoretiske aspekter angående arbejds- og fagidentitetsbegrebet, hvormed baggrunden for kunstnerens forhold til markedet kan analyseres.

Femte del udgør specialets analyse.

Sjette del er specialets konklusion og perspektivering.

Endelig følger en engelsk 'summary'.

Anden del: Metodologiske overvejelser

Indledning

Som jeg har argumenteret for i problemstillingen, afhænger forholdet mellem kunstneren og dennes marked af hans eller hendes forståelser af forestillinger om og holdninger til, hvad kunstnerisk arbejde, kunstnerisk fagidentitet og anerkendelses/legitimitetsmæssige forhold er, kan eller skal være. Men som nævnt ikke udelukkende. Der er nogle forhold udenfor kunstneren, som han eller hun ikke har direkte indflydelse på, og som påvirker sådanne forståelser, forestillinger og holdninger. Idet det må antages, at det er gennem kunstneren, at den mest nuancerede viden om problemstillingen kan opnås, vælges kunstneren som det metodologiske udgangspunkt for undersøgelsen. De forhold, der ligger udenfor kunstneren, må dog tages i betragtning, både for at forstå de i problemstillingen beskrevne overordnede sammenhænge og problematikker, som kunstneren indgår i, og som et grundlag for forståelse og fortolkning af denne. Samtidig må kunstneren formodes i en vis udstrækning at ligge inde med viden om disse overordnede sammenhænge – en viden, der også er relevant.

Metoden til opnåelse af den ønskede viden sker primært ved at interviewe kunstneren. Der er til specialet gennemført *seks interviews* med kunstnere, der beskæftiger sig med visuel kunst, og som er udvalgt pba. kriterier, der beskrives nedenfor. Derudover inddrages forskellig teori og undersøgelsesmateriale, der vurderes som relevant i forhold til problemstillingen.

I det følgende vil jeg redegøre for de metodologiske overvejelser, der ligger til grund for specialet og den hertil gennemførte empiriske undersøgelse. I redegørelsen indgår således valg og anvendelse af metoder, af den praktiske gennemførelse af den empiriske undersøgelse, af pålideligheds- og gyldighedsaspekter, der relaterer sig til undersøgelsen samt en kort beskrivelse af specialets overordnede videnskabsteoretiske ramme og overvejelser angående den viden, interviewene tilvejebringer og som specialet bygger på.

Anvendte metoder og gennemførelse af den empiriske undersøgelse

Det kvalitative interview

I det ovenstående har jeg argumenteret for valget af det undersøgelsesmæssige udgangspunkt af problemstillingen. (Dette kan betragtes som udtryk for metodologisk individualisme i den forstand, at det er gennem individet/kunstneren og en forståelse heraf, at viden om forhold, der ligger uden for

individet, og som i en vis udstrækning angår samfundsmæssige forhold, undersøges (Højbjerg 2004:315).) Den anvendte interviewmetode er det kvalitative forskningsinterview, da dette ifølge Kvale (1997:40-46) er anvendeligt i forhold til 1) en *beskrivende* undersøgelse af udvalgte tematikker eller fænomener, der både omhandler et faktuel og et meningsbetonet plan, og 2) en *forståelse* af individuel mening, livsverden og praksis. Specialets problemformulering er udpræget deskriptiv: gennem interview med kunstneren søges de nævnte forhold beskrevet og forstået.

Kriterier for udvælgelse af interviewpersoner

Til udvælgelse af interviewpersoner har jeg valgt kategorierne: køn, uddannelse/ikke uddannelse og graden af etablerethed på det kunstneriske marked. *Køns-kategorien* er valgt uden nogen særlig teoretisk eller praktisk overvejelse, andet end at jeg mente, at jeg med denne kunne nuancere forståelsen af (fordommen om) et mandsdomineret felt. I forhold til problemstillingen er der dog ikke noget, der taler for at benytte køn som kategori. Dette gør derimod de to øvrige kategorier. *Uddannelses-kategorien* er relevant i forhold til begrebet fagidentitet, dvs. til den institutionelle påvirkning af forståelse af dét at være kunstner, det håndværksmæssige m.m., som en uddannelse kan tænkes at have. Forholdet mellem dét at have en uddannelse eller ej havde jeg desuden en forventning om, at det kunne have betydning for kunstnerens arbejdsmæssige muligheder (ud fra en ide om 'credentialism': dét, at f.eks. et diplom på visse kundskaber giver adgang til visse goder). Samtidig giver kategorien forventeligt mulighed for at undersøge, hvornår og hvordan en fagidentitet dannes. Jeg har i denne forbindelse anset det som vigtigt at interviewe mindst én studerende. *Etableretheds-kategorien* betragter jeg som væsentlig, idet der må antages at være relativ stor forskel på aspekter som motivation, behovet for indtægt, kriterier for valg af arbejdsopgaver o. lign. alt efter, hvor længe en kunstner har arbejdet som sådan, og hvor godt han eller hun klarer sig. Samtidig kan kategorien rumme en tese om, at nyetablerede i højere grad er villige til at arbejde indenfor andre felter end dét, jeg kalder 'det traditionelle kunstneriske marked' (se afsnittet 'Det kunstneriske marked').

Disse og lignende overvejelser har i forskellig grad forbindelse til den inddragede teori.

For at opnå den ønskede variation ift. de omtalte kategorier, er der valgt og gennemført interview med i alt seks kunstnere.

Valg af interviewpersoner, adgang til feltet og pilottest

Udvælgelsen af interviewpersoner er sket på baggrund af en begrænset viden om disse. Overordnet set er en kontrol med udvælgelse af (dvs. viden om) interviewpersoner at foretrække, men den viden, der er umiddelbart forhåndenværende, er relativ overfladisk. På baggrund af research via internetdatabaser,

kunstneres hjemmesider, diverse kunstscolers hjemmesider, gallerier, aviser m.v. har jeg kunnet opnå en oversigtsviden om interviewpersonernes virke (f.eks. har de fleste kunstnere – etablerede og relativt ukendte – en hjemmeside med aktivitetsbeskrivelser, CV m.v.).

På baggrund af en sammensat liste over kunstnere, som efter min vurdering umiddelbart kunne opfylde ovenstående kriterier og som geografisk var tilgængelige (dvs. bosat i hovedstadsområdet), kontaktede jeg disse per telefon i tilfældig rækkefølge. Der har således været en grad af tilfældighed i udvælgelsen.

I modsætning til en udvælgelsesproces, hvor kunstnere kontaktes ud fra en nuanceret viden om kunstneres praksis, kan graden af tilfældighed i udvælgelsen betragtes som en fordel. Med andre ord minimerer graden af tilfældighed, at kunstnere, som kunne forventes at give brugbare og 'rigtige' svar, blev kontaktet. Graden af tilfældighed medfører omvendt et tab af kontrol: det kunne tænkes, at de kontaktede kunstnere ikke havde noget relevant at sige i forhold til problemstillingen. Vurderingen har dog været, at de anvendte udvælgelseskriterier i sig selv ville give den fornødne variation, og at de udvalgte kunstnere kunne bidrage med viden i kraft af deres tilknytning til feltet.

Alle på nær én af de kontaktede kunstnere har – efter præsentation af undersøgelsens problemstilling – givet tilsagn om deltagelse. Alle fandt problemstilling interessant og relevant, og den ene, der takkede nej til at deltage, gjorde dette med den begrundelse, at vedkommende arbejdede personligt med fagidentitet og formålet med sit kunstneriske virke i en sådan grad, at denne ikke ville deltage. Disse reaktioner betragter jeg som en slags *pilottest* for den empiriske undersøgelse: problemstillingen og de aspekter, den berører, har alle de involverede fundet relevante både på et 'hverdagsniveau' og på et mere abstrakt niveau. Problemstillingen og måden, hvorpå denne undersøges – vha. begreberne arbejde, fagidentitet og anerkendelse/legitimitet – fandt de kontaktede kunstnere således relevante, både i forhold til det daglige arbejde og i forhold til mere grundlæggende overvejelser og forestillinger om, hvad det vil sige, at arbejde som kunstner. Dette bekræftede mig i, at problemstillingen og undersøgelsen heraf er realistisk.

Udarbejdelse af interviewguide

Til interviewene er udarbejdet en spørgeguide (se bilag 1, side 94-95), struktureret efter de tre hovedbegreber (arbejde, fagidentitet og anerkendelse/legitimitet, jf. problemformuleringen). Derudover indgår faktuelle baggrundsspørgsmål (alder, uddannelse, familiemæssige forhold m.fl.) samt spørgsmål, der ligger op til en overordnet beskrivelse af den respektive kunstners marked.

Konstruktionen af spørgsmålene relaterer sig overordnet set til specialets teoriapparat og til min viden om feltet. Jeg har således forsøgt at implicere så mange af de centrale teoretiske aspekter i

spørgsmålene som muligt. Alle spørgsmål (på nær de faktisk orienterede) er åbne, og der er lagt op til en bred og til tider tvetydig forståelse heraf. Dette som et forsøg på at skabe en spænding i interviewet, der skal virke igangsættende. På denne måde ligger mange af spørgsmålene op til en diskussion, men i praksis er det kun interviewpersonen, der ønskes at 'diskutere'. Min rolle som interviewer/ordstyrer består primært i at anspore interviewpersonen til at fortælle og uddybe.

På baggrund af 'pilottesten' stod det klart, at særligt begreberne arbejde og fagidentitet er nogle, som de kontaktede kunstnere har et direkte forhold til – måske ikke deres teoretiske betydning, men i relativt abstrakte betydninger. Min præsentation af problemstillingen og begreberne syntes med andre ord at resonere med kunstnerens opfattelser heraf. Dette har medført, at jeg har spurgt relativt direkte til f.eks. fagidentitet, vel vidende, at dette ikke var et fremmed, teoretisk begreb.

I kraft af interviewenes deskriptive karakter og formål er der anvendt en *semistruktureret* tilgang til interviewene og i interviewguiden. Ifølge Kvale (1997:129-132) kan en sådan⁷ karakteriseres som emneorienteret, og i den kan en række forbehold angående rækkefølge, formulering og overordnede form af spørgsmålene tages, for på en sensitiv måde at åbne op for anderledes, nye eller modsatte vinkler i interviewpersonens svar/fortælling. Jeg kan med andre ord ikke på forhånd vide, om de i interviewguiden formulerede spørgsmål overhovedet er relevante for interviewpersonen, eller om denne ville tale om aspekter, jeg ikke på forhånd havde tænkt, var relevante. Derfor har jeg holdt muligheden for at justere disse på en dynamisk måde i løbet af interviewet åben (jf. Kvale 1997:134). Således har det ikke været afgørende, om alle seks interviewpersoner blev stillet nøjagtigt de samme spørgsmål, så længe alle interviewets temaer blev behandlet.

Gennemførelse af interview og etiske aspekter

Der er til specialet gennemført i alt seks interview med visuelle kunstnere, der alle er aktive og bosiddende i hovedstadsområdet. Interviewene er gennemført indenfor en relativ kort periode (to uger) hos kunstnerne selv (på deres værksteder, privat og i et enkelt tilfælde af praktiske årsager hos vedkommendes gallerist). Interviewene har været af en varighed på ca. 1½ time, og er blevet optaget på diktafon. Interviewpersonerne har ikke modtaget interviewspørgsmålene på forhånd, men er derimod blevet gjort opmærksom på de temaer, som spørgsmålene omhandler. Interviewene er gennemført i en afslappet atmosfære, og indtrykket har været, at kunstnerne alle har talt frit om undersøgelsens temaer. Med andre ord har alle temaer været tilgængelige, også selvom flere af dem angår mere personlige aspekter.

⁷ Kvale benytter betegnelsen 'halvstruktureret' (1997:129).

På baggrund af de klare aftaler om interviewenes gennemførelse og den forudgående information om den videre behandling af interviewene, udbredelse, anonymitet, og interviewpersonernes samtykke af disse forhold, mener jeg, at de af Kvale (1997:117) beskrevne etiske 'regler' er overholdt.

Forholdet mellem interviewer og interviewperson

Der er i interviewsituationen et særligt forhold mellem intervieweren (mig) og den interviewede. Min status er 'specialestuderende', dvs. under læring på et vist niveau, og interviewpersonens status er 'aktiv kunstner' og 'ekspert' – i hvert fald på egne erfaringer, forståelser og holdninger. Intervieweren har generelt set typisk et teoretisk overblik, og er den styrende i forhold til de temaer, interviewet omhandler. Interviewpersonen har derimod en specifik viden, som intervieweren er interesseret i. Således eksisterer der nærmest per definition et asymmetrisk forhold mellem de to, hvor hver har sine videnskompetencer, forståelser af temaer og felter og eventuelt også mere eller mindre skjulte dagsordener (Kvale 1997:27,130). Sådanne asymmetrier fordrer en grad af tillid, der først og fremmest er etableret forud for interviewet (aftaler herom).

Sådanne asymmetrier rækker udover interviewsituationen i den forstand, at jeg i den efterfølgende behandling (transskription og analyse) forsøger at forstå interviewpersonen og dennes udsagn. På trods af graden af empatiske evner og sensitivitet i interviewsituationen, vil efterbehandlingen naturligt være præget af mine teoretiske forforståelser og fortolkninger. De to 'verdener', som jeg og kunstneren repræsenterer, kan således ikke 'slippes'.

Efterfølgende behandling

Alle interviews er transskriberet efterfølgende (til i alt ca. 170 siders tekst). Grundet kunstnernes anonymitet har de fået betegnelserne K1, K2, K3, K4, K5, K6 ud fra den rækkefølge, interviewene er gennemført i. Transskription er en form for fortolkning eller bearbejdning af interviewmaterialet i den forstand, at fx tonefald, gestik og pauser ikke kan gengives fuldstændig i tekstform. Jeg har sorteret i de fleste tale-ord ('æh', 'øh', og pauser) således, at de kun medtages, hvis de vurderes som relevante for forståelsen. Sådanne vurderinger gælder også ufuldstændige sætninger, omvendte ordstillinger m.v.. Dermed vil der være tilfælde, hvor tale bliver overført til tekst ud fra det, jeg *tror*, interviewpersonen siger.

På baggrund af tidligere erfaring med transskription har jeg holdt mig til visse hjemmelavede systemer og været påpasselig ift. en stringens i overførslen fra tale til tekst. Dette for at opretholde en pålidelighed i transskriptionen.

Der er transskriberet ca. 170 siders tekst. I det interviewene i vid udstrækning har fulgt den i interviewguiden angivne tema-opdeling, har det været let at strukturere tekstmaterialet i forhold til den efterfølgende analyse.

Videnskabsteoretiske overvejelser

Den overordnede videnskabsteoretiske ramme for dette speciale er en socialkonstruktivistisk. I dette speciale forsøges den sociale virkelighed, som kunstneres praksis i forhold til disses marked er udtryk for, beskrevet og forstået. Undersøgelsen går lidt simpelt formuleret 'via' kunstnerne: det er disses forståelse af arbejde, fagidentitet, marked m.v., der undersøges. Kunstnerne indgår imidlertid i en samfundsmæssig kontekst, der kan beskrives som historiske strukturer, der har betydning for de forhold, de arbejder 'under'. Denne forståelse er i mine øjne central – både for min forståelse af det undersøgte og for den viden om det undersøgte, der så at sige produceres.

Omsat til en generel videnskabsteoretisk terminologi angår disse overvejelser en forståelse af en socialkonstruktivisme og nogle grundlæggende ontologiske og epistemologiske aspekter, der knytter sig en sådan forståelse. Disse beskrives i det følgende.

I den udstrækning den sociale virkelighed kan betragtes indenfor et kontinuum, hvor realisme udgør den ene ekstrem og en radikal konstruktivisme den anden ekstrem, er den forståelsesramme, som dette speciale så at sige placerer sig indenfor, placeret nogenlunde midt i et sådant kontinuum. Kunstnerens forestillinger om og forståelse af arbejde, fagidentitet og anerkendelse kan betragtes som konstruktioner, og som sådan har de betydning for dennes handlinger og praksis. Sådanne konstruktioner sker på baggrund af en forståelse af den kontekst, kunstneren er en del af, og den historie, der ligger til grund herfor. Med andre ord er kunstnerens virkelighed i vid udstrækning betinget af dennes forståelse heraf. Dette korresponderer med en generel forståelse af konstruktivisme (Schwandt 2002:197).

De sammenhænge, kontekster og strukturer, som kunstneren er en del af, må samtidig betragtes som 'reale' i den forstand, at de er objektive realiteter. Kunstnerens praksis kan også forstås på denne måde: f.eks. skaber kunstneren et konkret værk og udstiller dette et specifikt sted. Diskurser, magtrelationer og andre relationer mellem samfundets aktører er i vid udstrækning også konstruktioner, og må også betragtes som en del af de sammenhænge, kontekster og strukturer, kunstneren er en del af, og som sådan påvirker denne.

Overordnet set kan ovenstående betragtninger betegnes som en såkaldt 'svag' konstruktivistisk eller socialkonstruktivistisk forståelse (ontologi), hvori både konstruktioner og objektive realiteter anerkendes (Schwandt 2002:74-75; Delanty 2005:140). I lidt bredere termer er dette en forståelsesmåde, hvori individet påvirkes 'ovenfra', dvs. af ydre faktorer og samtidig selv har indflydelse på sine forestillinger, handlinger og praksis – og derigennem påvirker sin omverden 'nedefra'. Denne dialektik eller vekselvirkning er grundlæggende for, hvad der kan kaldes en klassisk sociologisk aktørstruktur-problematik, der som sådan afspejles i f.eks. Bourdieu's ideer om habitus, felt og kapital og i Giddens' strukturationsteori (Højbjerg 2005:365-378). I den udstrækning en sådan vekselvirkning finder sted i forhold til kunstnerens praksis og at denne undersøges, kan der tales om en metodologisk relationisme i undersøgelsesmetoden (ibid:371).

Idet problemstillingen primært undersøges 'via' kunstneren selv, dvs. ved hjælp af dennes beskrivelser og forståelser, må den viden, der med interviewet genereres, betragtes som en virkelighedskonstruktion. Kunstnerens egne forståelser og beskrivelser kan betegnes som konstruktioner af første orden, og min videre behandling af kunstnerens forståelser og beskrivelser kan betegnes som en konstruktion af anden orden⁸. Overgangen fra første til anden orden er kendetegnet ved det, som Giddens (1996:162) kalder en dobbelt hermeneutik, dvs. en proces, hvor jeg fortolker kunstnerens fortolkninger. I denne proces – der igangsættes allerede i selve interviewsituationen – vil de kategorier, som kunstneren anvender i sine konstruktioner og forståelser, givetvis være forskellige fra de, jeg benytter mig af. Forsøget på at komme så tæt på kunstnerens 'verden' som muligt, er samtidig forsøget på at abstrahere fra egne forforståelser og kategoriseringer. Idealet må være en identisk gengivelse, der – hvis dette kunne opnås – 'kun' ville være kunstnerens gengivelse af 'verden' og ikke 'verden'.

Det overordnede undersøgelsesdesign kan siges at rette sig mod kunstnerens beskrivelser og forståelser: det er primært vha. en viden om kunstnerens forståelse af arbejde, fagidentitet og anerkendelse at forholdet mellem kunstner og marked undersøges. Dette er væsentligt i forhold til et overordnet gyldighedsaspekt.

Udvalgte gyldigheds- og pålidelighedsaspekter

I det foregående er specialets primære undersøgelsesfokus og –metode slået fast. Sikringen af hvorvidt disse følges, ligger hovedsageligt i (hvad der kan kaldes) specialets grundlæggende setup: I en erkendelse af, at et kunstnerisk marked er vanskeligt at undersøge (qua problemstillingen) bliver de tre

⁸ Disse ordensgrader er inspireret af Alfred Schutz.

kernebegreber: arbejde, fagidentitet og anerkendelse/legitimitet afgørende. Idet disse strukturerer specialets teoriapparat og analyse, og således er gennemgående fokuspunkter, lettes en stringens i specialet.

Det væsentligste punkt i forhold til specialets interne gyldighed er bevægelsen fra problemstilling/teori til interviewspørgsmål og 'korrekt' besvarelse. Med andre ord: operationaliseres der således, at der kan opnås en overensstemmelse mellem problemstilling, interviewspørgsmål og besvarelse heraf? Også i forhold til dette spørgsmål har 'pilottesten' været nyttig: de interviewede kunstnere kunne i vid udstrækning relatere sig direkte til de forholdsvis komplekse begreber og sammenhænge, som de er blevet præsenteret for og spurgt til. Selvom der til tider i interviewene har været indholdsmæssige misforståelser, har disse overordnet set kunne udredes i situationen. Således har den tematiske opdeling af interviewenes indhold bevirket, at kunstnerne har genereret en mængde informationer om de relevante aspekter – og om forhold, der ikke på forhånd var overvejet.

De anvendte udvælgelseskategorier har ikke været tænkt i forhold til en afsluttende vurdering af generaliserbarhed (ekstern gyldighed) af specialets undersøgelse. (En generalisering i forhold til sådanne kategorier, benyttet i et kvalitativt forskningsinterview giver i mine øjne ikke mening.) Derimod har kategorierne haft til hensigt at generere en variation i forhold til de tematikker, interviewene omhandler, og i forhold til en mere nuanceret forståelse heraf.

Den grad af tilfældighed, der har været i forbindelse med udvælgelsen af interviewpersoner, må betragtes som et problem i forhold til pålideligheden undersøgelsen. Problemstillingen og de tre kernebegreber er dog af så general karakter, at problemet i nogen grad opvejes. Med andre ord omhandler problemstillingen forhold, som må antages at have en vis relevans for de fleste kunstnere (som jeg har defineret kunstnere). Derudover bevirker den variation, som udvælgelseskategorierne har til formål at generere, en vis grad af nuancering i forhold til et generelt billede af kunstnere og disses marked.

Tredje del: Teoretiske perspektiver

Indledning

Formålet med denne del er overordnet set at fremstille relevante, udvalgte teoretiske aspekter, der som analytiske værktøjer benyttes i den efterfølgende analyse af det indhentede empiriske materiale. Disse aspekter udgør samtidig en forståelsesmæssig baggrund for analysen.

Først beskrives en række overordnede udviklingstendenser indenfor kunst og kulturøkonomi. Disse tendenser og en kort beskrivelse af det kunstneriske marked skal læses som en kontekst eller ramme for kunstneres praksis.

Dernæst følger en fremstilling af Bourdieus teorier om det kunstneriske felt og anerkendelse. Disse er anvendelige og relevante, idet de giver en analytisk ramme til forståelse af kunstnerisk praksis, herunder hvordan og hvorfor kunstnerne positionerer sig som de gør i forhold til skismaet mellem kunst og marked og i forhold til nye tendenser indenfor kunst og kulturøkonomi. Bourdieu har desuden beskrevet anerkendelsesmekanismer i det kunstneriske felt. Disse beskrivelser kan benyttes til en forståelse af, hvad der legitimerer en given praksis og positionering, og for hvad, fra hvem og hvordan kunstneren søger anerkendelse.

Derpå inddrages forskellige aspekter af arbejdsbegrebet, der er relevante ift. problemstillingen. Disse er arbejdsprocessen, arbejde og mening og kreativitet og håndværk. Endelig beskrives begrebet fagidentitet ud fra en forståelse af identitet og forholdet mellem identitet og arbejde.

Udviklingstendenser indenfor kunst og kulturøkonomi og det kunstneriske arbejdsmarked

I denne del beskrives først nyere tendenser indenfor kunsten og det, jeg i problemstillingen betegner som kulturøkonomien, herunder nye måder at arbejde med kunst på og dernæst nogle overordnede markeds-mæssige forhold i Danmark. Det overordnede formål med denne del er at opridse konturerne af den kontekst for kunstnerisk praksis, som den efterfølgende analyse tænkes indenfor.

Nyere udviklingstendenser indenfor kunst og kulturøkonomi

Siden Pop Art-bevægelsen i 1960'erne og dennes referencer til og eksperimenter med forholdet mellem kunst, forbrugsprodukter, reklame og massekultur er der sket store forandringer indenfor kunsten og kulturøkonomi (Robertson & McDaniel 2005:11; Gombrich 1992:482) – forandringer der bl.a. omfatter nye måder at tænke relation mellem kunst og marked på. Pop Art-bevægelsen forstærkede

modsætningen mellem 'ren' kunst og kommerciel kunst, eller hvad der kan kaldes 'høj kunst' og 'massekunst' (ibid:474,482; Stallabrass 2004:102), og er således et godt udgangspunkt for beskrivelsen af nogle af de tendenser indenfor kunsten og kulturøkonomien, der viser frem til nutidskunsten og markedet herfor, og som er relevante i forhold til problemstillingen.

En væsentlig tendens indenfor kunst og visuel kultur siden midten af forrige århundrede er en stigende internationalisering og global orientering: nye tendenser, retninger, bevægelser, ismer, former og medier er blevet fælleseje for kunstnere overalt (Robertson & McDaniel 2005:18). Hvad tv, radio og film tidligere muliggjorde i denne henseende, blev med internettet og andre digitale medier forstærket betragteligt. Samtidig er nye markeder (særligt i Asien, Østeuropa og til dels også i Afrika) opstået. Dette har bevirket en kulturel pluralisme i kunsten (Stallabrass 2004:23). Den vestlige verden synes dog stadig at dominere kunstverdenen, både hvad angår kunstnerisk og økonomisk indflydelse (Robertson & McDaniel 2005:21).

Internationalisering eller global orientering kan siges at have betydning også for den danske kunstscene eller det danske kunstmarked. Udsynet går både til og fra Danmark, og hvis man vil vide, hvad der rør sig i kunsten, må man nødvendigvis orientere sig internationalt. Og kunstnere og udstillinger af kunst – uanset hvor lokale de end måtte være - henvender sig i stigende grad til et internationalt publikum (Stallabrass 2005:28).

Internationalisering og den teknologiske udvikling har også medvirket til, at variationen og kompleksiteten i kunsten og udøvelsen heraf har været og er kraftig stigende. Robertson & McDaniel (2005) giver følgende beskrivelse af udviklingstendenser indenfor nutidskunsten:

"Contemporary art is in flux. Old hierarchies and categories are fracturing; new technologies are offering different ways of conceptualizing and producing visual art; established art forms are under scrutiny and revision; an awareness of heritages from around the world is fostering cross-fertilizations; and everyday culture is providing both inspiration for art and competing visual stimulation." (s.10-11)

Jeg vil i det følgende behandle disse hver for sig – selvom de må betragtes som sammenhængende.

'*Old hierarkies and categories are fracturing*'. En sådan diagnose kan ses i relation til den i indledningen beskrevne Pop Art - bevægelse. Som nævnt var Pop Art bl.a. kendetegnet ved eksperimenter med forholdet mellem 'høj' og 'lav' kunst eller det kommercielle og den 'rene' kunst. I postmodernismen, der opstod som en overvejende kritisk strømning i 1970'erne og varede indtil 1990'erne (Robertson & McDaniel 2005:22,26), blev det eksperimentelle et langt mere vidtrækkende aspekt ved kunsten. På

trods af terminologiske uklarheder kan postmodernisme karakteriseres som virkende ud fra devisen 'alt gælder' – netop i betydningen: 'gamle hierarkier og kategorier brydes'. I stedet for det stilrene og relativt elitære, som prægede en stor del af den modernistiske kunst, var den postmodernistiske kunst overordnet set mere eklektisk, fragmenteret og populistisk. Som Robertson & McDaniel (2005) pointerer, repræsenterer postmodernismen en lethed eller respektløshed i forhold til traditionen og overfor de rene kategorier. Postmodernismen blev (næsten selvsagt) udsat for massiv kritik (Bisgaard & Friberg (2006).

Selvom postmodernismen langt fra var den eneste kunstneriske isme eller retning i 80'erne og 90'erne (også 'gamle' ismer som minimalisme og dada var og er stadig 'i brug'), blev den i forhold til bredere æstetiseringstendenser (som jeg kommer ind på nedenfor) dominerende, og med postmodernismen blev mange grænser afprøvet og overskredet.

Selvom mange værdier og kategorier i kunsten synes at være forsøgt nulstillet og derpå nyetablerede, er der i dag ikke tale om et tomrum i kunsten. Nye retninger og bevægelser og blandinger af tidligere former udvikles konstant. Ifølge Robertson & McDaniel (2005) er kunstnere i dag i vid udstrækning optaget af indholdet i kunsten, f.eks. under temaer som spiritualitet, tid, sted, krop, seksualitet og identitet. Disse temaer er ikke i sig selv nye, men måske er der et behov for at reaktualisere sådanne temaer i en samtid præget af flydende (i Baumansk forstand) værdier, normer og realiteter og de usikkerheder, der følger med en sådanne tilstande.

'New technologies are offering different ways of conceptualizing and producing visual art'.

Ovenstående retningers eksperimenter med nye områder indenfor kunsten er nært sammenhængende med de nye muligheder: nye teknologier har medvirket til, at en række nyere medier for kunstnerisk skaben er kommet til. Dette har dog ikke betydet, at de 'gamle' medier ikke længere benyttes, Tværtimod er maleri, tegning, skulptur og særligt fotografi blevet udforsket på nye måder og ofte i blandingsforhold med de nyere medieformer (Robertson & McDaniel 2005:15; Stallabrass 2004:16-17). Siden 1990'erne har særligt de elektroniske/digitale medier samt installationskunsten tiltrukket stadigt flere kunstnere, og udforskningen af disse og de mere traditionelle medier har bevirket nye måder at tænke kunst på. Hvor fotografiet og maleriet tidligere konkurrerede om at afbilde virkeligheden, synes fremkomsten af nye medier at tilbyde flere virkeligheder, og kunsten synes at være et ideelt felt for at udforske sådanne (Robertson & McDaniel 2005:16-17).

I den udstrækning nye medier har tilbudt kunsten flere muligheder, kan man sige, at spørgsmålet om hvad man må og ikke må i og med kunsten – som bl.a. Pop Art og postmodernismen også repræsenterer – i højere grad er blevet til, hvad man kan og ikke kan.

En pluralisme i kunstneriske medier har ifølge Robertson & McDaniel (2005:16) medført en pluralisme i anvendelsen af medierne. Dette berører den i problemstillingen beskrevne problematik angående en udvidelse af kunstnerens arbejdsfelt og forholdet mellem kunst og marked. Disse aspekter behandles i det følgende afsnit om det kunstneriske marked.

'Everyday culture is providing both inspiration for art and competing visual stimulation'. Som berørt ovenfor var særlig postmodernismen involveret i eller en del af en bredere æstetiseringstendens. Den var endda med til at forstærke en sådan. Overordnet set kan æstetiseringstendensen karakteriseres som en proces, hvor det æstetiske 'bevæger sig ud på utraditionelle områder', dvs. udenfor æstetikens traditionelle område: kunsten (Bisgaard & Friberg 2006:9; Prior 2005:133). I den udstrækning æstetik angår en iscenesættelse, forskønnelse eller 'indpakning', benyttes det æstetiske i stigende omfang af f.eks. virksomheder i produktdesign, reklame, branding og ledelse, i byplanlægning og i den arkitektoniske udformning af f.eks. offentlige arealer osv. (ibid:10-11; Stallabrass 2004:51-53, 88-89). I kommodificeringen og forbruget af de nævnte og andre produkter er det æstetiske blevet et væsentligt, hvis ikke et centralt aspekt, og årsagen hertil kan bl.a. findes hos forbrugeren. Individet indgår (eller inddrages) i en selvrealiserings- eller autenticitetsdiskurs (som beskrevet i teoridelen), og forbrug er i stigende grad blevet til et middel i denne henseende (Brinkmann 2008; Stallabrass 2004:53). Sådanne typer af forbrug angår i stigende grad immaterielle produkter (f.eks. oplevelser og oplevelser af kunst), herunder i særdeleshed kulturelle produkter. I sådanne indgår kreative aspekter, hvilket nærmest per automatik afføder en forventning hos individet/forbrugeren om kvalitet og autenticitet (ibid:55). Sammenkoblingen af forbrugsprodukter (i bredeste forstand) og det æstetiske med individets krav eller behov for selvrealisering bringer i vid udstrækning det æstetiske ind i hverdagen (Bisgaard & Friberg 2006:12-14).

Disse forhold er i høj grad karakteriserende for *oplevelsesøkonomien*. Denne er en såkaldt megatrend, der i vid udstrækning involverer den kulturelle, økonomiske og politiske sfære. Forbrugeren efterspørger i stigende grad oplevelser, hvorfor oplevelser bliver kommodificeret og på grund af en stærk stigende omsætning heraf tillagt et potentiale for samfundsmæssig vækst (Jantzen & Rasmussen 2007).

I oplevelsesøkonomien og i den bredere æstetiseringstendens får kunsten og dét at producere kunst nye betydninger. Robertson & McDaniel (2005) skriver om dette:

"Distinctions between art and the larger visual culture are dissolving and even disappearing. Artists bring nonart experiences into the sphere of art; they also introduce art into the larger visual culture. Artists mingle their works with other products of visual culture by electing to exhibit their

work in certain kinds of sites and choosing not to limit their display opportunities to art venues only.” (s.28)

Selvom dette ikke er en ny tendens, er tendensens omfang stigende. I kraft af æstetiseringstendensen adskilles kunsten fra dens traditionelle sfære og udstillingsfora og bringes i stigende grad ud i det offentlige rum (som kan siges i stigende grad at blive individets/forbrugerens private sfære). Og samtidig med at der til stadighed opstår nye inspirationskilder for kunstnere, så må kunsten og oplevelsen heraf i stigende grad konkurrere med en mangfoldighed af forbrugs- og oplevelsesmuligheder, der tilbydes individet. Netop herved bliver kunsten og oplevelsen heraf kommodificeret og sammenlignelig med andre typer af underholdningsprodukter (Robertson & McDaniel 2005:29; Stallabrass 2004:64,99).

Ovenstående om æstetiseringstendensen og oplevelsesøkonomien kan opsummeres i diskursen *marketisation of culture* og *culturalisation of the market* (Ellemeier 2005:3, jf. problemstillingen). Den økonomi, som sammenkoblingen mellem markedet for kunst og markedet for oplevelser er udtryk for, kan betegnes som *kulturøkonomi*:

“Cultural economy signifies the transformation of the production-oriented economy to a consumption-oriented one, as well as the greater importance of cultural and symbolic goods and/or ‘invisibles’, material and immaterial cultural products and cultural services in capitalist societies.” (Ellemeier 2003:5)

Forstået som økonomi er kulturøkonomi rettet mod de samme typer af produkter og de kreative og innovative processer, der indgår i skabelsen heraf, som de kreative industrier og oplevelsesøkonomien retter sig imod, nemlig immaterielle produkter eller produkter med et immaterielt betonet indhold. Forstået som diskurs kan kulturøkonomi betragtes som signifikansen (politisk, økonomisk og kulturelt) af en sådan rettedhed og de forhold, der ligger til grund herfor: et politisk krav om samfundsøkonomisk vækst, og forbrugernes krav om/behov for autenticitets- og oplevelsesaspekter ved produkter samt den bredere æstetiseringstendens.

I denne diskurs og økonomi skabes muligheder og udfordringer for både kunstnerne og deres publikum. Publikum (eller kultur- og oplevelsesforbrugerne) får langt mere at vælge imellem. Men samtidig udfordres de dannelsesaspekter og muligheder for fordybelse, som traditionelt har været forbundet med oplevelse af kunst (i den udstrækning disse eftertrages). Kunstneren som producent kan siges at ligge under for konkurrenceaspektet og må antages at skulle foretage nogle valg i forhold til at nå et publikum. Samtidig har han flere muligheder for skabelsen af sine værker, flere fora at udstille disse i og et potentielt større publikum at udstille for.

På baggrund af ovenstående fremstilling af tendenser og forandringer indenfor kunsten og markedet herfor er det tydeligt, at præmisserne for både skabelse af kunst og oplevelsen heraf har ændret sig, og de fortsætter med at ændre sig. Uanset om kunstnere, publikum og andre, der beskæftiger sig med kunst, finder udviklingen kritisabel eller ej, så finder den sted. Og hvad enten kunstneren betragter de nye muligheder for at producere kunst, som nogle, han vil benytte sig af eller ej, så er de til stede.

Det kunstneriske marked

En afgrænsning eller definition af det kunstneriske marked (i Danmark) er kompliceret - særligt i lyset af den *marketisation of culture* og *culturalisation of the market* (Ellemeier 2003:5), der over de sidste årtier kan siges at have udvidet et sådant marked. Idet jeg tager udgangspunkt i kunstneren og definerer dennes marked bredt (som det marked, hvor kunstnere sælger deres værker, håndværk og kunstneriske viden), er det lidt simpelt formuleret kunstnerens praksis, der definerer og afgrænser hans eller hendes marked. Jeg vil i det følgende bevæge mig ud over denne konstruktivistiske forståelse og inddrage forskellige beskrivelser og analyser af, hvordan kunstnere kan tjene penge på kunst – for herigennem at præcisere og nuancere, hvori det kunstneriske marked består.

Trine Bille (m.fl.)(1998:29) har udarbejdet en oversigt over køb og salg af billedkunst (jeg benytter betegnelsen 'visuel kunst'), som jeg vil basere en beskrivelse af dét, jeg kalder det traditionelle marked for kunst, på. Af denne oversigt fremgår det, at kunstnere kan sælge deres kunst via gallerier og kunsthandlere, via auktionshuse, via kunstnersammenslutninger, via udstillingssteder eller via et direkte salg fra kunstnerens værksted. De, der køber kunst, er generelt set det offentlige (staten, kommuner, regioner⁹), kunstmuseer og private (kunstforeninger, private fonde, virksomheder, privatpersoner, udlandet), (Bille m.fl.'s 1998;Bunkenborg & Lommer (1995).

Ovenstående udgør overordnet set det marked, hvor kunstnere kan sælge deres værker. Ofte må kunstneren afse en relativ stor andel af salgsprisen. Omsætning skal dermed ikke forstås som indtægt (medmindre der er tale om salg direkte fra kunstnerens værksted).

Det er klart, at indtjeningsmulighederne – også på det traditionelle kunstneriske marked – er mere vidtrækkende end blot salg af værker. Kunstneren kan tjene eller modtage penge fra en række andre kilder og for forskellige kunstrelaterede ydelser eller opgaver (Bille m.fl. 1998: 203, 218-220): private og offentlige legater og fonde; finanslovsydelser, herunder livsvarige ydelser; tilskud eller støtte fra kommuner og regioner; betaling for udsmykningsopgaver især i offentligt regi; ophavsretslige

⁹ Bille m.fl. (1998:29) benytter 'amter' i stedet for de nuværende regioner.

indtægter¹⁰, honorarer i forbindelse med udstillinger på f.eks. museer; kurateringshonorarer i forbindelse med udstillinger; betaling for undervisning og foredrag; forskellige former for sikringsydelse, herunder dagpenge og kontanthjælp. Disse indtægtskilder og indtjeningen via salg af værker refererer generelt set til, hvad jeg sammen med salg af værker betragter som traditionelle typer af kunstnerisk arbejde.

Det er klart, at efterspørgslen på kunst og kunstnerisk arbejde af forskellig art (jf. ovenstående) og produktionsomkostninger ikke er statiske. Omfanget af offentlig støtte, variationer i produktionsomkostninger, den teknologiske udvikling, et stigende antal af kunstnere, konjunkturbestemte forhold (fx finanskrisen), publikums/køberes forventninger, købekraft og ønsker – er eksempler på faktorer, der har indvirkning på efterspørgslen af kunst og dermed på kunstnerisk arbejde (Bille m.fl. 1998:222-224; Stallabrass 2004:70-75).

I kraft af en større efterspørgsel på autencitet, og på oplevelser og det unikke, ekspanderer markedet for kunst. Flere udstillingssteder, bedre udbredelsesmuligheder og dét, Stallabrass (2004:95) kalder *'changing leisure patterns'*, medfører at f.eks. flere (og et bredere segment af befolkningen) går på museum (ibid:58). Idet kunstværker i sig selv kan siges at repræsentere det autentiske og unikke, er det blevet mere eftertragtet og almindeligt for private (i opgangstider) at købe kunst (Abbing 2002:110-111).

Desuden åbner *marketisation of culture & culturalisation of market*-diskursen også op for, at kunstnere kan indgå i helt nye sammenhænge: kommunikation, marketing, produktion af produkter, hvor æstetiske effekter kan anvendes (Kyndrup m.fl. 2004:44; Jantzen & Østergaard 2007; Stigel 2007)

Bourdieu om det kunstneriske felt og anerkendelse

Indledning

Bourdieu's behandling af kunst spænder vidt: fra filosofisk-æstetiske aspekter til produktion og forbrug af kunst. Gennem en afdækning af de sociologiske regler, hvormed dette felt 'virker', beskriver han feltets særlige logikker, (anerkendelses-) mekanismer og dynamikker og den betydning, disse har for enhver agents (kunstner, gallerist, publikum, kritiker m.v.) praksis her inden for.

Selvom det kunstneriske felt har sine karakteristika og egenlogikker, er det i princippet et felt som alle andre, og det er de samme grundlæggende regler, der gælder for dette som for andre felter. Jeg vil

¹⁰ Ophavsretslige indtjeningsmuligheder for billedkunstnere (visuelle kunstnere) er begrænsede, idet 'den væsentligste andel af indtjeningen kommer fra salg af det originale kunstværk, da mulighederne for eksemplarspredning og kopiering er begrænsede' (Bille m.fl. 1998:211). Der er dog muligheder for betaling ifm. forskellige former for anvendelse af værker til fx undervisningsbrug (ibid).

derfor i det følgende lægge ud med en kort skitsering af feltbegrebet og nogle af de centrale begreber, der relaterer sig hertil: habitus og kapital¹¹. Denne skitsering danner grundlaget for den derpå følgende beskrivelse af det kunstneriske felt og endelig de anerkendelsesmekanismer, der er gældende der.

Felt, habitus, kapital

Et felt er et relativt autonomt social 'rum', 'netværk' eller 'system', hvori praksis af en specifik art finder sted. Således er det juridiske felt feltet for juridisk praksis, det kunstneriske felt er feltet for kunstneriske praksis osv. (Bourdieu 1993d:162). Bourdieu giver følgende generelle definition på et felt: "*The field is a network of objective relations (...) between positions.*" (Bourdieu 1996b:231) En position kan være en polemik, diskurs, et manifest, en kunstneriske genre m.v., og hermed overskrider en position de enkelte agenter i et givent felt og disses subjektive opfattelser (ibid; 1997:57). I ethvert felt eksisterer der altid flere positioner, og disse er hver især givet ved de forskelle, deres relationelle forhold udtrykker. Ethvert felt eksisterer ikke i et tomrum, men derimod i en given samfundsmæssig position og under visse økonomiske, politiske og sociale forhold. Sådanne bredere, samfundsmæssige forhold og strukturer, som ethvert felt relaterer sig til, betegner Bourdieu som *magtfeltet*. I takt med at strukturerne i magtfeltet og f.eks. det kunstneriske felt ændrer sig, ændres også relationen mellem disse (Sestoft 2006:171-172).

En agent (individ, gruppe eller institution) indtager en position i kraft af sin praksis i feltet. Sammenhængen mellem position og positionering er samtidig en sammenkobling af det materielle og det symbolske (Sestoft 2006:169), idet enhver praksis (handling) i feltet har eller tillægges en symbolsk værdi i kraft af, at praksis er en position i én position frem for andre mulige positioner.

Positionering sker ikke tilfældigt eller som udtryk for agentens 'frie vilje'. Derimod har en række forhold betydning for, at vedkommende er *disponeret* til at handle, tænke og opleve på bestemte måder. En sådan disposition udtrykker Bourdieu med *habitus*. Habitus er et sæt tillærte (og i vid udstrækning kulturbundne) strukturer og dispositioner, der 'orkestrerer' (men ikke determinerer) agenten og dennes praksis i et givent felt (Bourdieu 2007:92, 94; 2005:41,197; Prieur & Sestoft: 2006:39). Habitus danner således grundlaget for en praktisk sans for, hvordan agenten skal agere og tænke i en given situation¹² (Bourdieu 2007:110). Det er således i det dialektiske møde mellem habitus og felt, at praksis skabes

¹¹ Begreberne felt, habitus og kapital kan ifølge Bourdieu ikke defineres særskilt, men udgør derimod tilsammen et teoretisk system (Bourdieu 1996:83).

¹² Det kan mod habitusbegrebet anføres, at agentens handlefrihed ikke synes særlig stor. Dette fordi agentens valg altid afspejler de strukturer, som dets habitus er formet af samt af de strukturer, hvormed et givent felt virker. Bourdieu beskriver dog ofte de dynamikker, hvormed strukturer forandrer sig (fx ved dannelsen af nye positioner i kraft af agenters praksisser), og at sådanne forandringer sker på grundlag af agenters vekselvirkninger med de felter, de handler i (1993a:32; 1993b:80; 1996:219).

(Bourdieu 1984:101), og dette møde betegner Bourdieu som mødet mellem to historier: feltets og agentens (Bourdieu 1993a:61-62).

Forskelle mellem positioner i et givent felt bevirker en konstant kamp eller konkurrence mellem disse (Sestfot 2006:165). Dét, der grundlæggende kæmpes om, er hvilken praksis der kan betragtes som legitim, og om retten til at legitimere praksis. Samtidig (og hermed) kæmpes der om *kapital*, der skal forstås som en form for akkumuleret ressource eller kapacitet (Prieur 2006:88). Bourdieu skelner mellem tre grundlæggende kapitalformer: økonomisk, social og kulturel kapital¹³. Økonomisk kapital står for penge og materielle ressourcer, og social kapital for de ressourcer, en agent har i kraft af et tilhørsforhold til en bestemt gruppe. Bourdieu definerer kulturel kapital som

“... a form of knowledge, an internalized code or a cognitive acquisition which equips the social agent with empathy towards, appreciation for or competence in deciphering cultural relations and cultural artifacts.” (Johnson 1993:7)

En høj grad af kulturel kapital kan således forstås som en form for høj grad af kulturel dannelse og 'finkulturelle' færdigheder, dvs. en beherskelse af den legitime kulturs koder¹⁴ (Prieur 2006:88, 91).

Alle kapitalformer kan i princippet konverteres til anerkendelse og prestige, der af Bourdieu betegnes som *symbolsk kapital*. Denne kapitalform er således overordnet alle øvrige kapitalformer (Prieur 2006:94). Bourdieu anser en søgen efter eller kamp om anerkendelse som en grundlæggende eller primær drivkraft hos mennesket (Prieur 2005:9,68). Netop fordi ikke alle har lige stor symbolsk kapital i et givent felt – at anerkendelse og prestige er en knap ressource – forstærkes kampen herop (Bourdieu 2007:202).

Som nævnt kæmpes der i ethvert felt om, hvad der kan betragtes som legitim praksis, og retten til at være *dén*, der legitimerer og frem for alt symbolsk kapital, dvs. anerkendelse og prestige. De regler, der udgør rammerne for kampene – og i bredere forstand de regler, hvormed et givent felt virker og som virker styrende for praksis heri – kalder Bourdieu for *doxa* (2007:110). Sådanne kampe udkæmpes af de, der mener, at *dét*, der kæmpes om, er værd at kæmpe for. At investere tid, arbejde og energi på at deltage i feltet og i de kampe eller spil, der foregår der, er udtryk for *illusio*, dvs. *“at være grebet af spillet, at være optaget af det, at man mener det kan betale sig.”* (1997:151-152)

Det kan være fristende at tro, at al praksis og al social samhandling i ethvert felt hos Bourdieu reduceres til spil og kampe, og at enhver interesse er reduceret til egeninteresse – og at agenter derfor altid

¹³ Idet der i princippet kan være en lang række forskellige ressourcer eller kapaciteter, er de økonomiske, sociale og kulturelle kapitalformer langt fra de eneste, som en agent kan besidde. Således kan der også være tale om fx politisk kapital, intellektuel kapital osv. (Prieur 2006:94).

¹⁴ 'Kode' skal her forstås som en form for mening, betydning eller klassificering, der er tillagt fx et kunstværk, og til en dechifrerings heraf kræves en viden og forståelse (=kulturel kapital). I dette tilfælde angår den kulturelle kapital bl.a. en kunsthistorisk viden og en forståelse af mulige fortolkningsrammer (Bourdieu 1984:2-3; 1993e:216-217; også Zolberg 1990:200).

handler strategisk. Dette er ikke tilfældet. Enhver agent i et givent felt kan have mange forskellige og interesser eller motiver (på samme tid) for, at deltage heri, og være sig spil og kampe ubevidst. Som Bourdieu pointerer, er enhver praksis – der udefra (fx af sociologen) set 'fremviser' og afspejler agentens habitus og feltets strukturer og regler – altid 'ledsaget' af en "*partiel, mangelfuld, diskontinueret bevidsthed.*" (2005:238, også 1993a:72) En agent kan således besidde en ringe *praktisk sans* for, hvordan han skal handle og besidde en ringe 'årvågenhed' ift. spil og kampe (ibid). Endvidere er det usandsynligt, at agenten besidder indsigt i alle de forhold – historiske, praktiske, økonomiske, politiske m.v. – der er med til at strukturere feltet og de kampe, der foregår dér, hvorfor denne så at sige altid handler (dvs. bevidst eller ubevidst positionerer sig) på baggrund af en ufuldstændig viden herom (ibid:240-242). Således er det ikke sikkert, at agenten er bevidst om, at denne med sin praksis positionerer sig og dermed deltager i en kamp – selvom andre i feltet kan betragte dennes praksis som sådan. Med andre ord synes kampe, spil, positioneringer og positioner at 'eksistere' som diskurser på et vist, refleksivt niveau, der måske tydeligst træder frem for den, der betragter disse 'ovenfra' (fx sociologen).

Selvom ethvert felt er struktureret og virker efter nogle grundlæggende regler – der er skitseret ovenfor – er det klart, at ethvert felt har sine særlige regler, mulige positioner og særlige praksisser, og at dét, der kæmpes om i forskellige felter, derfor vil være forskelligt. Dette leder mig til beskrivelsen af det kunstneriske felt og af de særlige regler, strukturerer og logikker for praksis, der findes dér.

Det kunstneriske felt – logikker, strukturer og virkninger

Det er en grundlæggende pointe hos Bourdieu, at enhver agents praksis i det kunstneriske felt kun kan forstås i forhold til andre agents praksis. Således producerer en kunstner for eksempel aldrig et værk i isolation, men derimod altid under visse økonomiske, sociale og politiske betingelser eller forhold og med et særligt publikum for øje, for at tjene penge eller netop for ikke at tjene penge osv. – hvad enten kunstneren er bevidst om dette eller ej. Kunstnerens praksis er således i en vis udstrækning afhængig af feltets andre agenter, f.eks. gallerister, kritikere, publikummer og institutioner. Og samtidig påvirker magtfeltet (bredere økonomiske og politiske forhold og agenter) kunstnerens praksis. Til en forståelse af kunst og kunstneriske praksis må alle disse relationer og forhold tages i betragtning. Ved at definere det kunstneriske felt som et felt bestående af positioner og positioneringer, bliver en sådan forståelse ifølge Bourdieu mulig (1993a:34,36; 1996:287-288; 1997:58,64-66).

Det kunstneriske felt er således defineret og afgrænset af de mulige positioner, der kan indtages dér. Kunstneren tilhører den del af det kunstneriske felt, der har at gøre med produktion¹⁵. Når en kunstner producerer et værk, gør han dette med et bestemt publikum for øje (bevidst eller ubevidst). Derved positionerer han sig i det kunstneriske felt. Dette er en grundlæggende logik, hvormed det kunstneriske felt (og principielt alle felter) virker (Bourdieu 1993c:133; 1996b:231, 256; 1997:65-66).

Fundamentalt for en forståelse af det kunstneriske felt er ifølge Bourdieu det faktum, at kunst som objekt både har en symbolsk og en økonomisk værdi (1993c:113). At skabe et kunstværk er således det samme som at skabe en symbolsk værdi og en vare, der kan omsættes til penge. Denne logik er nøje sammenhængende med ovenstående relationelle forståelse af feltet: når kunstneren skaber et værk, giver han eller hun det dets potentielle symbolske indhold, og værdien heraf – både symbolsk og økonomisk – tillægges efterfølgende af andre (publikum, kritikere m.v.). For deltagelse i feltet kræves en tro på kunsten, dvs. illusionen eller *illusio* om kunstens symbolske værdi. På denne måde er produktionen af kunstværker ifølge Bourdieu *"the production of belief."* (1993b:74,79). Selvom kunstens symbolske værdi principielt ikke kan gøres op i penge, så opnår et givent værk alligevel en økonomisk værdi. Størrelsen af denne afhænger ifølge Bourdieu af kampe i feltet, kampe der angår retten til at definere ud fra hvilke parametre, værket skal eller kan vurderes (ibid). Som Bourdieu skriver:

"The producer of the value of the work of art is not the artist but the field of production as a universe of belief which produces the value of the work of art as a fetish by producing the belief in the creative power of the artist. (...) The work of art does not exist as a symbolic object endowed with value unless it is known and recognized." (1996b:229)

Både den symbolske og økonomiske værdi af et givent værk er således socialt konstrueret af de, som kan have en interesse i værket: kritikere, kunsthistorikere, gallerister, museumsdirektører, kuratorer, mæcener, samlere, juryer, publikummer, lektorer på kunstakademier, andre kunstnere m.fl. Det er klart, at disse hver især kan have forskellige syn på, hvilke parametre værket skal vurderes efter, og at disse kan have forskellige interesser i en vurdering heraf (ibid:229-231). Således kan et værk tillægges værdi ud fra kunsthistoriske og æstetisk-teoretiske parametre, underholdningsaspekter, salgspotentiale, en *hype* om kunstnerens status osv.

¹⁵ Bourdieu skelner til tider mellem 'feltet for kulturel produktion', der angår kunstnerisk, intellektuel og videnskabelig produktion af kulturelle produkter, og 'det kunstneriske felt', hvori publikum, forbrugere/købere, gallerister, kritikere m.fl. indgår (1993a; 1993b; 1997:64). Desuden skelner Bourdieu ofte mellem det litterære og det kunstneriske felt – og ligeså ofte benyttes disse betegnelser som synonyme. Af fremstillingshensyn benytter jeg udelukkende betegnelserne 'kunstnerisk produktion' og 'feltet for kunstneriske produktion', og omgår derved forskellighederne ved disse betegnelser. Dette mener jeg er muligt, idet produktion, oplevelse, kritik m.v. (forskellige former for kunstneriske praksis) er relationelt forbundne i kraft af feltets virkninger. Kunstnerisk produktion er således i vid udstrækning afhængig eller betinget af anden deltagelse/positionering i feltet, og af virkninger mellem feltet og magtfeltet.

Selvom der i det kunstneriske felt eksisterer en mangfoldighed af værker, af typer af agenter og dermed af typer af interesser for kunst og udgangspunkter for bedømmelse heraf, kan der ifølge Bourdieu spores nogle overordnede strukturer i feltet, hvorudfra feltet som helhed kan forstås. I det følgende vil jeg beskrive disse strukturer.

Det kunstneriske felt er overordnet set præget af modsætninger (Bourdieu 1997:66). Der kommer hele tiden nye værker, kunstnere og publikummer til i feltet, og disse 'måles' i de forskelle, de har i forhold til de eksisterende og etablerede. Da der i sagens natur ikke er plads til alle kunstnere (aspiranter og allerede etablerede) – der er kun så og så mange potentielle købere med så og så meget økonomisk kapital og kun så og så mange udstillingsmuligheder - må enhver kæmpe for sin plads: de etablerede vil automatisk forsøge at konsolidere deres egen position, og de nyankomne i feltet forsøger at tilkæmpe sig deres (position). Af disse kampe skabes modsætninger.

Den mest dominerende modsætning i det kunstneriske felt er modsætningen mellem 'kunst for kunstens skyld' og 'kommerciel kunst' (Bourdieu 1993b:82; 1993c:115). Denne modsætning udtrykker spændingsfeltet mellem afhængighed/ufrihed og uafhængighed/frihed, der konstituerer en grundlæggende 'lov' i feltet, der kan betegnes som en negation af en generel økonomisk logik. Bourdieu giver følgende beskrivelse af denne negationslogik:

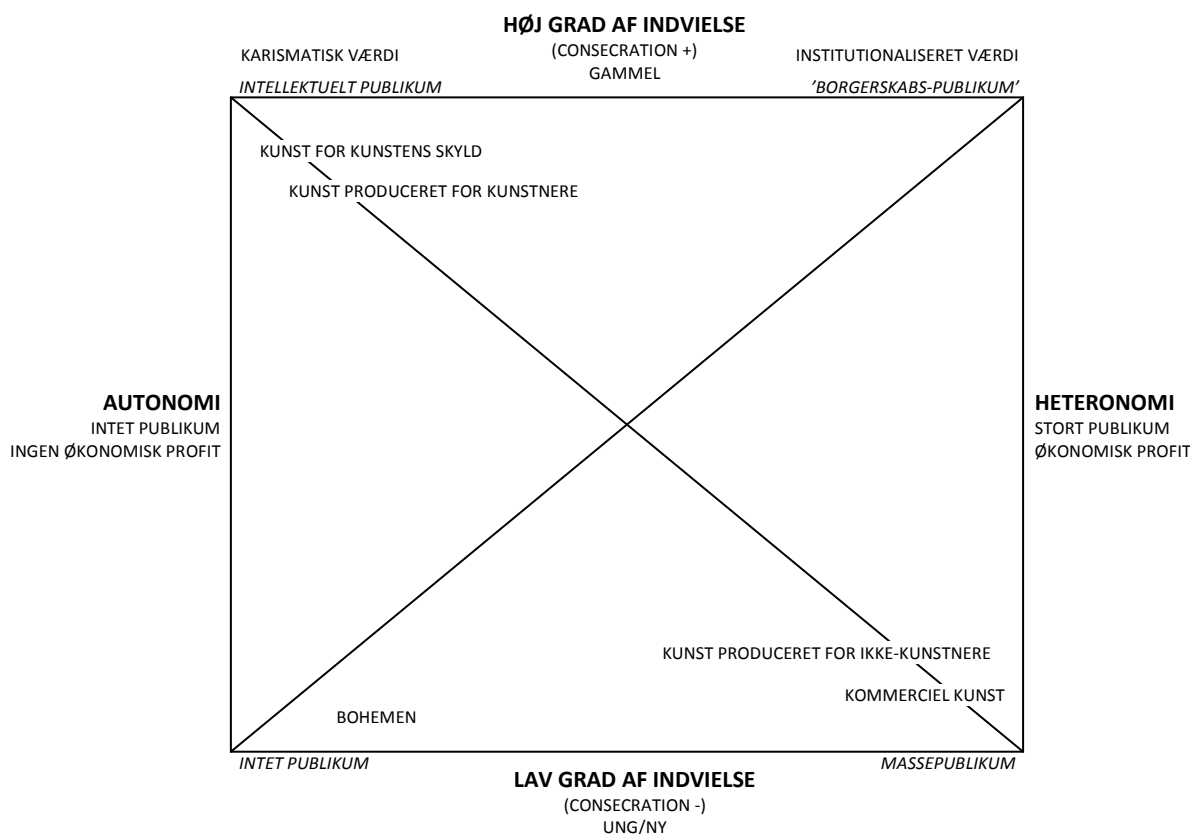
"...in the most perfectly autonomous sector of the field (...) the economy of practices is based, as in a generalized game of 'loser wins', on a systematic inversion of the fundamental principles of all normal economies: that of business (it excludes the pursuit of profit and does not guarantee any sort of correspondence between investments and monetary gains), that of power (it condemns honours and temporal greatness), and even that of institutionalized cultural authority (the absence of any academic training or consecration may be considered a virtue)." (Bourdieu 1993a:39)

For den kunstner, der er helt uafhængig, har penge, prestige og anerkendelse ingen betydning, og er 'ren' i den forstand, at vedkommende ikke er blevet 'spoleret' af de påvirkninger, som en uddannelse uundgåeligt har. Denne idealiserede beskrivelse er sammenfaldende med karakteristikkene af 'den karismatiske kunstner' (jf. problemstillingen).

I det kunstneriske felt er de positioner, der er mulige at indtage, struktureret af to hierarkier (1993a:37-39;1993c:115). Der findes således en række positioner mellem 'kunst for kunstens skyld' og 'kommerciel kunst'. Det ene hierarkis ekstremer udgøres af hhv. total autonomi (markedsuafhængighed) og total heteronomi (markedsafhængighed). Det andet hierarki angår graden af indvielse (*consecration*), som en

position udtrykker. Jo mere indviet en agent kan siges at måtte være for at kunne positionere sig i en given position (for fx at skabe et værk, at anmelde værket og at opleve/afkode værket), des mere prestige og anerkendelse kan agenten opnå (ibid:38-39, 48-51). Således er graden af den indvielse, som en position 'kræver', lig med den grad af anerkendelse og prestige (symbolsk kapital), positionen kan give. Sammenhængen mellem de to hierarkier og de komplekse strukturer, disse udtrykker, er illustreret i følgende figur¹⁶:

Figur 1. To hierarkiske strukturer i det kunstneriske felt



Hvis en position i feltet er etableret ('gammel'), udtrykker den enten en høj grad af institutionalisering (fx 'Cobra'-bevægelsen) eller en høj grad af karismatisk værdi (fx Asger Jorn eller Emil Nolde). Modsætningerne til sådanne positioner er for eksempel hhv. et såkaldt massepublikum, der repræsenterer et 'anything goes'-forbrug af kunstneriske produkter og ukendte kunstnere ('Bohemia'), der (endnu) ikke har etableret sig i feltet, og som ikke har noget publikum (Bourdieu 1993a:48). 'Kunst for kunstens skyld' er en position, der er forbundet både med en høj grad af indvielse eller prestige og

¹⁶ Figuren er i vid udstrækning en kopi af Bourdieu's feltanalyse af fransk litteratur 1950-1900, som han benytter som eksempel på de to hierarkiseringsprincipper, der strukturerer det kunstneriske felt/feltet for kulturel produktion (1993a:38,48).

autonomi. Beskrivelsen af den særlige økonomiske logik i feltet (i citatet ovenfor) kan betragtes som en beskrivelse af denne position. Hvis en kunstner derimod producerer kunst til et såkaldt 'massepublikum', positionerer han eller hun sig dermed i en position, der er forbundet med lav prestige og en høj grad af heteronomi (afhængighed af markedet).

Modsætningen mellem disse to positioner (høj grad af indvielse+høj autonomi vs. lav grad af indvielse+høj heteronomi) udtrykker en hel central struktur i forhold til *produktion* af kunst i det kunstneriske felt. Som Bourdieu skriver:

"The field of production per se owes its own structure to the opposition between the field of restricted production as a system producing cultural goods objectively destined for a public of producers of cultural goods, and the field of large-scale cultural production, specifically organized with a view to the production of cultural good destined for non-producers of cultural goods, 'the public at large'." (Bourdieu 1993c:115)

Således fremhæver Bourdieu en modsætning mellem dem, der producerer kunst for andre kunstnere og dem, der producerer kunst for ikke-kunstnere. Det giver dog god mening at omskrive distinktionen til at gælde hhv. indviede og ikke-indviede, idet forskellen mellem de to typer af kunstnere i grunden ligger i, om deres produkter er behæftede med koder, som kun indviede, dvs. kunstkere eller *connoisseurs* (agenter med høj kulturel kapital) kan dechifrere, eller med koder ikke-indviede, dvs. agenter uden kendskab til kunst, kan dechifrere. Jo mere indviet, f.eks. en publikummer skal være i forhold til oplevelsen/afkodningen af et givent værk, desto mere begrænset (*restricted*) er 'adgangen' til værket (Bourdieu 1993c:115). Den publikummer, der kan afkode et 'svært tilgængeligt' værk, har en høj kulturel kapital og kan af andre tildeles en høj status. Ligeledes vil den kunstner, der er i stand til at producere et svært tilgængeligt værk, kunne modtage en høj grad af anerkendelse og prestige herfor.

Der hører således til hver position af kunstproducenter et publikum, der ifølge Bourdieu er forskellige i forhold til de mængder af social, økonomisk og kulturel kapital, de besidder, og som derfor i udgangspunktet har forskellige præferencer og kompetencer (er disponeret forskelligt) i forhold til at opleve og købe kunst (1984:230-235; 1993b:70-71; 1996b:249-251). Denne korrespondance mellem producent, type af kunst og hvad der kan kaldes forbrug af kunst, kalder Bourdieu for homologi (1996b:252). Der er således en (sociologisk forklarlig) tendens til, at nogle f.eks. foretrækker figurativ kunst (fx landskabsmaleri), og andre foretrækker abstrakt kunst. Ligeledes er kunstnere disponeret forskelligt i forhold til positioneringer i forskellige positioner (genrer, stilarter, medier m.v.).

De to hierarkiseringsprincipper organiserer den høje grad af kompleksitet, som kunst (genrer, ismer, kunsthistorie m.v.) og kunstnerisk praksis (produktion af værker, oplevelse af kunst, kritik af kunst og kunstnere m.v.) til en hver tid repræsenterer (Bourdieu 1993a:48).

Det er klart, at ikke alle kunstnere kan eksistere i de positioner, der er forbundet med den største grad af anerkendelse og prestige. Nogle har ganske enkelt ikke de evner, der kan siges at være påkrævede for at positionere sig dér: hvis ikke en kunstner har den fornødne viden, tekniske kunnen og talent, vil denne blive udkonkurreret af kunstnere, der i større grad besidder disse evner, og som kan udnytte disse. Det synes dog også klart, at ikke alle kunstnere ønsker at befinde sig i denne position, men at nogle kunstnere i stedet søger høje salgstal og et bredest muligt publikum. Kunstnere kan med andre ord have forskellige hensigter og kan anlægge forskellige strategier i overensstemmelse hermed. Konsekvenserne heraf i forhold til anerkendelse og prestige er ligeledes forskellige.

Som det er fremgået, er anerkendelse og prestige aspekter, der er inkorporeret i de strukturer og logikker, hvormed det kunstneriske felt virker. Heraf er det klart, at nogle typer af kunstneriske praksis er mere legitime end andre indenfor feltet. Jeg vil i det følgende nuancere feltets anerkendelsesmekanismer og beskrive forskellige former for anerkendelse.

Anerkendelse i det kunstneriske felt

Hvad der på et givent tidspunkt anses som legitim praksis i feltet, er resultatet en produktionen af diskurser herom, en produktion der udspringer af kampe mellem positioner i feltet, f.eks. mellem skoler, ismer, teknikker osv. (Bourdieu 1993a:35; 1993c:141). Den altdominerende diskurs i feltet er den, der udtrykker troen på kunstens særlige værdier. Uden en sådan tro vil modsætningen mellem positionerne 'kunst for kunstens skyld' og 'kommerciel kunst' ikke give mening eller have betydning. Denne dominerende modsætning er i forhold til anerkendelse af stor betydning. Økonomisk succes vil altid afføde en mistanke i feltet om illegitim praksis. Men selvom ikke-økonomisk succes, dvs. succes 'målt' på kunstinterne parametre, opnås, vil dette kunne afføde mistanke om illegitim praksis. Dette fordi enhver form for succes i grunden kan betragtes som noget kunsteksternt. Succes – og særligt økonomisk succes – er noget, som især den kunstner, som producerer kunst for kunstens skyld og for andre kunstnere, helst skal 'smide væk med det samme, den indfinder sig, for dermed at opnå anerkendelse, respekt, status og prestige:

“Symbolic capital is to be understood [kan i dette tilfælde forstås] as economic or political capital that is disavowed, misrecognized and thereby recognized, hence legitimate, a 'credit' which, under certain conditions, and always in the long run, guarantees 'economic' profits.” (Bourdieu 1993b:75)

Belønningen for at indvilge i denne logik er således anerkendelse og prestige – og i det lange løb måske også økonomisk succes.

Bourdieu beskriver typisk anerkendelsesmekanismer i det kunstneriske felt ud fra distinktionen mellem 'nye' og 'gamle' i feltet. Dette fordi det typisk er de 'gamle', der har retten til at definere, hvad der er legitim praksis, og som derfor er anerkendelsesværdig og samtidig de 'nye', der søger at positionere sig i feltet, og som søger anerkendelse og prestige. De 'gamle' har så at sige selv optjent denne position ved erhvervelse af kulturel og symbolsk kapital. De har etableret sig – enten i kraft af deres karismatiske kvaliteter (kunstnere, intellektuelle o. lign.), eller i kraft af en høj grad af institutionalisering (kunstnere, 'borgerskabet', etablerede skoler, akademier o. lign.)(jf. figur 1) – og vil til enhver tid søge at konsolidere deres egen position (Bourdieu 1993b:82-83). Eksempelvis vil 'borgerskabet' altid søge at miskreditere de mest avantgardistiske praksisser – og de kunstnere, der positioner sig ved de mest avantgardistiske praksisser er typisk dem, som ikke er etablerede i feltet (hvilket dog ikke er ensbetydende med, at de er 'nye' i feltet)(Bourdieu 1993a:60). Kunstnere etablerer sig ved at opnå et publikum, der modsvarer præcis dét, som kunstneren står for (Bourdieu 1996b:146-147).

For at anerkende en praksis som legitim, må den som anerkender, besidde evnerne til at bedømme praksis (jf. Prieur 2006:64-67). Hvis en agent er 'gammel' i feltet, er denne indviet i feltets koder og spil og har dermed autoriteten til at anerkende en nyankommen i feltet. Sidstnævnte kan besidde en høj kulturel kapital, men har endnu ikke positioneret sig i en position, hvor kapitalen så at sige kan veksles til anerkendelse eller prestige. Den letteste adgang til anerkendelse for den nyankomne i feltet er via en positionering i positioner, der er forbundet med anerkendelse (Bourdieu 1996b:149). Da en karismatisk position ikke kan indtages uden videre – med mindre en kunstneraspirant er karismatisk – kan denne søge mere institutionaliserede positioner, dvs. positioner, der appellerer til de dominerende i feltet og disses smag og præferencer (ibid).

Idet Bourdieu definerer det kunstneriske felt ud fra de mulige positioner, det er muligt at indtage dér, er det klart, at ændringer i forhold til de eksisterende positioner medfører ændringer af feltet som helhed (1993a:32; 1993b:108). Når der skabes en ny position i feltet – f.eks. ved 'opfindelsen' af en ny genre, en ny isme eller en ny måde at percipere på – forskybtes alle positioner i feltet, og alle må forholde sig til ændringen. Dette fordi positionerne er givet ved deres relationelle forskelle. Forholdet mellem forandring og anerkendelse beskriver Bourdieu således:

“On one side are the dominant figures, who want continuity, identity, reproduction; on the other, the newcomers, who seek discontinuity, rupture, difference, revolution. To ‘make one’s name’ (...)

means making one's mark, achieving recognition (...) of one's difference from other producers, especially the most consecrated of them; at the same time, it means creating a new position beyond the positions presently occupied, ahead of them, in the avant-garde." (1993b:106).

Nye ismer, genrer, stilarter m.v. bliver således 'værktøjer', der produceres i kampen for anerkendelse, fordi det er ved at skabe noget nyt, at *newcomers* kan positionere sig og derved opnå prestige og anerkendelse.

At skabe en ny position i feltet betyder, at alle andre positioner 'forældes'. Som Bourdieu skriver:

"To bring a new producer, a new product and a new system of tastes on to the market at a given moment is to push the whole set of producers, products and systems of tastes into the past. The process whereby the field of production becomes a temporal structure also defines the temporal status of taste." (1993b:108)

En kunstner, der introducerer noget nyt i feltet, vil automatisk være genstand for en miskreditering eller miskendelse, idet han eller hun dermed truer de etablerede positioner og særligt de dominerende positioner. De etablerede og dominerende anerkender kun det etablerede (ibid:107). De forandringer, der medfører størst miskreditering og miskendelse, er dem, der berører grænserne mellem det kunstneriske felt og magtfeltet: *"The most disputed frontier of all is the one which separates the field of cultural production and the field of power."* (Bourdieu 1993a:43) Et nærliggende eksempel på en sådan forandring er den tendens, som oplevelsesøkonomien er udtryk for. Denne angår i særdeleshed grænsen mellem de to felter, og vil som en konsekvens af det kunstneriske felts virkninger blive opfattet af de etablerede og dominerende som 'kættersk'. Eller sagt på en anden måde: praksis der angår oplevelsesøkonomien vil – i det mindste til at starte med – blive betragtet som illegitim.

Af de hierarkiseringsprincipper, der strukturerer det kunstneriske felt, synes det klart, at en kunstner ikke kan opnå anerkendelse og prestige fra deres *peers* – andre kunstnere, intellektuelle o.lign. – og økonomisk succes på samme tid. Feltets virkninger synes at umuliggøre dette. Der kan hertil spørges, om (hvad der lidt farligt kan kaldes) kunstnerisk kvalitet og økonomisk succes udelukker hinanden? Følgende citat af Bourdieu belyser dette:

"It is no mere chance that middle-brow art and art for art's sake are both produced by highly professionalized (...) artists, and are both characterized by the same valorization of technique. In the one case this orients production towards the search for effect (...) and, in the other, it orients production towards the cult of form for its own sake." (1993c:127)

At kunst er produceret for et massepublikum (*middle-brow art*), er ikke ensbetydende med, at det er dårlig kunst. Det er derimod kunst, der er produceret til et formål, hvortil *effekten* af et kunstværk har

størst betydning. For at skabe en god effekt kræves et godt kunstnerisk håndværk. Bourdieu taler ligefrem om en position i feltet, der udtrykkes ved en professionel ideologi:

“The professional ideology of producers-for-producers (...) establishes an opposition between creative liberty and the laws of the market, between works which create their public and works created by their public.” (ibid)

Denne ideologi kan siges at være udsprunget af de kvalitetsmæssige krav, som kunstnere stiller til hinanden, og kan som sådan fortolkes som omhandlende det gode håndværk. Kvalitet skal således forstås som håndværksmæssig kvalitet.

Spørgsmålet om sammenhængen mellem kunstnerisk kvalitet og økonomisk succes synes i virkeligheden at være et spørgsmål om, hvilket formål (i flertal) kunsten tjener. Sådanne formål kan udledes af, hvad der for hver type af publikum i det kunstneriske felt betragtes som anerkendelsesværdigt. Af figur 1 kan det udledes, at det intellektuelle publikum generelt set anerkender det karismatiske og indviede og kunst for kunstens skyld, 'borgerskabet' det institutionaliserede og indviede og massepublikummet anerkender kunst, hvortil der kræves en lav grad af indvielse. Disse tre former for anerkendelse repræsenterer tre (idealiserede) positioner, der ifølge Bourdieu står i opposition til hinanden, og som hver især legitimerer forskellige former for kunstneriske praksis:

“We find three competing principles of legitimacy. First, there is the specific principle of legitimacy, i.e., the recognition granted by the set of producers who produce for other producers (...). Secondly, there is the principle of legitimacy corresponding to 'bourgeois' taste (...) which sanctions the inseparable ethical and aesthetic (and therefore political) taste of the dominant. Finally, there is the principle of legitimacy which its advocates call 'popular', i.e. (...) ordinary consumers, the 'mass audience'.” (1993a:51)

Man kan på denne baggrund sige, at kunst for 'borgerskabet' handler om dannelse (udsprunget af en etisk fordring) og konsolidering af det institutionaliserede, at kunst for massepublikummet handler om underholdning og adspredelse, og at kunst for et intellektuelt publikum handler om en dyrkelse af kunsten for dens egen skyld (Bourdieu 1993c:128). En sådan beskrivelse af kunsten forskellige formål er naturligvis idealiseret, og som sådan udspringer beskrivelsen af de homologe sammenhænge mellem ét bestemt publikum og ét bestemt formål med eller én bestemt type af forbrug af kunst, som Bourdieu mener at se. Sådanne homologier og den idealiserede beskrivelse (begge afspejler den historiske og sociokulturelle kontekst – Frankrig ca. 1950-1980 - som Bourdieu finder sit empiriske materiale i, og som reflekteres i hans analyser) kan der stilles spørgsmålstejn ved gyldigheden af. Dette gør f.eks. de, der

advokerer for den såkaldte omnivore-teori om kulturelt forbrug¹⁷ (Silva 2006; Chan & Goldthorpe 2007; Warde m.fl 2007).

Selvom Bourdieu kan benyttes til en forståelse af det kunstneriske felt, herunder de anerkendelsesmekanismer, som findes der, angår hans teori ikke mere personligt funderede motivationer og forståelser af arbejde, håndværk og kreativitet. Dette leder mig til følgende afsnit.

Arbejdsbegrebet og nyere arbejds sociologiske tendenser

Arbejde rummer som begreb en mængde aspekter, og alt efter analytisk udgangspunkt vægtes forskellige betydninger ved begrebet. Som Grint (2005) skriver:

“In essence, work is a socially constructed phenomenon without fixed or universal meaning across time and space, but its meanings are delimited by the cultural forms in which it is practiced.” (s.42)

Enhver forståelse af, hvad arbejde er, er således indlejret i og afhænger af den socio-kulturelle kontekst (Graversen & Larsen 2004:29). Endvidere giver en socialkonstruktivistisk forståelse af arbejde plads til en individ-orienteret og subjektiv tilgang til begrebet, der er hensigtsmæssig i nærværende sammenhæng. En sådan tilgang vil dominere min behandling af arbejdsbegrebet.

Følgende fremstilling tager udgangspunkt i, hvordan og hvorfor individet er blevet et teoretisk udgangspunkt i forhold til forståelsen af arbejde. Hertil inddrages bl.a. Ulrich Beck og Boltanski & Chiapello og deres behandlinger af nyere arbejds sociologiske tendenser. Dernæst redegør jeg for en generel forståelse af arbejdsprocessens dele, en forståelse der lægger op til arbejdets mening samt aspekterne: håndværk og kreativitet. Herpå behandles endelig fagidentitetsbegrebet, der viser tilbage til afsnittets udgangspunkt, nemlig individets og nyere arbejds sociologiske tendenser.

Arbejdets forandring og individets centralisering

Arbejde er indenfor sociologien et væsentligt begreb til forståelse af samfundet og dets organisering samt til forståelse af individets socialisering og identitetsskabelse (Jacobsen 2004a:8). Hvor de sociologiske klassikere behandlede arbejdsbegrebet enten ud fra bredere samfundsmæssige

¹⁷Hovedtesen i omnivore-teorien, der blev formuleret af kultursociologen Richard A. Peterson i 1992, er ifølge Warde m.fl. (2007), at en voksende andel af befolkningerne i den vestlige verden er mere varierede i deres kulturelle forbrug, end de tidligere var. Denne tese bygger på empiriske undersøgelser, der på nogle områder kontrasterer Bourdieus teori om homologi, jf. ovenstående – at særligt veluddannede og folk med en høj kulturel kapital orienterer sig mere bredt (men ikke omvendt). Teorien har medført debat – den såkaldte *cultural omnivore debate* – om de sociokulturelle årsager til disse empiriske 'anomalier' (Warde m.fl. 2007).

perspektiver eller i forhold til arbejdets effekter på individet, har individet i nyere teorier om arbejde indtaget en anderledes central position. Der kan fremhæves to tendenser som årsager hertil. For det første en omfattende individualiserings- og aftraditionaliseringsproces i senmoderniteten, der medfører, at det reflektive individs livsverden og arbejdsverden i højere grad flyder sammen, og arbejde bliver til blot én af flere mulige individueringsskemaer (Beck 1997; 2002). De risici, der er forbundet med arbejde - valg af arbejde, jobskifte, stress m.v. - bliver en pris, som individet 'betaler' for en øget frihed i forhold til arbejde (ibid.). Og for det andet det, der kan betegnes som en æstetisering og humanisering af arbejde. Siden 1960'erne har individet i stigende grad krævet, at arbejde rummer muligheder for selvrealisering, selvaktualisering, udvikling og kreativ udfoldelse, kort sagt æstetiske og humanistiske aspekter. Med andre ord måtte penge som primær motivation til arbejde vige pladsen til fordel for disse andre værdier. Sådanne krav og omfanget heraf nødvendiggjorde, at kapitalismen måtte inkorporere disse nye værdier for at sikre en stadig vækst, hvorved nye og mere fleksible arbejdsformer blev udformet (Boltanski & Chiapello 2007; Frey 1999). Disse forhold kan siges at danne grundlaget for den såkaldte *New Economy* (Sennett 1999, 2006; Casey 1995). Ifølge Kaare Nielsen (1993:53) er der en reciprok relation mellem de to tendenser: individualisering afføder nye arbejdsmæssige værdiorienteringer, og arbejdsformernes forandringer virker befordrende på disse. Eller: individets krav og behov for nye arbejdsformer blev - og bliver i stigende grad - mødt af et arbejdsmarked, hvor der kræves engagement, livslang læring og personlig udvikling (Tonboe 2004; Jacobsen 2004a, 2004b).

Udsprunget af disse udviklinger er særligt to diskurser om individ og identitet (Casey 1995:4,66-67): én der handler om individualiseret forbrugerisme, og én der handler om en disciplinering og selvdisciplinering af individ - diskurser, der er nært forbundet med arbejde. I førstnævnte diskurs bliver også arbejde og arbejdsmarkedet til noget, som individet kan forholde sig *forbrugende* i forhold til, og det forbruger arbejde på måder, der er givtige i forhold til dets udvikling (2004b:85; se også Bauman 2004). En sådan forbrugermindset afspejler sig i en udvikling mod kortere og mere varierede ansættelsesforhold, hvori arbejde bliver projektorienteret frem for stabiliserende (Sennett 1999; Jacobsen 2004b; Brinkmann 2008).

I den anden diskurs kan individets krav om selvrealisering, kreativ udfoldelse m.v. siges at blive udnyttet af arbejdspladsen eller arbejdsmarkedet/kapitalismen (Casey 1995:70,87). Eksempelvis kan Human Resource Management betragtes som et redskab, hvormed individet disciplineres indirekte (selvdisciplineres) til selvudvikling og optimering af kompetencer. Richard Sennett (1999:61-63; Jacobsen 2004b:97) pointerer, at fleksibilitet, self-management, hjemmearbejde, projektansættelser m.v. medfører subtile kontrolmekanismer og udviser grænsen mellem arbejds- og fritid, selvom de kan opleves som større frihed, belønning og selvstændighed. Han understreger desuden, at individets forsøg

på at skabe en sammenhængende identitet vanskeliggøres især ved fleksibilitets- og tilpasningskravene, som markedet stiller (1999; også Casey 1995:74, 83-84, 86).

Hvor det således i den første diskurs er individet, der stiller krav til arbejdet og forbruger dette til egne formål, er det i den anden diskurs overvejende individet, der er underlagt arbejdsmarkedets/kapitalismens krav om at udvikle sider af sig selv, som anses som favorable i en arbejdsmæssig kontekst. Selvom de to diskurser umiddelbart er modstridende, synes det ikke urimeligt at påstå, at de to diskurser virker side om side.

Selvom ovenstående beskrivelse af udviklingstendenser og diskurser betoner, at arbejde i stigende grad er blevet til et middel til individets selvudfoldelse og udvikling, er det klart, at et centralt formål med arbejde til stadighed er at tjene penge. Dette understreger blot arbejdsbegrebets kompleksitet. I det følgende vil jeg behandle nogle aspekter ved arbejdsbegrebet, der så at sige ligger til grund for en forståelse af, hvad individet søger i og med arbejde, og hvad der motiverer det til at arbejde. Udgangspunktet herfor tages i en undersøgelse af, hvad arbejde er.

Hvad er arbejde?

Michael Husen leverer i sin bog *Arbejde og Identitet* (1994) en individ-orienteret beskrivelse af, hvad arbejde er. Grundlæggende er arbejde en slags modsætning til leg:

"I arbejdsprocessen er det et mål, der ligger ude i fremtiden, der styrer ens aktiviteter, medens legen hele tiden bærer formålet og behovsopfyldelsen i sig selv." (1994:57)

Nogle aktiviteter kan betegnes som både arbejde og leg (Graversen & Larsen 2004:16), eksempelvis kan børns læring gennem leg betragtes som både leg og arbejde. Det vender jeg tilbage til.

Ifølge Husen (1994) er arbejde en proces, der indeholder flere faser, og centralt for denne proces er en bevidsthed om et mål, der ligger udenfor arbejdets her og nu: arbejde har en hensigt, et mål, produkt eller et resultat, som mennesket har en forudelse om (s. 59-61). Generelt set er hensigten med arbejde, at løse et problem eller at opfylde et behov, og det er en stillingtagen hertil, der sætter arbejdsprocessen i gang (ibid:65-66). Denne stillingtagen er processens første fase. Dernæst planlægges arbejdet, dvs. at der intellektuelt vælges en metode til løsningen af problemet eller til opfyldelsen af behovet (ibid:74). Hvis metoden ikke står klart eller kun delvist klart, må der findes en brugbar metode. Her får mennesket brug for sin kreativitet. På baggrund af planlægningen udføres arbejdet. I udførelsen benyttes erfaring, viden, teknik og værktøjer i det omfang, der er nødvendigt. I den udstrækning at udførelsen er velkendt, er dette en rutine, hvis ikke tager udførelsen længere tid og er mere kompliceret. Løsningen af problemet eller tilfredsstillelsen af behovet er målet, produktet eller resultatet. Dette er ifølge Husen ikke en fase i processen, men blot endt udførelse. Sidste fase af

arbejdsprocessen er derimod værdsættelsen. Når arbejdsresultatet forelægges, sammenlignes dette med det for processen indledende mål eller hensigt. Værdsættelsen angår således hele arbejdsprocessen og ikke blot resultatet, målet eller produktet (ibid:90-91). Hvis resultatet vurderes som værende i overensstemmelse hermed, opstår der en tilfredsstillelse, der har én eller anden værdi. Denne værdi er en merværdi, dvs. en værdi ud over resultatet af arbejdet. Værdsættelsen beskrives af Husen som 'skaberglæde' eller 'producentstolthed' (ibid:88). Færdigheder der modnes eller udvikles er eksempelvis en merværdi ved arbejde, ligesom glæden ved arbejdet for dets egen skyld er det (ibid:70). Richard Sennett beskriver en stolthed ved færdigheder¹⁸ som en emotionel belønning og en oplevelse af kompetence (2009:240, 295). Disse er eksempler på en merværdi ved arbejde, som kan værdsættes. Den samlede arbejdsproces består således af 1) hensigt/stillingtagen, 2) planlægning, 3) udførelse og 4) værdsættelse.

Ideelt set er arbejdsprocessens fire faser gældende for ethvert arbejde uanset dets omfang, størrelse og kompleksitet. Det er dog ikke givet, at den arbejdende er involveret i alle faser af processen. I så fald kan arbejderen være fremmedgjort overfor sit arbejde, idet han eller hun netop ikke er involveret i alle arbejdsprocessens faser. Dette er et centralt aspekt af Marx' forståelse af arbejdets fremmedgørelse (Husen 1994:90-91, 95; Grint 2004:87).

Med Husens vægtning af værdsættelses-aspektet i arbejdsprocessen, står det klart, at hans forståelse af arbejde er af nyere dato. Den lægger op til en subjektiv forståelse af begrebet og rækker udover en forståelse af arbejde som blot lønarbejde.

Arbejde og mening

I forlængelse af værdsættelsesaspektet ved arbejdsprocessen er det naturligt at behandle meningen med arbejde. At tale om mening i denne kontekst, bygger på en grundlæggende antagelse om, at mening er subjektivt funderet: individet kan have en fornemmelse, følelse eller oplevelse af mening f.eks. i forhold til arbejde. Mening kan ikke komme udefra, dvs. mening kan ikke forceres eller læres. Desuden er mening altid rettet mod eller knyttet til noget, f.eks. arbejde.

I forhold til arbejde er mening noget, der skabes i kraft af arbejdsprocessen som helhed (Husen 1994:60). Arbejde er meningsfuldt, hvis det af individet opfattes som værende i overensstemmelse med dets selvopfattelse og harmonerer med dets identitet. Her berøres et eksistentielt forhold, hvor mening med arbejde relateres til en mere overordnet forståelse af det meningsfulde, formålsrige og gode liv

¹⁸ Ifølge Sennett førte Platon ordet færdighed tilbage til et andet ord for skabelse, nemlig *poiein*, hvoraf *poiesis* stammer (2009:33). Skabelse, færdigheder og det her afledte arbejde er således etymologisk sammenhængende.

(Svendsen 2010:53). Mange typer arbejde rummer dog næppe en mening, der på denne måde korresponderer med individets selvopfattelse, identitet og overordnede opfattelse af et meningsfuldt liv. Det synes derfor rimeligt, at tale om forskellige grader af mening med arbejde (ibid:38-39).

En anden og væsentlig faktor for, om arbejde opleves som meningsfuldt, er de subjektive værdier, der associeres med arbejde (Ros et al 1999:61). Subjektive værdier er funderet i individets behov, og kan betragtes som de standarder og målsætninger, individet orienterer sig efter. (I modsætning hertil er sociale værdier repræsenteret ved normer, som individet også orienterer sig efter.) Eksempelvis kan familien tillægges en værdi, hvorfor det giver mening for individet at arbejde for at kunne forsørge denne. Mening (og værdier) er tæt relateret til spørgsmålet om, hvorfor individet arbejder, dvs. dets motiver herfor. Dette er emnet for det følgende afsnit.

Motivation

Motivation handler basalt set om, hvad der driver individet til handling, og hvorfor det gør, som det gør:

“To be motivated means to be moved to do something. A person who feels no impetus or inspiration to act is thus characterized as unmotivated, whereas someone who is energized or activated toward an end is considered motivated.” (Ryan & Deci 2000:54).

I citatet knyttes motivation og mål (*end*) sammen. Dette korresponderer med Husens beskrivelse af forbindelsen mellem hensigten med en aktivitet og forudtænkningen herom. På denne måde er motivation og hensigt sammenhængende. Latham & Pinder (2005) giver følgende definition på motivation til arbejde:

“Work motivation is a set of energetic forces that originate both within as well as beyond an individual’s being, to initiate work-related behavior and to determine its form, direction, intensity, and duration. (...) Thus, motivation is a psychological process resulting from the interaction between the individual and the environment.” (s.486)

Af denne definition – der også kan betragtes som en generel definition på motivation – fremgår det, at motivation er funderet både i det subjektive/psykologiske og det sociale/omverdenen. Dette er en væsentlig pointe, idet motivation traditionelt er blevet opfattet som et rent psykologisk anliggende (Sivan 1986:209). I et socialkonstruktivistisk perspektiv er motivation således ikke blot afhængig af individets psyke, men derimod *også* af sociale forhold, normer og social kontekst. Og da både individet udvikler sig, og fordi de sociale forhold, normer og kontekster ikke er statiske, er motivation heller ikke statisk (ibid:226-227; Latham & Pinder 2005:486). Hvad individet motiveres af, f.eks. i forhold til arbejde, kan med andre ord forandre sig over tid. Årsagerne til en sådan forandring afhænger også af sociale forhold, normer og kontekster. Et eksempel herpå kan hentes i den ovenfor beskrevne diskurs om

disciplinering/selvdisciplinering, hvori individet påvirkes af forskellige autoriteter til, hvad der er værdifuldt og ønskværdigt, og som det derfor kan/burde være motiveret i forhold til.

Ifølge Graversen & Larsen (2004:35-52) er individets motivation generelt funderet i behov, mål, ønsker, idealer, holdninger, følelser, sociale normer osv., og qua ovenstående kan disse være funderet i både det subjektive og det sociale. Dette gælder også i forhold til arbejde. Overordnet set

"arbejder vi for at skabe og forbedre vores vilkår for et godt liv, hvad enten 'et godt liv' for den enkelte betyder simpel overlevelse, materiel velstand, trygge kår, anerkendelse, oplevelser eller personlig vækst." (ibid:35)

Hvor de i citatet nævnte årsager umiddelbart er individuelle eller egocentriske, kan individet også motiveres 'udefra' på en direkte måde. Der kan således være incitamenter (som endda kan være sanktionerede ved lov), der motiverer individet til at arbejde. I et økonomisk perspektiv (neoklassisk økonomisk teori og organisationsteori) er den incitamentbaserede motivation fremherskende, og denne relaterer sig til en forestilling om rationel maksimering og 'Homo Economicus'. Frey (1999) har behandlet motivation ud fra et økonomisk rationale eller perspektiv, og han beskriver ovenstående forestilling således:

"He or she is taken to be egoistic and to be interested mainly – and sometimes wholly – in material values (wealth maximization hypothesis). This is the crude model of Homo Economicus which has proved able to explain a surprisingly large share of human behavior." (s.118)

Ifølge disse forestillinger vil individet ikke arbejde, hvis det ikke kompenseres herfor, og det vil uværgeligt forsøge at arbejde så lidt som muligt (ibid:88). Disse forestillinger er ifølge Frey stadig gængse indenfor nutidig økonomisk teori, men er dog – på grund af dens ensidighed og deterministisk-behavioristiske fundering – utilstrækkelige til forklaring af menneskelig adfærd, herunder til forklaring af, hvorfor individet arbejder (ibid:118). Andre og mere humanistisk baserede værdier har også betydning herfor, men da monetære incitamenter er af stor betydning for individets motivation til arbejde, fortrænges andre årsager (dette kalder Frey for *Crowding-Out Effect*) (ibid:ix).

Et andet væsentligt incitament til arbejde er, hvad der kan kaldes for en etisk-social fordring. Ud fra en makrosociologisk samt politisk betragtning arbejder individet for at tilfredsstille behov, der ikke primært er dets egne, men derimod samfundets eller kollektivets. Arbejde har i dette perspektiv en rationel funktion, idet f.eks. velfærd (og i yderste konsekvens samfundets overlevelse) afhænger af, at individet/kollektivet arbejder (Graversen & Larsen 2004:13,15; Grint 2005:7-9). Individet har således en pligt til at arbejde (Tonboe 2004:28-29). Herved understreges et solidarisk og etisk aspekt ved arbejdet

(Grint 2005:313; Husen 1994:136-137; Jakobsen 2004b:78). Disse aspekter er at finde i f.eks. frivilligt og politisk arbejde, og også husarbejde og børneopdragelse (*domestic work*) rummer et pligtsaspekt.

Indtil nu er motivation til arbejde behandlet i, hvad der kan kaldes instrumentel henseende. Arbejdet kan dog også rumme en værdi i sig selv, som individet kan være motiveret i forhold til. Dette leder til inddragelse af begrebsparret ekstrinsisk og intrinsisk motivation, der kan betragtes som en grundlæggende distinktion til forståelse af motivation.

Ekstrinsisk og intrinsisk motivation

Ekstrinsisk motivation "*is a construct that pertains whenever an activity is done in order to attain some seperable outcome.*" (Ryan & Deci 2000:60). I modsætning hertil er intrinsisk motivation kendetegnet ved, at individet engagerer sig i en aktivitet for dens egen skyld (ibid:56). Førstnævnte angår således en aktivitets instrumentelle formål, mens sidstnævnte angår en aktivitet der så at sige er uinstrumentel. Når individet er ekstrinsisk motiveret i forhold til arbejde, arbejder det for opnåelse af fx materielle goder, penge, og social anerkendelse. Når det derimod er intrinsisk motiveret til arbejde, arbejder det, fordi arbejdet i sig selv rummer en tilfredsstillelse og glæde (Graversen & Larsen 2004:35). Dog kan det ekstrinsiske og intrinsiske være indeholdt i arbejdet samtidig, netop fordi arbejdet som en instrumentel aktivitet også kan være tilfredsstillende i sig selv. Således kan individet være motiveret af flere årsager samtidig (kaldet 'mixed motivation' (Scheuer 2000:22)).

I den udstrækning et arbejde er meningsfuldt, synes begge typer af motivation at være gældende for individet: ideelt set bør arbejdet have et overordnet formål, og arbejdet bør i sig selv give individet en tilfredsstillelse. Det synes dog rimeligt at påstå, at nogle typer af arbejde rummer en større grad af mulighed for tilfredsstillelse end andre. Hvis individet er fremmedgjort i forhold til sit arbejde, dvs. hvis det kun er involveret i selve udførelsesfasen af arbejdsprocessen (Husen 1994:63-64), har det formentlig sværere ved at opnå en tilfredsstillelse herved. Måske søger individet ikke nogen særlig tilfredsstillelse ved arbejdet og er udelukkende ekstrinsisk motiveret. 'Homo Economicus' er et idealiseret eksempel herpå.

Det er således forskelligt, hvad der motiverer individet til at arbejde, og det er forskelligt, hvad individet finder værdifuldt ved selve arbejdsprocessen.

Håndværk og kreativitet

Ekstrinsisk og intrinsisk motivation kan relateres til Husens forståelse af arbejdsprocessen. Individet er ekstrinsisk motiveret, når arbejdet udelukkende udføres med henblik på dets hensigt eller mål.

Tilfredsstillelsen ved at udføre et stykke arbejde, den 'skaberglæde', der kan være knyttet hertil samt muligheden for at udnytte sine færdigheder eller talenter i forbindelse hermed, angår selve arbejdet, og den type motivation, som individet kan have i forhold hertil, er intrinsisk. Her berøres to aspekter, der er uløseligt forbundne med arbejdsprocessen, nemlig håndværk og kreativitet.

En håndværker forbindes måske typisk med én, der producerer noget eller som løser et problem vha. en specifik viden. Det interessante i denne sammenhæng er dog ikke, hvad håndværkeren gør, men hvordan og hvorfor han gør det. Håndværk er kendetegnet ved færdighedstilegnelse af teknikker, procedurer, redskaber, materialer m.v. og dét at udføre et stykke arbejde på en saglig og kvalitetsmæssig måde (Sennett 2009:61,90,243; Husen 1994:92-93). Håndværksmæssighed er kendetegnet ved rutine, og kvalitet er et produkt af et højt færdighedsstadium. Således er den gode håndværker optaget af, at gøre tingene godt. C. Wright Mills skrev:

"En arbejder med fornemmelse for håndværk bliver engageret i arbejdet for dets egen skyld; tilfredsstillelsen ved arbejdet bærer lønnen i sig selv." (Mills, i Sennett 2009:37)

Heraf er det klart, at håndværkeren er intrinsisk motiveret. Samtidig er han motiveret af den stolthed, som færdighedstilegnelsen kan give. Herom skriver Sennett (2009):

"Håndværkere føler mest stolthed over færdigheder der modnes. Det er grunden til, at simpel imitation ikke giver nogen vedvarende tilfredsstillelse. Færdigheden skal udvikle sig. Håndværkets langsomme tid fungerer som en kilde til tilfredshed. Praxis indlejrer sig i kroppen, og færdigheden bliver ens egen. Den langsomme håndværkstid muliggør også refleksions- og fantasiarbejdet – hvad trangten til hurtige resultater ikke gør." (s.295-296)

Håndværksmæssig færdighedstilegnelse kan relateres til mening med arbejde, idet en sådan tilegnelse styrker individet i dets selvopfattelse, og fordi tilegnelse kan betragtes som en tilfredsstillelse af individets behov for at lære og udvikle sig. På denne måde er håndværksmæssigt arbejde instrumentelt, men idet det angår selve arbejdsprocessen, er individet også intrinsisk motiveret herfor. Således angår håndværksmæssighed muligheden for at anvende og udvikle færdigheder og talenter, og for at udføre et stykke arbejde, der rummer kvalitet og saglighed. Samtidig rummer det håndværksmæssige arbejde muligheden for individet til at reflektere og benytte sin fantasi. Der synes således at være en direkte kobling mellem håndværk og kreativitet.

Kreativitet er et omfattende begreb, og der synes ikke at være en brugbar videnskabelig definition på, hvad kreativitet er, eller på hvad det vil sige at være kreativ. I forlængelse af Sennetts forståelse af håndværksmæssighed (jf. ovenstående) kan kreativitet forstås som en imaginær eller innovativ løsning

og udførelse af en given opgave (også Choi 2004:189). Denne forståelse vil i det følgende relateres til arbejde, dvs. det kreative aspekt og dets funktion i arbejdsprocessen samt individets motivation herfor. Som nævnt i forbindelse med beskrivelse af selve arbejdsprocessen, er det særligt planlægningsfasen, der rummer mulighed for kreativ udfoldelse. Det er særligt i forbindelse med, *hvordan* arbejdet udføres, og *hvordan* et givent problem løses, at et kreativt aspekt kan indgå. Netop herfor kan kreativitet relateres til alle former for arbejde (Husen 1994:74). Heraf er det klart, at der er forskellige former for kreativitet, ligesom mennesker er kreative på forskellige måder og i forskellig grad. Forskellige former for arbejde fremmer eller kræver ligeledes forskellige former og grader af kreativitet (Sternberg 2006:89). Hvor samlebåndsarbejdet ikke umiddelbart kræver eller fremmer et kreativt aspekt, vil kunstnerisk arbejde i langt videre grad være kreativt betonet. (Heraf kan det dog ikke sluttes, at kunstnere generelt er mere kreative end fx bogførere.)

Af disse beskrivelser kan det udledes, at kreativitet er noget, individet 'har', dvs. en form for evne, og at denne kan udvikles på samme måde som en håndværksmæssig færdighed. Ligesom en håndværksmæssige færdighed er udtryk for en tavs viden (Sennett 2009:59), der på sin vis 'aktiveres' i arbejdet, forholder det sig ifølge Husen (1994) på samme måde med kreativitet:

"At være kreativ forudsætter, at man har adgang til de mere ubevidste lag af sig selv og kan drage nytte af dem. Dette forudsætter igen, at man er i stand til at give slip på sin selvbevidsthed og 'give sig hen'." (1994:76).

Af citatet fremgår det, at kreativitet ikke kan forceres. Derudover er kreativitet forbundet med intuition, der angår arbejdsprocessen som helhed. Som Sennett skriver: *"Det er ved at forestille sig hele processen, at man kan komme udenfor sig selv."* (2009:193-194) Hvad Husen (1994) beskriver som en forudelse om en hensigt (med arbejde), konnoterer en sådan forestilling.

Kreativitet kræver visse understøttende forhold for at kunne 'aktiveres'. Ifølge Sennett var håndværksmæssighed bl.a. kendetegnet ved en langsomhed i de hertil knyttede rutiner. Dette anså han for en grobund for refleksivitet og fantasi (jf. ovenstående, samt *ibid*:58). At kreativitet ikke kan forceres, har således også betydning i forhold til tid. At være kreativ indebærer et element af nytænkning, f.eks. i forhold til løsningen af et givent problem. Dertil kræves refleksion, fantasi og inspiration (jf. ovenstående), og disse aspekter kan i sagens natur ikke kontrolleres eller forceres. Hermed har en tidsdimension betydning for kreativitet eller kreativ udfoldelse. Og samtidig understreges det herved, at der i forhold til kreativitet eller kreativ udfoldelse er et tydeligt processuelt aspekt.

Belønning, incitament eller anerkendelse har også betydning. Hvis ikke individet anerkendes for sin kreativitet, eller hvis kreativitet ligefrem underkendes og betragtes som illegitimt i forhold til en given arbejdsproces, hæmmes muligheden for kreativ udfoldelse (Sternberg 2006:89-90; Choi 2004:190-191).

Det er klart, at kreativitet primært angår selve arbejdsprocessen, idet det er heri, at et kreativt aspekt kan udfoldes. Motivationen for arbejde, hvor et kreativt aspekt indgår, eller som er funderet i kreativitet, er derfor primært intrinsisk (Choi 2004:188). Som Sternberg (2006) skriver:

“Intrinsic, task-focused motivation is (...) essential to creativity. (...) People rarely do truly creative work in an area unless they really love what they are doing and focus on the work rather than the potential rewards.” (s.89).

Interessant er det, at det omvendte også kan gøre sig gældende: er individet intrinsisk motiveret til arbejde, kan dette bevirke, at det udfolder sig kreativt, eller at det 'aktiverer' en kreativ side af sig selv (Ryan & Deci 2000:55). Dette forhold kan relateres til Sennetts forståelse af håndværksmæssighed: Hvis individet er intrinsisk motiveret, vil det per definition være optaget af arbejdet for arbejdets egen skyld og muligheden for anvendelse af færdigheder og talenter. Håndværksmæssighed betyder i denne henseende en færdighedstilegnelse – hvilket i bredere forstand kan forstås som læring – og nysgerrighed og fantasi. Koblingen mellem kreativitet, håndværksmæssighed og intrinsisk motivation er her klar: arbejde for arbejdets egen skyld kan siges at tilsidesætte hensigten eller målet og i den udstrækning, at arbejdet rummer et kreativt element, vil det få karakter af at være leg.

Hermed er jeg tilbage ved Dewey og hans skelnen mellem leg og arbejde. Ifølge Sennett så Dewey et intimt *“forhold mellem problemløsning og problemafdekning, teknik og udtryk, leg og arbejde.”* (2009:288) Og Sennett citerer Dewey: *“Arbejde, der hele tiden gennemsyres af den legende holdning, bliver til kunst.”* (ibid:289).

Som nævnt angår kreativitet primært selve arbejdsprocessen, hvorfor kreativitet og intrinsisk motivation i det ovenstående er kædet sammen. Kreativitet kan dog også være et mål i sig selv: Individet kan være motiveret til at udfolde sig kreativt (i forskellige former og grader), fordi det har et behov herfor. Dette behov kan være relateret til et behov for selvrealisering, og/eller behovet for at udtrykke et selv eller en natur. Inozemtsev (2000) har beskæftiget sig med disse relationer, og skriver: *“Creativity (...) is identical with the process of self-realization and as such acts as a form of the reproduction of the personality.”* (2000:48) Kreativitet og kreativt arbejde bliver hermed instrumentelt, hvormed individet er ekstrinsisk motiveret hertil.

Fagidentitet

I problemstillingen beskrev jeg fagidentitet som værende en faglig selvforståelse, som individet i en vis udstrækning socialiseres til, og som det må formodes at have en egen udlægning af. Formålet med dette afsnit er at nuancere og præcisere denne teoretiske forståelse af fagidentitet.

Selve termen 'fagidentitet' indikerer, at der er tale om en faglig identitet, dvs. noget ved et givent fag, som individet identificerer sig med, og som indgår i dets selvforståelse og identitet. Som nævnt i problemstillingen er individets (kunstnerens) fagidentitet og forståelse af arbejde sammenhængende, idet fagidentitet har betydning for, hvordan individets arbejdsmæssige praksis er formet.

Om identitet

Svend Brinkmann (2008) angiver en senmoderne forståelse af identitet, der er ikke-statisk og *open-ended* og funderet i narrativer. Et menneskes identitet

"betegner det forhold, at tilværelsen ikke blot består af enkeltstående begivenheder, men at vi konstant er i færd med, at binde de enkelte handlinger sammen i en livshistorie." (s.71)

I denne procesorienterede tilgang til begrebet er det reflektive og selvfortolkende centralt. Individet reflekterer og fortolker løbende sine handlinger og forståelsen af sig selv og af sin omverden i forhold til sin livshistorie eller de narrativer, der giver tilværelsen form, kontinuitet og retning (ibid:33, 54-55, 67). Sådanne refleksioner og selvfortolkninger er moralske, idet de er funderede i de værdier, som individet forpligter sig til, og som det benytter som en rettesnor for dets handlinger og adfærd. Sådanne værdier udgør ifølge Brinkmann samlet set individets værdihorisont, dvs. en moralsk ramme, som individet handler eller kan handle indenfor (ibid:28). Denne horisont kan ændre sig over tid og i forhold til individets omverden og opfattelse heraf.

Forholdet mellem identitet og arbejde

Idet arbejde optager en stor del af individets (voksne) liv, har det også stor betydning for individets identitet, selvværd og selvrespekt (Husen 1994:107-108; Leidner 2006; Sennett 1999; Graversen & Larsen 2004; Jacobsen 2004b:79). Arbejde rummer forskellige muligheder, som individet i forskellig grad kan være motiveret til (Casey 1995:82; Billett 2008:187; Graversen & Larsen 2004:33), og individet søger naturligt arbejde, som giver muligheder, der er i overensstemmelse hermed og med dets behov og værdihorisont – kort sagt: arbejde, som giver mening for individet, og som kan bekræfte og forstærke dets identitet (Husen 1994:60-61,106,113; Svendsen 2010:53; Ros m.fl. 1999:61; Brinkmann 2008:28).

Det skal her understreges, at forholdet mellem identitet og arbejde ikke udelukkende er et 'individuelt anliggende'. Derimod spiller mere strukturelt funderede forhold en rolle: (Casey 1999:82, 84). Som Sennett har påpeget, har forholdet mellem arbejde og identitet ændret sig som følge af overgangen mellem det industrielle/moderne og det postindustrielle/senmoderne samfund (Sennett 1999, 2006). Det stilles i dag stadigt højere krav om en omfattende fleksibilitet, og som en konsekvens heraf er individet "*challenged to develop a more individualized type of worker identity.*" (FAME 2008:15-16) (jf. Beck om aftraditionaliserings- og individualiseringsprocesser 1997, 2002) Dette viser tilbage til diskurserne om disciplinering/selvdisciplinering og forbrugerisme (jf. side 41). Individets identitet og forhold til arbejde er således påvirket af mere strukturelle forhold, der i vid udstrækning er indlejret i senmoderne forståelse af arbejde, identitet og refleksivitet (Giddens 1996).

Fagidentitet

Ovenstående om identitet og forholdet mellem identitet og arbejde kan føres tilbage til forståelsen af fagidentitet (som værende en faglig selvforståelse, som individet i en vis udstrækning socialiseres til, og som det må formodes at have en egen udlægning af).

Fagidentitetsbegrebet omfatter to overordnede dele: for det første en faglig identitet, som kan siges at omfatte alle, der beskæftiger sig med faget. Uanset hvad en sådan består af og er funderet i, øver den en socialiserende påvirkning på de, der er beskæftiget indenfor faget. For det andet en faglig identitet, som er individualiseret eller individspecifik. Denne del angår forholdet mellem den praktiserende af faget og selve faget og dette på en måde, der har betydning for individets selvforståelse og identitet.

Fagidentitet relaterer sig overordnet til et givent fag, og den viden og de teknikker, procedurer, normer m.v. der knytter sig hertil. Derudover angår fagidentitet også det felt, hvor viden, teknikker m.v. benyttes. Fagidentitet angår desuden en professionalitet, dvs. en saglighed i forbindelse med udøvelse af faget. Det er heraf klart, at fagidentitet og håndværksmæssighed er relaterede.

I konstruktionen af en fagidentitet indgår aspekter, som enten udgår fra individet selv og fra (hvad jeg vælger at kalde) strukturelle forhold. Sidstnævnte angår særligt markedsstrukturer, uddannelsesinstitutioner og forskellige fagspecifikke fællesskaber. I kraft af disse (og i disse) institutionaliseres forståelser af, hvad en fagidentitet kan eller skal være, og disse øver hver især eller samlet set en påvirkning (socialisering) af individet i dets konstruktion af sin egen specifikke fagidentitet. Ligesom med individets identitet er fagidentiteten dog én, individet i vid udstrækning selv konstruerer. Individet vil forsøge at skabe en overensstemmelse mellem sin værdihorisont og identitet, og de aspekter, som det fag, som det beskæftiger sig med, rummer. Således vil det i vid udstrækning

identificere sig med de værdier, som korresponderer med dets egne: målet eller målene med faget og arbejdet hermed, indstillingen hertil, brug og vægtning af teknikker, processer osv. Kort sagt: måden, at praktisere faget på.

Afrunding af teoridelen

Jeg har i det foregående behandlet de teoretiske aspekter, som findes relevante i forhold til problemstillingen, og som danner et forståelsesmæssigt grundlag for og er redskaber til analysen.

Udviklingstendenser indenfor kunst og kulturøkonomi og beskrivelsen af det kunstneriske arbejdsmarked er inddraget med henblik på en forståelse af den kontekst, som kunstnerne befinder sig i, og i forhold til det indhold, kunstnerne beskæftiger sig med. Bourdieu's teori om kunstneriske felt giver en analytisk ramme til forståelse af de mekanismer og virkninger af en sådan kontekst, herunder særligt i forhold til anerkendelse. Og endelig er arbejds- og fagidentitetsbegrebet inddraget i en senmoderne forståelse, og med disse kan kunstneres forståelse af og motivation til arbejde og den betydning, de tillægger dette, belyses.

Fjerde del: Analyse

Indledning

En strukturering af det empiriske materiale i forhold til en analyse kompliceres af det forhold, at de væsentlige aspekter ved kunstnerisk praksis og deres forhold til markedet – der på et teoretisk plan kan udtrykkes ved begreberne arbejde, fagidentitet og anerkendelse – i vid udstrækning influerer på eller griber ind i hinanden. På baggrund af denne 'erkendelse' har jeg valgt, hvad der kan kaldes en opbyggelig analyse, hvori kunstnernes forhold til markedet belyses fra forskellige vinkler, der tilsammen giver en forståelse af et sådant forhold.

Analysen tager udgangspunkt i kunstnernes grundlæggende forståelse af og indstilling til arbejde. Herefter foretager jeg en lille ekskursion om centrale aspekter ved kunstnernes arbejde, en ekskursion, der bl.a. danner baggrund for den følgende behandling af kunstnernes motivationer til deres arbejde. Disse elementer føres herpå 'ind i' det kunstneriske felt: vha. den Bourdieuske forståelsesramme herfor nuanceres og videreføres analysen, dels i forhold til legitimitets- og anerkendelsesaspekter og dels i forhold til de tidligere beskrevne udviklingstendenser indenfor kunsten og kulturøkonomien.

Præsentation af de medvirkende kunstnere

De seks interviewede kunstnere er mellem 24 og 50 år, tre er kvinder og tre er mænd. Alle er bosat i Københavnsområdet. Tre af kunstnerne har familie og børn, mens to har en kæreste og én er single. Én af kunstnerne er autodidakt, og de andre er akademiuddannede kunstnere (hvoraf én er under uddannelse). Alle kunstnerne beskæftiger sig på forskellig måde med visuel kunst, og flere arbejder med mere end et medie (fx skulptur, video, maleri, tegning, keramik, performance, installation). På nær den studerende ernærer alle sig i dag udelukkende som kunstnere, dvs. de har ikke bijobs udenfor det kunstneriske felt. De primære indtægtskilder er salg og udstilling af værker, og derudover modtager alle (eller har modtaget) legater af forskellig art og størrelse. Kunstnerne har generelt svært ved at opgøre omfanget af deres indtægter. På baggrund af de, som giver et bud herpå, ligger indtægten (ikke omsætningen) mellem ca. 3.000 kr. til ca. 60.000 kr. per måned¹⁹. Dette store spænd afspejler forskelligheden i de interviewedes praksis og til en vis grad også den tid, kunstnerne har været aktive. Kunstnerne har (på nær den studerende) været aktive i mellem 7 til 20 år, og alle har i mindst halvdelen

¹⁹ Disse tal er omregnet på baggrund af de informationer, de interviewede har givet herom. Mens nogle beskriver en månedlig indtægt, henviser andre til en estimeret årlig indtægt eller omsætning.

af deres aktive tid udelukkende ernæret sig som kunstnere. De fire kunstnere, som har været aktive længst, er registrerede som selvstændige erhvervsdrivende.

Alle kunstnerne har i løbet af deres tid som aktive haft kortvarige jobs indenfor det kunstneriske felt (fx undervisning, foredrag m.v.). Langt størsteparten af deres praksis angår dog produktionen af værker og de aktiviteter, der angår salg eller udstilling af disse. De fleste samarbejder med en gallerist, der varetager de fleste økonomisk relaterede aktiviteter.

Idet kunstnerne medvirker anonymt, refererer jeg til disse som hhv. K1, K2, K3, K4, K5, og K6 ud fra den rækkefølge, de er blevet interviewet i. Referencer til disse vil i det følgende være fx: (K2:104-109) reference til interview med K2, linje 104-109 i transskriptionen heraf. Transskriptionerne er vedlagt som bilag på cd'en, der findes bagerst i specialet.

Indstillingen til arbejde – lyst, pligt og professionalisering

Det synes at være en generel opfattelse hos de interviewede kunstnere, at kunstnerisk arbejde adskiller sig fra 'normalt lønarbejde', dvs. mere 'almindelige' typer af arbejde, idet hverken arbejdets form eller indhold er givet på forhånd, og fordi arbejdets resultater (værker), den timelige og mentale indsats og kunstnerens indtjening nærmest er inkommensurable størrelser. Det synes ligefrem at være en indbygget logik i det kunstneriske felt, at der for kunstneren ikke er en naturlig overensstemmelse mellem monetært udbytte og arbejdsindsats (jf. Bourdieu 1993a:39). Generelt set er de værdier, som kunstnerne trækker på i deres arbejde, og som de og deres værker vurderes på, diffuse i kraft af deres symbolske karakter (jf. Bourdieu 1993c:113), og udbyttet af de arbejdsprocesser, hvori et værk skabes, er i højere grad immaterielle og ukvantificerbare end materielle og kvantificerbare.

På baggrund af kunstnernes opfattelse af en adskillelse mellem kunstnerisk arbejde og 'normalt lønarbejde', kunne man foranlediges til at tro, at disse opfattes som diametrale modsætninger – en tro der forstærkes af forestillingen om kunstneren som en bohème, der opponerer mod borgerskabets forståelse af arbejde (Gluck 2000; Bain 2005:29). Dette er ikke tilfældet. Kunstnerne trækker derimod ofte på forståelser, der afspejler begge 'sider'. Dette kommer til udtryk på forskellige måder. Eksempelvis siger K5:

"Jamen, for mig er det arbejde fra ni til fire ligesom ethvert andet arbejde.(...) for mig er det... det er virkelig bare et arbejde som ethvert andet." (K5:384, 399-400)

Og et andet sted:

"...jeg arbejder jo faktisk næsten 24 timer i døgnet – fordi jeg tænker på mine værker hele tiden, og stresser over det. Jeg drømmer faktisk rigtig tit om, at jeg kunne have et almindeligt arbejde, hvor når jeg er færdig klokken fire, så kunne jeg gå hjem og slappe af." (K5:385-388)

De to udsagn kontrasterer tydeligvis hinanden. Selvom K5 betragter arbejdet som kunstner som ethvert andet arbejde, er det i praksis ikke et 'almindeligt' arbejde for hende, idet hun tidsmæssigt og mentalt er involveret konstant. For K2 forholder det sig på nogenlunde samme måde:

"...jeg betragter det egentligt som et 24 timers job. Men altså, jeg går da på arbejde – jeg tager jo af sted hver dag, når den yngste er kommet i skole." (K2:260-261)

Og et andet sted:

"Jeg slapper aldrig rigtig af fra mit arbejde. Jeg er aldrig helt væk fra det. Om jeg så sidder og ser en film, så har jeg en notesbog indenfor rækkevidde, så det er sådan en fuldtidsokkupation." (K2:422-424)

Stort set alle kunstnerne forsøger at strukturere deres arbejde således, at det er tidsmæssigt og fysisk adskilt fra deres fritids- og/eller familieliv. Arbejde er 'noget', man 'tager på', og med 'på' menes her en fysisk lokalitet udenfor hjemmet (et værksted eller et atelier). Denne fysiske lokalitet giver samtidig en form for tidsmæssig strukturering, idet kunstnerne er dér fra ét bestemt tidspunkt til et andet (typisk hver dag). Formålet med disse adskillelser er dobbelt: for det første er det en rent praktisk strukturering, idet f.eks. atelieret er et sted, hvor de har deres materialer og værktøj, og hvor den fysiske udformning af værker kan finde sted, og hvor de kan arbejde koncentreret og uden forstyrrelser. For det andet tilgodeser en sådan strukturering f.eks. familielivet, da børn og ægtefælle typisk strukturerer deres hverdag på lignende måder. (Det er klart, at for de kunstnere, der ikke har børn, er 'kravet' om struktur ikke det samme som for dem, der har børn.)

Adskillelsen mellem arbejde og fritids-/familieliv er dog af mere symbolsk eller formel karakter, idet grænserne herimellem i praksis er mere flydende. Årsagen hertil ligger til dels i karakteren af arbejdet. Den del af den kunstneriske arbejdsproces (dvs. en såkaldt kreativ proces, hvori et værk skabes), hvor den konkrete udformning af et værk typisk finder sted, sker typisk i kunstnernes værksteder eller atelierer (alle har et sådant). Derimod er inspirationsindsamling, bearbejdelse af indtryk og idegenerering aspekter ved processen, der næsten sker konstant. Dette kan ses som en afspejling af ovenstående citater: notesbogen er for K2 hele tiden fremme, og K5 tænker og stresser hele tiden over sine værker. Dette flydende og konstante aspekt er i vid udstrækning kendetegnende for den kunstneriske arbejdsproces, og kan for disse to kunstnere vedkommende betragtes som en omkostning ved det at være kunstner.

De flydende grænser mellem arbejde og fritidsliv/familieliv er dog ikke noget specifikt for kunstnerisk arbejde. K3 pointerer, at det i mange andre fag også kan være svært at definere eller afgrænse, hvornår man er på arbejde, og hvornår man har fri (474-477). Denne opfattelse korresponderer i vid udstrækning med Sennetts (1999:61-63) pointe om, at en stigende grad af fleksibilitet, hjemmearbejde og self-management medfører, at arbejde og fritid flyder sammen. Således kan det flydende og konstante, der kendetegner kunstnerisk arbejde, siges at korrespondere med, hvad der kan kaldes en senmoderne fleksibilitetstendens i forhold til arbejde.

Det er ikke alle kunstnerne, der betragter deres arbejde som et 'arbejde' – eller ligefrem ønsker, at dette ville være mere som et 'normalt lønarbejde'. For K4 rummer betegnelsen 'arbejde' en betydning, der dårligt kan forenes med dét, han beskæftiger sig med. Som han siger:

"Egentlig kan jeg ikke så godt lide at se på det som et arbejde, fordi én af de medvirkende grunde – og måske til overhovedet at blive kunstner – er at kunne leve et liv, som adskiller sig fra et normalt lønarbejde-liv." (K4:321-323)

For K4 hænger et 'traditionelt arbejdsbegreb' og 'et normalt lønarbejde-liv' tydeligvis sammen, og disse betegnelser er for ham inadækvate i forhold til hans forståelse af, hvad kunstnerisk arbejde (og måske endda en kunstnerisk livsstil) er. Diskrepansen mellem arbejdet som kunstner og 'lønarbejde' består hovedsageligt i et pligtaspekt. K4 formulerer det på følgende måde:

"Problemet er netop også – med begrebet arbejde – at det netop har den der negative konnotation – den der pligt-konnotation eller noget man skal, man måske ikke har lyst til. Men på den anden side bruger jeg også dét begreb til – nogen gange til, at motivere mig selv, når der netop er noget, der skal laves færdigt, som jeg ikke har lyst til. Og jeg synes, at der er en stigende del af min aktivitet, som er rent pligtarbejde. Altså næsten kontorarbejde: at skrive ansøgninger, pressemeddelelser, skrive regninger. Det er også en stor del af mit arbejde." (K4:328-333)

K4 distingverer mellem den kunstneriske arbejdsproces – som han sigende betegner som en 'aktivitet' og ikke 'arbejde' – og stort set alle andre opgaver, som han betegner som 'rent pligtarbejde'. Og når et værk skal laves færdigt, bliver lyst afløst af pligt.

K3 fremhæver også et pligt-aspekt, men på en 'omvendt' måde. Selvom flydende tidsmæssige og rumlige grænser ifølge ham ikke er specifikke for kunstnerisk arbejde (jf. ovenstående), er der en væsentlig forskel mellem dette og andre typer af arbejde. Som han siger:

"Jo, men det er ikke ud af pligt. Det er så forskellen. Jeg sidder ikke og har noget – synes jeg generelt – jeg skal lave." (490-491)

K3 forbinder således ikke pligt med særlige typer af opgaver, sådan som K4 gør.

Selvom der til arbejdet som kunstner hører opgaver, der af kunstnerne generelt set forbindes med pligt, forbinder de overordnet set arbejdet som kunstner med lyst og føler sig dermed privilegerede. Men selvom det således i høj grad er 'lysten, der driver værket', betyder dette ikke, at de tager let på deres arbejde – tværtimod arbejder de alle hårdt, dvs. de engagerer sig mentalt og i påfaldende grad tidsmæssigt i deres arbejde. Som K2 siger:

"... man skal knokle for det (...) Jeg ser en tendens til, at dem, der kommer mest [i hendes atelier, hvor der arbejder 19 kunstnere], arbejder mest med sit stof, det er også dem, det måske går bedst for – som har lettest ved at holde karrieren i gang. (...) Selvfølgelig skal der et eller andet til. Hvis du ikke har talentet, så kan du kun nå et vist niveau. Men det der: 'Arbejde, arbejde, arbejde'..."
(K2:391-393, 397-398)

Og K3:

"... det tager rigtig mange år at blive en god kunstner. (...) Det er hårdt arbejde. (...) Kvaliteten – det tager tid. Der er så meget, du skal have styr på, og som du bliver ved med at kunne få styr på."
(957-964)

Med disse udsagn udtrykkes en indstilling til arbejde, som er generel for kunstnerne. For at blive og være en god kunstner, er det nødvendigt at arbejde seriøst og hårdt med 'tingene', og det kræver en vis struktur og selvdisciplin. En positiv og relativ streng indstilling til arbejde er gennemgående for de seks kunstnere: de 'sure' opgaver, der ikke direkte angår den kunstneriske arbejdsproces, og som er forbundet med pligt, synes i høj grad opvejet af det kreative arbejde. En lignende indstilling finder Bain (2005) også i hans undersøgelse om kunstneres selvforståelser²⁰. Som han skriver:

"In practice, artistic production is quite methodical and labour intensive (...) For many artists (...) this flexibility and control translates neither into a light work routine nor permits an easy distinction between the time spent in work activities and that spent in non-work." (s.39)

Kunstnerne udviser en indstilling, der i høj grad minder om, hvad Husen (1994:137) kalder en 'borgerlig' arbejdsmoral, der af ham betegnes som en forpligtelse til arbejde uanset karakteren heraf. Dette kontrasterer umiddelbart forestillingen om kunstnere som boheme-typer (Bourdieu 1993c:130, 1996b:55-57; Eikhof & Haunschild 2007:530). Kunstnerne har mødt boheme-forestillingen og betragter den som en fordom.

Kunstnernes indstilling til arbejde er i en vis udstrækning sammenhængende med, hvad de nogenlunde samstemmende betegner som en stigende konkurrence i 'kunstverdenen', der medfører en tendens til,

²⁰ Bain's undersøgelse er baseret på interview og surveys med firs canadiske kunstnere indenfor det visuelle felt, gennemført i slutningen af 1990'erne.

at kunstnerne bliver mere professionelle i deres indstilling til markedet. Adspurgt om, hvordan markedet for kunstnere kan karakteriseres, svarer K4:

"Jeg vil karakterisere det som ekstremt konkurrencepræget, og meget, meget hårdt. (...) Jeg synes, at jeg mærker en stigende tendens til en markedspræget og meget økonomisk fokuseret kunstverden (...) Du kan helt sikkert nå meget langt i kunstverdenen med marketing." (198-201, 778)

Og K5:

"I dag tror jeg, at vi er blevet (...) meget mere professionelle – meget mere strukturerede. Men det gør ikke, at man mister passionen og ægtheden. Det er ligesom en kombination af de der forskellige ting – at man er forretningskvinde også." (680-683)

Professionaliseringen kommer til udtryk i, at kunstnerne i stigende grad betragter produktionen af værker som en forretning, og mere konkret i, at kunstnerne skriver mere professionelle ansøgninger om støttemidler, at f.eks. pressemeddelelser og tekstmateriale skal være mere professionelt udformet, og at kunstnerne/kunstnere er blevet mere opmærksomme og fokuserede på, hvordan succes kan opnås (jf. K4:220-226, K2: 320-322) – og succes skal her forstås i bred forstand, dvs. målt på indtjening, på muligheder for, at kunne udstille 'de rigtige steder' (jf. K4:220-226) og på anerkendelse. (Dette vender jeg tilbage til.) Overordnet set må kunstnere forholde sig mere og mere strategisk til markedet pga. en stigende konkurrence. Eller som Menger formulerer det: *"An artist's succes often goes along with increasingly strategic choices."* (1999:546)

Indstillingen som udtryk for en håndtering af forholdet til markedet

På baggrund af en stigende konkurrence og en tendens til professionalisering er det ikke overraskende, at kunstnerne udviser en høj arbejdsmoral, og at de forsøger at strukturere deres arbejde. Som K2 pointerer, er det i dag ikke tilstrækkeligt at have et talent – der skal konstant og målrettet arbejde til (665-666). En sådan indstilling til arbejdet som kunstner er i vid udstrækning (blevet) nødvendig, idet konkurrencen mellem kunstnere er stigende (jf. Røyseng et al 2007:10).

Indstillingen til arbejdet kan rimeligvis betragtes som en måde for kunstnerne at håndtere markedsbehov og markedsrelaterede ændringer på, der overordnet set handler om, at kunstnere i stigende grad er nødt til, at gøre positivt og professionelt opmærksom på sig selv, hvis de vil have succes.

Det er dog klart, at det tidsmæssige og mentale engagement, som kunstnerne udviser, i høj grad synes naturligt for karakteren af arbejdet. Med andre ord er kunstnerne opslugte af deres arbejde, fordi det interesserer dem, og fordi de generelt set er motiveret af lyst.

I det følgende vil jeg behandle kunstnernes motivation til arbejde mere indgående og bl.a. nuancere forholdet mellem lyst og pligt. Men inden jeg gør dette, vil jeg foretage en ekskurs om en række grundlæggende aspekter ved kunstnernes arbejde. Ekskursen danner grundlag for en forståelse af motivationer til arbejde og for en forståelse af kunstnernes positioneringer i det kunstneriske felt.

Ekskurs om kunstnernes arbejde

Det kreative input og kunstnerens særlige evner

For alle de interviewede kunstnere er den kunstneriske arbejdsproces præget af forskellige grader af udvikling, overraskelse og usikkerhed. Dette er nærmest en indbygget del af, hvad der kan kaldes en kreativ proces. Selvom nogle dele af processen kan styres eller kontrolleres mere eller bedre end andre, er der således en betydelig grad af noget ukontrollabelt heri. Som nogle af kunstnerne udtrykker det:

"...dét langsomt at se det tage form og vokse frem og skule lynhurtigt tænke: 'Hov, det her holdt alligevel ikke. Nu må jeg finde på en løsning hér'. 'Hvordan gør jeg det her? Skal det forkastes helt, eller skal det ind i noget andet, eller kan jeg redde den på en eller anden måde?'" (K2:520-523)

I relation til Husens (1994) forståelse af arbejdsprocessen er det klart, at målet eller resultatet med processen ikke er givet på forhånd. For kunstnerne er det typisk en forudanelse, en forestilling, et indre billede, en vag ide eller en overordnet tematik, der virker igangsættende. Heller ikke metoden ligger fast, og i sammenhæng med udviklingen af den igangsættende ide m.v. udvikles også metoden undervejs i udførelsen i en eksperimenterende vekselvirkning mellem materiale og (hvad der lidt diffust kan kaldes) kreativitet. En sådan vekselvirkning er ifølge Husen (1994:82) typisk for udførelsesfasen, og dette er i særlig grad at være kendetegnende for den kunstneriske arbejdsproces. Således er den rutine, der er kendetegnende for den mere velkendte og automatiserede udførelse (ibid:79, 84), kun i meget lav grad tilstede her.

For kunstnerne bliver derimod det ikke-velkendte, det åbne og eksperimenterende til rutine (jf. Sennett 2009:267), idet dette kendetegner den arbejdsproces, som for dem er 'almindelig', og som de over tid har udviklet en evne til, at håndtere:

"Du har gjort en masse ting, sådan at du kan opfange de ideer. Så det er ligesom en parathed, kan man sige – en tilstand af parathed." (K3:626-627)

Således kan den kunstneriske arbejdsproces betegnes som 'rutinemæssig anti-rutine', dvs. en slags paradoksalt forventning om og parathed til det uventede og til en vis grad en planlægning af det spontane.

Det er dog forskelligt fra kunstner til kunstner i hvilken grad dette gælder: nogle er mere strukturerede, og søger måske dette bevidst, mens andre er mindre strukturerede. Samtidig er der forskel på, hvad der virker eller benyttes som strukturerende faktorer – det kan være en tematik, en vægtning af det intuitive, de teknikker et særligt medie kræver m.v. Disse forskelle afspejler en høj grad af individualitet i tilgangen til den kunstneriske arbejdsproces (jf. Zolberg 1990:129).

Kunstnerne har generelt svært ved at beskrive og indkredse kreativitet. Begrebets diffuse karakter taget i betragtning er dette ikke overraskende. De benytter ofte termer som 'ide', 'intuition', 'billede' eller 'vision' i forbindelse med deres beskrivelser af den skabende proces (jf. K4:137; K3:616), og disse afspejler den høje grad af ubevidsthed, som karakteriserer det at være eller arbejde kreativt (Husen 1994:76; Sennett 2009:193-194). Som et eksempel herpå siger K3:

"... kreativiteten – det er bare den del af ideerne, du ikke har kontrol over. Det er det, der bare kommer ind i postkassen så at sige." (K3:612-613)

Selve termen 'kreativitet' finder flere af kunstnerne problematisk, fordi kreativitet benyttes i stadig flere og mere dagligdags sammenhænge. Derved udvandes eller relativiseres en forståelse heraf. Denne problematik angår grænserne mellem kunst og det kommercielle og bredere forståelser af det æstetiske (jf. den æstetiseringstendens, som jeg omtalte i teoridelen). K2 siger i forhold til denne problematik:

"Et eller andet sted, så er det jo også fedt nok med 'Kreativiteten ud til folket' og 'Kunsten ud til folket'. Det er fint, at du kan købe alle de her meget billige kunstnermaterialer osv. Problemet er bare – når man så sidestiller det og siger: 'Det er ligeså godt', fordi det er det jo ikke." (K2:910-913)

Her berøres et særdeles vanskeligt, men væsentligt emne for kunstnerne, nemlig kunstnerisk kvalitet og dét særlige, som kunstnerne mener at de kan. Som beskrevet i teoridelen, kan kreativitet forstås som en måde at løse et problem på, der er ukonventionel, imaginær og innovativ. Men det synes at være kunstnernes holdning, at man ved at være ukonventionel, imaginær og innovation ikke nødvendigvis er *kunstnerisk* kreativ. Dertil kræves et eller andet 'mere', der synes at være en slags hybrid mellem talent, og hvad der kan kaldes kunstnerisk viden. Dette 'mere' angår overordnet set dét at tillægge et kunstværk netop dét, der gør, at det bliver et unikt kunstværk (jf. K2:930-935; Bourdieu 1996:186, 299-300). Som K3 siger:

"... det skal være anderledes end det, man har set før. Det kan godt være, at det kun er marginalt anderledes, men det skal alligevel være afgørende marginalt anderledes. Der skal være nogle forskydninger, der skal være et nu, det skal være interessant for os..." (1260-1262)

At være kreativ kan således forstås som en evne til at tillægge et materiale sådanne egenskaber og samtidig at kunne kombinere kunstnerisk form og indhold på en sådan måde, at disse egenskaber træder frem på bedst mulig måde. Denne evne og dét, at evnen iværksættes, kan anses som grundsten i kunstnerens arbejde.

Det processuelle

Kunstnerne fremhæver alle selve det processuelle i arbejdsprocessen, som det mest interessante i deres arbejde. Resultatet eller værket i sin færdige form er generelt mindre interessant. Som K6 siger:

"Det er helt klart udførelsen, som jeg er interesseret i. Altså, det er meget procesorienteret. (...) Det er helt klart processen, som... Det er mens det står på, og jeg arbejder, der er det fedeste."
(563,567-569)

K2 formulerer det på følgende måde:

"...altså, værkerne interesserer mig simpelthen ikke, når de er afsluttede. Så har jeg mistet interessen. Jeg mister allerede interessen, når jeg kan mærke, at 'Nu er det ved at ende. Nu nærmer det sig slutningen'." (510-513)

Dette betyder dog ikke, at det færdige værk i sig selv ikke er vigtigt, men derimod at dét, der efterfølgende sker med værket (f.eks. at det udstilles eller sælges), ikke vedrører selve processen. Da starter en anden type arbejde, der i høj grad involverer en række praktiske forhold som transport, udstilling, salg, opbevaring m.v. Således kan et værk siges at have to stadier: tilblivelse og fremvisning/afsætning. Disse stadier korresponderer i høj grad med to overordnede typer af arbejde, som kunstneren er involveret i: den kunstneriske arbejdsproces – som er forbundet med lyst – og en række mere praktisk orienterede opgaver, der mere forbindes med pligt.

Fremvisningen og modtagelsen af et værk negligeres dog ikke i en sådan opdeling. Det er derimod en naturlig del af dét, der lidt tørt kan kaldes produktionen af kunstobjekter, at der er en modtager i 'den anden ende'. Som K6 formulerer det:

"...det er helt vildt fedt, når folk ser det, jeg laver. Det kan jeg godt lide, fordi det er ikke helt tilfredsstillende nok bare at gå med det alene. Det giver ikke rigtig mening. Det giver mening at få det ud også..." (569-572)

Kunstnerne har generelt dét syn på det færdige værk, at når f.eks. et publikum betragter det på en udstilling, så er det så at sige uden for kunstnerens rækkevidde: kunstneren har ikke kontrol over, hvordan værket beskues og opfattes. Dette er i vid udstrækning et forhold, som kunstnerne accepterer.

Selvom kunstnerne har en ide eller mening med et givent værk, accepterer de, at beskueren danner sin egen mening herom (jf. K4:431-435).

Når den kreative proces så at sige fortsætter med beskueren (jf. Leddy 1994:176), er det interessant for kunstneren. Kuratering eller opsætning af udstillinger angår i høj grad en sådan proces, og denne form for 'efterarbejde' af et værk synes at være mere relevant for kunstnerne end f.eks. salget af værket og de aktiviteter, der knytter sig hertil.

Håndværkets rolle og betydning

I den udstrækning, at kunstneren kan udvikle en evne til at knytte ideer, forestillinger og tematikker sammen med metoder og udførelse, giver det mening at forstå disse som havende et håndværksmæssigt præg. Det håndværksmæssige kan dog ikke sidestilles med det kreative eller med dét at få eller skabe ideer til et værk. Forholdet mellem kreativitet og håndværk kan udtrykkes på følgende måde:

"Så ser man ligesom de her mennesker [i reklamebranchen], der har fantastiske muligheder: der er klippere, der er filmfolk, der er alt muligt. Og så når de frem til et eller andet, som er teknisk helt fantastisk, men som er så røvsygt, fordi de magter ikke at putte noget indhold ind i det. Det bliver helt oppe på overfladen. De mangler ligesom dét, som jeg føler, at jeg kan. Jeg kan måske putte et eller andet... fordi jeg har en historie. Jeg har et eller andet, jeg vil med det. Og de vil egentlig ikke så meget med det." (K2:927-932)

Og K5:

"... du kan jo være en fantastisk maler, men hvis du ikke har noget at sige, så er det jo lige meget." (585-586)

I denne forståelse er teknik redskaber, der kan benyttes til udførelse. Men teknik er kun relevant, hvis den kan anvendes i forhold til et indhold, dvs. en 'historie' eller dét, kunstneren 'vil med det'. Her berøres den ovenfor beskrevne kunstnerisk kreative evne, som kunstnerne har. Hvis form dyrkes blot for formens skyld og det håndværksmæssige kun for dets egen skyld, synes det at være dømt til at blive uinteressant. Form og indhold skal balancere, således at det bliver vedkommende. For at opnå en sådan balance kræves dog ikke kun en kreativ evne, men også godt håndværk. Dette betyder dog ikke, at det håndværksmæssige fylder meget i kunstnerens bevidsthed og i det daglige arbejde. Derimod er det en nødvendig basis, som kunstnerne skaber relativt tidligt i deres karriere, og som de trækker på nærmest som tavs viden (jf. Sennett 2009:59) (men som de til stadighed kan udvikle).

Netop fordi det håndværksmæssige indgår en proces, kan det ikke adskilles fra det kreative aspekt heri:

"...for det meste eller tit har (jeg) en ide eller et billede, som så bliver realiseret gennem den håndværksmæssige proces. For andre kan det måske være anderledes, fordi (...) deres kreativitet eller ideer måske bliver udviklet under det håndværksmæssige. (...) Men der er tit en masse kreative beslutninger i den håndværksmæssige proces alligevel." (K4:409-413)

I den konkrete arbejdsproces er der således ofte praktiske muligheder og begrænsninger, der påvirker udformningen af et værk, og det håndværksmæssige betragter kunstnerne typisk som en evne til at løse de problemer, sådanne muligheder og begrænsninger afføder. På denne vis er håndværket en uadskillelig og integreret del i arbejdsprocessen.

Et andet aspekt ved det håndværksmæssige skal her fremhæves. Dette angår udviklingen af kunstneriske evner, dygtiggørelse og glæden og stoltheden ved at udføre arbejdet godt – hvilket er uløseligt forbundet med selve arbejdsprocessen. I processen får kunstnerne mulighed for at udforske, udvikle og forfine deres kreative evner, således at noget nyt – og hele tiden bedre – kan kreeres. Ved hjælp af en *trial and error*-metodik og vekselvirkning mellem materiale, teknikker og personlige udtryk bevæger de sig hele tiden fremad og udvikler koncepter, formsans, mediekendskab, og teknikker:

"Altså, jeg vil være med til, at være spændt på, hvad der foregår og hvor, det kommer hen ad. Det synes jeg simpelthen er skægt. (...) Min tro er (...) på, at jeg dygtiggør mig selv i en meget gammeldags forstand, hvor jeg simpelthen bliver en bedre maler, fordi jeg hele tiden holder tingene åbne, og fordi jeg kan lave ting sådan mere direkte – på lærredet... uden så meget grovplanlægning." (K3.658-665)

Og K2 siger:

"... jeg (må) hele tiden arbejde, og jeg (må) hele tiden prøve på, at forbedre mig. 'Det må kunne gøres bedre'. Altså, det kan jo være ansporende." (201-202)

De begrænsninger og muligheder, der konstant viser sig i processen, finder kunstnerne stimulerende. I den udstrækning, at udvikling og dygtiggørelse sker via en tilgang præget af åbenhed, fantasi og nysgerrighed, synes grænsen mellem arbejde og leg at blive udvisket (jf. Sennett 2009:273; Choi 2004:188). Om lege-aspektet siger K2:

"...for eksempel arbejder jeg med video. Det synes jeg er ekstremt sjovt. Altså, det kan jeg mærke, at det er 100% lystbetonet. Jeg synes, at det simpelthen er så morsomt."

Int: Er det en leg?

K2: En stor del af det, vil jeg sige, er leg."

Som Sennett (2009:273-274) påpeger, er nedbrydning af grænser og regler gennem forståelse af disse et kendetegn ved legen. Som tidligere beskrevet ligger det nærmest som en naturlighed i kunsten at stille

spørgsmålstegn ved det eksisterende og givne og at eksperimentere med form, indhold, genrer, medier og forbindelserne mellem disse (Robertson & McDaniel 2005:10-11; Stallabrass 2004:53).

Drivkraften bag udvikling og dygtiggørelse er overordnet set kvalitet (jf. Sennett 2009:245; Becker 1982:82-83). Og som K3 i et tidligere citat pointerede, tager kvalitet tid – det tager tid, at blive en god kunstner, fordi der er mange ting, en kunstner skal kunne, og fordi kvalitet ikke kan forceres (K3:957-964; Sennett 2009:253).

Kunstnerne stiller generelt store krav til sig selv og til kvaliteten af deres værker, hvilket kommer til udtryk i en høj grad af selvkritik og selvcensur, men også i deres store tidsmæssige og mentale engagement i arbejdet. Herom siger Husen: *"Kvalitet forudsætter, at et menneske engagerer sig personligt i en arbejdsproces, at han 'går op i' den."* (1994:93)

Det er klart, at kravet om kvalitet og dygtiggørelse ikke udelukkende er en personlig drivkraft. Det skal samtidig ses som en nødvendighed i forhold til et marked, der er præget af konkurrence, og hvor kravet om kvalitet (både fra kunstner og modtager/aftager) korresponderer med anerkendelse eller symbolsk kapital²¹ (Bourdieu 1993c:115, 135-136).

På baggrund af ovenstående kan der siges at være en dobbelthed i tilgangen til det håndværksmæssige: på den ene side en legende tilgang til udvikling og dygtiggørelse og på den anden side en mere alvorlig tilgang til kvalitet, et ærligt udtryk og et relevant og vedkommende indhold. Disse udelukker ikke hinanden, men synes derimod at være til stede samtidigt i kunstnerens arbejde.

Ovenstående illustrerer flere forståelser af det håndværksmæssige. Det angår en praktisk udførelse, brug af teknikker og teknisk kunnen – og i en bredere forstand dygtiggørelse og udvikling også af kreative evner. Hvor kvalitetsaspektet er mest present i førstnævnte forståelse – i den konstante vurdering af den konkrete udførelse – er det en bagvedliggende og mere ubevidst del af sidstnævnte.

Koblingen mellem kreativitet, proces og håndværk

Det kreative input, det håndværksmæssige og det processuelle er nærmest uadskillelige aspekter ved kunstnerens arbejde. Det synes svært at præcisere, hvor f.eks. kreativitet bliver til håndværk og omvendt. Selvom kunstnerne er interesserede i og opmærksomme på det særlige ved disse 'bestanddele', synes de at finde en adskillelse heraf irrelevant. Derimod er deres fokus på værkerne og på deres konkrete form og indhold, og heri knyttes bestanddelene naturligt sammen.

²¹ Her skal kvalitet og kravet herom forstås som relativt i forhold til, hvilken type af publikum, et værk er lavet til, og dennes modtagelse heraf. En overensstemmelse herimellem svarer til de to hierarkiseringsprincipper, Bourdieu angiver for det kunstneriske felt (Bourdieu 1993a).

Ifølge Mangset (2004:152-155) har forandringer indenfor kunsten medført en debat om håndværkets rolle i kunstnerens arbejde. Postmodernismens blandinger af stilarter og medier og konceptkunstens fokus på den kreative ide frem for udførelse – og endda selve værket - har ifølge kritikere bevirket, at det håndværksmæssige er blevet negligeret. Denne debat angår primært en forståelse af det håndværksmæssige, der angår en praktisk udførelse og teknisk kunnen.

Selvom det på baggrund af interviewene er svært at vurdere forholdet mellem ide, udførelse og værk, er det tydeligt, at de er interesserede de muligheder, håndværket giver i forhold til det konkrete værk, og at kvalitet også angår den gode udførelse. Selv for de kunstnere, som beskæftiger sig mest indenfor (hvad der kan kaldes) konceptkunst, er det håndværksmæssige en så integreret del af arbejdsprocessen, at udviklingen af det håndværksmæssige i vid udstrækning er ækvivalent med en udvikling af kreative evner (jf. K4:409-413).

Jeg har fremhævet ovenstående elementer – kreative inputs, processen og det håndværksmæssige – fordi de er centrale i kunstnerens arbejde, og fordi kunstnerne finder en tilfredsstillelse og glæde herved. Således angår elementerne alle kunstnerens motivation til deres arbejde – hvilket er emnet for følgende afsnit.

Kunst af nødvendighed

Jeg har tidligere været inde på, at kunstnerne overordnet set er drevet af lyst i deres arbejde, og at lyst i høj grad forbindes med den kunstneriske arbejdsproces. Samtidig er der nogle opgaver – typisk af praktisk karakter – som de forbinder med pligt. Selvom denne fremstilling giver et fingerpeg om kunstnerens motivation, er det dog kun et fingerpeg. I praksis er deres motivation til arbejde mere kompleks og flertydig.

Nødvendighed, tilfredsstillelse og angst

Når jeg spørger kunstnerne, hvorfor de beskæftiger sig med kunst, er svarene forholdsvist abstrakte: det er på grund af en 'indre nødvendighed' (K2:426), fordi det er 'et kald' (K3:140), en 'eksistentiel tilfredsstillelse' (K6:546-547), 'nærmest noget jeg lever for' (K4:136-137), fordi det er 'en mulighed for, at udvikle sig' (K5:461), og fordi 'det giver et kick' (K1:355). Fælles for disse udsagn er, at de siger noget om graden eller dybden af den betydning, det at beskæftige sig med kunst, har for dem: det er et personligt, presserende anliggende for alle kunstnerne.

Selvom flere af kunstnerne beretter om, at valget af at arbejde som kunstner har været forbundet med tilfældigheder, synes alle at have haft en fornemmelse af, at de skulle være kunstnere. Eller i Bourdieuske termer: alle har i vis grad været disponeret til at blive kunstnerne (2007:92). Eksempelvis siger K1:

"Der var ikke rigtig andre muligheder. (...) Jeg tror, jeg har vidst det, siden jeg var ikke særlig gammel – at det var dét, jeg ville..." (48-51)

Ovenstående korresponderer i høj grad med forestillingen om 'den karismatiske myte' om kunstneren, for hvem kunsten kræver en 'total investering' (Røyseng et al 2007; Sapiro 2008). Termer som 'kald' og 'nødvendighed' indikerer, at kunstnerne ikke har valgt kunsten af fri vilje, men er blevet draget dertil. En sådan forståelse eller forestilling kan virke overdrevet, men er en del af kunstnerens selvforståelse og forståelse af den betydning, kunsten har for dem.

Det er tydeligt, at kunstnerne alle har en følelse af, at de ved at beskæftige sig med kunst er forbundet med noget ægte, autentisk og eksistentielt udfordrende. Eksempelvis siger K6:

"Jeg laver det [kunst] også, fordi jeg så bedre kan holde ud, at (...) være menneske. (...) Det er helt klart en form for sluse, som selvfølgelig handler om, hvordan jeg oplever verden, og har brug for, måske at balancere nogle ting." (318-321)

Via arbejdet med kunsten konfronterer K6 nogle for hende svære indtryk eller erfaringer, som tydeligvis transcenderer det hverdagsagtige, men som ikke desto mindre angår hendes dagligdag. En sådan transcendens 'faciliteres' ved den kreative proces, der på denne måde virker terapeutisk (jf. Rengers & Madden 2000:327).

Samtidig er arbejde med kunst krævende for kunstnerne. At skabe kunst forbindes typisk med en 'total investering' i arbejdet, der i høj grad er en personlig 'investering'. Eksempelvis siger K4 om arbejdsprocessen:

"... der er utrolig meget angst og usikkerhed på sig selv, og det man laver, i den proces. Og hvis jeg ikke havde den der succesoplevelse af og stå, og kigge på noget, som rent faktisk er gjort færdigt, eller som jeg er tilfreds med, så tror jeg, at jeg ville have svært ved, at gennemgå den der proces." (369-373)

Og et andet sted:

"... det er også (...) et eller andet med, at man jo netop viser en del af sig selv – et eller andet sted. (...) Fordi der er jo ikke andre end dig, der har taget beslutning om, at 'det her – det er udstillingsværdigt.'" (617-620)

Det kreative arbejde med dets konstante vurderinger om 'godt' og 'ikke godt nok' og den tvivl, der er forbundet hermed (jf. Selby et al 2005:303), oplever K4 som så hårdt, at han ofte overvejer at stoppe som kunstner. Som han siger:

"Jeg tror, at det er godt for den kunstneriske udvikling og den kreative udvikling. Men jeg tror, at det er skidt på et personligt plan. Jeg tror, at der er mange kunstnere, der er ulykkelige." (600-601)

Som han selv understreger, er dette paradoksalt set i forhold til, at kunstnere generelt set er motiveret af lyst i deres arbejde. Men motivationen til arbejdet har opvejet angsten og tvivlen.

Der er således en 'bagside' eller 'omkostning' ved arbejdet, som i høj grad opleves som personlig. Og denne har kunstnerne alle oplevet, om end i forskellig grad. En sådan omkostning afspejler samtidig de relative høje krav, kunstnerne stiller til sig selv og til deres værker: det er nærmest kun ved en 'total investering' i arbejdet, at kunstnerne opnår det niveau eller den kvalitet, de stræber efter. Sådanne krav er (som tidligere nævnt) ikke kun kunstnernes egne, men til en vis grad også deres omgivers (primært i det kunstneriske felt).

Ovenstående fremhæver graden af den betydning, kunstnerne tillægger dét at beskæftige sig med kunst. Arbejdet bliver overordnet set forbundet med mening, dvs. en høj grad af overensstemmelse mellem de værdier og behov, som kunstnerne søger tilfredsstillet i arbejdet, og som de identificerer sig med – og de muligheder for tilfredsstillelse, arbejder så at sige tilbyder (jf. Husen 1994:60-61; Svendsen 2010). Idet kunstnerne (på dette personlige og relativt abstrakte plan) finder tilfredsstillelse ved arbejdet i sig selv, er de intrinsisk motiverede hertil. Denne type motivation korresponderer også med det processuelle, hvori mere konkrete behov kan siges at imødekommes: her kan de benytte og udvikle deres kreative evner og det håndværksmæssige, og de kan finde både en intellektuel og en mere legende stimulation (jf. Ros et al 1999:56; Zolberg 1990:127; Bourdieu 1996:319-320).

I den udstrækning at arbejdet med kunsten angår kunstnernes personlige behov, synes markedet ikke at være relevant. De aktiviteter, hvorigennem tilfredsstillelsen af sådanne behov sker eller kan ske, er med andre ord ikke direkte rettet mod et marked, dvs. mod et publikum og en mulig indtjening. Derimod engagerer kunstnerne sig heri for deres egen skyld. Det er dog klart, at markedet kan påvirke sådanne aktiviteter, idet f.eks. en høj kvalitet kan være efterspurgt eller forventet af markedet (der her skal forstås som publikum/købere, andre kunstnere/konkurrenter og kritikere). Omvendt kan kunstnernes krav til egne evner og værker være et udtryk for en forventning hos dem om, at markedet stiller visse kvalitative krav.

I det følgende vil jeg beskrive, hvordan sådanne påvirkninger kommer til udtryk. Dette sker under en tematik, som jeg har valgt at kalde 'pengenes indflydelse og tillagte betydning' – en tematik, der også angår kunstnerens motivation til at arbejde.

Pengenes indflydelse og forsøget på kompromisløshed

Kunstnerne har generelt set et flertydigt forhold til penge/økonomiske forhold. Årsagen hertil er, at penge/økonomiske forhold angår både konkrete og mere overordnede forhold, og fordi penge både er 'rare at have', et 'nødvendigt onde' og kan opfattes som en trussel i forhold til en kunstnerisk frihed. Med andre ord udgør penge/økonomiske forhold et komplekst aspekt i forhold til kunstnerens arbejde, herunder ikke mindst i forhold til deres motivation til arbejdet. En sådan kompleksitet afspejler sig til dels i måden, hvorpå kunstnerne taler om penge: til tider er de bevidste, hudløst ærlige og meget pragmatiske i deres forhold til penge/økonomiske forhold, og andre gange udtrykker de sig direkte modsætningsfuldt herom.

Der er for kunstnerne ikke tale om en enten-eller-tankegang i forhold til penge/økonomiske forhold i deres arbejde, som mere økonomisk funderede analyser ofte antyder (Rengers & Madden 2000; Throsby 2007; Menger 1999; Alper & Wassell 2006), og som også findes i den karismatiske myte om kunstneren (jf Røyseng et al 2007). Af ovenstående fremgår det, at kunstnerne generelt set har et mere nuanceret og flertydigt forhold til penge.

Kunstnerne tjener generelt relativt lidt, men dog (for de flestes vedkommende) nok til, at deres 'forretning' kan 'køre rundt'. Alle har dog haft – og synes at forvente, at have – perioder, hvor en indtjening nærmest udebliver. Som K3 siger:

"Det er så lykkedes mig at få tingene til at hænge sammen indtil videre. Nogen gange er det da klart med lodder og trisser i perioder, og så andre gange går det rigtig godt. Og sådan er det bare." (781-783)

En usikker og relativt lav indtjening er en præmis for kunstnerens arbejde, som de i vid udstrækning accepterer. Og det synes at være et økonomisk succesparameter, hvis de kan afsætte deres værker (eller tjene på dem ved udstilling) i et omfang, hvor de kan blive ved med udelukkende at beskæftige sig med at lave kunst uafhængigt af andre former for indtjening. Selvom de fleste af kunstnerne i dag klarer

sig uden andre former for indtjening²², har flere tidligere været nødsaget til at tage arbejde uden for det kunstneriske felt. Dette er ifølge Bain mere reglen end undtagelsen:

“Although the ultimate goal for many artists is financial independence derived entirely from the sale of their own artwork, few artists actually succeed in making sufficient sales to permit a full-time, undisturbed commitment to their art.” (2005:38)

Penge er således i meget høj grad et middel, hvormed de kan vedblive at beskæftige sig med det, de har lyst til og brænder for – frem for et mål i sig selv. Eksempelvis siger K4:

“Altså, jeg vil hellere realisere et stort projekt, end jeg vil flytte ind i en ny og større lejlighed.” (138-139)

Selvom kunstnerne overvejende betragter penge som et middel, skal der 'penge til'. Dette er for kunstnerne ligeså banalt og naturligt, som det må antages at være for alle andre i andre typer fag: der skal penge ind til husleje, mand, ferie, bil, børnenes fritidsaktiviteter – og til atelier, materiale og eventuelt revisor. Kunstnerne er forholdsvis pragmatiske, hvad disse behov angår.

Der er dog forskel på, hvor afhængige kunstnerne er af penge. Mens de tre, der har børn, må forsøge at sikre et vist indtjeningsniveau, er de, der ikke har familie, mere uafhængige økonomisk. K4 er et eksempel på sidstnævnte kategori. Han betegner sig selv som 'fattig' økonomisk set, men 'rig' fordi han føler, at han lever et privilegeret liv, og han lever 'meget ydmygt' (K4:356-361). For at kunne hellige sig kunsten, vælger han familien fra (selvom han ikke udelukker, at han gerne vil stifte familie på et senere tidspunkt). Den økonomiske og familiemæssige uafhængighed, der karakteriserer K4, er således i høj grad selvvalgt. Samtidig er uafhængigheden afgørende for, at han kan tillade sig, at vælge pengene fra, dvs. ikke at lade sig være (personligt) motiveret af penge (K4:138-139, jf. citatet ovenfor).

K4 beskæftiger sig med installations- og performancekunst, som der kun er en relativ lav indtjening forbundet med (K4:96-97). Således er der en vis grad af overensstemmelse mellem livsførelse, økonomisk uafhængighed og den type af kunst, som K4 beskæftiger sig med. I den udstrækning at penge udgør en motivation for ham, er det primært fordi, hans kunstneriske projekter ofte er forbundet med relativt høje udgifter. I denne henseende udgør det økonomiske en stressfaktor, idet han ofte ikke ved, om udgifterne til produktion (senere) bliver dækket ind via f.eks. udstillingshonorarer eller legater. Han beskriver sin indtjeningsform således:

“Det er ofte sådan, at jeg tjener en stor bunke penge på én gang, og så kan der nogle gange gå et halvt år, før jeg tjener noget igen.” (42-43).

²² Årsagen hertil skal primært findes i, at kunstnerne (i det mindste fire af de seks interviewede) er forholdsvis etablerede, og i kraft af deres udstillingsvirksomhed og til del pga. deres uddannelse har de modtaget en række legater, hvormed de har kunnet realisere projekter.

K4 er den af de interviewede kunstnere, hvis økonomi virker mest 'løs' og usikker. Han er i meget høj grad intrinsisk motiveret, og i meget lav grad ekstrinsisk motiveret. Men selvom han repræsenterer en kunstner, hvis arbejde umiddelbart kunne karakteriseres ved en høj grad af kunstnerisk frihed, giver han udtryk for, at penge har en stor betydning herfor:

"...meget, meget ofte er du meget i tvivl om, hvorvidt det er godt eller dårligt – om du overhovedet er på rette vej, eller om du sidder og... Der kommer hele den der eksistentielle angst oveni: 'hvad nu, hvis jeg ikke har penge til at betale husleje den næste måned, og jeg sidder og laver noget lort'? Der er ingen grund til, at gøre det skønnere, end det er." (376-379)

Den i problemstillingen omtalte karakteristik af kunstnere som 'risk-lovers', dvs. for hvem usikkerheden ved kunstnerisk arbejde er forbundet med en oplevet spænding (Menger 1999:544), synes ikke at være dækkende her: i stedet er en økonomisk usikkerhed en præmis, som for K4 er forbundet med angst og tvivl. Hvorvidt han producerer værker, der er gode eller ej, afhænger tilsyneladende af ham selv og hans egne kunstneriske evner og kvalitetskrav. I hans tilfælde hænger indtjening og kunstnerisk kvalitet sammen på en måde, der kommer til at udgøre et psykologisk pres.

K3 er et eksempel på en kunstner, der umiddelbart er mere afhængig af penge (end K4). Han har familie (kone og to børn), hus og et stort værksted med en relativt høj husleje. Han beskæftiger sig udelukkende med maleri og har i flere år kunnet sælge stort set alle sine værker. Dette skyldes ifølge ham selv, at det bl.a. er lettere at sælge malerier (end fx installationer) (K3:321-323, 374). Han er i høj grad bevidst om, at han er nødt til, at tjene penge og accepterer tilsyneladende dette:

"Der er noget, jeg skal udforske. Og det tager tid. Samtidig ved jeg også godt – selvfølgelig ligger der også i det en indsigt i, at jeg også er nødt til, at få lavet nogle billeder, for at kunne sælge dem, og for at kunne tjene penge. Det er klart. Selvfølgelig ved jeg godt det. (...) Jeg har valgt, at leve et (...) almindeligt liv med børn osv., og det kræver jo, at de skal have noget at spise, og at vi skal have et sted at bo. Så er der nødt til, at komme nogle penge ind på en eller anden måde." (400-403)

Selvom bevidstheden om økonomisk afhængighed er til stede, forsøger K3 at holde penge ude af den kunstneriske arbejdsproces:

"Altså, jeg holder økonomien helt, helt væk, og tænker heller ikke på, hvad jeg bruger af penge på materialer og sådan noget. For hvis du først begynder, at tænke på det, jamen så får du en depression. Så kan du lige så godt lade være. Så det kræver, at du hele tiden er i stand til – for mig at se – at fortrænge pengehensyn." (770-773)

Ligesom i eksemplet med K4 fremhæver K3, at det økonomiske pres kan være en betydelig psykologisk belastning.

Hvor K3 fortrænger pengehensyn bevidst og forholder sig forholdsvis nøgternt til penge, udtrykker K2 en større inkonsistens omkring forholdet mellem hendes arbejde og penge. Følgende sekvens illustrerer dette:

”Int: Når du går på arbejde, og laver dét, du laver, er penge så altid en del af det?”

K2: Nej. Nej, slet ikke.

Int: Er det aldrig en del af det?”

K2: Nej.

Int: Er det et eksternt vedhæng...?”

K2: Nej, det er måske også sådan lidt flot, at sige, at det er ikke en del af det. Jeg har en udstilling i Jylland, som snart åbner op, og som er med malerier. Jeg følte mig egentlig ikke specielt glad eller lykkelig, mens jeg stod og malede. Og det var da helt klart sådan en bread-and-butter-ting måske...” (534-541)

Dette modsætningsfyldte svar om penges indflydelse kan genfindes i forskellige former hos de fleste af kunstnerne: penge spiller ikke ind på deres arbejde, men så alligevel...

Årsagen til de modsætningsfyldte svar kan findes i to forhold. For det første modsætter kunstnerne sig generelt penges indflydelse på *den kunstneriske arbejdsproces*. De ønsker med andre ord ikke, at lade sig styre af penge i den kreative proces, både fordi det mindsker lysten eller glæden ved dette arbejde, og fordi de finder det svært at producere noget indenfor på forhånd fastlagte (bestilte eller på anden måde begrænsende) rammer. Derudover betragtes økonomiske hensyn som en trussel mod deres kunstneriske frihed og mod den kvalitet, som de værner om (jf. foregående afsnit). Eksempelvis siger K1 (adspurgt, om han i arbejdet tænker på, at tjene penge):

”...det kan man jo ikke. Hvis du laver noget, for at tjene penge, så tjener du ikke penge på det.”

(219)

For det andet kan kunstnerne til tider lave noget, som de betragter som en *bread-and-butter-ting*, f.eks. værker, de er blevet bestilt til at lave. De penge, der kommer ind herpå, kan så benyttes til at lave ting, de finder en større tilfredsstillelse ved (jf. Bain 2005:39-40; Menger 1999:551). Eksempelvis har K4 undervist på nogle workshop på forskellige kunsthøjskoler og akademier, og adspurgt om det er noget, han har gjort af lyst, svarer han:

”Både og. Jeg gør det selvfølgelig også for pengenes skyld. Det ville være løgn, at påstå andet. Men jeg synes også, at det er spændende.” (176-177)

Der kan således være tilfælde, hvor kunstnerne ikke kan adskille den kunstneriske arbejdsproces og tanken om et muligt salg. En sådan tanke synes endda at være uundgåelig: selv for de kunstnere, der umiddelbart er mest uafhængige af penge, trænger hensynet hertil sig på i deres arbejde.

K3's strategi for at håndtere denne problematik – fortrængning – er tvivlsom, idet han giver udtryk for, at han konstant må tænke på, om han får solgt sine ting:

"Jeg er da hele tiden nødt til, at bilde mig selv ind og sige: 'De her ting – de bliver solgt', eller 'Det får jeg nogle penge ind på'. Det er ikke noget, jeg går og siger til mig selv, når jeg går og kigger på dem (hans malerier), men den følelse må jeg jo have i baghovedet." (766-768)

Samtidig giver han udtryk for en kompromisløshed, der går igen hos alle kunstnerne:

"Jeg ville aldrig gå hen, og lave noget, fordi der var nogen, der sagde: 'Men jeg kunne godt tænke mig det der motiv. Og så skulle det bare være lidt mindre'. Sådan hænger det slet ikke sammen for mig. (...) Jeg er så heldig, at jeg kan få lov til... jeg vil... Men jeg laver ting ud fra min egen lyst, mine egne undersøgelser, og så er der så et marked, der enten aftager dem, eller ikke aftager dem. Og det skifter selvfølgelig." (540-544)

Der er således en modsætning mellem kompromisløshed og nødvendigheden af pengehensyn. Denne modsætning kan samtidig ses som en konflikt mellem to motivationer, der har grund i to modstridende behov, nemlig det personlige og det mere praktiske. Alle kunstnerne er både kompromisløse og underlagt pengehensyn, og befinder sig således i en konstant gråzone. Kompromisløsheden kan i nogen grad betragtes som både en ideologisk stillingtagen og en strategi til håndtering af den usikkerhed, kunstnerne i forskellig grad oplever som en præmis for deres arbejde.

Nødvendigheden af rettet mod markedet

I den udstrækning at denne problematik omhandler kunstnernes tilfredsstillelse og glæden ved arbejdet, har den i grunden ikke noget med det kunstneriske felt og det spil og de kampe, der ifølge Bourdieu karakteriserer dette, at gøre. En væsentlig del af kunstnernes arbejde og motivationer herfor angår med andre ord dem selv: i det indhold, de tillægger et værk, investerer de sig personligt, og den nødvendighed, der kendetegner en stor del af arbejdet, er en personlig nødvendighed. Disse aspekter angår i udgangspunktet ikke et marked.

Som vist kan kunstnerne ikke (altid) holde penge ude af den kunstneriske arbejdsproces, selvom de insisterer herpå. Og dette gælder uanset, hvor meget eller lidt kunstnerne tjener. Behovet for og afhængigheden af at have en vis indtjening presser sig med andre ord på, og kunstnerne må rette sig imod markedet. Som Shorthouse & Strange (2004:50) pointerer, er den autonomi, som kunstnere søger, i bedste fald delvis og under alle omstændigheder skrøbelig.

I det følgende vil jeg føre denne for kunstnerne grundlæggende problematik ind i Bourdieu's kunstneriske felt.

Positioneringer i det kunstneriske felt

Kunst for kunstens skyld?!

Det er tydeligt, at de fleste af kunstnerne gerne vil opfatte dem selv som værende i en 'kunst for kunstens skyld'-position i det kunstneriske felt. (Kunstnerne benytter ikke en sådan betegnelse, og når de taler om dét, Bourdieu kalder det kunstneriske felt, benytter de typisk termerne 'kunstverdenen', 'kunstscenen' og i en snævrere forstand blot 'markedet'.) Der er en række forhold, der underbygger dette, og jeg har i det foregående været inde på nogle af dem: ønsket om økonomisk uafhængighed og kunstnerisk frihed, vægtningen af håndværksmæssig kvalitet, en total investering i kunsten, dvs. det mentale og tidsmæssige engagement i arbejdet og den 'indre nødvendighed'. Disse forhold kan siges at pege mod den 'rene' kunst, og en 'rigtig' måde at beskæftige sig med kunst på, der konnoterer en teoretisk (Bourdieu's) forståelse af positionen 'kunst for kunstens skyld'. ('Rigtig' skal her forstås hierarkisk, dvs. i forhold til autonomi/heteronomi og graden af indvielse i det kunstneriske felt).

Identifikationen med positionen 'kunst for kunstens skyld' afspejles af de værdier, som kunstnerne på forskellig vis fremhæver, og som alle omhandler den 'rene' kunst og muligheden for at beskæftige sig hermed. Dette kommer til udtryk på flere måder. Eksempelvis siger K2:

"Det ville jeg synes var røvsygt, hvis jeg ligesom skulle indrette mig efter en eller anden markedsmechanisme, der sagde, at 'Nu må du kun male klassiske kvinder, for det gjorde du på et tidspunkt'. Det vil jeg ikke gide, for jeg vil lave det, jeg har lyst til her og nu." (K2:847-850)

I forhold til Bourdieu's forståelse af det kunstneriske felt kan K5 her siges at placere sig i en autonom position heri (Bourdieu 1993c:112). K6 positionerer sig i samme position med følgende udsagn:

"... for mig handler det ikke om, at kunne leve af, at være kunstner for enhver pris, og så er det lige meget, hvad det er for noget kunst, jeg laver. Det handler mere om at lave det, jeg gerne vil." (K6:112-114)

I disse to eksempler er lysten det fremtrædende. Det er tydeligt, at dette opfattes som en legitim og ønskværdig motivation (jf. Bourdieu 1993b:75). Eksemplerne kan i øvrigt også ses som et udtryk for, at kunstnerne (bevidst eller ubevidst) identificerer sig med den karismatiske myte om kunstneren (jf. Bain 2005:25-26; Røyseng et al 2007:2).

I forlængelse af dette ønske eller krav om ikke at skulle underlægge sig et marked, kan ses nichen eller varemærket hos kunstneren, dvs. et kendetegn herfor kan f.eks. være en gennemgående tematik i en række værker, en særlig 'streg' eller teknik, som kunstneren anvender, en gennemgående figur eller lignende. Ifølge Bourdieu er det forbundet med prestige, hvis en kunstner kan positionere sig i en distinkt position, og en niche kan være medvirkende til dette (1993c:120). Dog kan en niche også opfattes negativt, idet den vidner om reproduktion, dvs. en brug af afprøvede elementer, som kunstneren har erfaring med virker, dvs. sælger (1993b:106, 108). I denne forstand kommer kunstneren til, at stå for noget velkendt og noget, der efterspørges. Eller som K3 siger:

"Hvis du kigger på det markedsæssigt, så er det jo klart... Så er det tit en fordel, at folk kan genkende, at det er dig, der har lavet det." (K3: 595-596)

For at understrege, at en sådan genkendelighed ikke er noget, som han 'dyrker', siger K3 herefter:

"Jeg synes ikke selv, at jeg har navigeret særlig meget efter det der. Det må jeg indrømme. Det har jeg sgu ikke." (598-599)

K3 knytter nichen og genkendeligheden sammen med en tendens til professionalisering, markedsføring og en strategisk forholde sig til succes. At 'dyrke nicherne' betyder i denne henseende et forsøg på at please markedet (818-826). K3 positionerer sig modsat denne tendens, idet han siger:

"Jeg (er) måske mere min egen verden så at sige. (...) jeg tillader mig selv at lave ting, der stritter i den ene retning og i den anden retning, og eksperimenterer med alt muligt..." (826-828)

K2's og K6's udsagn ovenfor kan betragtes som lignende positioneringer.

Når kunstnerne 'tillader sig selv, at lave ting, der stritter', er det både udtryk for, at de ikke vil underlægge sig markedet og de begrænsende effekter, de oplever eller forestiller sig, at markedet har – men også fordi de overordnet set befinder sig i en økonomisk situation, hvor dette er muligt.

K2, K3 og K5 har i flere år kunnet afsætte en stor del af deres værker. K1 modtager pension, og har en form for sikkerhed deri, hvormed også han kan tillade sig at lade lysten 'drive værket'. K6 er studerende og modtager SU og har endnu ikke en egentlig praksis og kan derfor tillade sig at beskæftige sig med og afprøve det, hun har lyst til. K4 er umiddelbart mest uafhængig af penge og beskæftiger sig med kunst, der rimeligvis kan betragtes som havende et smalt publikum, hvorfor han ikke forventer en særlig stor indtjening og derfor også kan tillade sig en stor grad af uafhængighed i sit arbejde.

Det er klart, at jo større autonomi kunstnerne har eller oplever, des lettere for dem er det at være 'ideologiske', dvs. at lade lysten drive værket og at aspirere til positionen 'kunst for kunstens skyld'. Men på trods af at flere af kunstnerne er forholdsvis etablerede og tjener forholdsvis godt, har de i et vist omfang behov for at distancere sig i forhold til markedet. Eller også – og dette er i mine øjne en ligeså

plausibel forklaring – distancerer flere af kunstnerne sig til markedet, netop fordi de er etablerede og tjener forholdsvis godt. Som et eksempel på sidstnævnte siger K5 (som er den af kunstnerne, der har den største omsætning (1-1½ million årligt de sidste tre år)), at hun holder sin indtjening hemmeligt for hendes kolleger og/eller venner, for

"... du ved også, hvordan det er i Danmark, og 'Uh altså' – folk bliver sure og jaloux. Så det holder jeg helt dæmpet ned." (K5:278-279)

Selvom hun henviser til Janteloven (K5:283), er det tydeligt, at hun har en forestilling om, at hendes relativt høje indtjening ikke stemmer overens med ideen om den frie og uafhængige kunstner (jf. Bourdieu 1993c:116). Og selvom hun er i en økonomisk situation, hvor hun ikke behøver at lade pengehensyn spille ind på den kunstneriske arbejdsproces, ligger det hende på sinde at understrege, at dette ikke er tilfældet. Adspurgt, om tanken om et salg er med i processen, svarer hun:

"Det er den aldrig. Det er den virkelig ikke. Altså, jo - når jeg har lavet værkerne (...) Men det er altså virkelig ikke noget, jeg tænker..." (K5:251-255)

Hun er i høj grad bevidst om, at idet hun har en vis indtjening, kunne dette opfattes som om, at hun lader sig styre af et ønske om økonomisk succes. En sådan bevidsthed er ifølge Bourdieu et udtryk for en feltvirkning: K5 forsvarer sin position, fordi hun er klar over, at f.eks. kritikere eller andre kunstnere vil kunne hævde, at hun ikke er uafhængig af pengehensyn (1993b:101; 1993c:131). Og som Bourdieu pointerer, kan en kunstner ikke ignorere den værdi, som andre i feltet tillægger ham eller hende (eller forestillingen herom)(ibid:137). Desuden bekræfter K5, idet hun forsvarer positionen, sin aspiration hertil.

Dette eksempel og det foregående om autonomi og niches kan betragtes som udtryk for en høj grad af bevidsthed hos kunstnerne om, at der er visse måder at beskæftige sig med kunst på, der rangerer højere end andre. Kunstnerne identificerer sig typisk med værdier, der konnoterer positionen 'kunst for kunstens skyld', idet denne repræsenterer noget ideelt for dem. Som eksemplerne viser, sker en sådan identifikation ofte negativt, dvs. ved en afstandtagen fra de positioner, som kunstnerne finder problematiske (jf. Bourdieu 1993a:59).

Identifikationen med positionen 'kunst for kunstens skyld' er for så vidt ikke overraskende. Ifølge Bourdieu er det naturligt, at kunstnere generelt set vil stræbe efter de positioner, som er forbundet med den højeste grad af prestige og anerkendelse (1993a:39). Selvom en kunstner måske ikke ønsker at positionere sig i feltets mest prestigefyldte position (kunst for kunstens skyld), ved han hvilken 'retning', han skal stræbe i. På denne måde er der et vist strukturelt pres på kunstneren – i det mindste på de, som ikke bevidst skaber kunst fuldstændig på markedets præmisser, og for hvem det derfor vil være

næsten umuligt at indtage denne position. Desuden kan kunstnerne siges, at positionere sig i denne position qua de ovenfor nævnte forhold – kravet og ønsket om kvalitet, kunstnernes intrinsiske motivation, engagementet, den indre nødvendighed, afvisningen eller forsøget på at afvise penge som en motivation. Disse forhold peger mod en dyrkelse af kunsten for dens egen skyld (og for deres egen skyld).

Som adskillige gange før er der dog et relativt stort forbehold, nemlig afhængigheden af markedet: en sådan afhængighed bevirker, at kunstnerne ikke kan indtage positionen 'kunst for kunstens skyld'. For at komme deres positioner nærmere, kan det marked, som kunstnerne retter sig imod, undersøges (og herved belyses samtidig kunstnernes forhold til markedet).

Kunst for hvem?

Det er mit indtryk, at de fleste af kunstnerne i dag generelt set producerer deres værker til et forholdsvist etableret publikum. Dette ses af de gallerister, de benytter, af de steder, de udstiller og af de museer, som køber deres værker. Disse er relativt kendte og velrenommerede. K3 giver en kort karakteristik af det marked, som disse og deres publikum udgør:

"Det kunstneriske marked er vel lidt specielt egentlig, for folk forventer nogle produkter, som egentlig ikke er kommercielle. Samtidig med at de selvfølgelig efterspørger dem, og køber dem i et eller andet omfang. (...) De fleste der køber kunst gør det jo faktisk, fordi de jo også længes efter kunst. De længes jo netop ikke efter noget, som bare er en plakat..." (K3:930-934)

'Kernen' af dette marked eller publikum har formentlig en forholdsvis høj grad af indvielse, dvs. kendskab til kunst i en bred forstand, og en vis købekraft (dvs. en relativ høj kulturel og økonomisk kapital) (Bourdieu 1993a:47-48; Stallabrass 2004:63). Til denne 'kerne' kan tilføjes en gruppe, der tidligere måske ikke ville købe kunst, men som nu viser en interesse heri, bl.a. fordi kunst associeres med det autentiske og unikke. At der således er kommet flere potentielle købere til, fremhæver K3:

"Jeg tror, at der er kommet flere private, som egentlig synes – har fundet ud af, at 'jamen, det er ikke så farligt' – 'det er egentlig meget interessant, at gå på museer, og man kan egentlig også godt købe et maleri, og hænge det op derhjemme. Det kan man faktisk godt'. Jeg har en fornemmelse af, at det gjorde man ikke før i tiden." (330-333)

En sådan gruppe bliver på en måde imødekommet af udviklingstendenser indenfor kunsten og kulturøkonomien, idet grænserne mellem kunst og det hverdagsmæssige i en vis udstrækning er blevet mere diffuse (jf. den tidligere omtalte æstetiseringstendens og postmodernismens mere 'profane' forhold til kunstproduktion) (Warde m.fl. 2007; Silva 2006: Kyndryp m.fl. 2000:15-16, 39; Stallabrass 2004:48). Dette kan siges at have medvirket til at modvirke en 'berøringsangst' ift. at opleve og købe

kunst. Samtidig kan køb af kunst være en identitetsmarkør og forbundet med en vis status (Bourdieu 1984)

I den udstrækning, at der er homologi mellem K3 og hans publikum (jf. Bourdieu 1984:230-235; 1993b:70-72), kan han formentlig placeres forholdsvis 'højt' indenfor indvielses-hierarkiet og rimeligvis mindre 'højt' på autonomi/heteronomi-hierarkiet. Dette gælder også for K2 og K5. K1 henvender sig umiddelbart til samme publikum, men er mindre økonomisk afhængig. K6 har endnu ikke et egentligt publikum, og kan derfor dårligt placeres.

K4 skiller sig lidt ud i forhold til særligt K2, K3 og K5. Han har en baggrund i, hvad der kan kaldes en undergrundscene, hvor han har beskæftiget sig med graffiti. I dag beskæftiger han sig primært med performancekunst og benytter sig bevidst af et underholdningsaspekt heri. Dette bevirker antageligvis, at hans publikum er lidt 'broget': det er både 'Hr. og Fru Jensen', der ikke har en kunstfaglig viden, og samtidig et publikum, der bevidst søger performancekunst (K4:446-449; jf. Bourdieu 1993c:120). K4 er tydeligvis bevidst om, at han – i det han arbejder med et underholdningsaspekt – positionerer sig lidt utraditionelt (i forhold til hans kolleger og de kunstnere, han tilsyneladende sammenligner sig med). Som han siger:

"Det er lidt tabu i kunstverdenen at tale om underholdning. Men jeg synes, at underholdning er et interessant begreb også." (444-445)

K4 har oplevet, at 'folk fra kunstverdenen' diskvalificerede dét, han laver, som værende kunst. Dette er igen udtryk for en feltvirkning: når en kunstner bevæger sig for langt væk fra de 'rene' værdier og dermed bryder *the circle of belief* i kunstfeltet, vil de, hvis positioner potentielt er truede eller anfægtede, sanktionere imod kunstneren, dvs. påpege dennes praksis' illegitimitet (Bourdieu 1993b:80). Herved opretholdes de regler, som feltet virker ved:

"Thus the fundamental laws of the field is constantly reasserted by 'newcomers', who have most interest in the disavowal of self-interest." (ibid:82)

I det K4 bevæger sig i udkanten af det kunstneriske felt (jf. hans publikum), har han så at sige ikke andet at miste end netop hans renommé. I kraft af hans position har han et relativt stort råderum for at eksperimentere, og han eksperimenterer netop med underholdningsbegrebet. Dette er i forhold til hans renommé afgørende: dét, at han netop ikke laver underholdning for underholdningens skyld, men derimod inkorporerer et underholdningsaspekt som et koncept i en slags provokerende hybridkunst, kan han opnå indvielse/prestige. Og netop dette er tilfældet:

"Men som det er med kunstverdenen: hvis det er blevet valideret af én kunstfaglig person, så er de andre som regel også hurtige til, at følge efter." (464-466)

Han har således oplevet, at i det mindste ét værk er blevet valideret. Den mekanisme, som K4 her beretter om, er i en Bourdieusk forstand velkendt: en kunstner (K4) kan 'stige i graderne', hvis en autoritet, der så at sige er højere placeret end ham, validerer (*consecrate*) hans arbejde (1993c:121, 131). Og herved er autoriteten medvirkende til at skabe et ry eller renommé for kunstneren.

Ovenstående illustrerer, at når kunstnerne producerer for et marked, producerer de samtidig også for feltets aktører, dvs. kritikere, andre kunstnere, gallerister – kort sagt: alle, der har en autoritet, dvs. en etableret position i feltet. Da disse autoriteters vurderinger (i forhold til det 'almindelige publikum) er baseret på en højere grad af kunstfaglighed og kendskab til feltets doxa, dvs. at de besidder en højere grad af indvielse og kulturel og symbolsk kapital, kan de så at sige 'ramme' kunstneren 'hårdere'. Dette er en forklaring på, hvorfor de stiller store krav til sig selv: ethvert værk og enhver anden praksis stilles potentielt 'til skue' for disse andre feltaktører. Som Bourdieu skriver:

"... there is no room for naïveté, and every act, every gesture, every event, is (...) 'a sort of nudge or wink between accomplices'." (1993b:109)

Dette er et aspekt, der i høj grad handler om anerkendelse og anerkendelsesmekanismer, hvilket er emnet for det følgende afsnit.

Anerkendelse og spillet

Kunstnerens rettethed mod positionen 'kunst for kunstens skyld' er i Bourdieus forståelse et udtryk for, at de gerne vil opnå anerkendelse og prestige. I denne forstand kan forholdet mellem positioneringer og positioner siges at være et spil, hvor kunstnerne i en vis udstrækning må handle strategisk for at opnå dette. Et væsentligt spørgsmål i denne forbindelse er, hvorvidt kunstnerne spiller spillet – og om de spiller det for spillets eller deres egen skyld. I dette ligger samtidig spørgsmålet om, hvad kunstnerne gerne vil anerkendes for, og fra hvem de søger en anerkendelse. Disse spørgsmål og aspekter, der relaterer sig hertil, vil jeg adressere i det følgende.

Anerkendelse for hvad og af hvem

Når jeg spørger kunstnerne om, hvem de helst vil anerkendes af og hvis mening, der betyder mest for dem, svarer de alle, at det er deres kolleger og andre kunstnere. K4 giver to forklaringer herpå:

"...det er både ud fra et fagligt perspektiv, men det er også fordi det er dem, jeg befinder mig iblandt. Et eller andet sted vil man jo altid gerne anerkendes af den gruppe, man er en del af."
(698-699)

I en Bourdieusk forståelse er dette udtryk for, at kunstnerne anser sig selv som producerende for andre kunstnere/producenter, dvs. indenfor den del af det kunstneriske felt, der af Bourdieu betegnes som feltet for *restricted production*. Selvom det ikke er kunstnernes kolleger og fagfæller, der køber deres værker, har disse i udpræget grad kulturel kapital og en specifik faglig viden, der gør, at disse er i stand til at vurdere kunstnernes arbejde (Bourdieu 1993c:115). Som K5 siger:

“Det er klart – man vil hellere – nogle man synes er vildt inde i kunstverdenen ville være super, hvis de ligesom sagde: ‘Hey – vi synes, at det er fedt det du laver...’ (796-797)

Kunstnerne har generelt en forestilling om, at private købere og publikum i bred forstand ikke har de samme forudsætninger for faglig bedømmelse, som deres *peers* har. Selvom der er en anerkendelse forbundet med salg og publikums 'gunst', er disses vurderinger af et værk ofte mere subjektive end faglige. Dette anser kunstnerne som noget naturligt, og de accepterer, at dén mening, historie, tematik – kort sagt: dets indhold, som et værk kan rumme, og som kunstnerne tillægger en vis værdi og betydning, måske ikke 'opfanges' eller afkodes af en køber eller af publikum (jf. Bourdieu 1993a:31). Derimod har kunstnerne en forventning om, at *peers* i langt højere grad kan 'opfange' eller afkode et værks indhold. Og *peers* forventes bedre at kunne afkode og vurdere mere subtile aspekter ved et værk såsom balance mellem form og indhold, genrekendskab og –spil, brug af teknikker m.v., aspekter som i vid udstrækning kan sammenføres i betegnelsen 'kunstnerisk kvalitet'.

Som tidligere vist, er kvalitet en væsentlig drivkraft for kunstnernes arbejde, og det er derfor ikke unaturligt, at de gerne vil bedømmes på en værks specificitet frem for mere fagligt irrelevante aspekter.

Idet kunstnerne helst vil opnå anerkendelse fra deres kolleger og andre kunstnere, underlægger de sig også et større kvalitetskrav. Og da kvalitet også er et personligt anliggende for kunstnerne, bliver en bedømmelse eller vurdering også personlig. At grænsen mellem det faglige, professionelle og håndværksmæssige er svært at adskille, afspejles også af, at kunstnerne i høj grad identificerer sig med disse aspekter af deres arbejde – de er så at sige en del af deres fagidentitet. K4 siger:

“...den vigtigste anerkendelse er vedrørende min kunst. Jeg vil gerne have en professionel, faglig anerkendelse. (...) Men på et dybere psykologisk plan kan man godt diskutere, hvorvidt det i virkeligheden er anerkendelse af mig som person...” (654-659)

Her synes grænsen mellem fagidentitet og identitet at blive flydende – hvilket synes at være et kendetegn for kunstnerne. De identificerer sig med deres arbejde (et begreb, der også kan siges at blive flydende hos kunstnerne qua deres stærke og personligt funderede motivationer hertil) i en grad, hvor arbejdet bliver langt mere omfattende end blot en måde, hvorpå en indtjening og en stimulation kan opnås. Om dette forhold mellem fagidentitet og det personlige siger K4:

"...så har jeg så min personlige (fagidentitet), som er sådan noget med en vis stolthed i forhold til de kompetencer, jeg har oparbejdet, og de ting jeg laver – de ting som jeg føler, at jeg har udviklet på en eller anden måde." (484-486)

Heri ligger en forståelse, som læner sig op af den karismatiske myte om kunstneren, der kan noget særligt, og dette særlige kan benyttes som en legitimering både indenfor og udenfor det kunstneriske felt (Bain 2005:29; Gluck 2000:369). Den anerkendelse, som kunstnerne søger indenfor feltet (primært hos andre kunstnere og kolleger), synes vigtigere i forhold til mennesker udenfor det kunstneriske felt, der ifølge kunstnerne generelt ikke har den store forståelse for, hvad de laver, og at dette er et arbejde. Dette fordi kunstnerne hermed søger et kollegialt eller fagligt fællesskab, hvor de kan møde forståelse for arbejdsforhold, arbejdsproces, erhvervets usikkerhed m.v. (jf. det indledende citat med K4).

Som jeg vil vise i det følgende, handler anerkendelse ikke udelukkende om faglighed/kvalitet og kunstneren som person, men i høj grad også om markedet.

Anerkendelse som middel – anerkendelse som markedsmechanisme

Kunstnerne er på et praktisk plan afhængige af andres mening om dét, de laver. Som K3 siger:

"Ja, det ville være mærkeligt at sige, at jeg ikke var afhængig af det. Jeg lever jo af det." (1221)

Hvis ikke publikum kan lide det, som kunstnerne laver, køber de i sagens natur ikke deres værker. Selvom der kan tænkes tilfælde, hvor én køber et værk uden måske at kende til kunstneren og måske blot fordi farverne i værket passer til køberens sofa i dennes stue (Poulsen 2008:21), er det rimeligt at antage, at købere i de fleste tilfælde køber et værk, fordi de ser ét eller andet, som de eftertragter (jf. ovenstående om markedet/publikum).

Selvom alle kunstværker kan siges at være unikke, er det klart, at jo 'bedre' et kunstværk er, i jo højere grad efterspørges det (Bourdieu 1996:249). Det er ligeledes klart, at kommerciel kunst ikke er forbundet med de samme kvaliteter (originalitet, autencitet, kunstværkets håndværksmæssige 'niveau' m.v.), som ikke-kommerciel kunst er. Med andre ord har de, der køber (og oplever) kunst, en tendens til at eftertrakte de 'gode' kunstnere og de 'gode' værker. Ifølge Bourdieu handler dette overvejende om distinktion: køber man et værk af en anerkendt kunstner og til en anseelig pris, er det fordi man har en vis kulturel og økonomisk kapital (eller ønsker at signalere, at man har det), og man distingverer sig dermed fra de, som har en lavere kulturel og økonomisk kapital (jf. ovenstående om status, Bourdieu 1984). Hertil kan det anføres, at når Bourdieu fremhæver distinktionen som den primære eller eneste

motivation, undervurderer han samtidig værdien af en æstetisk oplevelse (den æstetiske relation mellem beskuer og værk). Dette vender jeg tilbage til.

Pointen er i denne sammenhæng, at kunstneren ikke alene er afhængig af andres (købernes) mening om sine værker. Han er i høj grad afhængig af, at han har eller får en anerkendelse. Købernes mening er nemlig i høj grad bestemt af den anerkendelse, som kunstneren har eller får (Bourdieu 1993b:76-77). Denne anerkendelse opnår kunstneren strengt taget kun ved, at autoriteter i det kunstneriske felt, dvs. aktører i etablerede positioner, så at sige giver ham eller hende den (ibid:75; 1993c:118; 1996:167). Heraf følger, at kunstneren er afhængig af andre aktører i feltet og disses anerkendelse for at kunne sælge sine værker. Behovet for anerkendelse er således på paradoksvis vis sammenhængende med afhængigheden af penge – der i feltet og særligt i 'kunst for kunstens skyld'-positionen ikke anerkendes. Desuden er det ikke kun kunstnerens værker, der må være anerkendt før 'de sælger'. Det er i høj grad også kunstneren som person, der anerkendes, og som kan udgøre en salgsfaktor. Værket, personen og den *hype* eller diskurs, der kan eksistere herom er ofte dét, der anerkendes. Dette skyldes ifølge Lang & Lang, at:

"...most people are inclined to accept at face value what is said or written about an artist instead of relying on their own independent judgment." (1988:84)

Hvad end en diskurs om en kunstner kan bestå i – om denne har slagtet en hest og opbevaret dele af den i glas, og dermed i nogles øjne har overtrådt en (dyre)etisk grænse²³ eller andet – har kunstneren ingen umiddelbar indflydelse herpå, og han eller hun kan kun forsøge at påvirke de, som ofte udbreder og dermed skaber diskurser.

For at opnå anerkendelse må kunstnerens praksis være synlig for aktører i det kunstneriske felt; en synlighed, der også kan bevirke, at kunstnerens muligheder for f.eks. at udstille øges:

"Visibility, and particularly the degree of visibility that defines renown, provides the artist the sort of momentum that propels him into posterity." (Lang & Lang 1988:85)

For K4 hænger anerkendelse, synlighed og hans kunstneriske muligheder sammen. Som han siger:

"Altså, hvis der ikke er folk i kunstverdenen, som anerkender dét, jeg laver, og som synes, at det er godt eller udstillingsværdigt, jamen så har jeg ikke nogen udstillinger." (642-644)

Han påpeger, at hvis man som kunstner kan 'få foden indenfor' hos en velrenommeret gallerist, og hvis man kan udstille på etablerede steder, giver dette en anerkendelse. Omvendt skal man som kunstner typisk have anerkendelse for at udstille og komme 'i stalden' hos en gallerist. Det er denne 'cirkel', som det især for ukendte og nye kunstnere kan være svært at komme ind i (jf. Bourdieu 1993c:118, 136). En

²³ Her tænkes på 'Hesteslagtingen' af Bjørn Nørgaard og Lene Alder-Petersen i 1970.

måde at gøre dette på er ved at netværke, og kunstnerne er bevidste om vigtigheden heraf. Dette falder dog typisk kunstnerne svært, fordi *networking* typisk opleves som overfladisk, og hvad der kan kaldes et spil for spillets skyld. K2 siger herom:

"Jeg ikke bryder mig om alt det der udenom. Jeg kan for eksempel heller ikke lide ferniseringer. Der er folk, som boltrer sig som fisk i vandet til ferniseringer, og synes, at det er vidunderligt. Jeg synes, at det er dybt overfladisk." (1009-1011)

I den udstrækning at anerkendelse er en motivation i sig selv, må kunstnerne spille det spil, som markedsmekanismerne spiller. Der er tale om en svær balancegang, for prøver kunstneren 'for meget' på at opnå anerkendelse, kan strategien give bagslag, dvs. at kunstneren i stedet kan blive miskendt.

Som vist er kunstnerne modvillige i forhold til at spille et sådant spil. Samtidig er de bevidste om, hvad spillet går ud på, dvs. hvad der kan give anerkendelse (jf. vigtigheden af, at netværke). K4 siger herom:

"... den der succes-økonomi, altså... 'Hvad for gallerier udstiller du på?', og 'Hvor mange offentlige samlinger er du repræsenteret i?' osv. osv. Der er utrolig meget pres og fokus på de der elementer – også udefra. (...) Det synes jeg fylder utrolig meget i ens daglige arbejde og selvopfattelse. Og det kan nogle gange være svært at fokusere på det, som man egentlig synes, var vigtigt, da man startede..." (220-227)

Spillet om anerkendelse kan virke 'forstyrrende' i forhold til det, som kunstnerne gerne og helst vil beskæftige sig med, nemlig at skabe værker og at gøre dette godt. Men anerkendelse er ikke nødvendigvis noget, der angår dette:

"Problemet er bare, at anerkendelsesmekanismer i kunstverdenen er blevet så afhængige af så mange andre ting end kunstneriske relevans eller kvalitet." (K4 664-665)

Ifølge K4 giver anerkendelse en selvforstærkende effekt, og dette kommer til udtryk i, at f.eks. udstillingssteder eller museer fokuserer på kunstnere (og ikke deres værker), *fordi* de er anerkendte. Spillet om anerkendelse bliver i denne henseende til et spil 'for galleriet' (i noget nær bogstavelig forstand): det er ofte kommercielle interesser, der virker styrende for spillet: udstillingssteder og museer bliver i en stigende konkurrence mere fokuserede på de kunstnere, som trækker et publikum til, og publikum tiltrækkes ofte af diskursen om en kunstner snarere end dennes værker. Her spiller det også en rolle, at kunstnerne har en niche eller et varemærke, idet de derved bliver lettere at markedsføre (jf. K2:837-840; Benjamin 1998).

Som en del af spillet om anerkendelse – og som en virkning heraf: indtjening – må en kunstner signalere, at han eller hun er seriøs, professionel og investerer sig selv i kunsten (jf. den karismatiske myte). K4

fortæller, at han kender mange kunstnere, som er nødt til at arbejde ved siden af kunsten, dvs. udenfor det kunstneriske felt. Da dette er forbundet med miskendelse i feltet, lyver de ofte om dette:

"De fleste kunstnere har jo sidejobs. Det er jo meget, meget få, der tjener gode penge på deres kunst. Men det er så bare ikke alle kunstnere, der siger det, når de sidder til møde med en gallerist eller en kurator." (742-744)

Dette er et udtryk for, at kunstnere ofte må spille spillet.

Spillet om anerkendelse kan også være rettet mod andre kunstnere og kolleger. Og her synes spillet at blive til en kamp, hvor kunstnerne – fordi de så at sige kæmper om de samme udstillingssteder, støttekroner og til dels også købere – kan være bange for, om andre stjæler deres ideer. Da jeg spørger K2 om, hvad hendes kollegers mening om det, hun laver, betyder, svare hun:

"Det betyder da helt klart meget, samtidig med at jeg da også er efterhånden så dreven, at jeg godt er klar over, at man kan ikke helt stole på sine kollegaer. Fordi de har også andre – måske ubevidste – motiver. Og motiverne kan måske også være, at det kan også være rart, at få en eller anden ud på et vildspor. Der ligger jo også sådan nogle ting i det – fordi konkurrencen er hård." (1046-1049)

Det kollegiale fællesskab synes her ikke at have meget med fællesskab at gøre. Derimod kan konkurrencen tilsyneladende drive en kunstner til, bevidst eller ubevidst, at ville spolere mulighederne for sin kollega. Dette illustrerer, hvor meget anerkendelse kan betyde i det kunstneriske felt, og de bagsider, det at deltage i feltet, kan medføre.

Anerkendelse, spillet og det væsentlige

Jeg har i det ovenstående fremhævet nogle aspekter ved anerkendelse, der tydeliggør, at anerkendelse i høj grad er et spil, og at anerkendelse i vid udstrækning angår markedet. Kunstnerne vil gerne have anerkendelse i feltet, men hovedsageligt, fordi det fremmer deres muligheder for at udstille, for at kunne sælge deres værker og for at kunne nå ud med deres værker til et publikum. Prestige er tilsyneladende ikke et mål eller en motivation i sig selv. Når kunstnerne søger symbolsk kapital i feltet, er det primært fordi, de gerne vil anerkendes for deres kunst. For at opnå en sådan anerkendelse, må de dog spille spillet, og til en vis grad indordne sig de markedsmekanismer, der er forbundet hermed.

Lige så tydeligt, som dette fremstår, lige så tydeligt er det, at kunstnerne gerne vil undgå spillet. Det er klart, at kunstnerne ikke udelukkende er motiveret af at tjene penge – ligesom de ikke udelukkende ønsker anerkendelse for at kunne tjene penge. Som K2 i et citat ovenfor udtrykker det, så bryder hun sig ikke 'om alt det der udenom'. Spillet er i høj grad netop noget eksternt i forhold til kunstnernes arbejde,

og det, det for dem handler om: at skabe kunst. Ved at rette deres fokus mod dette, retter de samtidig fokus væk fra spillet – og dermed også markedet.

I den udstrækning at Bourdieu's kunstneriske felt angår et spil og kampen om anerkendelse, dvs. en stræben efter symbolsk kapital, er der en del af kunstnerens praksis og selvforståelse, der ikke kan forklares herved. Og dette angår en tilfredsstillende ved arbejdet i sig selv, dvs. ved den kunstneriske arbejdsproces og ved kvaliteten af deres værker og øvrige praksis og det håndværksmæssige, som knytter sig hertil. Teoretisk er det særligt Sennett, der fokuserer på netop dette aspekt ved arbejde (2009), der udfylder dette 'hul'.

Som jeg nævnte tidligere, kan Bourdieu med fokus på distinktion og kapital siges at undervurdere værdien af en æstetisk oplevelse eller erfaring. I relationen mellem beskuer og værk sker der en betydningsdannelse, og det er i princippet kunstneren, der faciliterer en sådan. Uanset hvori en betydningen består, og om den er mere eller mindre i overensstemmelse med kunstnerens hensigt, har den netop betydning for beskueren (Friberg 2006:182,187; Kyndrup 2008:152) – og selvsagt også for kunstneren. Som K3 siger:

"Jeg tror, at jeg har en meget romantisk (...) kunstopfattelse. (...) Jeg tror på, at billedet kan et eller andet en gang imellem, som... Det kan ændre vores syn på os selv i hvert fald, og dermed også på verden. (...) Ud fra sådan en fuldstændig idealistisk indstilling så vil jeg sige, at så tror jeg på, at andre også kan fange noget af dét, jeg også kigger efter. Så derfor giver det mening, at udstille noget." (229-233, 258-260)

Kunstneren kan bevidst søge, at facilitere betydningsdannelsen eller ikke. Uanset hvad opnår kunstneren en tilfredsstillende i arbejdet med kunsten. Og den værdi, de tillægger tilfredsstillende og arbejdet, er nært sammenhængende med deres faglige identitet. Anerkendelse – der kun kan komme 'udefra' – er langt fra uvæsentlig for kunstnerne, men denne angår langt fra altid det, de gerne vil anerkendes for.

Kunstnerens forhold til nye tendenser indenfor kunst og kulturøkonomi

Jeg har i det foregående været inde på en række aspekter, der relaterer sig til de i problemstillingen og teoridelen omtalte nye tendenser/diskurser indenfor kunst og kulturøkonomi: en stigende professionalisering blandt kunstnere, økonomisk afhængighed og kompromisløshed, publikums ønsker og dét, at flere køber kunst, og anerkendelsesmekanismerne ift. markedet. Disse aspekter indgår i det overordnede tema for specialet/analysen, nemlig forholdet mellem kunstnere og markedet.

Jeg vil i dette afsnit belyse aspekter, der mere specifikt angår kunstneres forhold til eller syn på de nye muligheder for kunstnerne ift. et arbejde indenfor områder, der traditionelt set ikke har været deres. Sådanne muligheder er 'opstået' i en kulturøkonomisk diskurs, hvor en *marketisation of culture and culturalisation of the market* medvirker til en opløsning eller opblødning af grænser mellem kunst og populærkultur/visuel kultur (jf. Ellemeier 2003:5; Bourdieu 1993a:39-40).

Kunstnerne udgør en relativ homogen gruppe i den forstand, at deres arbejdes omdrejningspunkt er produktionen af værker, og at deres indtjening næsten udelukkende sker indenfor det, der kan betegnes som et traditionelt marked herfor: via udstillingssteder, gallerister, auktionshuse og direkte salg. Derudover har kunstnerne i forskelligt – men for alles vedkommende begrænset omfang – haft fx udsmyknings- og undervisningsopgaver m.v. Selvom flere af kunstnerne har udstillet i udlandet, retter de sig primært mod et dansk marked. Deres praksis er overordnet set rettet mod forholdsvis etablerede positioner i det kunstneriske felt.

Selvom kunstnerne generelt set ikke retter deres praksis mod de nye muligheder²⁴, synes de i høj grad at være bevidste om, at disse eksisterer og om hvilke potentialer og udfordringer, der knytter sig hertil. En sådan bevidsthed angår typisk forholdsvis konkrete forhold, dvs. forhold, som kunstnerne kan relatere direkte til. Dette kan eksempelvis være kollegaers eller andre kunstneres praksis og/eller erfaringer. Flere af kunstnerne forholder sig dog også mere overordnet til nogle af de tendenser, som de møder i feltet. Eksempelvis siger K5:

"...det er sådan et samfundsfænomen lige nu også, fordi kunstnerne måske også bevæger sig i mange forskellige retninger. Damien Hurst har åbnet restaurant. Jeppe Hein herhjemme har lavet 'Karrierebar', Thomas Jensen har lavet 'Oslobar' (...), og Tal R laver kæmpe modeshows, ikke. Man kan sige, at kunstnere virkelig begynder – mere end nogen sinde tror jeg – at bevæge sig i enormt mange forskellige grænseområder. (805-610)

Ifølge K5 er en væsentlig forklaring på denne tendens, at publikum/markedet efterspørger noget af det, som kunstnere kan. Dette er, at tillægge en form et indhold, der kan have en betydning for den enkelte – et indhold, der er karakteriseret ved det autentiske og immaterielle. Denne forklaring korresponderer med f.eks. Jantzens & Rasmussens (2007) pointe om, at forbrugere i stigende grad efterspørger autencitet og oplevelser, der har en mere personlig og stimulerende betydning. Disse forbrugere synes ikke at skelne mellem det kommercielle og ikke-kommercielle, mellem kunst som underholdning og den 'rene' kunst eller finkultur og populærkultur (Prior 2005:123,125).

²⁴ Som nævnt i metodeløbet, har udvælgelsen af kunstnerne haft et element af tilfældighed, og i kraft her kan det ikke afvises, at jeg har udvalgt kunstnere, der ikke er repræsentative ift. brugen/udnyttelsen af nye markedsmæssige muligheder for kunstnere.

Ifølge K3 henvender kunst, der på forskellige måder indgår i oplevelsesøkonomien – f.eks. i koncept- eller temaudstillinger i en relativt stor skala – sig til publikum/beskuere på en måde, der gør disse til det centrale omdrejningspunkt:

"...man laver noget oplevelse, noget spektakel, noget seværdigt, noget stort, en begivenhed, en event, og det udvikler jå også en bestemt type kunst, og en bestemt form for kunst, og dermed også en bestemt tilgang til værket, og en bestemt interaktion med beskueren typisk. For det er jo netop det, at beskueren bliver så central, så er det jo dét, man skal please (...) Altså, Olafur Eliasson har jo begivet sig ud i, hvor det også er egentlig turisme, der ligefrem er tale om, ikke"
(1097-1114)

Således er den kunst, som indgår i oplevelsesøkonomien, en særlig kunst, dvs. en kunst, der har en nærmest forudbestemt funktion: at *please* beskueren (jf. Ellmeier 2003:5). Denne type kunst falder ind under dét, som Bourdieu betegner som *large-scale production*, der er præget af æstetiske virkemidler (1993c:125; også Benjamin 1998)

K3 positionerer sig i en diametralt modsat og mere (som han selv udtrykker det) 'konservativ' position, hvor den 'meget intime dialog, ofte med en enkelt beskuer', ligger 'indbygget' i værket (1102-1103, 1164-1165). Selvom han siger, at tendensen ikke er en 'skidt udvikling', er det tydeligt, at han betragter sin position som mere legitim end 'oplevelsesøkonomi-kunstnerens':

"Jeg synes, at der er noget af det, som bliver overfladisk (...) der er en masse historier, der går tabt, og der er for lidt information i det – jeg synes, at det er for mager kost meget af det." (1116-1119)

For K3 er det tydeligvis værket eller kunsten, der er det primære – og ikke beskueren (eller kunstneren), som det er tilfældet i oplevelsesøkonomien. Og det er min tolkning, at det for ham netop er fokuset på kunsten/værket, han betragter som mere legitimt. Denne tolkning underbygges af, at oplevelsesøkonomien med dens fokus på beskueren og dennes oplevelse ifølge Bourdieu kun kan betragtes som en anfægtelse af de dominerende normer i det kunstneriske felt, når kunst skabes *for*, og ikke *til* et publikum – og særligt et publikum, der kan betegnes som et massepublikum, dvs. ét, der ikke har (og ikke behøver at have) nogle forudsætninger for at opleve/afkode kunst (1993a:51; 1996:293-294; Prior 2005).

Dette aspekt er i øvrigt relevant ift. kunstnerens vilje til at indgå f.eks. i oplevelsesøkonomien. I den udstrækning, at det for kunstnerne er et mål i sig selv, at deres værker når et publikum, er det typisk, fordi de har en forhåbning om, at værkerne kan betyde noget for eller røre noget i publikum. Selvom det blotte sanseindtryk kan være betydningsfuldt, kræver en afkodning af de mere subtile og indholdsmæssige aspekter ved et værk en vis kulturel kapital (Bourdieu 1993e:221), og dette har massepublikummet ikke (ibid:220). Og jf. beskrivelsen af disses motiver søger de måske slet ikke en

mere kontemplativ oplevelse, endsigende en 'seriøs oplevelse af kunst på kunstens 'betingelser'. Som Robertson & McDaniel 2005:29 formulerer det: *"(the) work of public art brings the potential for meaning to passersby going about their daily lives."* Dette synes at være en (omend overvejende teoretisk funderet) grund til, at kunstnerne ikke retter sig mod oplevelsesøkonomiens spektakler og overfladiske virkemidler og kontakt med publikum.

Når kunstnere beskæftiger sig med kunst i de såkaldte grænseområder, er det ifølge K3 typisk for at supplere en indkomst (371-372). Den ekstra indkomst giver så en mulighed for kunstnerne for at beskæftige sig med deres primære praksis, der så typisk ikke er kommercielt rettet. (Der er dog nogle kunstnere, hvis praksis udelukkende er rettet mod de ovenfor omtalte grænseområder.) Det er tydeligt, at der ifølge kunstnerne er mere eller mindre legitime måder, at beskæftige sig med kunst i de såkaldte grænseområder på. Jeg spurgte K3, om han ville føle, at han 'solgte ud', hvis han fx skulle lave noget for et reklamebureau eller lignende. Hertil svarede han:

"Det kommer an på, hvordan jeg gjorde det. (...) Selvfølgelig kan man misbruge sig selv og sin identitet på en eller anden måde, hvis man ligesom stiller sig frem, og bruger sit navn..." (992-997)

Affinitet med grænseområder synes at være forbundet med en vis 'fare', og det, der trues, er ifølge K3 en sans for originalitet og for en balance mellem form og indhold. Faren består med andre ord i at skabe produkter, der er *form* uden indhold (K3:1027-1033).

K2 adresserer det problematiske ved æstetisk iscenesættelse, der f.eks. kan være benyttet i forhold til design af hverdagsprodukter, styling og indretning, og som ikke tiltrækker hende, *"...fordi jeg er meget stor modstander af det der. Og jeg kan slet ikke se, hvad kunsten skal i det felt..."* (963-964) Der synes at være en tydelig skillelinje mellem kunst og kunst-affilerede varer, og sidstnævnte er netop *varer*, der ikke kan rumme et indhold eller en historie, og som kunstnerne derfor har svært ved at associere sig selv og deres arbejdskraft med. K6 beretter om en medstuderende, som har en lille boligindretningsbutik, og som maler *"sådan noget lidt Bo Bedre-kunst"* (709-710). Herom siger K6:

"...det er fint, at hun gør det. (...) Men det er nok et eksempel på, at det er lidt farligt, at arbejde med design, og at arbejde med... måske også med reklametegninger, som ligger sådan lige ved siden af." (712-714)

I det miljø, som K4 er en del af, bliver dette betragtet som 'lidt utjekket' og illegitimt ift. at beskæftige sig med mere 'seriøs kunst'. Som hun siger: *"Der bliver set lidt skævt til sådan nogle ting."* (703) Dette er samtidig et udtryk for, at der i forhold til hhv. legitim og illegitim praksis knytter sig en os/dem distinktion i det kunstneriske felt (K6:693-694) – en distinktion, der konnoterer Bourdieus forståelse af hhv. 'de ortodokse' og 'kætterne' (1993b:101-102).

Det nye og faglig identitet

Som det er fremgået, er kunstnerne forholdsvis skeptiske overfor de nye tendenser/diskurser og de muligheder, de rummer. Det synes ikke så meget at være de potentielle kommercielle implikationer, der afholder kunstnerne fra at engagere sig i de såkaldte grænseområder. Derimod virker det mere som om, at de ikke umiddelbart kan se en kunstnerisk relevans eller muligheder for et for dem seriøst indhold. Derfor forholder de sig i vid udstrækning desinteresserede ift. grænseområderne.

Den eneste af kunstnerne, der bevidst søger et grænseområde, er K4, der som nævnt benytter sig af et underholdningsaspekt i sine værker. Men idet han har en seriøs og eksperimenterende tilgang hertil, og fordi han bevæger sig indenfor performance-kunst, der kan betragtes som et avantgarde-medie med et relativt snævert publikum, positionerer han sig i en forholdsvis indviet position i feltet.

I den udstrækning at kunstnerne betragter de nye muligheder som 'farlige', kan dette tolkes som et udtryk for, at deres faglige identitet er 'truet'. Dette dog ikke i en direkte og konkret forstand. Derimod kan de tendenser, der placerer beskueren i centrum, og som er funderet i en mere oplevelsesbetonet og 'let' omgang med kunst, siges at forfladige netop de aspekter, som kunstnerne vægter og identificerer sig med (jf. Casey 1995:108). I henhold til Bourdieus forståelse af de mekanismer, hvormed det kunstneriske felt virker, er dette ikke overraskende. Feltet har som helhed en interesse i at 'beskytte' kunsten (og de aktører, der beskæftiger og ernærer sig herved). En professionel indstilling og troen på kunsten som rummende en symbolsk betydning, der har almen interesse, kan virke som en sådan beskyttelse. Eller som Bourdieu (1993c:127) skriver: *"This is undoubtedly a defense against the disenchantment."*

Femte del: Konklusion og perspektivering

Formålet med dette speciale har været at belyse, hvordan kunstnere håndterer spændingsfeltet mellem kunst og økonomi, samt hvordan kunstneres forståelse af arbejde, fagidentitet og anerkendelse er involveret i dette spændingsfelt, og hvordan de nye tendenser/diskurser indenfor kunst og kulturøkonomi påvirker kunstneres praksis.

Analysen af det empiriske materiale viser, at det for kunstnerne er en personlig nødvendighed, at beskæftige sig med kreative processer og at skabe værker, der kan have en betydning for dem selv og for andre. De er i høj grad intrinsisk motiverede til deres arbejde, idet de vægter og finder en tilfredsstillende ved selve processen og det, at udvikle sig selv og kvaliteten af deres værker. De udviser en høj arbejdsmoral og en professionel indstilling til arbejdet, der både udspringer af lysten hertil og af en stigende konkurrence blandt kunstnere på markedet. I den udstrækning, at de er motiverede af penge, er det primært for at muliggøre deres kunstneriske praksis, og for at opfylde mere praktiske behov for dem selv og deres familier. Penge er for dem således overvejende et middel til at sikre muligheden for, at skabe kunst.

Kunstnerne er afhængige af markedet og rettede herimod primært fordi de her kan udstille og sælge deres værker og nå et publikum. Denne afhængighed oplever kunstnerne i vid udstrækning som problematisk, idet de herved har svært ved at holde økonomiske hensyn ude af den kreative proces. Når de indimellem er nødt til at producere værker, for at tjene penge, påvirker det deres lyst til arbejdet. De ønsker derimod selv, at kunne kontrollere arbejdet med kunsten. Denne problematik udgør i alt væsentligt spændingsfeltet mellem kunst og økonomi, og kunstnerne er i høj grad bevidst herom.

Selvom kunstnerne er forskellige og har forskellige praksisser, forsøger de at håndtere dette spændingsfelt på en i vid udstrækning ens måde. Ved at indtage en kompromisløs indstilling til det kreative arbejde, forsøger de at afskærme sig fra økonomiske hensyn. Og ved at indtage en desinteressert holdning til de mekanismer, som markedet fungerer ved – anerkendelse for anerkendelsens og pengenes skyld, nødvendigheden af, at være synlig, tilpasning til publikum m.v. – opnår kunstnerne i det mindste en følelse af, at de selv kontrollerer, hvordan en indtjening kan opnås. Disse håndteringer er udtryk for, at kunstnerne identificerer sig med, og bygger deres fagidentitet på værdier, som i høj grad konnoterer positionen 'kunst for kunstens skyld' i det kunstneriske felt, og som har affinitet med den karismatiske myte om kunstneren.

I den udstrækning, at kunstnerne søger anerkendelse, er det af to årsager. For det første vil de gerne have en faglig og relevant bedømmelse og anerkendelse af deres værker. En sådan søger de typisk hos deres kollegaer og andre kunstnere. For det andet er de afhængige af anerkendelsen, idet denne i en vis udstrækning muliggør indtjeningsmuligheder og/eller udstillingsmuligheder. I forbindelse hermed er anerkendelse i høj grad forbundet med markedsmekanismer og et 'spil for spillets skyld', dvs. en tilpasning til mekanismer, som mere angår feltets øvrige aktører og særligt et publikum, end de angår kunstnerne og deres interesser. Et sådant spil vender kunstnerne sig imod, så vidt det er muligt.

I praksis viser kunstnernes håndteringer af spændingsfeltet mellem kunst og økonomi sig dog ofte at være mere symbolske end realistiske, da kunstnerne ofte må tilpasse sig publikums, galleristers, kritikeres og udstillingssteders forventninger og krav om priser, kvalitet og fleksibilitet, og en forholdsvis stærk konkurrence mellem kunstnere på markedet. De hverken kan eller 'har råd til' at ignorere markedet og den stigende konkurrence. Dette er en mulig forklaring på, hvorfor kunstnerne er hårdtarbejdende og har en professionel indstilling til deres praksis – en indstilling der kommer til udtryk i en til tider strategisk forholde sig til muligheder i det kunstneriske felt og markedet.

Selvom kunstnerne generelt er relativt etablerede og har en relativ god indtjening, ligger de alligevel under for den usikkerhed, som udgør en præmis for deres arbejde. Denne usikkerhed oplever kunstnerne som et personligt pres, der kan bevirke angst og en tvivl på egne evner.

På trods af, at flere af kunstnerne er forholdsvis uafhængige af økonomiske hensyn, distancerer de sig fra mere heteronome eller kommercielt rettede positioner i det kunstneriske felt. Dette er et udtryk for en bevidsthed om, at kommercielle hensyn generelt er forbundet med miskendelse, og at kunstnerne ved, hvad der er forbundet med prestige og anerkendelse. Med Bourdieu's ord kan de siges at rette sig mod de positioner i feltet, der kræver en forholdsvis høj grad af kulturel og dermed symbolsk kapital. Sådanne positioner 'befinder sig' i den del af feltet, der kan betegnes som *the field of restricted production*, dvs. med en begrænset adgang.

Dette bekræftes af, at kunstnerne i høj grad afviser de såkaldt nye muligheder: de 'grænseområder', som kunstnerne kan arbejde i – i forbindelse med oplevelsesøkonomi, design, styling m.v. – betragtes som overvejende irrelevante og uinteressante, idet de forbindes med 'form uden indhold' og det overfladiske. Og når kunsten fx i oplevelsesøkonomien bliver underordnet beskueren, forflyttes fokus fra det, som kunstnerne søger, nemlig en kunst med et betydningsfuldt og betydningsdannende indhold.

Kunstnere er *vidensproducenter* i den udstrækning at de beskæftiger sig med det immaterielle, det innovative og kreative og med formidling. De er bevidste om de processer, hvori et kreativt indhold produceres. Og det er centralt for dem, at disse processer ikke udsættes for påvirkninger udefra, fordi det kreative ikke kan forceres og placeres i alt for strukturerede rammer. Dette er en væsentlig pointe, som dette speciale undersøger af kunstnernes arbejde rummer.

De forhold som kunstnerne arbejder under, og som i vid udstrækning er temporale og usikre, minder om de, som fx Sennett (2006) og Beck (2002) beskriver som projektorienterede og individualistiske. Det er tydeligt, at kunstnerne overvejende ser muligheder frem for begrænsninger heri, og at mulighederne i høj grad angår personlig udvikling og en beskæftigelse med det autentiske og en slags æstetisk livsførelse. Deres faglige identitet er i vid udstrækning funderet i værdier, der kan siges at rumme disse aspekter. Der er med andre ord vis overensstemmelse mellem de behov og motivationer, som kunstnerne har, og de muligheder og udfordringer som deres arbejde rummer. Dog er særligt den økonomiske usikkerhed en 'trussel' mod denne overensstemmelse – og for det kreative arbejde, kunstnerne udfører. Selvom kunstnerne føler sig privilegerede i deres arbejde, er det tydeligt, at de savner nogle understøttende forhold, der modvirker en sådan usikkerhed. Dette er for eksempel et mere imødekommende dagpengesystem. En undersøgelse af sådanne understøttende forhold kunne tænkes at trække på dette speciale.

English Summary

This thesis is about the relationship between artists and the market. Based on the notion, that artists find themselves and their work in an Bourdieuan artistic field based on two extremes, one being the *l'art pour l'art*-position and the other being an marketisation of culture-position, I investigate their position-takings and understandings of this fields and their work in a present, Danish context. The research question I pose is: *How does artists handle the tension between art and economy?* Subordinated to this question I ask, *How is artists' understanding of work, occupational identity and recognition involved in this tension?* And *How does the new discourses about art and cultural economy influence the artists' praxis?* To explore the position-takings and understanding of artists, I rely on qualitative research interviews of six contemporary, visual artists in the Copenhagen area. I use the concepts of work, recognition and occupational identity as operational concepts, and the information the artists supply is primarily analyzed using Bourdieu's notion of the artistic field.

The results of the analysis show that artists are intrinsically motivated to their work, and driven by an inner compulsion to create art. These are concerned foremost with the evolving process of creativity and the quality of their work, and the more personal aspects of this process. Insofar that the artists are motivated extrinsically, that is towards monetary rewards, it is primarily as a means to their continued praxis and survival.

The artists are dependent on the market to make an income, and to sell and exhibit their art. This dependence is viewed as problematic, because it interferes with the autonomy of art making and the satisfaction, that the artists get from art making. In handling this tensional situation they turn away from the market, and attempt a uncompromising and disinterested attitude. This attempt can be seen as identification with the values represented by the *l'art pour l'art*-position. Even so, they still sometimes have to make art for money, and subordinate to the demands of the market and its public. And because art dealers, gallery owners, museums etc. is seen as gatekeepers of artistic opportunity, the artists have to comply with their 'rules' and the 'rules' of the artistic field.

Insofar the artists seek recognition, it is mainly in a professional stance, and primarily from their peers. Recognition is also sought because of its connection with the marketing and sales opportunities it holds. But the artists does not want to participate in this 'game' of recognition or struggle for recognition.

The artists are generally skeptical towards the newer trends and discourses of the cultural economy. Art in these contexts is viewed as superficial and irrelevant, and the pleasing and centering of the public is regarded as problematic because it turns focus the real concern of the artists: making relevant and meaningful art in a enchanted environment.

Bilag 1: Interviewguide

Baggrundsspørgsmål

Hvor gammel er du?

Hvor kommer du fra?

Hvad laver/lavede dine forældre?

Er du gift?

Har du børn?

Har du taget en uddannelse? Hvis ja, hvilke(n)?

Hvor lang tid har du arbejdet som kunstner?

Hvor meget tjener du som kunstner?

- Modtager du finansiel støtte?
- Har du anden indtjening?
- Er du tilfreds med, hvor meget du tjener som kunstner?

Hvorfor blev du kunstner?

Om det kunstneriske marked

Hvilke(n) type(r) kunst beskæftiger du dig med?

Har du en særlig mission med dit virke som kunstner?

Hvordan tjener du penge på kunst?

Hvordan vil du karakterisere det marked, hvor du tjener penge som kunstner?

Hvordan kan man ellers tjene penge som kunstner?

Har kunstnere generelt flere muligheder for, at tjene penge i dag?

Om arbejdsbegrebet

Hvad forstår du ved dét, at arbejde?

Hvad motiverer dig til, at arbejde? Eller: Hvad vil du gerne opnå med, at arbejde?

Hvad kan afholde dig fra, at arbejde?

Hvilken type arbejde foretrækker du?

Hvad karakteriserer kunstnerisk arbejde?

Hvilken rolle spiller det håndværksmæssige for dig?

Om fagidentitet

Hvad forbinder du med dét, at være kunstner?

Må kunstnere tjene penge?

Er det en livsstil, at være kunstner?

Er der nogen særlig frihed forbundet med dét, at være kunstner?

Er der nogen særlige vanskeligheder forbundet med dét, at være kunstner?

Har det nogle konsekvenser for en kunstnerisk frihed, at tage en uddannelse?

I hvilken udstrækning er kunstnerisk arbejde fri for det kommercielle/markedet?

- Er der for dig en skillelinje mellem de to?

Om anerkendelse/legitimitet

Er der noget, man som kunstner helst ikke må beskæftige sig med i dag?

- ...og tjene penge på?

Hvad eller hvor meget betyder andres mening om dét, du laver?

Hvis mening betyder noget for dig?

- Andre kunstneres? Kritikere? Publikum? Familie/venner?

Føler du dig accepteret som kunstner?

Bliver kreativitet og kreativt arbejde efter din mening anerkendt i tilstrækkelig grad?

Transskriptioner af interview

Bilag 2: Transskription af interview med kunster 1 (K1)

Bilag 3: Transskription af interview med kunster 2 (K2)

Bilag 4: Transskription af interview med kunster 3 (K3)

Bilag 5: Transskription af interview med kunster 4 (K4)

Bilag 6: Transskription af interview med kunster 5 (K5)

Bilag 7: Transskription af interview med kunster 6 (K6)

(Disse bilag findes på vedlagte cd, der findes på bagomslaget)

Referencer

- Abbing, Hans (1996): "The Artistic Conscience and the Production of Value", i Klamer, Arjo (red.)(1996): *The Value of Culture. On the relationship between Economics and Arts*. Amsterdam University Press.
- Abbing, Hans (2002): *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*. Amsterdam University Press.
- Bain, Alison (2005): "Constructing an artistic identity", i *Work, Employment & Society*. Vol. 19, side 25-46.
- Bauman, Zygmunt (2004): "Arbejdets storhed og fald" i Jacobsen, Michael Hviid & Tonboe, Jens (red.)(2004): *Arbejdssamfundet*. Hans Reitzels Forlag.
- Beamish, Thomas D. & Biggart, Nicole W. (2006): "Economic Worlds of Work: Uniting Economic Sociology with the Sociology of Work", i Korczynski, Marek, Hodson, Randy & Edwards, Paul K. (red.)(2006): *Social Theory at Work*. Oxford University Press.
- Beck, Ulrich (1997): *Risikosamfundet – på vej mod en ny modernitet*. Hans Reitzels Forlag.
- Beck, Ulrich (2002): *Fagre nye arbejdsverden*. Hans Reitzels Forlag.
- Becker, Howard (1982): *Art Worlds*. University of California Press.
- Bell, Daniel (1976): *The coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. (side 112-119, 212-221, 262-265.) Basic Books.
- Benjamin, Walter (1998): "Kunstværket i dets tekniske reproduktions tidsalder" i *Kulturkritiske Essays*. Gyldendal.
- Bille, Trine (2008): *Creativity at work: labor market and education for artists and the creative industries – some descriptive results from Denmark*. Creative Encounters Working Papers #17. Copenhagen Business School og 'imagine..'.
- Bille, Trine m.fl. (1998): *Billedkunstens økonomiske rum – markedets samlede størrelse*. AKF Forlaget.
- Billett, Stephen (2008): "Exercising Self Through Working Life: Learning, Work and Identity" i Brown, Alan, Kirpal, Simone & Rauner, Felix (red.)(2008): *Identities at Work*. Springer.
- Bisgaard, Ulrik & Friberg, Carsten (2006): "Indledning" i Bisgaard, Ulrik & Friberg, Carsten (2006): *Det æstetiskes aktualitet*. Multivers Academic.
- Boltanski, Luc & Chiapello, Eve (2007): "General Introduction: On the Spirit of Capitalism and the Role of Critique", i Boltanski, Luc & Chiapello, Eve (2007): *The New Spirit of Capitalism*. Verso Books, side 1-53.
- Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction. A social Critique of the Judgement of Taste*. Routledge & Kegan Paul.

- Bourdieu, Pierre (1993a): "The Field of Cultural Production, or: the Economic World Reversed", i *Field of Cultural Production*. Columbia University Press.
- Bourdieu, Pierre (1993b): "The Production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods", i *Field of Cultural Production*. Columbia University Press.
- Bourdieu, Pierre (1993c): "The Market of Symbolic Goods", i *Field of Cultural Production*. Columbia University Press.
- Bourdieu, Pierre (1993d): "Field of power, Literary Field and Habitus" i *Field of Cultural Production*. Columbia University Press.
- Bourdieu, Pierre (1993e): "A Sociological Theory of Art Perception" i *Field of Cultural Production*. Columbia University Press.
- Bourdieu, Pierre (1996a): *Refleksiv sociologi*. Hans Reitzels Forlag.
- Bourdieu, Pierre (1996b): *The Rules of Art. Genesis and Structure of the Literary Field*. Stanford University Press.
- Bourdieu, Pierre (1997a): "Men hvem skabte skaberne", i *Men hvem skabte skaberne – interviews og forelæsninger*. Akademisk Forlag.
- Bourdieu, Pierre (1997b): *Af praktiske grunde. Omkring teorien om menneskelig handlen*. Hans Reitzels Forlag.
- Bourdieu, Pierre (2005): *Udkast til en praksisteori*. Hans Reitzels Forlag.
- Bourdieu, Pierre (2007): *Den praktiske sans*. Hans Reitzels Forlag.
- Bovbjerg, Kirsten Marie (2003): "Selvets disciplinering – en ny pagt i arbejdslivet" i *Tidsskrift for Arbejdsliv*, vol. 5, nr. 3, side 41-58.
- Braembussche, Antoon van den (1996): "The Value of Art", i Klamer, Arjo (red.)(1996): *The Value of Culture. On the relationship between Economics and Arts*. Amsterdam University Press.
- Brinkmann, Svend (2008): *Identitet. Udfordringer i forbrugersamfundet*. Forlaget Klim.
- Bunkenborg, Claus & Lommer, Karin (1995): *Kunstmuseer og billedkunst ved en kulturpolitisk skillevej*. Forlaget Klim.
- Burke, Peter J. & Stets, Jan E. (2009): *Identity Theory*. Oxford University Press.
- Casey, Catherine (1995): *Work, Self and Society – After Industrialism*. Routledge.
- Chan, Tak Wing (2007): "Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England" i *European Sociological Review*. Vol. 23, nr. 1, side 1-19.
- Choi, Jin Nam (2004): "Individual and Contextual Predictors of Creative Performance: The Mediating Role of Psychological Processes" i *Creativity Research Journal*, vol 16, nr. 2-3, side 187-199.
- Conde, Idaline (2009): "Artists as Vulnerable Workers". CIES e-Working Paper nr. 17.

- Danto, Arthur (1964): "The artworld" i *Journal of Philosophy*. Vol. 61, side 571-584.
- Delanty, Gerard (2005): "Constructivism and Realism" i Delanty, Gerard (2005): *Social Science*. Open University Press.
- Eikhof, Doris Ruth & Haunschild, Axel (2007): "For art's sake! Artistic and economic logics in creative production", i *Journal of Organizational Behavior*. Vol. 28, side 523-538.
- Ellmeier, Andrea (2003): "Cultural Entrepreneurialism: on the changing relation between the arts, culture and employment", i *International Journal of Cultural Policy*. Vol. 9, nr. 1, side 3-16.
- FAME (2008): "Decomposing and Recomposing Occupational Identities – A Survey of Theoretical Concepts" i Brown, Alan, Kirpal, Simone & Rauner, Felix (red.)(2008): *Identities at Work*. Springer.
- Florida, Richard (2005): *Den kreative klasse – og hvordan den forandrer arbejde, fritid, samfund og hverdagsliv*. Forlaget Klim.
- Frey, Bruno (1997): *Not Just for the Money. An Economical Theory of Personal Motivation*. Edward Elgar Publishing.
- Friberg, Carsten (2006): "Æstetisk værdi" i Bisgaard, Ulrik & Friberg, Carsten (2006): *Det æstetiskes aktualitet*. Multivers Academic.
- Giddens, Anthony (1976): "The form of explanatory accounts" i *New Rules of Sociological Methods: A Positive critique of Interpretive Sociologies*. Hutchinson & Co.
- Giddens, Anthony (1996): *Modernitet og selvidentitet*. Hans Reitzels Forlag.
- Gluck, Mary (2000): "Theorizing the Cultural Roots of the Bohemian Artist", i *Modernism/Modernity*. Vol. 7, nr. 3, side 351-378.
- Gombrich, E. H. (1992): *Kunstens historie*. Gyldendalske Boghandel, Nordisk Forlag A/S.
- Grenfell, Michael & Hardy, Cheryl (2007): *Art Rules. Pierre Bourdieu and the Visual Arts*. Berg Publishers.
- Grint, Keith (2005): *The Sociology of Work*. Polity Press.
- Højbjerg, Henriette (2005): "Hermeneutik" i Fuglsang, Lars & Olsen, Poul Bitsch (red.)(2005): *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne*. Roskilde Universitetsforlag.
- Husen, Michael (1994): *Arbejde og identitet*. Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck.
- Imagine...(2010): Definition af 'kreative industrier'. Af 'Imagine...Creative Industries Research', Copenhagen Business School. På http://www.cbs.dk/forskning/institutter_centre/institutter/Imagine/menu/forskningsprofil. Download 18/5-2010.
- Inozemtsev, Vladislav (1999): "Work, Creativity, and the Economy" i *Society*, January/February-volume, side 45-54.
- Jacobsen, Michael Hviid & Willig, Rasmus (2008): "Indledning" i Jacobsen, Michael Hviid & Willig, Rasmus (red.)(2008): *Anerkendelsespolitik*. Syddansk Universitetsforlag.

- Jacobsen, Michael Hviid (2004a): "Forord", i Jacobsen, Michael Hviid & Tonboe, Jens (red.)(2004): *Arbejdssamfundet*. Hans Reitzels Forlag.
- Jacobsen, Michael Hviid (2004b): "Fra moderne arbejdsetik til senmoderne selvvalgt slaveri? En kritisk analyse af arbejdets betydning hos Bauman, Beck og Sennett", i Jacobsen, Michael Hviid & Tonboe, Jens (red.)(2004): *Arbejdssamfundet*. Hans Reitzels Forlag.
- Jantzen, Christian & Østergaard, Per (2007): "NYD DET! NYD DET! Den moderne hedonisme og dens mentalhistoriske forudsætninger" i Jantzen, Christian & Rasmussen, Tove Arendt (red.)(2007): *Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug*. Aalborg Universitetsforlag.
- Jantzen, Christian & Rasmussen, Tove Arendt (2007): "Oplevelsesøkonomiens historiske og psykologiske forudsætninger" i Jantzen, Christian & Rasmussen, Tove Arendt (red.)(2007): *Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug*. Aalborg Universitetsforlag.
- Johnson, Randall (1993): "Editor's Introduction: Pierre Bourdieu on Art, Literature and Culture" i Bourdieu, Pierre (1993): *Field of Cultural Production*. Columbia University Press.
- Kosmela, Katarzyna (2007): "The Identity Paradox? Reflections on Fluid Identity of Female Artists", i *Culture & Organisation*. Vol. 13, nr. 1, side 37-53.
- Kristensen, Erik (2008): "Kapitalismens nye ånd og økonomiske hamskifte – Boltanski og Chiapello og tesen om den kognitive kapitalisme", i *Dansk Sociologi*. Vol. 19, nr. 2, side 87-108.
- KUR (2009): *Beskæftigelsesrapport 2009. Dimittender fra de kunstneriske og kulturelle uddannelser under Kulturministeriet*. Udarbejdet og udgivet af KUR (Kulturministeriets Rektorer), Kulturministeriet og Danmarks Statistik.
- Kvale, Steinar (1997): *InterView. En introduktion til det kvalitative forskningsinterview*. Hans Reitzels Forlag.
- Kyndrup, Morten m.fl. (2000): *Kulturens fremtid. Æstetik uden grænser*. Rapport udarbejdet for og udgivet af Forskningsrådet for Kultur og Kommunikation.
- Kyndrup, Morten (2008): *Den æstetiske relation*. Gyldendal.
- Lang, Gladys E. & Lang, Kurt (1988): "Recognition and Renown: The Survival of Artistic Reputation" i *American Journal of Sociology*. Vol. 94, nr. 1, side 79-109.
- Latham, Gary P. & Pinder, Craig C. (2005): "Work Motivation Theory and Research at the Dawn of the Twenty-First Century", i *Annual Review of Psychology*. Vol. 56, side 485-516.
- Leddy, Thomas (1994): "A Pragmatist Theory of Artistic Creativity" i *Journal of Value Inquiry*. Vol. 28, side 169-180.
- Leidner, Robin (2006): "Identity and Work", i Korczynski, Marek, Hodson, Randy & Edwards, Paul K. (red.)(2006): *Social Theory at Work*. Oxford University Press.

- Mangset, Per (2004): *Mange er kalt, men få er utvalgt. Kunstnerroller i endring*. Rapport nr. 215. Telemarksforskning-BØ.
- McFall, Liz (2004): "The culturalization of work in the 'new economy': an historical view" i Jensen, Torben E. & Westenholz, Ann (red.)(2004): *Identity in the Age of the New Economy. Life in Temporary and Scattered Work Practices*. Edward Elgar Publishing.
- Menger, Pierre Michel (1999): "Artistic Labor Markets and Careers", i *Annual Review of Sociology*. Vol. 25, side 541-574.
- Menger, Pierre Michel (2006): "Artistic Labor Markets: Contingent Work, Excess Supply and Occupational Risk Management", i Ginsburgh, Victor A. & Throsby, David (red.)(2006): *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Volume 1. North-Holland/Elsevier.
- Nielsen, Henrik Kaare (1993): *Kultur og modernitet*. Aarhus Universitetsforlag.
- Nielsen, Kurt Aagaard (1995): "Farvel til arbejdssamfundet? – om arbejdets tab af moralsk betydning", i *Arbejderhistorie*. Nr. 4, side 112-119.
- Oxford English Dictionary (2010): "Recognition". Opslag på www.oed.com (Download 20-09-2010).
- Petersen, Anders (2006): "Autencitet og anerkendelse – Charles Taylors kulturkritik" i Lund, Henrik S., Petersen, Anders, Schramm, Moritz & Willig, Rasmus (red.)(2006): *Fordringen på anerkendelse*. Forlaget Klim.
- Poulsen, Nina (2008): *The Art of Selling Art*. Working paper for Creative Encounters. Imagine.. og Copenhagen Business School.
- Prieur, Annick & Sestoft, Carsten (2006): *Pierre Bourdieu. En introduktion*. Hans Reitzels Forlag.
- Prieur, Annick (2005): "Forord" til Bourdieu, Pierre (2005): *Udkast til en praksisteori*. Hans Reitzels Forlag.
- Prior, Nick (2005): "A Question of Perception: Bourdieu, Art and the Postmodern" i *The British Journal of Sociology*. Vol. 56, nr. 1, side 123-139.
- Ransome, Paul (1999): *Sociology and the Future of Work. Contemporary discourses and debates*. Ashgate Publishing.
- Rengers, Merijn & Madden, Christopher (2000): "Living Art: Artists between Making Art and Making a Living", i *Australian Bulletin of Labour*. Vol. 26, nr. 4, side 325-354.
- Robertson, Jean & McDaniel, Craig (2005): *Themes of Contemporary Art. Visual Art After 1980*. Oxford University Press.
- Ros, Maria et al (1999): "Basic Individual Values, Work Values, and the Meaning of Work" i *Applied Psychology: An International Review*, vol.48, nr. 1, side 49-71.

- Røyseng, Sigrid, Mangset, Per & Borgen, Jorunn Spord (2007): "Young artists and the charismatic myth", i *International Journal of Cultural Policy*. Vol. 13, nr. 1, side 1-16.
- Sapiro, Gisèle (2008): "Kunstneren mellem kald og afkald", i *Praktiske Grunde. Tidsskrift for kultur- og samfundsvidenskab*. Vol. 1, side 94-100.
- Scheuer, Steen (2000): *Social and Economic Motivation at Work. Theories of Motivation reassessed*. Copenhagen Business School Press.
- Schwandt, Thomas A. (2002): "Three Epistemological Stances for Qualitative Inquiry: Interpretivism, Hermeneutics and Social Constructivism" i Denzin, Norman K., Lincoln, Yvonna S. (red.)(2002): *Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- Selby, Edwin C. et al (2005): "The Creative Personality" i *Gifted Child Quarterly*. Vol. 49, nr. 4, side 300-314.
- Sennett, Richard (1999): *Det fleksible menneske – eller arbejdets forvandling og personlighedens nedsmeltning*. Forlaget Hovedland.
- Sennett, Richard (2006): *The Culture of the New Capitalism*. Yale University Press.
- Sennett, Richard (2009): *Håndværkeren. Arbejdets kulturhistorie: Hånd og ånd*. Forlaget Hovedland.
- Sestoft, Carsten (2006): "Felt: Begreber og analyser" i Prieur, Annick & Sestoft, Carsten (2006): *Pierre Bourdieu. En introduction*. Hans Reitzels Forlag.
- Shorthouse, Jim & Strange, Gerard (2004): "The new cultural economy, the artist and the social configuration of autonomy" i *Capital & Class*. Vol. 28, side 43-59.
- Silva, Elizabeth B. (2006): "Distinction Through Visual Art" i *Cultural Trends*. Vol. 15, nr. 2/3, side 141-158.
- Sivan, Eva (1986): "Motivation in Social Constructivist Theory" i *Educational Psychologist*, vol. 21, nr. 3, side 209-233.
- Stallabras, Julian (2004): *Contemporary Art. A Very Short Introduction*. Oxford University Press.
- Sternberg, Robert J. (2006): "The Nature of Creativity" i *Creativity research Journal*, vol. 18, nr. 1, side 87-98.
- Stigel, Jørn (2007): "Oplevelse og æstetik" i Jantzen, Christian & Rasmussen, Tove Arendt (red.)(2007): *Oplevelsesøkonomi. Vinkler på forbrug*. Aalborg Universitetsforlag.
- Strangleman, Tim & Warren, Tracey (2008): *Work and Society. Sociological approaches, themes and methods*. Routledge.
- Svendsen, Lars Fr. H. (2010) *Arbejdets filosofi*. Forlaget Klim.
- Taylor, Charles (2008): "Anerkendelsespolitik" i Jacobsen, Michael Hviid & Willig, Rasmus (2008): *Anerkendelsespolitik*. Syddansk Universitetsforlag.

- Throsby, David (2007): "Preferred Work Patterns of Creative Artists", i *Journal of Economics and Finance*. Vol. 31:3, side 395-402.
- Tonboe, Jens (2004): "I dit ansigts sved... Danmark som arbejdssamfund" i Jacobsen, Michael Hviid & Tonboe, Jens (red.)(2004): *Arbejdssamfundet*. Hans Reitzels Forlag.
- Towse, Ruth (2001): "Partly for the money: Rewards and Incentives to Artists", i *Kyklos*. Vol. 54, nr. 2/3, side 473-490.
- UKK (2009): *Samtidskunstens vilkår og potentialer – et debatindlæg af UKK, Unge Kunstnere & Kunstformidlere*. Udgivet af UKK.
- Warde, Alan m.fl. (2007): "Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore" i *Cultural Sociology*. Vol. 1, side 143-164.
- Wenneberg, Søren Barlebo (2002): "Er erkendelsesteoretisk position – socialkonstruktivisme II" og "En ontologisk position – socialkonstruktivisme IV" i Wenneberg, Søren Barlebo (2002): *Socialkonstruktivisme – positioner, problemer og perspektiver*. Forlaget Samfundslitteratur.
- Zolberg, Vera (1990): *Constructing a Sociology of the Arts*. Cambridge University Press.