

Kulturproducentens arbetsuppgifter i en sommar-teaterproduktion

Sommarteaterproduktionen Äiti ja Gorilla

Venla Isotalo

Lärdomsprov

Kulturproducent

2023

Lärdomsprov

Venla Isotalo

Kulturproducentens arbetsuppgifter i en sommarteater. Sommarteaterproduktionen Äiti ja Gorilla.

Yrkeshögskolan Arcada: Kulturproducent, 2023.

Identifikationsnummer:

8917

Sammandrag:

Detta lärdomsprov utreder vilka arbetsuppgifter en kulturproducent har i en sommarteaterproduktion. Eftersom en kulturproducent kan ha flera olika uppgifter i en teaterproduktion är målet med detta lärdomsprov att få en klarare bild av arbetsuppgifterna. I arbetet används sommarteaterproduktionen Äiti ja Gorilla som stöd där jag gjorde min praktik. Metoden i arbetet är kvalitativ forskning, etnografi, semi-strukturerade intervjuer, publikationer, tidigare lärdomsprov, artiklar, webbsidor samt mina egna erfarenheter från sommarteaterproduktionen Äiti ja Gorilla. I den semi-strukturerade intervjun var det fem kulturproducenter som jag intervjuade. De här fem är för tillfället aktiva inom olika sommarteatrar runt om i Finland. Publikationer och de semi-strukturerade intervjuerna gav mig relevanta svar som stöder min forskningsfråga för detta arbete. Den viktigaste litteraturen samt teorin som lärdomsprovet utgår från, är Jukka Hyttis publikation där han noggrant går igenom hans aspekter om producentens arbetsuppgifter. Annan litteratur som används i arbetet är publikationer av J. Ferraro, T. Stein och A. Rhine. Deras teorier behandlar producentens arbetsuppgifter, ledarskapsförmågor, arbetsrelationer och kommunikation med mera. Resultatet visar de olika uppgifterna som en kulturproducent kan sköta i en teaterproduktion. Då jag jämförde litteraturen med svaren från de semi-strukturerade intervjuerna var svaren delade. I vissa frågor var alla producenter överens om arbetsuppgifterna medan i andra frågor hade alla sin egen åsikt och erfarenhet. Även om resultatet fortfarande är att producenten har många arbetsuppgifter, har forskningens svar lyft klarare fram de viktigaste arbetsuppgifterna.

Nyckelord: Arbetsuppgifter, Kulturproducent, Producent, Sommarteater, Teaterproduktion

Degree Thesis

Venla Isotalo

Cultural managers tasks in a summer theatre. Summer theater Äiti ja Gorilla (Mom and the Gorilla).

Arcada University of Applied Sciences: Cultural Management, 2023.

Identification number:

8917

Abstract:

This thesis examines the work tasks of a cultural manager in a summer theatre production. Since a cultural manager can have several different tasks in a theatre production, the aim of this thesis is to get a clearer understanding of the work tasks. For this thesis I will use the summer theatre production Äiti ja Gorilla as help, where I did my internship. Methods in this thesis are qualitative case study, ethnography, semi-structured interviews, publications, previous theses, articles, web sites and my own experiences from the production Äiti ja Gorilla. In the semi-structured interview, I got to interview five cultural managers who are currently active in different summer theatres around Finland. With the help of publications and semi-structured interviews, I received relevant answers that support my research question for this thesis. The most important literature and theory in this thesis is based on Jukka Hytti's publication, in which he carefully reviews his aspects of the producer's work tasks. Other literatures used in the thesis are by J. Ferraro, T. Stein and A. Rhine. Their theories deal with the producer's tasks, leadership skills, working relationships and communication, and more. The result of the research shows the different tasks that a cultural manager can do in a theatre production. When I compared the literature with the answers from the semi-structured interviews, it was divided. In some questions all producers agreed on the work tasks while in other questions everyone had their own opinion and experience. Although the result is still that the producer has many work tasks, the answers from the research have highlighted more clearly what the most important work tasks are.

Keywords: Cultural manager, Producer, Summer theatre, Theatre production, Work tasks

Innehåll

1	INLEDNING	4
2	SYFTE OCH MÅLSÄTTNING	5
3	METOD	6
3.1	Semi-strukturerad intervju	8
3.2	Egna observationer	10
3.3	Etiskt ansvar	11
4	TEORI	11
4.1	Vad gör producenten	12
4.2	Projektplan	13
4.3	Marknadsförings- och informationsplan	14
4.4	Budgeten	15
4.5	Ledarskapsförmågor	15
5	TEATER UNIVERSUM RF.	16
5.1	Aurinkoteatteri	17
5.2	Teater Mars	18
5.3	Sirius Teatern	19
5.4	Teatteri Venus	19
6	BAKGRUNDEN TILL ÖSTRA HELSINGFORS SOMMARTEATER	20
7	INTERVJUER MED KULTURPRODUCENTER PÅ FÄLTET	23
7.1	Berätta om den sommarteater jobbar du på?	23
7.2	Hur länge har du jobbat i teaterbranschen?	25
7.3	Vad är typiska arbetsuppgifter för dig och vad är den viktigaste uppgiften?	25
7.4	Finns det någonting utmanande med att vara producent på en sommarteater?	28
7.5	Vad tycker du att är viktigaste delarna i en projektplan?	30
7.6	Hurdana ledarskapsförmågor behöver en producent?	31
7.7	Vad tycker du att är unikaste med sommarteatern i Finland?	33
8	ANALYS	34
9	SLUTSATS	37
	KÄLLOR	40
	Bilagor	42

1 INLEDNING

Allt sedan jag var liten, har jag alltid tyckt att kulturevenemang har varit spännande. Mina första minnen av att uppleva kultur är nog alla Sås och Kopp och Arne Alligator & Djungeltrumman konserter som jag fick gå på. Alla kulturevenemang och hobbyer som jag har fått uppleva under min uppväxt, har nog lett till mitt intresse att vilja jobba i kulturbranschen.

Jag har alltid haft lite svårt att bestämma mig och jag ändrar ofta min åsikt. Jag har inte heller varit helt säker på vad jag egentligen vill jobba med i framtiden. Men alla yrken, som jag har funderat på, har varit inom kulturbranschen. Därför känner jag att kulturproducentyrket kan vara ett bra val för mig, då det är ett brett område och arbetsmöjligheterna känns oändliga.

I mars 2022 anhöll jag om en praktikplats vid Teater Universum. Teaterhuset finns i Rödbergen och fokuserar huvudsakligen på att göra inomhusteater. Universum är en tvåspråkig förening som består av fyra teatergrupper, två svenskspråkiga och två finskspråkiga. Föreningen hade fått finansiering för att öppna en ny scen. Sommaren 2022 förverkligades planerna då pengarna användes för att grunda en ny sommartheater i östra Helsingfors med pjäsen Äiti ja Gorilla. För att förverkliga detta behövde teatern en praktikant som kunde hjälpa till. Själv har jag som tradition att gå på Lurens sommartheater varje år och därför blev jag nyfiken på hur hela processen att skapa en sommartheater går till.

Sommartheater är en form av amatörteater där både amatörer och yrkesartister uppträder. Det är vanligt att den enda professionella i en sommartheater är regissören (Lamppu, 2017). Många amatörskådespelare är med i flera år och i stället för att byta ut skådespelare så rekryteras nya varje år. Att vara med i en sommartheater betyder inte att man måste stå på scenen och uppträda. Det finns många andra uppgifter som man kan göra. Det är vanligt att hela familjen deltar i sommarteatern genom att t.ex. hjälpa till med korvgrillning och försäljning under pauserna, dirigera trafiken, bygga kulisser och mycket annat. Publiken som ofta kommer för att se på sommarteatern är lokalinwånare, sommargäster och teatervänner (Elävä perintö, 2021).

Nu när jag skriver detta lärdomsprov har Teater Universums sommarteater haft sin premiär och teaterföreställningarna har spelats. Sommaren 2022 spelades pjäsen på finska, men på grund av Coronavirusets ökade fall kunde pjäsen endast spelas en vecka av de tre veckor som var planerade. Det är beslutat att samma pjäs kommer att spelas på nytt sommaren 2023, men på svenska.



Figur 1. Bild på reklamen som sommarteatern hade (Universum, u.å.).

2 SYFTE OCH MÅLSÄTTNING

Syfte med mitt lärdomsprov är att forska i hurdana arbetsuppgifter en kulturproducent har på en sommarteater. Det finns inte så mycket tidigare forskning kring sommarteatern i Finland eller vad en kulturproducent kan göra på en sommarteater. Därför vill jag undersöka detta då man ofta stöter på en kulturproducent i en sommarteaterproduktion.

Målsättningen med min forskning är att få en klarare bild på hurdana arbetsuppgifter en kulturproducent kan göra på en sommarteater.

Min forskningsfråga för lärdomsprovet är: Vilka arbetsuppgifter hör till en kulturproducent i en sommarteaterproduktion?

3 METOD

Jag gör en kvalitativ forskning där min forskningsfråga är vilka arbetsuppgifter som hör till en kulturproducent i en sommarteaterproduktion. Som fallstudie kommer jag att använda mig av sommarteaterproduktionen Äiti ja Gorilla. För en kvalitativ forskningsprocess är utgångspunkten ofta forskarens för-förståelse och fördomar. För-förståelse är ofta den egna uppfattningen av t.ex. egna utbildningar, vetenskapliga arbeten eller egna erfarenheter. Fördomar är också viktiga eftersom det är "socialt grundande subjektiva uppfattningar om det fenomen vi ska studera" (Holme & Solvang, 1997).

I det här lärdomsprovet kommer jag att använda mig av etnografi. Etnografi innebär att analysera kulturella och sociala strukturer och processer (Svenska Akademiens ordböcker, u.å.). Den som använder sig av etnografi strävar efter att få ett inifrånperspektiv. Det brukar ofta göras genom att begripa och synliggöra "den kulturella logiken och de begrepp som informatören själva använder". Vanligtvis fokuserar etnografiska studier på en avgränsad miljö eller fenomen för att kunna möjliggöra en tolkande och kvalitativ analys (Göransson, 2019).

Jag har valt att använda publikationer för detta arbete då de är lättillgängliga och har bra grundläggande information. Det finns många olika publikationer om teater vilket är en stor fördel för mig. Dock fattas det publikationer specifikt om sommarteater och därför använder jag mig också av andra metoder. För att kunna samla ihop material har jag också valt att intervjua kulturproducenter som jobbar med sommarteater. Då får jag information direkt av professionella personer som vet vad de talar om. Jag har även möjlighet ställa alla frågor som jag undrar över. För att stödja intervjuerna kommer jag att använda två lärdomsprov som handlar om sommarteater. Jag har valt att använda mig av lärdomsprov eftersom publikationer om sommarteatern är begränsade.

Jag kommer att använda mig av en publikation som heter Teatterituottajan opas, skriven av Jukka Hytti. Publikationen går igenom de olika roller som en teaterproducent kan ha och hur en producent och regissör kan arbeta ihop. Fördelen med litteraturen är att den innehåller bra information, som kommer att vara relevant för mitt arbete och hjälper mig att få ett svar på min forskningsfråga. Eftersom publikationen är utgiven 2005 är nackdelen att synpunkten av den teknologiska världen vi lever idag existerar inte i publikationen.

Publikationen Theatre Management - Arts Leadership for 21st Century, skriven av Anthony Rhine och utgiven 2017, behandlar den viktiga processen hur man leder och hanterar en teater på 2000-talet. I publikationen går Rhine igenom olika färdigheter som en kommande teaterproducent behöver. Fördelen med publikationen är att författaren själv har två decenniers erfarenhet av teaterproduktioner och känner till processen. Rhine går igenom bland annat hur teaterproduktioner ser ut idag, hur man hanterar publiken och den finansiella delen och mycket mera. Nackdelen med publikationen är att författaren endast nämner att projektplanen är viktig, men jag hade önskat att Rhine skulle ha berättat grundligare om den.

Leadership in the Performing Arts är en publikation skriven av Tobie S. Stein, utgiven 2016. Stein går igenom vad det betyder att vara en ledare inom scenkonst. Med hjälp av framgångsrika ledare inom scenkonst går Stein igenom ledarens karriär, visioner, stilar och många andra färdigheter. Fördelen med publikationen är att den går grundligt igenom ledarens roll inom scenkonst och stödjer andra publikationer om ledarskap som jag har läst. Det som jag anser som en nackdel med publikationen är att Stein nämner enbart hur man blir en ledare, ledarens visioner och färdigheter med mera. Det som förblir oklart för mig är vilken person inom arbetsgruppen som har den ledande positionen.

Eftersom det inte finns så mycket tidigare forskning om sommartheater kommer jag, som jag tidigare har nämnt, att använda mig av två lärdomsprov. Det ena lärdomsprovet handlar om sommarteatern i Finland och heter Taitavaa taidetta vai pelkkää puskateatteria? skriven av Mikko Semi, utgiven 2012. I hans lärdomsprov står det tydligt hur sommarteatern fick sin början i Finland, hur sommarteatern ser ut idag och vad som gör en sommartheater till en succé. Nackdelen med Semis lärdomsprov är att han har endast fokuserat på sommarteatern och inte alls på de olika arbetsrollerna som krävs för att förverkliga en sommartheater. Det andra lärdomsprovet som jag kommer att använda mig av i detta arbete heter Evenemangsplanering som ett projektarbete skriven av Ann-Sofie Tapio, utgiven 2013. Hennes lärdomsprov behandlar de olika faserna i evenemangsplaneringen och dessutom skriver hon om projektplanens viktiga delar. Lärdomsprovet går igenom viktiga delar, speciellt projektplanen som kommer att vara en fördel för mitt lärdomsprov. Nackdelen med Tapios lärdomsprov är att den fokuserar på evenemangsplanering och inte på teaterproduktioner.

Jag kommer att använda mig av artiklar ur tidningar och webbsidor som är relevanta för mitt arbete. Jag har beslutat att använda mig av webbsidor och annat då där finns uppdaterad information som jag lätt kan koppla till arbetet. Nackdelarna är att det ibland kan vara svårt att hitta artiklar just om det jag söker då sommartheater är en unik form av teater som mest finns i Finland. Det betyder att det inte finns lika mycket information om sommartheater jämfört med inomhusteater med stora produktioner och professionella skådespelare. En annan nackdel är att webbsidorna kan ibland vara opålitliga och då är jag tvungen att vara kritisk mot alla källor så att jag inte använder mig av felaktig information.

För att få svar på min forskningsfråga kommer jag dels att skriva om mina egna erfarenheter som producentassistent under praktiken. Jag kommer även att göra intervjuer med fem personer som är kulturproducenter och jobbar med sommarteatrar. I intervjuerna ska jag få en klarare bild på hurdana arbetsuppgifter kulturproducenter har i en sommartheater. Jag ska även få fram med hjälp av intervjuerna allmänna fakta om sommarteatrar i Finland.

3.1 Semi-strukturerad intervju

Jag kommer att göra en semi-strukturerade intervju med fem personer som arbetar för tillfället som producenter på sommarteatrar. Enligt Galletta (2013) betyder semi-strukturerad intervju att intervjufrågorna bygger sig på teori. Dessa fem arbetar på olika sommarteatrar i Finland. De intervjuade producenterna är aktiva på sommarteatrar i Österbotten, Egentliga Finland, Västra Nyland, huvudstadsregionen och i östra Nyland.

För intervjun använder jag Hyttis publikation. Från publikationen har jag plockat ut producentens uppgifter som han räknar upp. Jag kommer att samla enligt mig de viktigaste och mest relevanta punkterna som Hytti skriver om. Sedan tänker jag omvandla de viktiga punkterna till frågor inför intervjun. Då jag formulerar frågorna är det viktigt att komma ihåg att inte göra en fråga som man kan besvara med ett enkelt ja eller nej (Smart Svenska, u.å.). I intervjun planerar jag att först ställa frågor som t.ex. vilken teater de jobbar på, hurdana arbetsuppgifter de har. Senare i intervjun vill jag fokusera på t.ex. frågor om utmaningar som kommer med att göra en sommartheater och vilka delar av en produktionsplan som de anser är viktiga (Bilaga 1). Jag hoppas att jag kommer att få många svar som jag själv kan känna igen och relatera till. Jag hoppas även att jag märker under

intervjun att jag fått liknande erfarenheter från min praktik som de här jobbar med. Jag kommer att ställa samma frågor åt alla som jag intervjuar. Fördelen med semi-strukturerade intervjuer enligt Galletta (2013) är att det går lätt att under intervjutillfället fördjupa sig i svaret om den som intervjuar tycker att hen inte har förstått svaret eller att svaret varit för ytligt. Därför är semi-strukturerad intervju både för intervjuaren och deltagaren en produktiv undersökningsmetod.

Det som jag anser att är en nackdel med att göra intervjuer är att om den som blir intervjuad blir lätt nervös. Då kan jag tänka mig att det finns en risk att svaren blir lite kortare än förväntat. De som blir intervjuade kan svara för kort och koncist för att tillfället ska snabbare vara över om de upplever situationen som stressig. Det kan leda till att den intervjuade inte går lika djupt in i ämnet som hen kunde göra och att viktiga detaljer lämnas bort. För att göra intervjun bekvämare tänker jag innan intervjun säga att om någonting känns oklart eller konstigt så är det bara att säga till. Jag kommer att intervju dem under deras arbetstid så jag hoppas på att telefonen inte kommer att vara en distraktion för dem om det är mycket som pågår på jobbet. Nackdelar enligt Galletta (2013) kan också ligga i personen som intervjuar. Informationen kan bli felaktig om den som intervjuar avbryter den intervjuade vid fel tillfällen.

Jag börjar med att skicka e-post till de personer som jag vill intervjuar. I e-posten skriver jag lite om intervjun, varför jag vill göra den och till vad jag kommer att använda den. Enligt Etiska principer för humanforskning och etikprovning inom humanvetenskaperna i Finland (2019) är det viktigt att forskningsdeltagarna ska delta frivilligt och att deras integritet skyddas. Därför skriver jag tydligt i e-posten, att det är frivilligt att ställa upp. Det är även viktigt för mig att nämna att de kommer vara anonyma i mitt lärodsprov. Jag hoppas på att de som jag skriver e-post till, vill ivrigt delta och hjälpa mig med att få data till min forskning.

Då man ska intervjuar någon är det enligt Smart Svenska (u.å.) bra att vara flexibel då det gäller plats och tid och liknande saker. Intervjuerna planerar jag att göra både fysiskt på plats och via videoplattformen Zoom. Då jag intervjuar på plats kommer det högst antagligen att ske på den intervjuades arbetsplats eller på Arcada, beroende lite på vem jag intervjuar. Jag kommer att med tillåtelse banta in våra konversationer på min telefon för att senare kunna transkribera. De andra intervjuerna som jag gör via Zoom tänker jag

på samma sätt banda in med tillstånd av den intervjuade och transkribera senare. Att banda in och transkribera senare kommer att göra intervjun bättre enligt Semantix (u.å.) då jag inte behöver sitta och anteckna tillika som jag ska intervju. Det gör att jag kan skapa en kontakt med personen som jag intervjuar och att jag kan engagera mig fullt på det som sägs. Jag ska komma ihåg att poängtera att inspelningen är endast som stöd för mitt skrivande. Det som jag kan tänka mig att vara bra med att göra intervjuer via Zoom, är att det ger mig en chans att intervju flera personer som inte nödvändigtvis arbetar och bor i samma stad som jag. Nackdelen kan vara, att om internetanslutningen är dålig så kan svaren bli lite hackiga eller i värsta fall att videoplattformen kastar ut oss och stänger av mötet.

Med hjälp av intervjuerna vill jag få en åsikt av personer som jobbar på fältet vad de själva tycker att hör till en kulturproducents arbetsuppgifter i en sommarteater. Jag vill även jämföra deras arbetsuppgifter med mina som jag fick under praktiken. Det som jag upplever att är bra med att göra intervjuer är att jag kommer att få höra av människor som har erfarenhet av branschen vad de anser att hör till en kulturproducents uppgifter.

3.2 Egna observationer

Enligt Cambridge Dictionary (u.å.) betyder observera att noggrant se och notera någonting, registrera information och anmärka någonting som man lagt märke till.

Jag kommer också att använda mig av de erfarenheter som jag själv har. Jag fungerade som producent assistent i sommarteaterproduktionen Äiti ja Gorilla under året 2022 från april till juli. Jag var med i produktionen från början till slut och fick en bra inblick på de olika stegen i produktionen. Jag jobbade tillsammans med teaterns producent och deltog i möten som handlade om pjäsen och processens framskridande. Nackdelen med att utgå från mina egna erfarenheter är att jag inte vet alla steg som skedde under processen. Jag var inte med helt från börjar då t.ex. budgeten planeras och stöd om pengar ansöktes. De här förberedelserna brukar ofta ske ett till två år innan premiären.

3.3 Etiskt ansvar

Alla som gör en forskning inom vetenskapsgrenar i Finland måste följa olika etiska principer. Etiska principer för humanforskning och etikprovning inom humanvetenskaperna i Finland (2019).

Enligt Etiska principer för humanforskning och etikprovning inom humanvetenskaperna i Finland (2019) måste man respektera personernas självbestämmanderätt, integritet, personlig frihet, yttrandefrihet, skydd för privatlivet och egendomsskydd. Därför har jag bestämt mig för att inte nämna namnen på personerna som jag tänker intervjua.

Forskningsdeltagarna ska vara frivilliga och ska även ha rätt att neka deltagandet utan konsekvenser (Enligt Etiska principer för humanforskning och etikprovning inom humanvetenskaperna i Finland, 2019). Jag kommer att fråga om de är villiga att ställa upp för en intervju, men ändå respektera ifall någon inte vill bli intervjua. Jag vill inte att de ska få en känsla av att de måste delta utan mera att det är frivilligt och helt okej om det inte känns bra att delta. Som Etiska principer för humanforskning och etikprovning inom humanvetenskaperna i Finland (2019) skriver så ska det inte hämta känslor av rädsla, tvång eller negativa påföljder. Jag kommer att fråga via e-post om de vill delta i intervjun för på det sättet får jag ett elektroniskt avtal att de har svarat att det är okej för dem att delta i intervjun.

Man måste även ge en förståelig och rättvisande bild av forskningens mål (Enligt Etiska principer för humanforskning och etikprovning inom humanvetenskaperna i Finland, 2019). Jag kommer att skriva tydligt att intervjun är för mitt lärdomsprov och att svaren använder jag mig av endast i mitt lärdomsprov.

4 TEORI

I detta kapitel går jag igenom producentens viktiga arbetsuppgifter ur Hyttis synvinkel med stöd av annan litteratur.

4.1 Vad gör producenten

I små teatrar är det inte ovanligt att producenten fungerar i en förmansposition, som en representant för arbetsgivare och samtidigt som en arbetstagare (Hytti, 2005). Producenten har många uppgifter och därför kan det ibland vara omöjligt att förstå vad en producent gör. Den kortaste definitionen av producentens roll är att hen är ansvarig för att leverera lyckad föreställning inom budget och i tid (Seabright, 2013).

Det finns olika typer av producenter. Det finns de som klarar av att göra lite allting och sedan de producenter som är specialiserade i ett område (Seabright, 2013). Alla producenter har olika svagheter och styrkor. Som producent är det en fördel att känna till sina styrkor och svagheter. Vissa producenters styrkor ligger vid marknadsföringen och sponsring och vill därför fokusera på det. Andra trivs bättre med budgetering och som den ansvariga för den finansiella delen (Hytti, 2005). Förutom budgetering och marknadsföring finns det annat pappersarbete som en producent måste ta hand om. Till det hör pjäslicenser, försäkringar, budgeter, avtal för kreativa team, artistkontrakt, fakturor, kostnadsersättningar, bokningar av repetitionslokaler, utarbetande av scheman (Seabright, 2013). Det är också viktigt att en producent kan diskutera löner med arbetsgruppens medlemmar. Producenten är också den personen som alla vänder sig till vid arbetsrelaterade problem (Hytti, 2005).

Producenten kan delta i någon grad i den kreativa processen då det kan kännas viktigt för dem (Hytti, 2005). Vissa producenter väljer att vara aktivt involverad i föreställningens varje aspekt det vill säga kreativt, tekniskt, administrativt, finansiellt och marknadsföringsmässigt. Föreställningens koncept behöver inte alltid komma från regissören, utan den kreativa delen kan ibland komma från producenten. En bra producent känner till sin publik som vet vad de vill ha (Seabright, 2013).

Producenten gör en projektplan där hen bestämmer om arbetet och i vilken takt det görs. Vilka uppgifter klarar producenten själv av, beror på producentens styrkor och svagheter. Producenten måste kunna dela ut arbetsuppgifter och genom ledarskapsförmågor kunna leda människor. Hen måste hålla koll på allting som sker i arbetsgruppen, men tillika kunna ge rum för dem att jobba (Hytti, 2005).

4.2 Projektplan

I producent jobbet ingår det mycket planeringsarbete. En av de viktigaste sakerna i planeringsarbetet är att göra en projektplan (Hytti, 2005). Projektplanen fungerar som ett nyckeldokument och ska hjälpa projektet att lyckas. I planen ska det stå vilka saker som ska göras i vilken fas. En projektplan ”skall täcka alla planeringsskeden från början till slut” (Tapio, 2013). Förutom det ska också projektplanen hjälpa uppnå målet gällande vinsten (Rhine, 2017).

De två viktigaste delarna i projektplanen är marknadsförings- och informationsplan samt en finansiell plan. Med den finansiella planen avses att producenten ska ha koll på budgeten så att den räcker till att betala lön åt arbetsgruppen, betala räkningar samt att kunna skaffa material för produktionen (Hytti, 2005). Enligt Rhine (2017) kan en teater inte gå till banken efter lån jämfört med ett företag. En teaterproduktion är för riskabel för banken och därför måste teatrar göra vinst och skaffa finansiering på andra sätt. Den andra viktiga punkter som en projektplan ska innehålla enligt Tapio (2013) är basinformation, frågor om kvalitet, riskhantering och kommunikationssätt. Rhine (2017) skriver att projektplanen ska också kunna visa projektets lönsamhet. Ferraro (2012) konstaterar samma sak i sin publikation, men han tillägger ännu att en bra projektplan kommer också att visa en ökad kundnöjdhet. Projektplanen kan också göra att det förekommer färre överraskningar under projektet och teammedlemmarna kommer att vara mer produktiva. Intressenters förtroende kommer att öka då målen uppnås inom funktionaliteten, budgeten och den tilldelade tiden.

Ur kunders synvinkel kan en dålig projektplan skapa schemaförseningar, kostnadsöverskridanden, missade affärsmöjligheter och kvalitetsproblem. Ur arbetsgruppens synvinkel kan en dålig projektplan resultera i långa arbetstimmar, omarbetningar av leveranser och riskhantering (Ferraro, 2012).

Enligt Ferraro (2012) finns det punkter som kan göra en projektplan bättre och användbarare. En bra projektplan ska tydligt visa varför projektet görs och vilka kunder som kommer att ha nytta av det. Det ska även komma fram tydligt om projektets historia där de viktigaste beslutspunkterna ska identifieras. Projektplanen visar de kommande 30 dagars resultat gällande framsteg och möjliga brister och projektet. Det är även bra att identifiera möjliga problem och lämpliga åtgärder för dem.

4.3 Marknadsförings- och informationsplan

På en teater finns det ofta en arbetsgrupp vars ansvarsområde är marknadsföringen. Även om arbetsgruppen existerar på teater är det i verkligheten ändå allas uppgift som är inblandade i teatern att marknadsföra. "Marknadsföring handlar om att se till att du tillhandahåller vad konsumenten vill ha, hur de vill ha det och på det mest effektiva möjliga sättet för att ge det största möjliga värde". En marknadsföringsplan berättar hur en viss produkt eller tjänst kommer att marknadsföras samt ska stå vilka aktiviteter teatern kommer att göra för att uppnå sina mål (Rhine, 2017).

I en teaterproduktion kan marknadsföringen vara en av de svåraste delarna då chansen att misslyckas är stor. Det som kan anses som svårt vid marknadsföringen är att planeringen av marknadsföringen bör påbörjas i god tid, men vid denna tidpunkt finns det inte särskilt en produkt ännu. Ibland går det inte heller att ta hjälp av manuskriptet vid marknadsföringen då det kanske inte existerar, utan formas under teaterövningarna. Annat som kan skapa svårigheter med teater marknadsföringen är att en teaterföreställning inte är en sak som man kan köpa, utan en tillfällig tjänst. Därför måste marknadsföringen vara så korrekt som möjligt så att ingen åskådare anser att marknadsföringen är vilseledande och att pjäsen inte uppnår åskådarnas förväntningar (Hytti, 2005).

Vid marknadsföringen är det viktigt att identifiera vem målgruppen är. Målgruppen kan delas i tre grupper. Den första gruppen är teaterns stamkunder som går på teater oberoende av vilken pjäs som spelas. Den andra gruppen är de åskådare som är intresserade av ämnet och temat som visas i pjäsen. Den tredje gruppen är de möjliga nya åskådare som ännu inte vet vad pjäsen har att erbjuda. Alla tre målgrupper behöver olika sorts marknadsföring för att nå dem (Hytti, 2005).

En bra marknadsförare förstår och vet vem deras åskådare är. Det finns åskådare som köper en enkelbiljett och de som prenumererar och det kan vara en stor skillnad mellan de här kunderna. Ett exempel är att om marknadsföraren vet att majoriteten av prenumeranterna använder sig av samma kemtvätt så lönar det sig att hänga upp reklamer vid kemtvätten eller fråga efter en kundlista för att kunna nå åskådarna. Marknadsföraren vill ofta ha så mycket information och detaljer om åskådarna som möjligt för att veta hur de ska kunna nå bäst med reklamerna till de här åskådarna (Rhine, 2017).

Det finns en skillnad mellan att informera och marknadsföra. Informera går ut på att det är två experter som samarbetar. Producentens uppgift vid det här skedet är att erbjuda fakta, intressanta synvinklar och ämnen som en journalist kan använda sig av vid publiceringen i egna medier. Marknadsföring och informering skiljer sig också genom att informeringen kan göras på en bredare sektor. Förutom informationen som producenten erbjuder kan även journalisten intervjua teaterns delaktiga (Hytti, 2005).

4.4 Budgeten

En sak som anses vara det svåraste med producent jobbet är den finansiella delen. Producenten behöver inte vara en mästare på att budgetera, men dock ska hen kunna hålla koll på pengarna som kommer och går. Med hjälp av budgeten ska producenten kunna förutse vad pengarna kommer att gå till, hur mycket kan man spendera på någonting och att alla skulder kommer att kunna betalas. Att kunna balansera pengar som kommer och vart de spenderas anses också viktigt i budgetering (Hytti, 2005). En årlig budget brukar innehålla prognoser av förväntade intäkter och inkomster. Chefen på teatern kan bifoga på ett kalkylblad teaterproduktionens budget där det syns exakta kostnader och indirekta intäkter. Intäkter och kostnader är ofta förknippade med administration och marknadsföring (Rhine, 2017).

Hur teatrarna väljer att spendera sin budget är upp till dem själva (Rhine, 2017). Ofta brukar största delen av budgeten alltid gå åt till arbetsgruppens lön. Det som är viktigt när man planerar lönen är att den blir jämlik. Även om den ska vara jämlik måste producenten ändå beakta människors erfarenhet. Det går inte att betala exakt samma lön åt till exempel en regissör med fem års erfarenhet jämfört med en annan regissör som har 10 års erfarenhet (Hytti, 2005). I några ideella organisationer kan chefer förtjäna enorma löner, men det är ovanligt (Rhine, 2017).

4.5 Ledarskapsförmågor

Ledarskaps definitionen utvecklas konstant, men i grunden handlar det om hur man leder människor och grupper av människor (Rhine, 2017). Därför anser man att ledarskap har många betydelser. Det är inget man bara får, utan personen själv måste jobba och förtjäna det. Ett sätt att förtjäna ledarskap är genom framgång vilket leder till förtroende bland

anställda. En bra ledare klarar av att hantera mänskliga resurser (Lindkvist, 2016). Det betyder bland annat att chefen ska klara av att vägleda och motivera sina anställda så att de kan slutföra sina arbetsuppgifter. Chefen ska inspirera, utbilda, utveckla, vägleda och styra anställda (Rhine, 2017). I en teaterproduktion är det vanligt att en producent fungerar som chef i arbetsgruppen antingen med eller utan regissören (Hytti, 2005).

Cheferna behöver inte kunna se in i framtiden för att veta hur organisationen, avdelningen och arbetsgruppen kan bli bättre, effektivare och mer produktiva (Rhine, 2017). Framgångsrika chefer är bra på att lyssna på sina anställda. De klarar även av att skapa en bra arbetsrelation med anställda vilket leder till en förtroende miljö (Stein, 2016). Att ha en bra arbetsrelation och kommunikation med anställda är en grund som varje chef strävar efter att bygga (Rhine, 2017).

5 TEATER UNIVERSUM RF.

Teater Universum är en förening som grundades 1998 i Helsingfors och består av fyra teatrar, två svenskspråkiga och två finskspråkiga. Teatergrupperna heter Teater Mars, Sirius Teatern, Aurinkoteatteri och Teatteri Venus. På Teater Universums hemsida skriver de att ”Universum möjliggör att göra sådana saker tillsammans som är svåra att göra ensam. Universum påstår att teaterarbete är ett fritt, okommersiellt och självständigt skapande. Således är en av Universums centrala uppgifter att bereda rum för sina konstnärer att skapa föreställningar enligt sina egna förutsättningar” (Universum, u.å.). I kontoret sitter en verksamhetsledare som tar hand om administrationen och ekonomiförvaltningen. Verksamhetsledaren är även ansvarig producent i teaterhuset. Husets informatör sköter om kommunikationen och marknadsföringen. Universums koordinator fokuserar också på biljettbokningar, biljettförsäljningar, publiktjänster, cafeteria och städningen. Sist men inte minst finns personer som är ansvariga för tekniken. Teaterföreningen stöds finansiellt av Centret för konstfrämjande, Helsingfors stad och Svenska Kulturfonden (Universum, u.å.).

Teater Universum hyr en byggnad som heter Betania. För tillfället är teatern i en sådan situation att de måste hitta en ny byggnad för deras verksamhet. Redan under min praktik gick de aktivt och bekantade sig med möjliga lokaler där teatern kunde i framtiden finnas.

Under min praktik var det också ett frågetecken för dem, gäller flytten permanent eller temporärt. Att flytta ut permanent märkte jag att kändes för alla lite tråkigt. De har haft sin verksamhet i Betania byggnaden sedan 2001. Jansson (2023) skriver att Helsingfors stad har gjort ett besked att en renovering ska påbörjas våren 2024 i Betania. Efter renoveringen kommer hela huset att förvandlas till ett daghem. Själv tycker jag att det är synd att teatern blir tvungen att flytta bort, då jag personligen tycker att huset har perfekta utrymmen för en teater. Med flytten innebär det för teatern nya utmaningar då de måste hitta sin publik igen på det nya stället. Det är inte alltid lätt att få gamla publiken till det nya stället och att hitta ny publik från det nya området. Jansson (2023) skriver att Universum hoppas på att kunna slå fast nu till sommaren 2023 vart teatern kommer att flytta nästa år.



Figur 2. Bild på Betania byggnaden (gula huset i mitten) i Rödbergen där Teater Universum har sin verksamhet (Universum, u.å.).

I följande kapitel kommer jag att berätta närmare om de fyra teatrarna som finns i Teaterhuset Universum samt om hurdana pjäser de gör och även deras bakgrund.

5.1 Aurinkoteatteri

Aurinkoteatteri är en finskspråkig professionell teatergrupp från Helsingfors som är grundad 1989. Den typiska teaterstilen som teatergruppen har är ”politiskt inkorrekt teater som behandlar svåra ämnen” (Universum, u.å.). På hemsidan skriver Universum att teatergruppen har under åren blivit en ”avantgardisk trendsättare” inom performancekonst.



Figur 3. En bild av Aurinkoteatteri med den anarkistiska och visuella föreställningen Atlantis som spelades 2018 i Kansallisteatteri (Universum, u.å.).

5.2 Teater Mars

Teater Mars är en svenskspråkig teatergrupp som grundades 1985. Den har gjort innovativa produktioner och använder sig av olika skådespelartekniker och arbetsmetoder t.ex. clown, Suzuki, Michael Tjechov och processarbete á la Mike Leigh (Universum, u.å.). Japanska teaterregissören Suzuki är känd för sitt sätt att öva med skådespelaren. Han använder fysiska övningar så kallade discipliner. Med tre övningarna, 1. energiproduktion, 2. kontroll av tyngdpunkt och 3. andnings kalibrering, är hans mål att utveckla skådespelarnas kroppar. Dessa tre fysiska funktioner är viktiga för människan eftersom om vi får problem med ett av de här tre har vi svårt att fungera i dagens moderna samhälle samt att upprätthålla vår hälsa (Chia, 2013). Michael Tjechov har utvecklat igen en skådespelarteknik, psykofysiskt arbetssätt, där yttre, inre och fantasin har en central gest. Tekniken ger praktiska verktyg för att jobba med atmosfär, fantasi och känslor (Michael Chekhov Acting Studio, u.å.). I början omtolkade Teater Mars huvudsakligen klassiker, men sedan 2000-talet har gruppen börjat mera med nyskrivna texter och processfokuserade uppsättningar. ”Teater Mars har blivit något av en fristad där det är möjligt att förverkliga projekt som inte så lätt skulle få plats i ett alltmer åtstramat och resultatansvarigt teaterklimat” (Universum, u.å.).



Figur 4. Bild av Teater Mars på deras komedi pjäsen Fylla sex 2.0 som spelades 2018 (Universum, u.å.).

5.3 Sirius Teatern

Sirius Teatern är den andra svenskspråkiga teatergruppen. Sirius Teatern beskrivs som en fri och professionell helsingforsbaserad teatergrupp sedan 1992. Gruppens pjäser är mångsidiga och breda. "Teatern strävar efter att förnya sig själv inom varje produktion och har satt upp allt från lätta komedier till bläcksvarta tragedier, från moderna klassiker till nyskapade tvärkonstnärliga verk." Teatergruppen vågar vara provokativ och ställa frågor (Universum, u.å.).



Figur 5. Bild av Sirius Teatern med den klassiska pjäsen Julius Caesar som spelades 2020 (Universum, u.å.).

5.4 Teatteri Venus

Finskspråkiga teatergruppen Teatteri Venus är en helsingforsbaserad teaterkollektiv som är grundad 1983. I skådespelarnas arbete forskar de i att uppträda, uppträdare och olika publikförhållanden. Teatergruppen är känd för sin process- och grupporienterade arbetssätt. "Genom sina konstnärer framträder Venus produktion som olika projekt för att

definiera och presentera identitet och världsbild. Författarnas uppfattning om världen finner ofta en form där det låga, våldsamma och mörka flörtar med korrekthet” (Universum, u.å.). Universum beskriver även på sin hemsida att ”Teater Venus manifesterar friheten i sin konst från kapitalistiska produktionsstrukturer och försöker främja solidaritet mellan det fria fältet och skådespelarna och konstens flerspråkighet.”



Figur 6. Bild av Teatteri Venus med trancemaskföreställningen Wonderland som spelades 2016 (Universum, u.å.).

6 BAKGRUNDEN TILL ÖSTRA HELSINGFORS SOMMARTEATER

Jag har gjort en intervju med Teater Universums verksamhetsledare. Med hjälp av intervjun ville jag få en klarare bakgrund till varför Universum som vanligtvis gör inomhusteater ville göra en sommar-teater. Jag var även nyfiken på att få höra varför just östra Helsingfors. Jag hade totalt fyra frågor åt verksamhetsledaren (Bilaga 2).

I intervjun kom det fram att då Universum fick sin dåvarande verksamhetsledare för dryga två år sedan, hade teatern redan fått pengar för att öppna en ny scen. Enligt den dåvarande planen skulle Universum grunda en inomhusteater i Puhos. Puhos är ett köpcentrum i östra Helsingfors med cirka 20 restauranger och butiker (My Helsinki, u.å.). Kangasniemi (2022) skriver att i början var det meningen att skapa ett helt kulturcentrum i Puhos. Men planerna ändrades och det blev ingen inomhus teater i Puhos. Då sa verksamhetsledaren att antingen måste de göra någonting med pengarna som de fått eller så måste de ge dem tillbaka. Universums verksamhetsledare säger att varför inte göra en sommar-teater då det är ”ett alternativ som skulle vara lite billigare och lite lättare och snabbare att genomföra”.

Även om ingen inomhusteater öppnades i Puhos, så höll man fast vid planen att öppna en sommartheater i östra Helsingfors. Verksamhetsledaren berättade att "östra Centrum intresserade mig som plats och miljö" och "det är ett spännande ställe och miljön där är inspirerande bara i sig". I verksamhetsledarens intervju med Kangasniemi (2022) beskriver han att östra Helsingfors "pulserar liv, men det saknas konst" och att "det är lugnt här, det känns som att här är en möjlighet att vara och att göra vad man vill".

Även om stället för sommarteatern var bestämt, var förverkligandet inte så lätt. Universum fick en grusplan att jobba med, vilket betyder att det inte fanns el eller vatten på stället. Verksamhetsledaren säger i intervjun att visst var det besvärligt, men inte besvärligare än vad det förväntat sig. Det besvärligaste med sommartheater projektet var att byråkratin, alla lov och kontrakt med Helsingfors stad tog en längre tid att göra än förväntat.



Figur 7. En bild av skådespelarna från en av de första övningarna i östra Helsingfors av sommartheaterpjäsen Äiti ja Gorilla (Venla Isotalo, 2022).

En uppgift som jag hade under föreställningarna var att gå runt och prata med åskådarna och samla in deras feedback. Feedbacken som frågades av åskådare var en del av Universums marknadsföringsundersökning. Hytti (2005) har som exempel i publikationen att fråga om orten där åskådaren kommer från, hur de fick reda på teaterpjäsen till exempel via tidningar, planscher, vänner och så vidare, är det nya åskådare eller är de bekanta med teaterhuset från tidigare. Vi använde samma frågor som Hyttis exempel. Med Universums datainsamling om åskådarna ville de veta om de hade lyckats hitta rätta målgruppen med sin marknadsföring, var det nya åskådare för

Universum eller är det bekanta som gått på teater i Universums teaterhus i Rödbergen. Universum ville också veta varifrån de hört eller sett reklamen om sommarteatern, vad åskådarna tyckt om pjäsen och sommarteaterns läge (se bilaga 3). Jag visste redan lite hurdan feedback Universum fick, men jag ville uppfriska mitt minne och pratade om detta med Universums verksamhetsledare under intervjun. Jag frågade hurdan feedback det fick av sommarteatern då det var en lite annorlunda sommarteaterrpjäs som inte baserade sig på en bok eller musikal.

Under pjäsens pauser bad jag och verksamhetsledaren efter feedback för teaterpjäsen av 24 åskådare. Vi hade våra undersökningsfrågor nedskrivna på papper och gick fram till åskådare för att fråga om de ville delta i en marknadsföringsundersökning. Undersökningen gjordes muntligt som en konversation. För det mesta var det positiv feedback, men några få negativa kommentarer fick pjäsen. Den negativa feedbacken var att pjäsen kanske inte var helt lämplig för barn då den innehöll ganska fritt språk med svordomar. Men för det mesta fick den positiv feedback. Åskådarna gillade sommarteaterns läge i östra Helsingfors. De tyckte att det var roligt att deras område äntligen fick en egen sommartheater. Enligt verksamhetsledaren hyllades pjäsen och ”många sa [...] att roligt att det är så här lite annorlunda sommartheater till andra. Det är inte så här barnteater eller liksom är klassiker utan att lite fräscht och så där t.o.m. provokativt”. Pjäsen var skriven av regissören själv.

Under ett av de sista möten innan sommarlovet började samt under min intervju fick jag höra muntligt av verksamhetsledaren att slutresultatet för sommarteatern var lyckad. Sommarteatern lyckades hitta sin målgrupp vilket var teaterintresserade personer från östra Helsingfors. Förstås besökte även åskådare som inte bor i östra Helsingfors eller överhuvudtaget i Helsingfors. Området uppskattades mycket och de flesta teateråskådarna tyckte att det var en bra upplevelse. Övrig feedback av åskådarna var t.ex. ”hyvä meininki”, ”hieno idea”, ”Ei aliarvioi katsojia”, ”hyvä sijainti, ihana paikka!” och ”Kiva kun on omassa kaupunginosassa”.

7 INTERVJUER MED KULTURPRODUCENTER PÅ FÄLTET

Enligt Hämeenaho et al. (2022) är det vanligt att kulturforskaren gör intervjuer och observationer för att samla in material från fältet, speciellt om det handlar om en etnografisk forskning. Därför har jag intervjuat fem personer som jobbar i en sommarteater. Jag har ställt alla dessa fem samma intervjufrågor. Jag hade totalt åtta frågor och med hjälp av de ville jag få en bättre bild på hurdana arbetsuppgifter som finns att göra i en sommarteater, men speciellt för en kulturproducent. Personerna som har svarat på mina intervjufrågor jobbar på sommarteatrar som finns i Österbotten, Egentliga Finland, västra Nyland, huvudstadsregionen och i östra Nyland. Bland de här teatrar finns det både små och stora sommarteatrar, svensk- och finskspråkiga sommarteatrar.

En intervju kan man göra som en gruppintervju eller en individuell intervju (Hämeenaho et al., 2022). Jag valde att göra individuella intervjuer då sommarteatrar var så olika storleks- och innehållsmässigt. Själv tycker jag även att intervjuerna blir bättre då man fokuserar på en person och inte flera på en gång. Att fokusera på en person gör också att den personen kan prata om egna erfarenheter hur mycket som helst och behöver inte sitta och fundera på att ge någon annan en tur att prata. I de följande kapitlen kommer jag att gå igenom en del frågor som jag ställt och fått svar på vid intervjuerna.

7.1 Berätta om den sommarteater jobbar du på?

Jag började min intervju med att fråga lite om den sommarteater de jobbar på. Det kom fram att många av de intervjuade hade antingen erfarenhet av att jobba på en eller flera sommarteatrar. Det fanns flera som hade varit aktiva med sommarteatern i den staden som de själv kommer från. Ett vanligt svar bland de intervjuade var att de har varit aktiva i en sommarteater sedan de var små. Att som barn börja sin karriär i en sommarteater som skådespelare, var ett svar som kom upp av flera som jag intervjuade.

Efter intervjun märkte jag att det fanns en liten skillnad på sommarteatrar beroende på var de är belägna. Speciellt fick jag höra av personen som jobbar inom en sommarteater i Österbotten att där är det vanligt att pjäsen har ett historiskt innehåll. Själv har jag aldrig varit på en sommarteater med ett historiskt innehåll, utan det har ofta varit pjäser baserade på böcker eller musikalerna. De intervjuade producenterna jobbar i stora och små

sommarteatrar. De sommarteatrar som är stora är en av dom större sommarteatrarna i Svenskfinland och de små sommarteatrar är kanske mera kända bland lokalinvånare. Semi (2012) diskuterar att sommarteatrar kan i mindre städer eller byar vara extra populära bland lokalinvånarna om utbudet på kultur inte är stort i staden eller byn.

Alla sommarteatrar var som sagt olika gällande innehållet. De fanns sommarteatrar som gör mera klassisk sommarteatrar och musikalerna och sedan de som gör lite annorlunda till exempel med historiskt innehåll där publiken även får delta i pjäsen. Sommarteatrarnas målgrupper var lite olika. Hytti (2005) berättar att målgruppen kan delas i tre delar. Första målgruppen är stamgästerna som besöker varje år. Den andra målgruppen är människorna som är intresserade och nyfikna på pjäsens specifika ämne eller tema. Den tredje och sista målgruppen är möjliga nya teatertittare som inte ännu vet någonting om teatern eller pjäsen. Producenterna som jobbade på sommarteatrarna som jag intervjuade berättade att för en del var målgruppen barn och andra var i princip alla ålders människor. Jag fick höra mera om sommarteatern i Österbotten som hade barn som sin målgrupp. Sommarteatern är mera interaktiv och den intervjuade beskrev det ”som en sommarteatrar man vandrar med, de är liksom som en tidsresa” då pjäsen hade historiskt innehåll.

Även en annan sommarteatrar som producenten från huvudstadsregionen jobbade med förr i sin hemstad, gick ut på att det fanns en ”teaterskola där teaterläraren tillsammans med skådespelarna kom till en teaterkurs. Kursen gick ut på att förbereda skådespelarna för en pjäs och en föreställningssäsong”. Den här pjäsen visades sedan runt omkring i stadens olika parker. Liknande koncept om parkteater finns i Stockholm. På Kulturhuset stadsteaterns (u.å.) hemsidan berättar de att parkteatern bjuder på dans, cirkus, konserter och teater på utomhusscener. Liksom producenten från huvudstadsregionen förklarar är också parkteatern i Stockholm gratis och beskrivs ”som en allemansrätt till kulturupplevelser för alla åldrar”. Förutom de här annorlunda sommarteatrarna fick jag förstås höra om klassiska sommarteatrar. En klassisk sommarteatrar beskrev ofta som ett färdigt ställe där det finns en läktare, en scen, café eller försäljningsbyggnad och annat som behövs.

Även var sommarteatern är belägen varierade mycket. Många av sommarteatrarna är belägna på ett ställe som inte är så nära städernas centrum. Många producenter förklarade åt mig att sommarteatern kan vara svår att komma till om man inte har ett eget

transportmedel. Men eftersom det är ett problem som de är medvetna om, har de dels löst det genom att ordna gemensamma busstransporter till och från sommarteatern. På det sättet möjliggör det att sommarteatern blir mera tillgänglig åt alla. Att ordna busstransport är enligt Hytti (2005) en sort av kundbetjäning. Det är också viktigt att berätta till exempel på teaterns hemsida om möjliga tjänster som teatern kan erbjuda sina kunder. Det är också viktigt enligt honom att berätta om tillgänglighet för människor med olika funktion varianter. Med det menar han om det är till exempel lätt att röra sig på området eller är avståndet mellan scen och läktare anpassat att alla ser.

7.2 Hur länge har du jobbat i teaterbranschen?

Av de intervjuade var det några som hade kommit in i branschen under sin barndom. Många hade i början varit själv med som skådespelare i en sommarteater som barn. Mångas svar var att de gillade atmosfären på en sommarteater och det lockade dem att börja jobba på en sommarteater. Hytti (2005) skriver att det är vanligt att många börjar sin teaterkarriär i en sommarteater som hobby och senare utvecklar det till en riktig karriär. Detta gäller både skådespelaren och producenter.

Av de intervjuade fanns det några som hade jobbat i en sommarteater cirka fem till tio år. Men det fanns även av dem som började jobba i branschen kring 2018 eller 2019. Det fanns även dem som inte ville räkna med tiden innan de började få lön på en sommarteater, då de själva räknade det mera som en hobby.

7.3 Vad är typiska arbetsuppgifter för dig och vad är den viktigaste uppgiften?

Hytti (2005) nämner att det finns behov av producenter i hela teaterbranschen både i amatör- och professionell teater. Det tolkar jag som att det finns många uppgifter i teaterbranschen där en producent behövs. Under intervjuerna när vi började prata om arbetsuppgifter räknade alla upp en lång lista med arbetsuppgifter som de gör. De här långa listorna bekräftade igen att en kulturproducent kan ha så otroligt många olika arbetsuppgifter som de sköter om.

Många svarade att den viktigaste arbetsuppgiften som de upplevde var att hålla i trådarna. Det är någonting som jag själv blivit lärd och måste säga att av egna erfarenheterna från

praktiken håller jag med om. Som en intervjuad beskrev ”producenten måste alltid vara ett steg före alla andra”. Vi måste alltid veta vem som gör vad och vilka saker som måste göras före en föreställning. ”Producenten måste vinna arbetsgruppens tillit” så att alla kan känna sig att de kan gå till producenten med alla sina problem och funderingar kring projektet berättar en intervjuad som jobbar vid en sommarteater i Egentliga Finland. Enligt Hytti (2005) är producentens uppgifter t.ex. att göra tidtabeller, sköta om marknadsföringen och fungera som en problemlösare.

I intervjun kom också upp att projektplanering är viktigt. Producenten har en viktig uppgift att identifiera olika människor och arbetstitlar som behövs för att förverkliga produktionen. Att bygga upp ett team, hör till producentens uppgifter och då om producenten märker att det behövs en viss person är det på producentens ansvar att anställa den personen som behövs. En annan viktig arbetsuppgift som en producent har är problemlösning. Hytti (2005) berättar att om ett problem uppstår så svänger arbetsgruppen ofta sig till producenten vars uppgift är att hjälpa lösa problemet. Det är någonting som flera producenter poängterade att vid ett problem ska en producent kunna ta snabba beslut och lösa problemet så snabbt som möjligt. Kriser och problem i en produktion är inte alltid en negativ sak. Ibland kan de föra produktionen framåt på ett positivt sätt. Kriser och problem kan hämta nya tankesätt vilket leder till att nya idéer utvecklas (Hytti, 2005).

Det som en producent vill jobba med handlar mycket om producenten själv. Alla producenters styrkor och svagheter är olika. Det finns producenter som vill fokusera på marknadsföringen och att hitta sponsorer och andra fungerar naturligt som en talesperson. Det finns ännu de producenter som kan hantera hela verksamheten både som verksamhetsledare, ekonomichef och samtidigt smidigt håller på med budgeten (Hytti, 2005). Producenten som jobbar vid en sommarteater i huvudstadsregionen konstaterar samma sak som Hytti. Hen berättar ”att det beror mycket på vad en producent vill göra”. Hen förklarade vidare att det finns producenter som även sköter om den grafiska delen, men det är individuellt. Så enligt hen får man ändå som producent lite bestämma att hurdana arbetsuppgifter man vill göra och till vilken arbetsuppgift vill man anlita någon annan att göra den. Någonting som hör ganska ofta till en producents arbetsuppgifter är att marknadsföra. Det är någonting alla intervjuade räknade upp bland arbetsuppgifterna. Hytti (2005) berättar att de vanligaste sätten att marknadsföra direktreklam är på radio, tv

och planscher. Reklamer kan ses även på bion, internet och telefonen. Limmade reklamer på bussar och spårvagnar är också ett slag av marknadsföring som når flera målgrupper i en stad. Av personliga erfarenheter från praktiken marknadsförde vi Äiti ja Gorilla bland annat genom att sprida planscher runtomkring Helsingfors. Marknadsföringen skedde även i olika tidningar, e-post och flyers. Från intervjun fanns det några producenter som berättade att hjälpa till med annonsförsäljning samt att reservera annonser hörde till deras arbetsuppgifter.

Från intervjun märkte jag tydligt att många producenter hade många egna uppgifter som de andra intervjuade producenterna inte nödvändigtvis har. En producent nämnde att hen måste fungera lite som en fastighetsskötare under de veckor som pjäser visas. Samma person berättade också att hen har också ett ansvar för att bolla idéer om själva produktionen.

Som jag nämnt tidigare så beror det på vad producenten vill göra. Det märktes mycket bra då en producent förklarade att ibland får hen göra saker som inte är så typiska arbetsuppgifter för en producent. Producenten förklarade att hen har bland annat också fungerat som inspicient. Då sköter producenten om t.ex. att sätta rekvisita på plats, kolla att pausen fungerar och att ställa igång för nästa föreställning. Samma producent hade också fungerat som regissörassistent och då har hen fått vara med om övningarna och haft koll på att de fungerar som de ska, hjälpt med tidtabeller, bokat utrymmen för övningar och överlag hjälpt skådespelarna, kapellmästaren och koreografen med olika saker. Det här tycker jag är ett bra exempel på att en producent kan göra det de själv tycker om. Samma producent berättade även att hen ibland kört ljud- och ljusshower om de inte hittat någon annan för den uppgiften eller om ljud och ljus personen blivit sjuk.

Andra uppgifter som några producenter nämnde handlar om den finansiella delen. Den finansiella delen innebar bland annat budgetering, kolla att produktionen inte överskrider budgeten, att hantera pengar, göra bokföringen för pjäsen och att ansöka om finansiellt stöd. Det är lite vanligare uppgifter för en producent, men ändå var det endast några som höll på med det. En annan uppgift som ofta kopplas till en producent är att fixa kontrakt och scheman, men där var det bara en producent med den arbetsuppgiften. Några producenter nämnde att de tar hand om den administrativa delen samt att söka

samarbetspartners för produktionen. Även att hålla på med biljettförsäljning och kundbetjäning både före och under föreställningarna nämndes.

Att vara med och måla, bygga och pyssla rekvisita var också två producenters uppgifter. En producent nämnde att förverkliga planer hör till den personens arbetsuppgifter. Med det menade producenten att t.ex. ge arbetsgruppen uppgifter att göra och att hålla koll på att allting fungerar. Så svarade en producent att det är viktigt att vara med på alla möten, att motivera arbetsgruppen, göra olika kontorsuppgifter och skaffa material för produktionen. Även en producent förklarade att hen ibland måste söka bostäder för de skådespelare som inte bor i samma stad där pjäsen ska spelas.

7.4 Finns det någonting utmanande med att vara producent på en sommarteater?

Svaren på denna fråga blev en lång lista av utmaningar av de producenter som jag intervjuade. Alla har någonting som de upplever själva som utmanande som producenter på en sommarteater.

Själv hade jag specifikt ett svar som jag förväntade att de intervjuade producenterna skulle nämna. Det förväntade svaret var vädret och det var flera producenter som svarade det. Man kan ju inte styra vädret och då det handlar om en teaterföreställning utomhus måste man vara lite beredd på allting. Det gäller att inte enbart vara beredd på en regnig sommar, vilket innebär regntåliga kulisser och rekvisita. Ibland kan det plötsligt börja åska och blixtra under föreställningen eller sista minutens inhiberingar måste göras. Som producent måste man vid sådana situationer kunna göra snabba och svåra beslut. En av de intervjuade berättar att sista minutens ändringar kan vara problematiska då till exempel föreställningen kan ha ”fem busslaster med äldre kvinnor på väg för att se på föreställningen. Hur ska vi ersätta det åt dem om vi måste inhibera?”. En regnig sommar kan redan vara en utmaning i sig. En åskådare tänker ofta inte i första hand att gå ut i regnet för att se på en teaterpjäs. Ofta finns det inte ”tak eller vindskydd varken för publik eller skådespelare som står på scenen”. Då måste man ”ha en så pass bra produktion att den där publiken vill komma fast det regnar och det är det som kan vara ganska utmanande” berättar en annan producent.

Vädret är inte den enda saken som kan skapa utmaningar i en sommarteater för producenten. Utan hela konceptet att teatern är utomhus kan ibland vara ett problem. Det är en stor skillnad att göra teater inomhus jämfört med utomhus. Allting i en utomhusteater måste anpassas enligt naturen och inte tvärtom. Det finns träd, stenar och kullar som kan stå i vägen. Det gör att scenen, läktaren och alla kulisser måste byggas och anpassas enligt omgivningen där teatern befinner sig i. Under intervjun fick jag höra av en producent att det är vanligt att sommarteatrar har stora kulisser. ”Till en sommarteater vill man ha stora kulisser. Man bygger dit väggar, stora slott och trädkojor i horisonten. De är liksom aldrig småa”. Av egna erfarenheter som åskådare på en sommarteater kan jag hålla med. Jag har sett kulisser som ska föreställa ett helt hus med flera våningar och rum. Stora kulisser kan vara utmanande och speciellt då de måste tåla regn och kraftiga vindar. För att underlätta måste man vara innovativ och fundera på att man knyter någonting fast i träd eller kan en stor sten stödja någon kuliss. Även stora visioner kan vara utmanande om regissören vill till exempel att någon ska flyga. Där måste producenten fungera som en broms för att göra planerna mera realistiska.

Många sommarteatrar, speciellt i mindre städer eller byar, befinner sig lite längre bort från stadens centrum vilket påverkar tillgängligheten. Det ses som en utmaning berättade många av producenterna som jag intervjuade. Med ordet tillgänglighet menar jag i det här skedet att publiken kan ha svårt att ta sig till och från teatern ifall de inte själv äger en bil. Det är ofta producenten som måste lösa detta problem. Ofta kan problemet lösas genom gemensam transport från och till teatern. Själv tycker jag att gemensamma transporter till en sommarteater är ganska vanliga. De sommarteatrar som jag själv varit på brukar det ofta komma två eller flera busslaster av åskådare.

Som åskådare tänker man nog inte på att sommarteater är ofta en hobby för skådespelarna. De är där frivilligt vilket betyder att de inte får betalt för jobbet som de gör. Det kan identifieras som en utmaning då skådespelarna inte får betalt, men producenterna, regissören och andra i produktionen får betalt. Där kommer den moraliska delen. En av producenterna ifrågasatte under intervjun att ”hur mycket kan man begära av ens personal då jag själv får betalt, men de får inte betalt”. Det att skådespelarna är där frivilligt och utan lön ger en dålig känsla att ha dem på övertid. Men om alla saker inte blir färdiga under en dag som beräknat kan det hämta nya utmaningar. Då måste producenten igen börja pyssla ihop nya tidtabeller för en ny dag, vilket inte alltid är lätt. Som producenten

nämnde har de frivilliga skådespelarna ju hemma en familj och ibland ”har de något kalas som de måste ta hand eller de har ju ett liv” så det är inte alltid lätt att hitta en ny dag som passar åt alla. Själv kan jag lätt relatera till detta. Jag tycker att oberoende om det handlar om att hitta en ledig dag gällande jobb eller fritid är det alltid en utmaning då flera personer är involverade.

Produktionens möjliga utmaningar är inte alltid vädret eller transporter. Det nämndes också som en utmaning att samla ihop en arbetsgrupp. En producent förklarar att vissa inte har intresse för att jobba under sommaren då de vill ha lite ledigt. En utmaning kan också uppstå om någon till exempel av skådespelarna eller ljud teamet blir plötsligt sjuk. Producentens ansvar är då att fundera om personen kan ersättas av någon eller måste föreställningen inhiberas. Under min praktik då vi gjorde sommarteatern Äiti ja Gorilla stötte vi på ett liknande problem. Under sommaren 2022 vara Coronapandemin ännu så pass aktuell att om personer hade virusets symptom, skulle de gärna stanna hemma tills de var symptomfria. Detta gjorde att många hamnade plötsligt att stanna hemma och ibland en längre tid än tänkt. Vår produktion Äiti ja Gorilla fick en tuff start. På premiärdagen testades en av skådespelarna positivt för Corona. Några dagar senare visade en annan skådespelare också positivt. Båda personerna hade huvudrollerna vilket gjorde att vi inte kunde ersätta dem. Detta ledde till att vi var tvungna att inhibera de två första föreställningsveckorna. Även efter en tuff början, fick vi ändå ett bra slut då vi kunde visa pjäsen för publik under en intensiv vecka.

7.5 Vad tycker du att är viktigaste delarna i en projektplan?

De viktigaste delarna av en projektplan är en marknadsföringsplan samt att skapa en finansieringsplan för budgeten (Hytti, 2005). Det är Hyttis åsikt och många av de producenter som jag intervjuade svarade på liknande sätt som Hytti. Många av producenternas första svar var att budgeten och resurser är viktigt. Man måste göra en finansieringsplan för att kunna veta vad produktionen har råd med och vad som får bli en dröm. En av producenterna tycker att det är viktigt att göra en analys om produktionen. Man måste analysera ”vad behöver vi, vilka möjliga utmaningar finns det och vad kommer vi inte få till produktionen”. En producent kunde inte alls ge svar på frågan då hen inte gjort en projektplan i arbetslivet.

Under intervjun konstaterade jag att de var många som inte enbart tänkte på projektplanens viktigaste delar, utan flera tog dagens världssituation i beaktande. Under de senaste fyra åren har det hänt mycket i världen. Olika konflikter har uppstått som fortfarande pågår i större eller mindre grad. För tillfället när jag skriver detta lärdomsprov har världen just gått tillbaka till det nya normala efter Coronapandemin. Förutom det finns det ett pågående krig i Ukraina vilket även lett till en energikris i Europa. En av producenterna sade att ”man måste kunna vara realistiska och speciellt nu vi har haft en pandemi i världen och har för tillfället en energikris och liksom mycket saker som påverkar ekonomin. Jag menar det är krig i Ukraina”. På grund av allting som händer i världen påverkar de även oss alla ekonomiskt och ”då måste man kunna räkna med att alla familjer kommer inte att ha råd att gå på sommartheater, alla kanske inte har tid att gå på sommartheater, och så då kan vi inte förvänta oss och ha fulla läktare i alla gånger”. Det är också viktigt att komma ihåg att även om världen går mera mot det normala efter Coronapandemin, kommer man inte att kunna göra allting lika som före pandemin. Jag fick höra under intervjun att det finns många människor i teaterbranschen som omskolat sig under Coronapandemin. Därför är det idag lite svårare att hitta till exempel en ljudmänniska jämfört innan Corona. Därför är det viktigt att projektplanen är väl uttänkt och praktisk.

7.6 Hurdana ledarskapsförmågor behöver en producent?

”Alla. Man pratar ju med alla. En producent behöver kunna styra de här stor tänkarna viktiga personerna” var ett svar som jag fick av en producent. Andra svar som också kom upp flera gånger under intervjuerna var att kunna leda människor. Producentens roll är att hålla i alla trådar och borde veta allting som gäller produktionen. Producenten bör alltid vara ett steg före alla andra i produktionen.

Ibland kan saker gå fel i en produktion vilket kan skapa stressiga situationer där producenten tvingas ta snabba och tuffa beslut. En av producenterna förklarade att som producent är det viktigt att inte visa att man är stressad eller att någonting gått fel. Det behövs ”en attityd att även om man själv tänker att fan, måste man ändå visa att allting kommer att ordna sig och att det är ingen fara”. Om producenten visar att hen är stressad kan det smitta till resten av arbetsgruppen. Det kan leda till onödigt kaos och en känsla att allting inte är under kontroll. En annan producent lyfte fram att det är viktigt ”att

människor känner sig trygga och som att det är en trygg miljö”. Tryggheten ska finnas där så att ”man vågar misslyckas”. Det låter intressant tycker jag att man ska våga misslyckas. Då jag själv planerar någonting som producent så en av sakerna som jag vill undvika helst är att misslyckas. Men tillika är det en bra övning att allting inte alltid går enligt planerna. Att vara mera van med att misslyckas tycker jag kommer också att göra att man blir bättre på problemlösning. Man kommer kunna upprätthålla en positivare attityd vid misslyckanden.

Det är vanligt i en sommartheater att det finns samma skådespelare i flera år eller årtionden som är med och gör olika produktioner. Det finns personer som kan ha suttit i styrelsen i 40 år och då ”behöver man nerver av stål” och tålamod förklarar en producent. I produktionen finns det flera inblandade med olika åsikter. Speciellt kan sommarteatrarnas äldre medlemmar som suttit länge och har en lång erfarenhet vara lite utmanande. De är ofta vana med att de gjort vissa saker på ett visst sätt de senaste 20 åren. Då kan det kännas lite svårt att komma med nya ändringsförslag åt de äldre medlemmarna. Viktigaste i ändringsförslagen är att det måste finnas en tydlig plan på hur du kan förverkliga de här nya förändringarna berättar en producent. Det är viktigt att visa åt äldre medlemmar att ”du är inte där för att förstöra utan du vill utveckla”.

Som producent är det också viktigt att lära sig att våga och kunna ge ansvar åt andra i arbetsgruppen. Till exempel måste man kunna ge scenografen eget ansvar, men ibland kan det vara svårt att veta hur mycket ansvar en producent kan ge. Producenten kan inte heller ge allt för mycket ansvar och ”tänka om allting att den där personen får nu själv bestämma om de”. Detta skriver Hytti (2005) också i sin publikation att producenten måste ha koll på allting, men ändå kunna ge rum för arbetsgruppen att jobba. Själv har jag under olika praktiker fått ganska mycket ansvar. Det känns både bra och skrämmande tillika. Jag har definitivt ibland haft känslan att jag är bara en praktikant. Hur vågar de ge ett så stort ansvar åt mig? Men tillika har jag fått bevisa mig själv att jag klarar av mera än vad jag tror. Det är även viktigt att komma ihåg att man aldrig är ensam i en arbetsgrupp. Det är aldrig fel att fråga hjälp eller bolla idéer med kollegor, även om uppgiften är ditt ansvarsområde.

Många av de intervjuade producenterna nämnde att då man jobbar med en sommartheater finns det flera i arbetsgruppen som har många stora idéer. Ibland kan stora idéer vara så

orealistiska att det blir ett problem. Då är ”vi (producenterna) här för att dra ner dem till jorden. Så att vi måste kunna på något sätt leda de här största ansiktena, största ledarna som syns utåt”. En producent måste vara både ”ödmjuk och [...] sen måste du kunna sätta stopp för saker när du märker att det har gått för långt eller att det blir för dyrt”. Producenterna är där för att vara realistiska och kunna sätta stopp för idéer som inte kommer att fungera. Det kan vara någonting som är för orealistiskt och för svårt att förverkliga eller sen helt enkelt att budgeten inte räcker till.

7.7 Vad tycker du att är unikaste med sommarteatern i Finland?

De flesta av oss har någon gång varit på en sommarteater antingen som åskådare eller som deltagare i produktionen. Alla har vi olika tankar och åsikter om vad som är unikt med sommarteatern i Finland. I den här delen av intervjun var det första gången som ingen svarade exakt samma sak. Det var roligt att höra vad de här fem producenterna ansåg att var unikt med Finlands sommarteater.

Finlands sommarteater beskrevs bland annat som ”mångsidigt, nära naturen och lokal” och att ”sommarteater är väldigt ärligt”. En producent svarade även att i ”vanlig teater är vanligt att det är väldigt flashig och är väldigt uttänkt [...] och sommarteater är väldigt minimalt.” Jag håller helt med att sommarteater är mer minimala. Det som gör sommarteatern unik enligt mig är att åskådarna ofta uttrycker lite mera sympati om någonting går fel under föreställningen jämfört med inomhusteater. Ibland kan även pjäsen bli bättre om någonting går fel t.ex. någon glömmer en replik kan det bli en rolig improvisation. Någonting som är unikt enligt en av producenterna är att scenen är ofta byggd och anpassad enligt naturen. Det finns inte en sommarteater som är designad av en arkitekt.

Det finns inte direkt heller en sommarteater som är på turné som till exempel cirkusen gör. Det unika med en sommarteater är att alla får vara med i den. Oberoende om du har erfarenheter av att skådespela eller inte. Och som jag nämnde tidigare så finns det många andra uppgifter i en sommarteater än att bara stå på scenen. En producent upplever att det unika är att ”de är amatörer, de är vänner, de är familj som står på scen” och att ”människor faktiskt kommer och tittar på det här. Det är inte så där att vi vill bara se

proffs skådisar, utan det är bara så roligt att komma och titta på sommarteater. För det är dina bekanta, det är vänner och just den där energin när den utstrålar ända till publiken”. Det var också roligt att höra hur människor vill bara vara på något sätt involverade i en sommarteater. En av producenterna berättar att det finns vissa personer som stått år efter år på scenen men kommer ”i den åldern att de just har fått barn och då har man helt enkelt inte möjlighet att kunna sätta hela sin sommar på en hobby. Men de kommer ändå hemskt gärna tillbaka”. Att få vara en del av sommarteatern på något sätt är viktigt för dem. De ”kommer hemskt gärna att parkera bilar eller sälja korv eller hjälpa till med vad som helst. Krattar de är talko och alla gör det frivilligt, ingen är där för att de vill ha de vill ha pengar eller fame”. Jag har själv märkt när jag går på sommarteater att det är flera personer som är involverade i flera år, men har inte nödvändigtvis alltid samma uppgifter. Ett år kan de stå på scenen och nästa år vid biljettförsäljningen.

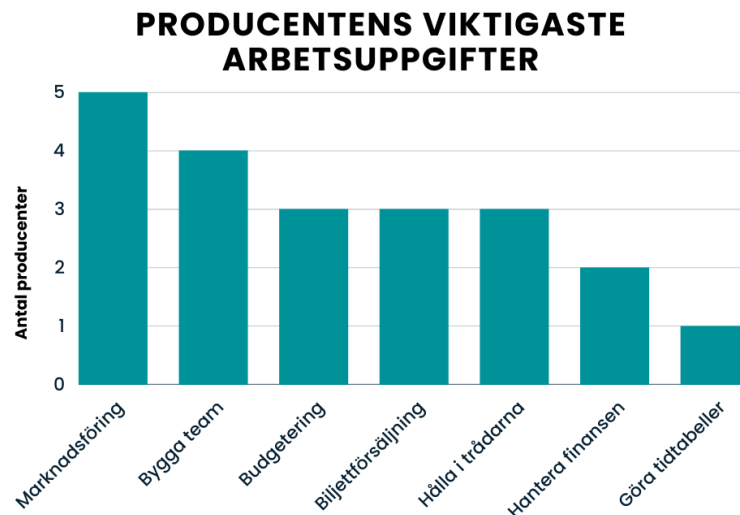
En till unik aspekt var att pengarna går till det lokala. Åskådarna brukar ofta veta vart pengarna går. Sommarteatrarna gör egentligen inte så stora vinster, men tillräckligt för att hålla verksamheten igång. Det är vanligt att många städer eller olika stadsdelar har en egen sommarteater som gör att de blir lokala. Vid sådana situationer kan pjäsen ta med lite lokal humor eller saker som skett i staden under året vilket ger en mera speciell upplevelse åt åskådaren, konstaterar en producent.

8 ANALYS

Forskningsfrågan för detta lärdomsprov är: Vilka arbetsuppgifter hör till en kulturproducent i en sommarteaterproduktion?

Det kom fram vid intervjutillfällena att de flesta av de producenterna som jag intervjuade har ganska långt samma arbetsuppgifter. En av frågorna vid intervjutillfället var: Vad är typiska arbetsuppgifter för dig och vad är den viktigaste uppgiften? Producenterna hade långa listor på uppgifter som de ansåg vara viktiga, men det var speciellt en uppgift som alla nämnde vilket var marknadsföring. Detta är även någonting som Hytti (2005) konstaterar i sin publikation. Det fanns tre andra uppgifter som minst tre av fem producenter ansåg som viktiga uppgifter. De här uppgifterna var att bygga team, budgetering och biljettförsäljning. Några uppgifter som både producenterna och

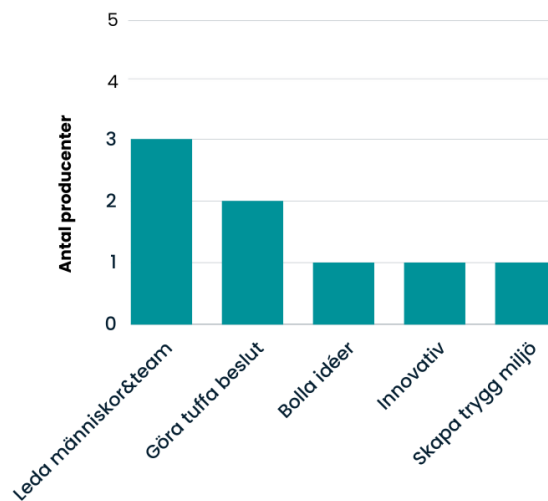
Seabright (2013) räknade upp är att fixa kontrakt och scheman åt arbetsgruppen samt att hantera pengar. Andra viktiga arbetsuppgifter enligt Seabright (2013) se kapitel 4.1. Enligt Hytti (2005) är den viktigaste uppgiften att hålla i trådarna. Så svarade tre producenter av fem.



Figur 8. Tabell på intervju svaren från de fem producenterna

Som tidigare nämnt i detta lärdomsprov anser Hytti (2005) att projektplanen är en av de viktigaste delarna i planeringsarbetet. Vid intervjutillfället med producenterna var det nästan alla som svarade olika på vad de anser som viktigt i projektplanen. Nämligen endast två av fem producenter ansåg att det viktigaste med projektplanen var budgeten, resurser och att vara realistisk. Resten av svaren var endast en av de fem producenter som svarade bland annat att göra analys över projektplanen och att den ska vara väl uttänkt och praktisk. En producent kunde inte alls ge ett svar på frågan då hen aldrig gjort en projektplan för en produktion. Enligt Hytti (2005) är marknadsförings- och informationsplan de viktigaste delarna. Ferraro (2021) lyfte fram att budgeten och att målen uppnås inom funktionalitet är det viktigaste med en projektplan.

VIKTIGA LEDARSKAPSFÖRMÅGOR



Figur 9. Tabell på intervju svaren från de fem producenterna

Ledarskapsförmågor är en viktig egenskap att ha i en ledande position. Att kunna vägleda, motivera, inspirera, utbilda, utveckla, och styra anställda anses viktigt av Rhine (2017). Likaså tycker tre av fem producenter. De lyfte fram att som producent måste man kunna leda människor och team. Även att kunna göra tuffa beslut, bolla idéer och vara innovativ kom som svar av några producenter. En av fem producenter tycker att det är viktigt att skapa en trygg miljö. Detta pratar också Stein (2016) om då han poängterar att en bra arbetsrelation med anställda leder till en förtroende miljö. Hytti (2005) lyfter fram att producenter måste ha koll på allting som sker i arbetsgruppen, men tillika kunna ge rum för dem att jobba. Detta är någonting som en av producenterna satt och konstaterade under intervjun. Vid intervjutillfället satt en producent och ifrågasatte hur mycket frihet man egentligen kan ge arbetsgruppen. Arbetsgruppen måste ju få och kunna ta egna beslut, men tillika kan producenten inte helt försvinna från bilden. Någonting som en av producenterna nämner, men som inte kom upp i litteraturen är att en ledare måste ha tålamod.

Frågan om utmaningar vid en sommar-teater fanns det ett svar som drog hem vinsten. Det var tre av fem producenter som ansåg att vädret är en utmaning. Två av fem producenter tyckte att samla ihop arbetsgruppen och teaterns tillgänglighet, det vill säga var teatern är belägen kan ses som en utmaning. Även en producent ansåg den moraliska delen som en utmaning då sommar-teater är för de flesta en obetald hobby.

Några av de producenterna hade kommit in i branschen under sin barndom. Det konstaterade Hytti (2005) att det är vanligt att många börjar sin teaterkarriär som hobby och senare utvecklar det till en riktig karriär. Det var också vanligt bland producenterna att de hade börjat sin teaterkarriär i sin egen lokala sommarteater och senare eventuellt också jobbat på andra sommarteatrar. Vid intervjutillfället fanns det producenter som hade erfarenhet av att jobba på sommarteatrar i cirka fem till tio år, men det fanns även producenter som börjat göra sommarteater som karriär för några år sedan, dvs. kring 2018 eller 2019.

Teatrarnas målgrupper varierade vilket gjorde också att pjäsens innehåll varierade lite beroende på sommarteatern. Producenten i Österbotten berättade att sommarteaterpjäser med historiskt innehåll är vanligt där. De andra sommarteatrarna gjorde mera pjäser baserade på böcker eller musikalerna. Storleken på teatrarna varierade vilket också påverkar publiken. I intervjun fanns det producenter både från större och mindre sommarteatrar i Svenskfinland. Semi (2012) berättar att mindre sommarteatrar är ofta mera kända bland lokala, vilket gör att åskådare också ofta är lokala invånare.

Överlag var det många liknande svar som producenterna gav som berättats om i litteraturen. Enstaka svar som producenterna nämnde fanns inte i litteraturen och tvärtom.

9 SLUTSATS

Syftet med det här lärdomsprovet var att få en klarare bild på vad en kulturproducent kan göra i en sommarteaterproduktion. Det finns så otrolig många arbetsuppgifter som kulturproducenten kan göra. Därför ville jag med hjälp av detta arbete få en bättre bild och klarare förståelse på vad kulturproducentens arbetsuppgifter är, men mera specifikt i en sommarteater. Självt tycker jag att med hjälp av detta arbete har jag lyckats skala av och kommit fram till ett resultat gällande kulturproducentens arbetsuppgifter.

I det här lärdomsprovet använde jag mig av olika litteratur som gav mig relevanta saker, men den huvudsakliga litteraturen var för mig Hyttis publikation Teatterituottajan Opas (2005). Jag gjorde även intervjuer med fem kulturproducenter som jobbar på en

sommarteater. Innan intervjuerna hade jag läst delar av Hyttis publikation som jag ansåg mest relevanta för mitt arbete. Det var många saker som de intervjuade kulturproducenterna tog upp som jag också hade läst i olika litteratur. Ofta nämnde de samma saker som någon författare nämnt i sin publikation som jag använt mig av. En av de viktigaste uppgifterna för en producent enligt Hytti var marknadsföringen. Under intervjun ställde jag frågan: vad är kulturproducentens viktigaste arbetsuppgift? Det var faktiskt den enda frågan som alla svarade lika på, vilket var marknadsföring. Det undrar jag själv inte alls över. Det första som jag själv tänker på är att en kulturproducent håller på med marknadsföring. Många av de kulturproducenter som jag vet håller på med marknadsföring på olika företag eller organisationer. Oberoende av att det inte fanns så många publikationer specifikt om sommarsteater fick jag ändå svar på mitt syfte och forskningsfråga. Jag hade ändå kunnat maximera litteratursökningen inom amatörteater då sommarsteater klassas som det.

Själv kom jag till resultatet att en kulturproducent fortfarande har många olika uppgifter. Jag har ändå lyckats få en klarare bild på de viktigaste uppgifterna med hjälp av detta arbete. Förutom marknadsföring tycker jag, på basen av intervju svaren och publikationerna, att bygga team, budgetering, hålla i trådarna, hantera finansen och göra tidtabeller är de viktigaste (se figur 8). De här är uppgifter som räknades upp av några producenter under intervjuerna och som också beskrivits i de olika publikationer som jag har använt.

Även om uppgifterna fortfarande är många så tycker jag att det beror ganska långt på vad man själv som producent kan och vill göra. Hur långt räcker de egna kunskaperna och när behövs det anställas nya arbetstagare som sköter de uppgifter som producenten inte klarar av eller har tid för. Det här visar hur viktigt det är för en producent att ha ledarskapsförmåga och att kunna bygga upp ett team. En stor fördel är att känna sig själv som producent och veta vad man är kapabel till och var gränsen går. Vad ska jag som producent kunna delegera vidare och hur ska jag klara av att visa att allting går bra även om det ibland kan gå åt skogen.

Jag har insett genom detta lärdomsprov att en producent har ett stort ansvar. Producenten är den person som alla i arbetsgruppen vänder sig till direkt då någonting inte går som planerat. Det är ju ändå producenten som ofta får lösa problemen och därför konstaterade

producenterna som jag intervjuade, att en producent ska kunna göra lite av allt. Alla människor i arbetsgruppen är viktiga tycker jag. Det skulle till exempel inte bli en teaterproduktion om det inte fanns en regissör, scenograf eller ljud människa. Så även hur liten eller stor roll människor har i arbetsgruppen, tycker jag att alla är otroligt viktiga för att få ett projekt att fungera. Ändå tycker jag att producenten har en av de viktigaste rollerna i en produktion. Producenten är ju den personen som ser till att det finns tidtabeller och att allting görs i rätt tid. Vi ser ju också till att det finns en budget och alla människor finns i arbetsgruppen som behövs för att förverkliga ett projekt. Därför är producenten enligt mig en av de viktigaste personerna i en produktion som för hela arbetsgruppen till målet. Om det inte fanns en producent, så skulle det kanske inte bli ett projekt.

KÄLLOR

- Cambridge Dictionary (u.å.), Observation. Hämtad 26.10.2023 från <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/observation>
- Chia, N., Nine Years Theatre. (13 juni 2013). *The Invisible Body and the Suzuki Method of Actor Training*. Nine Years Theatre. <https://www.nineyearstheatre.com/en/abt-suzuki.php>
- Elävä perintö. (30.4.2021). *Sommarteater*. <https://wiki.aineetonkulttuuriperinto.fi/wiki/Sommarteater>
- Etiska principer för humanforskning och etikprövning inom humanvetenskaperna i Finland. (2019). Forskningsetiska delegationens anvisningar 2019.
- Ferraro, J. (2012). Project Management for Non-Project Managers ([edition unavailable]). AMACOM. <https://www.perlego.com/book/728211/project-management-for-nonproject-managers-pdf>
- Galletta, A. (2013). Mastering the Semi-Structured Interview and Beyond ([edition unavailable]). NYU Press. <https://www.perlego.com/book/719356/mastering-the-semistructured-interview-and-beyond-from-research-design-to-analysis-and-publication-pdf>
- Göransson, K. (2019). *Etnografi: Sjösätt, navigera och ro i land ditt projekt* (Upplaga 1.). Studentlitteratur.
- Holme, I. M., & Solvang, B. K. (1997). *Forskningsmetodik: Om kvalitativa och kvantitativa metoder* (2. uppl.). Studentlitteratur.
- Hytti, J. (2005). Teatterituottajan opas. Like.
- Hämeenaho, P., Koskinen-Koivisto, E., Mäkinen, M., Väkeväinen, N., Fingerroos, O., Kajander, K., . . . Ethnology, D. o. H. a. (2022). *Havainnointi ja haastattelu*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Jansson, T. (26.1.2023). Teaterhuset Universum renoveras till daghem – nu söker man febrilt efter nya utrymmen. *Svenska Yle*. <https://svenska.yle.fi/a/7-10027264>
- Kangasniemi, S. (1.6.2022). Itä-Helsinki sykkii elämää mutta taiteesta on puute – Itä-keskuksen uuden kesäteatterin esitys on ”ehdottomasti vaarallista, ei harmitonta”. *Helsingin Sanomat*. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000008788699.html>
- Kulturhuset stadsteatern. (u.å.). *Parkteatern*. <https://kulturhusetstadsteatern.se/parkteatern>
- Lamppu, E. (20.6.2017). Kulturdebatt: Kan sommar-teater bli mera experimentell också hos oss?. *Svenska Yle*. <https://svenska.yle.fi/a/7-1208880>

- Lindkvist, L. (2016). Leading Cultural organisations: from leadership to followership. K. Dahlborg & M. Löfgren (Red.), *Perspective on Cultural Leadership - The Fika Project* (s.117-132). Livonia Print.
- Michael Chekhov Acting Studio. (u.å.). *Michael Chekhov's Technique*. Michael Chekhov Acting Studio. <http://michaelchekhovactingstudio.com/philosophy.html>
- My Helsinki, (u.å.). *Puhos*. <https://www.myhelsinki.fi/fi/näe-ja-koe/ostokset/puhos>
- Rhine, A. (2017). *Theatre Management* (1st ed.). Bloomsbury Publishing.
- Seabright, J. (2013). So You Want to be a Theatre Producer? ([edition unavailable]). Nick Hern Books. <https://www.perlego.com/book/1420098/so-you-want-to-be-a-theatre-producer-pdf>
- Semantix. (u.å.). *Så transkriberar du en intervju – och maximerar fördelarna*. Semantix A Transperfect Company. <https://www.semantix.com/se/resurser/blogg/guide-hur-man-transkriberar/transkribera-intervju>
- Semi, M. (2012). *Taitavaa taidetta vai pelkkää puskateatteria?*. [Examensarbete, Turun ammattikorkeakoulu]. Theseus. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/42383/Semi_Mikko.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Smart Svenska. (u.å.). *Intervjua en expert*. Smart Svenska digitalt och utanför klassrummet. <https://smartsvenska.aalto.fi/sve/home/intervjuaenexpert/>
- Stein, T. (2016). *Leadership in the Performing Arts* ([edition unavailable]). Allworth. <https://www.perlego.com/book/963669/leadership-in-the-performing-arts-pdf>
- Svenska Akademiens Ordböcker (u.å.). *Etnografi*. I *Svensk ordbok*. Hämtad 26.10.2023 från <https://svenska.se/so/?sok=etnografi&pz=4>
- Tapio, A.S. (2013). *Evenemangsplanering som ett projektarbete*. [Examensarbete, Yrkeshögskolan Novia]. Theseus. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/68534/tapio_ann-sofie.pdf?sequence=1
- Ticketmaster. (u.å.). Mikä on kesäteatteri?. <https://www.ticketmaster.fi/feature/kesateatterit/>
- Universum. (u.å.). *Om Universum*. <https://universum.fi/sv/>

Bilagor

Bilaga 1

Intervjufrågorna

1. Berätta om den sommartheater jobbar du på?
2. Hur länge har du jobbat i teaterbranschen?
3. Vad är typiska arbetsuppgifter för dig?
4. Vilka uppgifter har en producent och vad tycker du är producentens viktigaste uppgift?
5. Finns det någonting utmanande med att vara producent på en sommartheater?
6. Vad tycker du att är viktigaste delarna i en projektplan?
7. Hurdana ledarskapsförmågor behöver en producent?
8. Vad tycker du att är unikaste med sommarteatern i Finland?

Bilaga 2

Intervjufrågor åt Universums verksamhetsledaren:

1. Vaför ville Universum som en proffsteater göra en sommareteater som kategoriseras som amatörteater? Vad var målet med sommarteatern?
2. Varifrån kom inspirationen att just göra en sommartheater i östra Helsingfors?
3. Vad anser du att var det svåraste med att grunda en sommartheater i östra Helsingfors?
4. Hurdan feedback fick ni av teateråskådarna?

Bilaga 3

Teater Universums marknadsföringsundersöknings frågor:

1. Varifrån fick du reda på föreställningarna?
2. I vilken stadsdel bor du?
3. Hade du beställt biljetter till en inhyrd föreställning?
4. Har du varit i teaterhuset Universum i Rödbergen?
5. Vill du berätta någonting annat åt oss?