



## **Gör teater relevant igen**

En intervjustudie om publikarbetet i svenskspråkiga teatrar

Johanna Ekroos

Lärdomsprov	
Yrkeshögskolan Arcada	
Utbildningsprogram:	Kulturproducentskap
Identifikationsnummer:	9196
Författare:	Johanna Ekroos
Arbetets namn:	Gör teater relevant igen – En intervjustudie om publikarbetet i svenskspråkiga teatrar
Handledare (Arcada):	Tiina Räisä
Uppdragsgivare:	-
<p>Sammandrag:</p> <p>Detta lärdomsprov behandlar publikarbetet och breddandet av publiksegmentet i tre olika helsingforsiska teatrar med främst en svenskspråkig repertoar. Teaterhistoria behandlas också liksom publikarbete som fenomen. Syftet är att ta reda på vilka olika sätt man i teatrarna jobbar på för att bredda publiksegmentet. Problemet är hur teatrar med en främst svenskspråkig repertoar i Helsingfors skall nå ut till en sådan publik de i allmänhet inte når ut till. Problemet undersöks ur teaterchefernas perspektiv. Lärdomsprovet avgränsas till att behandla svenskspråkiga teatrar i Helsingfors. Som respondenter har valts enbart teaterchefer. Dessa avgränsningar har gjorts för att på ett adekvat sätt kunna göra jämförelser i materialet i och med att utgångspunkterna och grunderna är desamma. Undersökningens teoridel baserar sig på en litteraturgenomgång. En viktig inspiration har varit Nina Dahl-Tallgrens bok <i>Publiken i huvudrollen</i>. Datainsamlingsmetoden är semistrukturerade kvalitativa intervjuer. Materialet består av tre intervjuer med tre teaterchefer. Analysmetoden är konventionell kvalitativ innehållsanalys. Resultatet är att publikarbete stöder, tillgängliggör, förlänger eller förstör teaterupplevelsen. Seminarier, klubbverksamhet, samtal och diskussioner används i teatrarna som sätt att bredda publiksegmentet. Lyhörda diskussioner i valet av föreställningarna, förmånliga säsongkort, bakgrundsarbete i form av analys av publiken och olika digitala medel bidrar också till att nå ut till en ny publik. Vidare resultat är att teatrarna strävar till att leva i en växelverkan med samhället omkring dem och därmed locka publik. Att bredda publiksegmentet är en kontinuerlig utvecklingsprocess.</p>	
Nyckelord:	Teater, publik, publikarbete, publiksegment, marknadsföring, teaterföreställning
Sidantal:	50
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

Opinnäytetyö	
Ammattikorkeakoulu Arcada	
Koulutusohjelma:	Kulttuurituotanto
Tunnistenumero:	9196
Tekijä:	Johanna Ekroos
Teoksen nimi:	Tehdään teatteri ajankohtaiseksi taas – Haastattelututkimus yleisötyöstä ruotsinkielisissä teattereissa
Ohjaaja (Arcada):	Tiina Räisä
Toimeksiantaja:	-
<p><b>Tiivistelmä:</b>  Tämä teos käsittelee yleisötyötä kolmessa eri ruotsinkielisessä teatterissa Helsingissä. Teoksessa käydään läpi, miten teatterit laajentavat yleisösegmenttejään. Teatterihistoriaa ja yleisötyö ilmiönä käsitellään myös. Teoksen tarkoitus on ottaa selvää millä eri tavoilla teattereissa työskennellään laajennuttaakseen yleisösegmenttejään. Tutkimusongelma on miten ruotsinkieliset teatterit tavoittavat sitä yleisöä mitä he eivät yleensä tavoita. Ongelmaa tutkitaan teattereiden johtajien näkökulmasta. Teoksessa käsitellään ruotsinkielisiä teattereita ja vastaajat ovat teatterinjohtajia. Määritelmä on tehty, jotta lähtökohdat olisivat samat ja riittäviä vertailuita voidaan tehdä. Tutkimuksen teoriaosa perustuu kirjallisuuskatsastukseen. Inspiraatiota on saatu Nina Dahl-Tallgrenin kirjasta <i>Publiken i huvudrollen</i>. Tiedonkeruumenetelmä on puolistrukturoidut laadulliset haastattelut. Aineisto koostuu kolmesta haastattelusta kolmen teatterijohtajan kanssa. Analyysimenetelmä on tavanomainen laadullinen sisältöanalyysi. Tulos on, että yleisötyö tukee, laajentaa, suurentaa tai tekee teatteriesityksen helpommin lähestyttäväksi. Teattereissa käytetään seminaareja, klubitoimintaa ja keskusteluita laajennuttaakseen yleisösegmenttejään. Kuulaita esitysvalintaprosesseja, edulliset kausikortit, digitaaliset keinot ja taustatyönä yleisön analysointi ovat myös menetelmiä, joilla teatterit saavuttavat yleisöä. Toinen tulos on, että teatterit pyrkivät elämään vuorovaikutuksessa yhteiskunnan kanssa ja sillä vetää puolensa yleisöä. Yleisösegmentin laajennus on jatkuva kehitysprosessi.</p>	
Avainsanoja:	Teatteri, yleisö, yleisötyö, yleisösegmentti, markkinointi, teatteriesitys
Sivunumerot:	50
Kieli:	Ruotsi
Hyväksytty:	

Degree Thesis	
Arcada University of Applied Sciences	
Education Program:	Culture Production
Identification Number:	9196
Author:	Johanna Ekroos
Name of the Degree Thesis:	Let`s make theatre relevant again – A interview study about audience work in Swedish-speaking theatres
Supervisor (Arcada):	Tiina Räisä
Commissioned by:	-
<p>Abstract:</p> <p>This Degree Thesis is about audience work and how three Swedish-speaking theatres in Helsinki broaden their audience segment. Theatre history and audience work as a phenomenon is also dealt with. The purpose is to find out ways how the theatres work to broaden their audience segment. The problem is how Swedish-speaking theatres shall reach audience they usually not reach. The problem is examined from the perspectives of the theatre managers. The research is done in Swedish-speaking theatres and the respondents is only the theatre managers. With this, the starting point is the same, and adequate comparisons can be done. The Theory part is based on a literature review. An inspiration is Nina Dahl-Tallgren´s book <i>Publiken i huvudrollen</i>. Data collection method is semi structured qualitative interviews. The material is three interviews with three theater managers. The analysis method is conventional content analysis. The result is that audience work supports, extends, enlarges, or makes the theatre experience available. Seminars, club activities and discussions are used in the theatres to broaden the audience segment. Responsive discussions when choosing performances, advantageous season tickets, digital means, and analyses about the audience as background work, contributes also to reach out to a new audience. A result is also that the theatres aim to interact with the society to attract audience. It is a continuous development process to broaden the audience segment.</p>	
Keywords:	Theatre, audience, audience work, audience segment, marketing, theater performance
Page Numbers:	50
Language:	Swedish
Approved:	

# INNEHÅLL

<b>Tabeller .....</b>	<b>5</b>
<b>1 Inledning.....</b>	<b>7</b>
1.1 Struktur och begreppsdefinitioner.....	8
<b>2 Syfte och forskningsfråga.....</b>	<b>10</b>
2.1 Avgränsningar .....	10
<b>3 Teoretisk referensram .....</b>	<b>11</b>
3.1 Teaterns europeiska historia .....	11
3.2 Den finska teaterns historia .....	14
3.3 Publikarbetets bakgrund.....	16
3.4 Publikarbete som fenomen.....	17
<b>4 Metod och analys .....</b>	<b>20</b>
4.1 Semistrukturerade kvalitativa intervjuer .....	20
4.2 Konventionell kvalitativ innehållsanalys.....	24
<b>5 Resultat .....</b>	<b>26</b>
5.1 Teater speglar verkligheten .....	26
5.2 Lyhörd process styr valet av föreställning.....	28
5.3 Publikarbete tillgängliggör teaterupplevelser .....	30
5.4 En aktiv synlighet breddar publiksegmentet .....	33
5.4.1 <i>Bakgrundsarbete .....</i>	<i>34</i>
5.4.2 <i>Val av föreställning .....</i>	<i>35</i>
5.4.3 <i>Konkreta medel.....</i>	<i>36</i>
5.4.4 <i>Digitala medel och kommunikation .....</i>	<i>37</i>
5.4.5 <i>Kontinuerlig förbättring.....</i>	<i>38</i>
5.4.6 <i>Teatrarna strävar till att bredda sitt publiksegment .....</i>	<i>38</i>
<b>6 Diskussion .....</b>	<b>40</b>
<b>Källor.....</b>	<b>47</b>
<b>Bilagor.....</b>	<b>49</b>

## TABELLER

Tabell 1. Sätt för teatrar att nå mer publik.....	40
---	----

## FÖRORD

Jag har än en gång fått märka att tålamod och självförtroende är viktigt. Ge inte upp, det blir nog bra.

Kort och gott om ett av arbetets teman; alla borde veta ens lite om publikarbete. Ett dialogiskt, mjukt men också tankeväckande och omskakande sätt att interagera med andra människor.

Ett STORT tack till min handledare Tiina Räisä som med humor, hjärta och en megakunskap orkat med mina konstiga textskapelser, vimsiga tankar och stundvisa gnäll.

Ett STORT tack till ni otroliga teaterchefer som lät mig intervjua er. Fina diskussioner, många tankar och framför allt ett klart lärdomsprov. Tack. Och förlåt för möjliga underligheter i arbetet.

Tack min älskade dotter Ava, min gubbe och mina bonusdöttrar. Ni är livet!

# 1 INLEDNING

Det finns många skäl till att människor inte går på teater. En anledning är att de inte får ut något av teater. Teater tråkar ut dem och de är intresserade av annat. Andra går inte på teater för de har av tradition aldrig gjort det och de vet inte hur man gör det. Någon har blivit tvingad av skolan på teater och har utvecklat en aversion på grund av det. (Roos Sjöberg 2000 s. 15) Lindfors (2018) skriver att det även finns en grupp av individer som enligt sig själva borde gå på teater men trots det aldrig eller sällan gör det. Detta är ogynnsamt för på grund av dessa orsaker missar en stor grupp människor teater som kunde vara mycket givande för dem (Roos Sjöberg 2000 s. 15).

Teater är en mötesplats, en social institution, som ger människor möjlighet till att tänka, känna, skratta, identifiera sig själva och se sammanhang. Teater fyller en funktion och har ofta med en själv att göra (Roos Sjöberg 2000). Teater är ett fenomen i sin kultur (Brockett 1995 s. 1). Teater är en del av ett rikligt kulturutbud i ett samhälle. Teaterorganisationerna tillför samhället arbetsplatser och gör städer attraktivare för både de som bor i städerna och för turister. Det blir dock ingen teater utan publik. Publikens roll i teater är central (Freshwater 2009 s. 1). För att hålla kvar publiken och även nå ut till ny en publik behövs det kunskap i hur man gör det.

Idén med denna undersökning är att ta reda på hur publikarbetet i några teatrar går till när de vill tilltala och engagera en bredare publik. Att hålla upp teatrar är lönsamt framför allt på ett välbefinnande plan i och med att verksamheten förser medborgare och turister med platser där de kan mötas på, slappna av på, få nya intryck och stimulans på och underhållas på.

För att undvika publikbortfall och för att även kunna locka mer publik är det bra att marknadsföra publikarbete. Exempel på informationskanaler för publikarbete är direkt kontakt med potentiell publik, webbplatser, sociala medier och reklamblad. Publikarbete ger kunskap om teater på ett lekfullt och kravlöst sätt. (Dahl-Tallgren 2011 s. 24) Publikarbete handlar om att riva ner fysiska, psykologiska och sociala spärrar och barriärer som hindrar individer att delta i olika konstformer (Dahl-Tallgren 2011 s. 16). Att motivera och bredda sitt publiksegment och därmed få mer publik är relevant för alla teatrar på grund av att de

behöver biljettintäkter för att fungera. Med hjälp av publikarbete kan en publik engageras (Dahl-Tallgren 2011 s. 24). Många teatrar har framför allt efter Covid kämpat med att få publik till sina föreställningar.

Dahl-Tallgren et. al. (2011) framhåller på basis av den tyske dramatikern Bertolt Brecht att det i en teatersalong finns två slag av konstyttringar. Dessa två är skådespelandets konst och åskådandets konst och de skall mötas på ett adekvat sätt. Roos Sjöberg (2000 s. 9) pratar om teater och verklighet och när dessa möts skapas och växer något fram, ett gränsland. Enligt Roos Sjöberg (2000 s. 9) handlar för- och efterarbetet runt teaterföreställningar om att skapa länkar mellan publik och teater. Att främja en motivation för möten både från publikens och teaterns sida är viktigt. Genom publikarbete försöker man skapa en grund för möten mellan publik och teater.

Fraser (2004 s. 42) skriver att The Concise Oxford Dictionary ser teater som olika händelser som gemensamt blir till en föreställning. Föreställningen kan antingen leda till en katastrof eller en succé. En väl planerad marknadsföring och ett professionellt publikarbete är med andra ord fördelaktigt.

## **1.1 Struktur och begreppsdefinitioner**

Det inledande kapitlet i detta arbete går kort in på huvudteman i arbetet. Det tas upp anledningar till att människor inte går på teater och vad teater och publikarbete är. Varför undersökningens problem är relevant tas också upp. I kapitel 2 förklaras problemet och syftet kort och koncist. Efter syfte och forskningsfråga tas avgränsningarna upp i ett eget delkapitel.

Efter avgränsningarna kommer den teoretiska referensramen i ett eget kapitel. Tidigare forskning lyfts fram och redogörs för. I detta kapitel behandlas teaterhistorien främst i Europa och i Finland. Tidsepoken som behandlas sträcker sig från den grekiska teatern till teater på 2000-talet. Det konstateras att det är omöjligt att veta när teatern uppkom men ett samband mellan religiösa riter och teater finns det. I Finland har uppkomsten att göra med folksånger och shamanernas riter. I egna delkapitel berättas det kort om



publikarbetets bakgrund, sedan förs en diskussion om vad publikarbete är och olika tolkningar ges.

Datainsamlingsmetoden, de semistrukturerade kvalitativa intervjuerna och analysmetoden, den konventionella kvalitativa innehållsanalysen, skildras i kapitel 4. Detta kapitel åtföljs av kapitlet som behandlar undersökningens resultat. Efter resultatkapitlet kommer diskussionen.

Det mest centrala begreppet i denna undersökning är publikarbete (fin. yleisötyö, eng. Audience Development) som kan härledas till England i slutet av 1950-talet (Dahl-Tallgren 2011 s. 13). Publikarbete är vid sidan om teater de huvudsakliga begreppen. Teater inkluderar allt; drama, teaterkonst, föreställningar och pjäser. Ordet föreställning använder jag också skilt men de andra orden går under teater.

I kontexten publikarbete använder jag begreppen publik, individer, skådespelare, föreställning och teater. Publiken är alla åskådare och individer som kommer för att se teaterföreställningen. Ordet åskådare kommer av engelskans *audience*. Audience härstammar från det latinska ordet *audire* som betyder ”att höra”. (Freshwater 2009 s. 5) I detta arbete avgränsas inte åskådarnas roll till att bara lyssna och titta. Publiken är också delaktig. Skådespelarna står på scenen och skådespelar. Med publikens närvaro för de föreställningen framåt.

Publikarbetet och marknadsföringen är inte detsamma i en teater men det ena behöver det andra och personalen arbetar nära varandra. Publikarbete går inte ut på att sälja föreställningar. Publikarbetet skapar kontaktytan. (Marja Vuori 2022) Publikarbete och marknadsföring kan alltså ses som två olika, men av varandra beroende fenomen på en teater.

När jag skriver om marknadsföring använder jag begreppen produkt, människor, konsumenter och mottagare. Med produkt menar jag kort och koncist föreställningen som skall säljas. Fraser (2004 s. 43) pratar om ”people business”. Det här blir fritt översatt affärer med människor. Detta utövas när teatern skall locka publik. Teaterpubliken består av människor som köper något, teaterbiljetten, för att få något, produkten, i detta fall

teaterföreställningen, och därav ser jag denna mycket affärsliknande verksamhet även som något som sker inom en teaterorganisation.

Konsumenter är de som konsumerar något, i detta fall föreställningar. Parment (2021 s. 449) använder begreppet mottagare när hen beskriver varför marknadsföringsbudskap inte når fram till individer. Individerna är målgruppen och därmed mottagare för något. I denna kontext använder jag ordet mottagare. När jag syftar på en individ som marknadsför något använder jag ordet marknadsförare. Begreppet kundvärde betyder att konsumenten får det hen önskar sig och har betalat för.

## **2 SYFTE OCH FORSKNINGSFRÅGA**

Problemet i denna undersökning är hur teatrar med främst en svenskspråkig repertoar i Helsingfors skall nå ut till en sådan publik de i allmänhet inte når ut till. Problemet undersöks ur teaterchefernas perspektiv. Cheferna har sista ansvaret för teatrarnas ekonomi och verksamhet.

Syftet är att ta reda på hur man i teatrar med främst en svenskspråkig repertoar jobbar för att bredda publiksegmentet. Forskningsfrågan är:

- På vilka olika sätt jobbar teatrar med främst en svenskspråkig repertoar i Helsingfors för att få mer publik?

Materialet i undersökningen har samlats in genom kvalitativa intervjuer. Detta för att få en djup och mångsidig syn på hur teatrarna jobbar med och hur de även ser på publikarbete som ett sätt att tilltala en bredare publik.

### **2.1 Avgränsningar**

Detta arbete avgränsas till svenskspråkiga teatrar i Helsingfors för att det antas att det i många fall är samma människor, de som bor i huvudstadsregionen, som besöker de olika föreställningarna. Det går därmed på ett adekvat sätt att analysera och göra jämförelser i materialet eftersom utgångsgruppen och grunden är densamma.

Respondenter är enbart teaterchefer och detta också på grund av ovanstående orsak. Att analysera svar av exempelvis en teaterpedagog och en teaterchef kunde vara relevant, men i denna undersökning är idén att få svar av personer med samma arbetsuppgifter i samma position. Teatercheferna har valts som respondenter för att de har det sista ansvaret över teaternas verksamhet och ekonomi.

### **3 TEORETISK REFERENSRAM**

I detta kapitel tas Europas och Finlands teaterhistoria upp. Publikarbetets bakgrund och publikarbete som fenomen tas också upp.

#### **3.1 Teaterns europeiska historia**

Det är oklart hur och när teaterkonsten uppkom (Wickham 1992 s. 11–21; Brockett 1995 s. 1). Det man dock vet är att teaterns uppkomst har ett samband med religiösa riter. Fraser (2004 s. 7) tar upp att den grekiska teatern har sitt upphov i religionen men även i ett behov av att berätta historier. Det är omöjligt att säga när teater separerades från rituella företeelser.

Den romerska teatern var till långt baserad på den grekiska teatern som ansågs var överlägsen den romerska. Dock utvecklade romarna den halva teaterscenen. (Fraser 2004 s. 28) Ett exempel på detta är Colosseum som än finns bevarad i Rom.

Skådespelare har hatats och behandlats dåligt men de har också dyrkats som gudar eller som kungliga. Detta har gett upphov till mycket motstridiga tankar och känslor angående teater. Teater är i grunden en social konstform som speglar tro, politik och moral i samhället. Det kan sägas att teater speglar själva livet. (Wickham 1992 s. 11–12) Med tanke på detta är det logiskt att man i tiderna också varit rädd för teater. Det är lättare att hålla kontroll över en oupplyst befolkning än en som får nya tankar och synsätt av teater.

Det är främst den kristna tron som utvecklade teatern i Europa. Det började med lovsånger och hyllningsföreställningar på 900–1100-talet. Bara ett begränsat antal människor fick delta i dessa föreställningar genom vilka man visade respekt och högaktning för hovens

kungar och för den romerska kejsarens stadsförvaltning. (Wickham 1992 s. 68–70) I slutet av 1100-talet började man inse att det finns en skillnad mellan ritualer och nöje. Detta ledde bland annat till att teaterstycket *Ordo Represantionis Adae* spelades ute och inte inne i kyrkan. Teaterstycket handlade om Adam och Eva. (Wickman 1992 s. 70)

På 1200-talet började två munkar i stället för på latin predika på folkspråket. De koncentrerade sig på det mänskliga i Kristus. Detta väckte många känslor hos folket och konstnärer, dekoratörer och skulptörer fick fler idéer om hur de skall uttrycka sig i bild. (Wickham 1992 s. 73) Teatern började vakna upp. Turneringarna bland de adliga var en orsak till detta liksom handeln och tillväxten av mängden välbärgade i städerna. Det fanns stöd för teater. (Wickman 1992 s. 75)

Unga, roliga och skarpa manliga studeranden vandrade runt och underhöll folk. Dessa *minstreler*, som de kallades, försökte många gånger utveckla sin verksamhet till ett yrke. Två sekel framåt från 1200-talet blomstrade teaterkonsten i Europa. Kyrkan och folket närmade sig varandra. (Wickman 1992 s. 75–76) Wickman (1992 s. 93) berättar att under 1400-talet hade teatern utvecklats så mycket att en form av stagnation infann sig. Teaterföreställningarnas popularitet växte dock hela tiden. Detta trots lokala krig, svält, pest och andra samhällseliga problem.

Under 1500–1700-talet började topografiska, språkliga, vädermässiga och religiösa skillnader synas i teatern. Man började i komedier skoja med grannlänternas befolkning bland annat genom att använda likadana kläder som de. I tragedier tog man fram det elaka i de utländska människorna. (Wickman 1992 s. 97)

Wickman (1992 s. 173) framhåller den danskbördige Ludvig Holberg (1684–1754). Holberg är känd för sin milda och busiga humor som underhöll tyskar, holländare och även skandinaver. Han räknas som den skandinaviska teaterns grundare.

Under 1800–1900-talet utvecklades teknologin så att oljelampan fick ge med sig. Först kom gaslampan och så småningom elen. Man kunde inomhus bygga upplysta utrymmen för teatrar. (Wickman 1992 s. 181) Den moderna teatern började växa fram i slutet av 1800-talet. Teatern öppnade sig för nya uttryckssätt och erfarenheter. Naturalismen (en

darwinistisk och vetenskaplig syn på människan) tog över. Den Sverigefödda August Strindberg (1849–1912) framhöll att sättet en teaterföreställning är spelad på är mycket väsentligt i förhållande till föreställningens sanning. Strindberg ansåg, liksom den ryske Tjechov (1860–1904), att man skall tänka på hur representativa aktioner och iscensättningar är. (Fraser 2004 s. 149)

Den norskfödde Henrick Ibsen (1828–1906) var en stor naturalist. Han hade en fantastisk förmåga att skildra den mänskliga naturen. Han tog bland annat upp kvinnornas ställning i samhället, synd, ensamhet och misslyckanden. Man kan säga att han var den första dramatikern efter William Shakespeare (1564–1616) som autentiskt förstod människans dilemma. (Fraser 2004 s. 155)

Enligt Fraser (2004 s. 165) var expressionismen (uttryck för konstnärens egen inre värld) en motreaktion till naturalismen. Strindberg och Ibsen skrev också i slutskedet surrealistiska och absurda teatermanus. Expressionismen leker ofta med stereotyper i stället för med karaktärer. Föreställningarna tar vanligtvis öppet politiskt ställning.

Filmens, televisionens och radions framfart gjorde att teatern hade svårt att hålla sig levande (Wickham 1992 s. 226). 1900-talet gick långt ut på att få folk och skådespelare till konkreta platser, bort från skärmarna (Fraser 2004 s. 166). De två världskrigen med alla sina hemskheter bidrog också till splittringar. Teatern försökte hitta former att skildra den grymma verkligheten. En del drog mot det bekanta, det vill säga melodrama, farsor och komedier medan andra drömde om stumfilmer och små teatersällskap. (Wickman 1992 s. 226)

Fraser (2004 s. 177) tar upp den tyskfödde Bertolt Brecht (1898–1956) och skriver att Brechts föreställningar tog avstånd från symbolismen (belysande av psykiska spänningar och konflikter), expressionismen och naturalismen. Arbetena som Brecht gjort har haft stor effekt på den moderna teatern. Han utvecklade ett eget teaterspråk som ofta stod politiskt för något. Brecht ville att hans föreställningar skulle vara mer eller mindre tomma på känslor. Föreställningarna skulle tankemässigt och kognitivt väcka publiken. Brecht ville med sin teater förmedla kunskap och inte bara intriger och händelser.

## 3.2 Den finska teaterns historia

I Finland var folksånger, folkberättelser och shamaner starka traditioner före teatern fick fotfäste. Finlands kultur dominerades i sina perioder av den svenska och den ryska kulturen och därmed växte nationalismen fram. Tysken Johann von Herders (1744–1803) nationalistiska texter påverkade de intellektuella i Finland. Språkforskaren och etnologen Sjögren (1794–1855), poeten Poppius (1793–1866), fennomanen och folkloristforskaren Gottlund (1796–1875) och författaren och politikern Arwidsson (1791–1858) samlade ihop finska folkberättelser och finsk poesi. Detta för att spara det fina arvet. (Wilmer & Koski 2006 s. 14–15)

Den finlandssvenske författaren, poeten och historikern Zacharias Topelius (1818–1898) skrev ner episka berättelser från östkarelen. Författaren, läkaren och språkforskaren Elias Lönnrot (1802–1884) samlade och sorterade karelska folksånger till Finlands national-epos *Kalevala*. (Wilmer & Koski 2006 s. 16)

Under början av 1900-talet började skådespelare från Tallinn, Stockholm och St. Petersburg komma till Helsingfors för att uppträda. En teater designad av Carl Ludvig Engel byggdes i Helsingfors 1827. Före 1800-talet skrevs det och hölls det mycket få föreställningar i Finland. (Wilmer & Koski 2006 s. 19–20)

Före teatern i Helsingfors byggdes en svenskspråkig teater i Åbo 1817. 1860 byggdes en stor svenskspråkig huvudteater i Helsingfors. Teatern hette först *Nya Teatern* och senare *Svenska Teatern* vilket den heter än i dag. Tonsättaren och violinisten Pacius (1809–1891) och Topelius skrev tillsammans en opera med namnet *Prinsessan af Cypern* för invigningen av *Nya Teatern*. Teaterspråket var svenska men idén var att sammanföra de finskspråkiga och de svenskspråkiga. Ett poetiskt tal hölls på finska. (Wilmer & Koski 2006 s. 21)

Wilmer & Koski (2006 s. 23) skriver att den första föreställningen som visades på finska var en föreställning vid namn *Lea*. Författaren och dramatikern Aleksis Kivi (1834–1872) skrev ifrågasättande föreställning. Den *Finska Teatern* (nuförtiden Nationalteatern) grundades 1872. Kaarlo Bergbom (1843–1906) var teaterns chef och teatern fick stöd av

stiftelsen för finsk teater. Teatern hade problem i början med att hitta skickliga skådespelare men så småningom började de dyka upp. Ida Aalberg (1858–1915) blev en stor skådespelerska och Aleksis Kivi räknas fortfarande som den främsta finska dramatikern. (Wilmer & Koski 2006 s. 25) Minna Canth (1844–1897) var den första kvinnliga framgångsrika finska dramatikern. Hon skrev många inhemska dramer där hon tog upp kvinnans och arbetarnas ställning. (Wilmer & Koski 2006 s. 27–28) Amatörteatern dominerade länge i Finland. I sekelskiftet 1800–1900-talet grundades många arbetarteatrar. (Wilmer & Koski 2006 s. 29)

Nuförtiden finns det ingen officiell censur angående teatrar i Finland men teatern har i tiderna blivit påverkad av politiken. Under den ryska tiden censurläste de ryska myndigheterna finska teatermanus. När de röda och vita krigade i Finland skrev den Estlandfödda författaren Hella Wuolijoki (1886–1954) föreställningen *Laki ja järjestys* som sympatiserade med de röda. Föreställningen förbjöds efter två visningar. (Wilmer & Koski 2006 s. 43)

Under de politiska rörelserna och den kulturella revolutionen på 1960-talet började vänsTERSINNANDE teaterchefer i Finland introducera mer politiskt engagerade föreställningar. Exempel på dessa chefer var Ralf Långbacka (1932–2022) på Åbo stadsteater, Jouko Turkka (1942–2016) på Helsingfors stadsteater och Pekka Milonoff (f. 1947) på KOM-teatern. (Wilmer & Koski 2006 s. 50)

Wilmer & Koski (2006 s. 51) tar upp att under 1990-talet tenderade dramaturgin, regin och skrivandet av manusen överlappa varandra i och med att manusförfattarna, regissörerna och dramatikerna jobbade tillsammans. Arbetet skedde både under repetitionerna och privat i hemmet. Enligt Wilmer & Koski (2006 s. 51) har 2000-talets bästa teatermanus skrivits av regissörer utbildade på Teaterhögskolan. Exempel på regissörer vars manus blivit översatta till engelska är Reko Lundán (1969–2006) och Mika Myllyaho (f. 1966).

Kulturpolitiken i Finland styrs av lagar. Kulturen och där i teatern, finansieras främst av staten (Undervisnings- och kulturministeriet) och kommunerna som fungerar självständigt i förhållande till varandra. (Wilmer & Koski 2006 s. 145–146)

### 3.3 Publikarbetets bakgrund

Bakgrunden till publikarbete finns i 1900-talets teaterhistoria (Airaksinen-Björklund 2011 s. 87). Airaksinen-Björklund (2011 s. 88–92) tar på basis av Niemi (1975 s. 86) upp Konstantin Stanislavskij (1863–1938), Max Reinhart (1873–1943), Erwin Piscator (1893–1966), Vesvolod Meyerholds (1874–1940) och Gordon Craig (1872–1966). Dessa räknas som betydande personer inom utvecklandet av publikarbete. Alexander Tairov (1885–1950), Bertolt Brecht (1898–1956), Jerzy Grotowski (1933–1998) och Peter Brook (f. 1925) är också viktiga inom teaterhistorien och utvecklandet av publikarbete.

Av dessa kan Brecht nämnas igen som förutom att han ansåg att teater skall vara tom på känslor ansåg att ett kritiskt förhållningsätt är a och o. I ett samhälle i förändring förändras också publikens behov och insats i föreställningen. När publiken lär sig se skillnaden på de rådande förhållandena i föreställningen och den historiska situationen torde den förundras över det den ser och tillägna sig ett kritiskt betraktelsesätt. (Niemi 1975 s. 86)

Vidare kan Brook nämnas som framhåller att publikens behov är ett gemensamt drag för alla teaterformer. Brook anser att teater är till för alla men man kan inte locka en publik till en teater genom att vädja till ansvar eller skyldighet. Brook tycker att barnen är framtidens hopp för teatern. Barn är spontana och öppna åskådare. Brook anser att det behövs teater vars verksamhet är naturligt inriktad på barn och den verksamheten skall vara integrerad i den vuxna teatern. (Niemi 1975 s. 223)

Finlands Nationalopera drog på 1990-talet i genom sitt första publikutbildningsprojekt. Under denna tid kördes liknande verksamheter i gång i många andra operahus i Europa. En av de viktigaste utvecklarna av publikarbetsmetoder, den tyske forskaren och konstpedagogen Markus Kosuch, tyckte att det var på tiden att skingra den kritik som operahusen fått motta. Operahusen sågs som dyra, elitistiska och stagnerade. Kosuch ville öppna portarna för alla. (Laurio 2011 s. 95)

Konst skall vara tillgänglig för alla. Teater är dock en konstform som kan vara svår att ta till sig. (Roos Sjöberg 2000) Teater kan vara mycket komplext och omfattande. Till teater hör bland annat manustexter, regi, skådespelande, kostymer, iscensättning, ljus, rekvisita,



kritik, publik och dans. (Brockett 1995 s. 1) Det är många personer från olika yrkesgrupper som skall samarbeta och producera en gemensam produkt. Olika konstnärliga syner skall samsas och förenas. För att få en fungerande helhet måste delarna kollaborera. En del är också publikarbetet som skall passa in och få göra sitt.

### **3.4 Publikarbete som fenomen**

Det finns många tolkningar av vad publikarbete är. En enkel tolkning är att publikarbete ger förståelse för teater som en konstform. En annan tolkning är att publikarbete är en planerad process där en relation byggs upp mellan individen och konstformen. Man kan också se publikarbete som fostran där publiken får lära känna konstformen på ett djupare plan och därmed får en bredare konstupplevelse. (Dahl-Tallgren 2011 s. 13)

Publikarbetet och marknadsföringen är inte detsamma i en teater men det ena behöver det andra och personalen arbetar nära varandra. Publikarbete går inte ut på att sälja föreställningar. Publikarbetet skapar kontaktytan. (Marja Vuori 2022) På grund av att publikarbetet och marknadsföringen på en teater går in i varandra behandlar jag båda fenomenen och ser dem båda som teoretisk referensram i denna undersökning.

Freshwater (2009 s. 3) spekulerar om vad för roll publiken på en teater har. Består publiken av åskådare? Är de vittnen? Är de deltagare? Är de en flock individer? Enligt Freshwater (2009 s. 3) är det lättare att förstå fördomar, förhoppningar och tankar kring relationen mellan teater och publik om man klargjort och definierat var publiken står. Det är viktigt att komma ihåg att en publik består av individer. Individerna har alla egna åsikter om föreställningarna. Det är fel att hänvisa till en publik som ett fenomen med en gemensam åsikt. Alla individer har sina egna bakgrunder. (Freshwater 2009 s. 6; Sauter 2000 s. 60) Parment (2021 s. 444) skriver att det skett en polarisering i samhället vilket gör att masskommunikation i marknadsföring är svårt.

Freshwater (2009 s. 3) hävdar att en klart definierad relation mellan teater och publik påverkar positivt och klargör förhoppningar även angående samhällslig gemenskap, demokrati, medborgarskap, makt och roller. Detta går väl ihop med Wickhams (1992 s. 11–12) teori om att teater speglar livet.

Sauter (2000 s. 1–2) konstaterar att begreppet teaterhändelse (eng. *theatrical event*) är mycket svårt att definiera. Han tar upp att det viktiga är vad som pågår mellan publiken och skådespelarna. Hurdan kommunikation finns där? Kontexten var kommunikationen tar vid är också väsentlig. Enligt Sauter (2000 s. 3) finns det många olika sociologiska och psykologiska teorier om grupper och individers beteenden. Det är dock svårt att hitta forskning om hur åskådare upplever föreställningar.

Sauter (2000 s. 4) undersökte fenomenet själv med sin forskningsgrupp. De kom fram till att en föreställning uppskattas om den skådespelas väl. Detta oberoende hur till exempel dramaturgin, regin eller kostymerna ser ut. Åskådarens sociala bakgrund hade inget med detta att göra. Om åskådarna inte gillade skådespelarna uppfattades föreställningen som likgiltig. Hur föreställningen upplevdes och hur den tolkades annars varierade beroende på bakgrund och psykologiska faktorer hos åskådarna (Sauter 2000 s. 60).

Enligt Maitland (1997 i Dahl-Tallgren 2011 s. 15–16) finns det tre aspekter på publikarbete. Det finns en fostrande aspekt, en konstnärlig aspekt och en marknadsföringsaspekt. Dessa är alla lika viktiga. Den enda skillnaden är att publikarbetare, konstnärer och marknadsförare ser publikarbetet från olika håll. Vidare skriver Dahl-Tallgren (2011 s. 15) att genom publikarbete blir åskådaren inte bara en passiv mottagare av teater utan får information ur många olika perspektiv och kan därmed bilda sig en egen uppfattning som gör teaterupplevelsen mera förankrad. Publikarbete ger en ny förståelse och nya insikter. Teatern utforskar dialogen mellan scen och salong och ger undervisning om teaterkonsten medan publiken fördjupar och förankrar teaterupplevelsen och erövrar kunskap om teater. Teatern uppväcker också ett intresse för teater och behåller och ökar den befintliga publiken. Publiken lär sig ett metaspråk och att analysera och reflektera över det upplevda.

Teatern strävar också till att öka föreställningens intellektuella och känslomässiga fäste och gör konsten tillgänglig för publiken. Publiken njuter och känner delaktighet och får också en möjlighet att experimentera med föreställningens innehåll och form. Teatern vill ge upplevelser och erfarenheter vilket förutsätter publik. Teatern vill att en kontakt skall uppstå och att något nytt skall födas varje kväll. Publiken vill göra något roligt, se något som väcker tankar, träffa vänner och allmänbildas sig. (Dahl-Tallgren 2011 s. 15)

Exempel på publikarbete angående en viss föreställning är för- och efterarbetet, workshops, möten med skådespelarna, interaktivitet och guidningar. Exempel på publikarbete i anslutning till teaterns verksamhet är undervisning i teater, projekt, föreläsningar och referensgruppsarbeten. (Dahl-Tallgren 2011 s. 17) Dahl-Tallgren (2011 s. 18–19) lyfter upp att det är oerhört viktigt att hela arbetsgruppen på teatern känner till syftet för publikarbetet. Alla skall dra mot samma håll och vara involverade.

Teaterledningen planerar en strategi och modell för hur mötet mellan publik och teater kan utvecklas. Ledningen evaluerar arbetet och bestämmer över budgeten. Skådespelarna kan experimentera med dialogen mellan scen och salong. Skådespelarna påverkar publikarbetet med sin konstnärliga kunskap. (Dahl-Tallgren 2011 s. 18)

Exempelvis scentekniken, kostymateljén och rekvisitören kan också delta i utformningen av publikarbetets innehåll, form och struktur. Marknads- och kommunikationsavdelningen får hjälp av publikarbetet. Publikarbetet strävar till att bygga upp en tätare och mer bestående kontakt med den befintliga publiken. Man vill också locka nya åskådare. (Dahl-Tallgren 2011 s. 19)

Fraser (2004 s. 42) funderar kring marknadsföring i en teater. Går marknadsföringen ut på att implementera taktiska program som tjänar den konstnärliga ledaren eller är fokuserat på publiken som vill ha en intressant produkt? Fraser (2004 s. 43) kommer fram till att marknadsföring på en teater är något som han kallar ”people business”, fritt översatt affärer med människor. Marknadsföringen kräver samarbete bakom scenen och ute i det fria. På detta sätt lockar teatern mjukt och varsamt publiken in i teatersalongen.

Parment (2021 s. 11) skriver att marknadsföring handlar om att skapa, kommunicera och leverera kundvärde, det vill säga att konsumentens önskan uppfylls och konsumenten tycker sig få det hen betalar för. De organisationer som förstår konsumentens behov och förhoppningar och hur marknaden fungerar har goda möjligheter att skapa kundvärde.

Den vanligaste orsaken till att marknadsföringsbudskap inte når fram är bristande uppmärksamhet hos mottagaren. Skäl till det kan vara att mottagaren saknar finansiella och andra möjligheter till konsumtion och därmed undviker reklam, att mottagaren har andra

intressen eller att hen nyligen köpt en liknande produkt eller tjänst. Stress, sjukdom eller en ny kärlek i livet kan också hålla mottagaren från att konsumera. (Parment 2021 s. 449)

Parment (2021 s. 439) påpekar att marknaden har blivit allt vidare och fylld med budskap och därmed har konsumenterna blivit alltmer skeptiska. Det är svårare att nå fram till konsumenterna. De blir förblindade av alla erbjudanden, nyheter och påstridiga organisationer. Dahl-Tallgren (2011 s. 24) lyfter upp att det i dagens samhälle finns ett enormt informationsflöde och människorna kan fritt välja vilken information de tar till sig. Roos Sjöberg (2000 s. 19) skriver att vi lever i en tid med högt tempo där medierna flödar över oss hela tiden och tid för reflektion finns inte. Ingen är övertygad om det enskilda företags förträfflighet eller en enskild teaters föreställning. Konsumenterna är inte mer lojala. De jämför och vill hitta det bästa erbjudandet. (Parment 2021 s. 439) Konsumenterna är kräsna och de vet att de har marknaden på sin sida. Konsumenterna är också trötta på mängder av budskap och på en aggressiv marknadsföring.

## **4 METOD OCH ANALYS**

I detta kapitel tas först datainsamlingsmetoden upp och sedan analysmetoden. Datainsamlingsmetoden är semistrukturerade kvalitativa intervjuer. Angående intervjuerna beskrivs bland annat hur intervjufrågeformuläret såg ut, hur lång insamlingsperioden var och hur respondenterna kontaktades. Kapitlet behandlar också analysen som görs enligt den konventionella kvalitativa innehållsanalysen.

### **4.1 Semistrukturerade kvalitativa intervjuer**

Att intervju är det vanligaste sättet att söka data på inom kvalitativ forskning. En fördel med intervjuer är att de flesta respondenter vet ungefär vad som väntar dem. Kvalitativa intervjuer är också flexibla och fokuserar på människors aktuella erfarenheter i stället för på generella övertygelser och åsikter. Kvalitativa intervjuer innebär dock också risker. En intervju kan exempelvis bli ytlig och konstgjord om hen som intervjuar inte vågar gå på djupet med sina frågor. En respondent kan däremot känna sig attackerad om intervjuaren är för påträngande. Relationen mellan respondenten och intervjuaren är viktig i denna metod. (King et al. 2019 s. 11) Det gäller att skapa en situation där respondenten kan

känna sig bekväm och relationen inte känns ansträngd för någondera parten. Det går inte att tala fritt om relationen känns onaturlig.

Kvale & Brinkman (2009 s. 191) skriver att det inte finns entydiga kvalitetskriterier för kvalitativa intervjuer men det räcker inte att intervjuaren enbart behärskar frågeteknik och är insatt i sitt forskningsämne. I en bra intervju är intervjuaren känslig för den sociala relationen mellan hen och den intervjuade och är medveten om de etiska aspekterna med att intervjuas.

King et al. (2019 s. 12) frågar hur de kvalitativa intervjuerna kan rättfärdigas i förhållande till syftet i undersökningen? Den som intervjuar måste vara medveten om hur hen uppfattar sin omgivning och världen. Detta för att hitta en samklang med respondenten som kanske har en alldeles annan livssyn. Etik och moral är viktigt i kvalitativa intervjuer (King et al. 2019 s. 13) Respondenten skall exempelvis utan påtryckningar frivilligt ställa upp på intervjun. Hen skall också få avbryta intervjun när som helst. Den som intervjuar skall tänka på hur hen formar sina frågor, hur hen ställer dem och hur hen skall hålla respondenterna anonyma.

Enligt King et al. (2019 s. 13) finns det tre väsentliga principer som skall följas i en kvalitativ forskning. 1. Respekt för respondenten, vilket betyder att hen deltar frivilligt i intervjun och hen har all adekvat information angående intervjuns konsekvenser. 2. Välbefinnande för respondenten, vilket betyder att intervjuaren skall se till att intervjun inte tillför respondenten någon skada. 3. Jämlikhet, vilket bland annat betyder att intervjuaren skall sträva till att olika samhällsgrupper syns i forskningen. (King et al. 2019 s. 13)

Enligt Röshammar (2022) är lyssnandet det viktigaste i en intervju. Man skall som intervjuare vara lyhörd, flexibel och vänlig och anpassa sig till situationen och den intervjuade (Röshammar 2022 s. 177). En intervju blir enligt Röshammar (2022 s. 180–184) lyckad om man inte ger upp i kontaktandet med den man vill intervjuas, om man läst på om sitt ämne och intervjupersonen före intervjun, om man skrivit ner frågor eller ämnen i förväg och om man är adekvat klädd för situationen.

Semistrukturerade intervjuer är en metod där intervjun är tillräckligt strukturerad för att täcka forskningsproblemet, men den lämnar också plats, tid och rum för respondenten att tillföra egna funderingar som inte direkt har med forskningsproblemet att göra (Galletta

2013 s. 10). En semistrukturerad intervju tillåter avvikelser och utsvävningar. Den intervjuade får avvika från det precisa ämnet och på så sätt kan något nytt och relevant komma fram. En semistrukturerad intervju ger, förutom för teoridelen, även plats för berättelser som kan påverkas av kontexten (Galletta 2013 s. 10).

Det kan vara svårt att styra en semistrukturerad intervju. Detta framför allt om respondenten gärna går in på sidospår och har ett behov av att prata. I dessa fall lönar det sig att försiktigt styra tillbaka svaren på forskningsfrågan. Intervjuaren måste vara sensitiv i hur hen gör detta så respondenten inte känner sig avbruten. Det är dock bra att vara medveten om att även utsvävningarna kan tillföra något åt forskningen.

Jag valde semistrukturerade intervjuer på grund av friheten i dem. Jag fick som forskare lägga upp en struktur och hålla en röd tråd i intervjuerna men annat avvikande och kontextbaserat fick också komma fram. Intervjuerna hade en chans att bli mer intressanta och ingående med ett semistrukturerat grepp. Jag sökte subjektiva svar. Jag strävade efter svar som var autentiska och baserade på respondenternas egna erfarenheter. Jag hoppades på djup och samtal också på en annan nivå än den allmänna och objektiva nivån.

Jag intervjuade tre teaterchefer på tre olika teatrar med främst en svenskspråkig repertoar. En teater är en stadsandelsteater och har sex fast anställda personer. Teatern betalar lön åt 40–60 frilansare per år. Den andra teatern har cirka 120 fast anställda och därtill ett varierande antal frilansare per föreställning. Teatern är en stadsandelsteater. Den tredje teatern har en 13 personers personal och ett antal frilansare per föreställning. Teatern är också en stadsandelsteater.

Jag rekryterade teatercheferna under februari-mars, våren 2023. En intervju tog vid vecka 11, en vecka 12 och en vecka 13. En teaterchef hade jag telefonnumret till men de andra tog jag kontakt med per e-post. Alla intervjuer bestämdes till slut per e-post. Jag fick svar av alla teaterchefer snabbt och korrespondensen fungerade smärtfritt. Jag försökte också få till stånd en fjärde intervju men det lyckades inte. Här kan orsaken ha varit att jag, för att hålla tidsramarna i min undersökning, var för angelägen att intervju henne.

Jag informerade på förhand alla respondenter att de kommer att vara anonyma i undersökningen. Jag berättade också åt dem att jag kommer att banta in intervjuerna. Före jag

började banda informerade jag respondenterna att jag kan stänga av bandningen när som helst och att intervjun kan avbrytas i förtid eller ta en paus.

Jag printade ut mina intervjufrågor och hade dem i pappersform när jag intervjuade. Jag hade fyra frågor om teaterchefernas bakgrund. Detta började jag med. Jag frågade bland annat deras ålder och hur länge de varit teaterchefer. Jag hade fem frågor som jag satt under rubriken inledning. I denna fas fanns det mycket öppna frågor. Jag ville veta vad teatercheferna tycker om teater, vad teater betyder för dem, om de tycker att det finns aktuella frågor kring teater i samhället och så vidare.

Under rubriken publikarbete hade jag fyra frågor och de frågorna behandlade teaterchefernas åsikter och associationer angående publikarbete och typisk publikgrupp på deras teatrar. I den sista fasen av intervjuerna tog jag upp frågor om möjliga fokusgrupper på teatrarna, val av föreställning i förhållande till publik, möjliga åtgärder till att bredda publiksegmentet och teatrarnas marknadsföringskanaler. Denna fas hade nio frågor. Min sista fråga var att finns det något jag glömt som du skulle vilja berätta om? Allt som allt hade jag 23 frågor på mitt frågeformulär.

En intervju tog vid via zoom. Att vara i samklang och känslig för relationen med den intervjuade, vilket Kvale & Brinkman (2009 s. 191) poängterar som betydelsefullt, blev svårare via zoom. Två intervjuer tog vid på ifrågavarande teatrar. Dessa intervjuer var mer samtal och dialog än intervjun som skedde på zoom. Intervjusituationerna på plats var båda ledigare och naturligare än intervjun som tog vid via zoom. På plats kunde respondenterna och jag ha ögonkontakt och anpassa våra kroppsspråk och tonläge med varandra. På zoom var det svårare att vara uppmärksam och anpassa sig till situationen och den intervjuade som Röshammar (2022 s. 177) lyfter upp som viktigt i en kvalitativ intervju.

Intervjuerna tog mellan 45 minuter till en och en halv timme. Jag bandade in mina intervjuer på min mobiltelefon och på en tablett. Både mobiltelefonen och tabletten hade egna applikationer för att banda in ljud. Alla bandningar lyckades. Jag sparade dem på min dator och transkriberade de bandade intervjuerna där.

## 4.2 Konventionell kvalitativ innehållsanalys

I det här kapitlet analyseras materialet. Analysmetoden är konventionell kvalitativ innehållsanalys. Undersökningen har alltså gjorts ur ett induktivt perspektiv med materialet som utgångspunkt och grund.

Samlandet av material och analysen av materialet i en kvalitativ undersökning sträcker sig delvis över varandra och därav kan det vara komplext att beskriva hur forskningsprocessen gått till. Nyckelord för analysen är systematik, öppenhet, verifierbarhet och berättigande. Den kvalitativa undersökningen är dock alltid baserad på forskarens egna tolkningar angående det som undersöks. (Puusa 2020 s. 145–146)

Det vanligaste är att dela in den kvalitativa innehållsanalysen i en konventionell innehållsanalys och i en riktad innehållsanalys. Det konventionella sättet betyder att man analyserar materialet utan en teori som styr vad man letar efter. Detta sätt präglas av en induktiv ansats. Den riktade innehållsanalysen betyder att man har en strukturerad process där analysen görs på basis av tidigare forskning eller teori. Det här kan betraktas som en deduktiv ansats. (Isaksson 2021 s. 286–287)

På grund av att jag hade data, mina intervjuer, att utgå ifrån analyserade jag materialet induktivt. Jag hade ett dialogiskt grepp om analysen och strävade till att det teoretiska tänkandet och det metodologiska tänkandet, det empiriska materialet, informationen om kontexten var intervjupersonerna befann sig, tidigare forskning och min egna förståelse skulle sättas i en dialog när analysen och tolkningarna gjordes (Koski 2020 s. 157).

Kvalitativ innehållsanalys passar de flesta kvalitativa undersökningar. Analysen görs stegvis och kan tas som en vid och metodisk referensram där materialet kan mångsidigt granskas (Puusa 2020 s. 148). Målet med den kvalitativa innehållsanalysen är att strukturera materialet i en komprimerad och kompakt form utan att förlora informationen i det. Detta görs för att få till stånd en klar, meningsfull och enhetlig information. Analysen grundar sig på tolkningar och beslutsfattande. Stegen för analysen är fördjupning i materialet, reducering av materialet och kategorisering och tematisering av materialet. (Puusa 2020 s. 149) Isaksson (2021 s. 283, 290) skriver att den kvalitativa innehållsanalysen



följer vissa bestämda steg av att identifiera, koda och kategorisera väsentliga teman eller mönster i materialet. Ett tema blir den röda tråden eller den underliggande meningen i texten som återkommer i kategori efter kategori. Identifieringen av ett tema kan ses som en brygga där forskaren går från en i huvudsak deskriptiv textnivå till att i högre grad börja tolka mönster som framträder mellan raderna. Tematiseringen görs för att höja abstraktionsnivån i analysen.

Jag började med att lyssna på mina intervjuer. Efter det transkriberade jag dem, läste ett antal gånger igenom dem och gjorde min kodning. I forskning med ett induktivt perspektiv brukar det ibland framhållas att koderna gärna skall vara i form av ord eller fraser som förekommer i själva materialet. Det viktiga är att forskaren själv förstår vad koden relaterar till. (Isaksson 2021 s. 289) När jag organiserade och kodade materialet hittade jag följande aspekter; teater speglar samhället och livet och teater är ett medium för publiken att bland annat uppleva saker och svara på frågor med.

Jag kunde också skönja följande synvinklar; utan publik finns det ingen teater och publiken är föränderlig och heterogen. En tanke om att det skall finnas en konflikt mellan skådespelarna och publiken kom också upp. Vidare kom dessa teman också upp; publikarbete vill stärka och förstora upplevelsen av teater, publikarbete handlar om att bygga en bro mellan publiken och teater, publikarbetet vill uppnå en dialog mellan publik och teater och publikarbetet vill få publiken att komma på nytt på teater.

Andra teman som jag hittade var; det är viktigt att det som produceras är professionellt och konstnärligt kvalitativt, att publiken inte kan veta vad den vill ha och demokrati och lyhördhet i valprocessen av föreställning. De sista teman jag hittade när jag kodade mitt material var; sociala medier och digitaliseringen i breddandet av publiksegment, teatrarna arbetat mycket, strategi versus ingen strategi, sisyfosarbete och utvecklingsprocess.

Efter kodningen tolkade jag, organiserade jag och komprimerade jag mina teman som jag sett i mina respondenters svar. I de följande kapitlen redogörs för svar som respondenterna gett.

## 5 RESULTAT

I detta kapitel tas undersökningens resultat upp. Kapitlet är uppdelat i fyra huvudkategorier som rubricerats. Rubrikerna är alltså koncentrerade resultat och svar på undersökningens problemställning. Problemet är hur svenskspråkiga teatrar i Helsingfors skall nå ut till en sådan publik de i allmänhet inte når ut till. Teatercheferna citeras och deras tankar både sammanförs och plockas ut i enskilda funderingar. Greppet är induktivt, vilket innebär att jag försökt utgå från materialet så mycket som möjligt och tolkat och skapat förståelse för det som teatercheferna säger.

De fyra resultatrubrikerna är 1. Teater speglar verkligheten 2. Lyhörd process styr valet av föreställning 3. Publikarbete tillgängliggör publikupplevelser och 4. En aktiv synlighet breddar publiksegmentet. Under den fjärde resultatrubriken definieras även närmare under egna rubriker de sätt som teatrarna jobbar på för att nå nya åskådare.

### 5.1 Teater speglar verkligheten

Två teaterchefer poängterar att teater speglar verkligheten eller har en koppling till den. En teaterchef uttrycker detta som att det konstnärliga och innehållsmässiga i teatern ger individen en möjlighet att identifiera sig och känna igen sig i. Individen kan enligt hen få associationer, se sammanhang och börja analysera dessa. Teater kan också vara underhållning. En annan teaterchef säger att teater kan göra människan mer medveten om sig själv och sin omvärld. Teaterchefen säger att i och med detta kan empatiska värderingar kanske stärkas. Alla teaterchefer anser att man kan mötas och uppleva saker på teater.

*”...den speglar verkligheten på någo sätt, ett medium för publiken att uppleva saker, den kan svara på frågor...i bästa fall stärka empatiska värderingar, ja tro int teatern förändrar världen på de sätte men den kan ha många olika uppgifter...”*

*”de e ju en plats dä man möts...på de sätte e de också en viktig institution, de sociala, å sen liksom de konstnärliga å innehållsmässiga, va de e man uppleve...fö en del e de underhållning å fö nån kan de va att man ha en möjlighet att identifiera sig, känna igen sig eller få associationer å se sammanhang, analysera...”*

Teater kan ställa frågor men ger också, som en teaterchef uttryckte det, möjlighet till att vara nyfiken och lekfull. Alla teaterchefer tycker att teater skall utmana men också underhålla.

*”...de e en plats var man få va nyfiken å lekfull...”*

En teaterchef tog upp att hen inte gillar teater. Hen är mycket kritisk gentemot teater som konstform. Hen säger att det är lika omöjligt som inom musikgenrer att välja ut det vad hen tycker om. Hen tror dock på teater men den måste ha en betydelse och mening.

*”...ja gillar inte teate yleisesti ottaen, ja e inte en teaterälskare, ja e jättekritisk gentemot teater som konstform att vad e det å varfö är de, de lite som musik, dä finns jätte många, omöjlit att säga att ja gilla musik, fö dä finns så många olika former av musik, va betyder de, teate e samma sak.... ja tro på teate nog...dä finns en koppling ti vekligheten, int ba ett eskapistiskt underhållningsprojekt, de måste ha en mening, en betydelse...”*

Alla teaterchefer är överens om att Covidpandemin förorsakade problem. En teaterchef nämner att inte bara teatrarna hade det jobbigt utan även frilansarna som till exempel ljud- och ljusteknikerna som behövs i en teaterföreställning. En annan teaterchef påpekar att pandemin rörde om teaterns långsiktiga planer och strategier.

*”...int mycke i teaterbranschen men i grannbranscherna till exempel ljus och teknik så de e många som ha lämna branschen, bytt yrke för de blev svårt unde pandemin...frilansararna ha de tufft...”*

*”...världens största kris för många sektorer, inte minst fö teatrar...de ha vari liksom väldigt tufft för oss, de ha rört om våra långsiktiga processe å strategie...”*

En teaterchef kommenterar att kriser också kan vara bra för teatrar. Hen säger att kriser kan sätta i gång samhällsdiskussioner.

*”...kriser har alltid varit bra för teater, corona, krig, klimatförändringen...ganska lång tid att vara utan någon samhällsdiskussion kring teater...”*

Sammanfattningsvis har alltså teatern alltid en koppling till verkligheten. Teater är inte bara vara ett eskapistiskt underhållningsprojekt utan den har en betydelse och mening. Teatern är med andra ord ett forum för publiken att uppleva saker, hitta svar på frågor och i bästa fall skapa empati. Teatern kan inte förändra världen men den har många uppgifter. Teatern är också en social institution där man möts. Den konstnärliga och innehållsmässiga aspekten är att teater kan för någon vara underhållning och för någon vara en möjlighet att få känna igen sig i och få associationer av. Att se sammanhang och analysera är också processer som kan ta vid på en teater.

## 5.2 Lyhörd process styr valet av föreställning

En teaterchef berättar att publikperspektivet alltid är med dem när de funderar på val av föreställning. Hen säger dock också att det viktigaste är hög professionalism i arbetet. Hen berättar att teatern har sin egen konstnärliga integritet och självstyre och produktionerna går igenom många manglingar innan de sätts upp. Hen tar upp att alla föreställningar inte väljs på basis av vad som säkert går igenom hos publiken. Enligt hen och en annan teaterchef vet inte publiken alltid vad den vill ha och då måste kommunikationen och publikarbetet fungera för att ett intresse skall väckas.

*”...alltid publikperspektivet me oss...ja vill arbeta fö liksom en väldigt hög professionalism o om man jobba professionellt så bli de också väldigt hög kvalite...vi ha vår egen konstnärliga integritet o självstyre...de gå igenom ganska många manglingar innan vi sätte upp någo...behöver int va säkra kort o föreställninga som publiken nödvändigtvis känne till, de kan också va föreställninga som publiken int visste att den ville se, att ba vi få kommunikationen att fungera komme publiken att bli väldigt intresserad av dem...”*

*”... att göra de som publiken vill e nog en ganska kort väg, publiken kan int veta va dom vill ha, annat än va dom ren fått, om man tänke på publiken som de kollektiva...”*

Två teaterchefer säger att deras arbetsgrupper väljer föreställningar på basis av vad de tycker att skulle vara intressant att genomföra. En säger att föreställningarna väljs på basis av vad arbetsgruppen är nyfiken på att undersöka. I alla teatrar verkar föreställningarna, enligt teatercheferna, väljas relativt demokratiskt och lyhört inom arbetsgrupperna.

Teatercheferna poängterar att de har många samarbetspartners och för dialoger med dem angående möjliga produktioner.

*”...ja våga påstå att besluten föds nog relativt demokratiskt, vi sitter å planerar å jobbar å e lyhörda å lyssnar på varandra...”*

*”...de e nyfikenheten på nånting vi vill undersöka...ingen entydig struktur hur beslutsprocessen går till men de finns en diskussion hela tiden...”*

*”...vi tala om va som sku va intressant å va vi ska göra, vi diskutera...”*

*”...å de komme både initiativ utifrån å inifrån att de hä sku vi kunna å samarbetsförslag...”*

Tankar om hurdan förställning skulle tilltala vilken publik finns dock också i föreställningarnas valprocesser. Denna fråga kommer tidigt i processerna förutom i en teater.

*”...när man tänker på en idé, ska man göra en produktion om de hä, så ska vi genast tänka på vem de kan tilltala, riktat till...”*

*”jo vi fundera, allti, publikarbetet e allti me oss i någo skede...vi tror oss veta, de hä appeallar till en viss form av publik...”*

*”...kanske tredje frågan eller fjärde frågan e att finns de publik...”*

Att använda sin intuition är också viktigt. Att producera något som känns rätt i tiden är ett bra rättesnöre men valet kan inte basera sig på bara det.

*”...de e viktigt me intuition också, att de e någo som känns rätt men de kan int va bara de...”*

En teaterchef säger att på grund av att samhället polariseras, polariseras också teatrarna. Teatrarna blir mer extrema och motpolerna drar olika publik. Teaterchefen beskriver detta

på så sätt att alla konstnärer inte kan vara bra på allt. Hen fortsätter med att säga att samhället också behöver konstnärer som fördjupar sig i något visst, drar mot ett visst håll, och därmed kommer publiken att stå inför fler val i framtiden. Vilken teaters föreställningar och värderingar passar mig?

*”...ja tro nångång i framtiden att publiken ska välja mycke mer vad dom vill se å va mycke mer engagerade, hela samhället polariserar sig, så också i teatern...sku va svårt om alla va bra på allt...vi behöve också konstnärer som går in på vissa sake...”*

Sammanfattningsvis verkar teatercheferna tycka att teaterföreställningarna väljs demokratiskt, med lyhördhet och genom diskussion i arbetsgruppen. Intresset i främst arbetsgruppen styr valet. Man är nyfiken och vill undersöka något tema. Det är en kort väg att uppföra och göra det som publiken vill ha. Kollektivt tänkt vet inte publiken vad den vill ha förutom det den redan fått. Teatrarna håller sig inte enbart till föreställningar de säkert kan räkna med att få publik till. Publiken finns dock i de flesta fall med i tankarna redan från början när valen av föreställningarna görs. Polarisationen i samhället påverkar teatrarna och det betyder att teatrarna med sina föreställningar kommer att nischa sig.

### **5.3 Publikarbete tillgängliggör teaterupplevelser**

Det är för publiken man skapar teater, publiken är målsättningen säger en teaterchef. Publiken är avgörande, utan publik blir det ingen teater. Konstnärerna berättar en historia och är samtidigt delaktiga med publiken. En annan chef kommenterar att teater uppstår i mötet med publiken. Därav är publiken en lika viktig del av teaterupplevelsen som de som står för teatern. Vidare kommenteras att publiken inte är homogen utan föränderlig och brokig.

*”Nå dels så de kan va målsättningen, vafö vi gö sake å ting, vi ska berätta en historia fö en publik, di e dom vi e delaktiga me, di e avgörande, utan publik ingen teater...”*

*”de e fö publiken man skapa teate, teate uppstå i mötet mellan publiken så de e ju en lika viktig del av upplevelsen som dom som gö den...”*

*”...en speciells kvälls teaterpublik så den e brokig å föränderlig...”*

Publiken och arbetet med den kan dock också te sig skrämmande och väcka många känslor. Det gäller att hitta en balans mellan motstridiga känslor. En teaterchef anser att det är givande om det ibland skapas en konflikt mellan publiken och skådespelarna. Hen kommenterar att han tycker om Brecht. Åskådarna skall tänka själva och själva svara på frågor som föreställningen kan väcka.

*”...ibland e ja rädd fö publiken o ibland så bry jag mig int o ibland så vill jag gå emot publiken, de e jätte, de en balans, motstridigt, ambivalent relation, ja sku villa att alla våra pjäser sku va publiksuccéer...”*

*”...ja gilla att det finns sen konflikt mellan publiken o konstnärerna, skådespelarna, ja tycke mycke om Brecht...publiken måst svara på frågo, vi ha int svar, de måst tänka själva...”*

Enligt teatercheferna stöder, tillgängliggör och öppnar publikarbetet upp teaterupplevelsen och skapar en dialog mellan skådespelarna och publiken. Publikarbete kan komma med nya infallsvinklar och förstora eller renodla något som inte får plats på scen. Allt detta görs för att få mer värde och publik till nästa föreställning. Det skall kännas relevant för publiken att komma på nytt. Publikarbetets syfte är att få en närmare kontakt med publiken. En bro skall byggas mellan konstverk och publik. Publikarbete kan behövas för göra konsten begriplig utan att kompromissa med den. En teaterchef säger att man kan definiera teater som att a spelar rollen av b inför c. I denna formel har c den iakttagande rollen. I publikarbete går man dock längre och försöker föra en dialog och öppna upp de teman man undersöker.

*”ja tänke på hu vi genom publikarbete stöde upplevelsen å tillgängliggör ellä förlänge eller förstora den upplevelsen på teater, kan stöda å stärka ellä komma me nya infallsvinkla å föstora nånting som int kanske få plats på scen, ellä renodla vidare, allt fö att publiken ska få större upplevelse...å mer värde å mer publik till nästa föreställning, så de ska kännas så relevant som möjlit så man vill komma på nytt”*

*”att ha närmare kontakt och bygga en bro mellan konstverk och publik, de e just de vi behöve ibland fö ibland kan vissa människor tycka att vi e fö konstnärliga...just de dä att öppna upp utan att gö kompromisse i konst...”*

*”nä de e om man tänke att de finns en sån definition av teater att a spelar rollen av b inför c å då ha c den iakttagande rollen å i publikarbete vill man gå ett steg vidare å ha en tydligare dialog å kanske öppna upp någo kring de tema som man undersöker...”*

Alla teaterchefer tar upp att det är främst de konstintresserade som kommer på deras föreställningar. En teaters största åskådargrupp är medelålders kvinnor och en annan teaters största åskådargrupp är unga och urbana kulturmänniskor. Två teaterchefer kommenterar att de gärna skulle vilja att fler unga skulle komma på deras föreställningar. De unga är framtiden konstaterar de. En säger att hen gärna på sina föreställningar ser åskådare som är aktiva i samhället och politiskt engagerade. Alla teaterchefer poängterar att de söker mångfald inom publiken. En tar upp att tillgängligheten är viktig så att alla kan nås.

*”...unga, urbana kulturmänniskor...som är intresserade av konst å samhälle...ja sku villa att de sku va jätteaktiva i samhället unga å politike...”*

*”...de e ju medelålders kvinnan som upprätthåller väldigt mycket...som har ett stor teaterintresse...”*

*”...de sku va jättefint...speciellt just unga...ja vet inte vaffö ja hela tiden prata om unga, kanske de e framtiden...”*

*”...så försöke vi vi göra teatern tillgänglig fö många andra målgrupper, många aspekter av tillgänglighet, många olika grupper av funktionsvariationer...”*

En teaterchef säger att hen vill att teatern skall kunna nå den vanliga människan. Hen fortsätter vidare och frågar sig vad och vem är en vanlig människa?

*”...va som sku belöna mig mest e att vår publik sku va vanliga människo från vanliga samhällsklasser å nivåe...ordinarie folk...va e ordinarie folk?...”*



En teaterchef lyfter också upp en journalistisk aspekt. När hen undersökt ett ämne vill hen dela med sig av informationen.

*”...så nu ha ja då undersökt ett ämne å nu vill ja dela me mig de, att de finns den dä journalistiska aspekten som e dä nära...”*

Enligt en teaterchef handlar publikarbete inte om att undervisa och föreläsa utan arbetet skall ställa frågor och få i gång en dialog.

*”...i andra kulturer talar man om educational att de finns en sån också, pedagogiken kan va olika men dä finns fortfarande de som ja e lite försikti me, int undervisande men de dä föreläsande, att man kan erbjuda sake å öppna för dialog...”*

Sammanfattningsvis öppnar publikarbete upp konsten utan att göra kompromisser i den. Publikarbete kan definieras som något som tillgängliggör, förlänger eller förstorar upplevelsen på en teater. Publikarbete kan komma med nya infallsvinklar och ge mer värde åt teaterupplevelsen. Allt skall göras för att det skall kännas så relevant som möjligt för publiken att komma på nytt. Publikarbete handlar inte om att undervisa utan med hjälp av publikarbete kan man påstå saker och ge folk något att ta ställning till. Idén är att ge nycklar åt publiken och låta dem öppna dörrarna.

En teaterchef tar upp aspekten att om det som skapas är, som hen uttrycker det, dåligt, kan inte ens en mycket duktig publikarbetare locka publik. Dålig konst övervinns inte av publikarbete. För att sammanfatta kan man säga att publikarbete inte alltid fungerar. En trovärdig konstupplevelse skall stå som en grund eftersom arbetet härleds av den.

*”...ingen superpublikarbetare kan rädda dålig konst...”*

## **5.4 En aktiv synlighet breddar publiksegmentet**

Detta kapitel avslutar resultatkapitlet. Kapitlet tar kort och koncist upp sätt som teatrarna jobbar på för att bredda sitt publiksegment. Varje sätt att jobba på tas upp under ett eget delkapitel.

Enligt Dahl-Tallgren (2011 s. 16) består publikarbete av tre delar. Dessa är; 1. pedagogiken som ger riktlinjer för hur man skapar goda möten och kommunicerar. 2. konstformen (i detta fall teater) som utgör grunden, produkten, och den konstnärliga upplevelsen och 3. drama- och teaterpedagogiken som har arbetssätt som kan fungera som metoder och verktyg för publikarbetet.

I följande kapitel kan bakgrundsarbetet med strategier räknas som den första delen av Dahl-Tallgrens (2011 s.16) uppdelning. Den andra delen säger i sig självt vad det är fråga om. Teatercheferna betonar att inget skall göras på bekostnad av det konstnärliga och professionella. Den tredje delen är alla de konkreta verktyg som används. Exempelvis seminarier, säsongkort, samtal, sociala medier och så vidare. Enligt en teaterchef byttes i Finland begreppet och namnet publikarbetare ut till teaterpedagog runt 2010-talet. Detta gjordes för att få samma terminologi som i Sverige. En teaterpedagog har ett pedagogiskt grepp om publikarbetet.

*”...de va ett projekt som började nån gång 2010...jätte viktigt projekt då vi gick in å anställde teaterpedagoge för första gången...vi bytte namn ...samma terminologi som i Sverige...”*

#### **5.4.1 Bakgrundsarbete**

En teaterchef säger att de jobbar med en manual om publikarbete. Materialet skall hjälpa även andra teatrar att idka publikarbete. Hen fortsätter med att berätta att de jobbar ständigt för att hitta nya målgrupper och för att få folk att upptäcka dem. De jobbar enligt teaterchefen på ett sätt de inte tidigare jobbat på. Mycket händer digitalt, exempelvis biljettförsäljningen och användandet av sociala medier. Vidare berättar teaterchefen att de granskar sina produktioner och undersöker vilka målgrupper och kundprofiler de har och jobbar sedan utifrån det. En annan teaterchef uttrycker detta med orden att de samlar information och vill förstå sin publik.

*”...väldigt intressant vårt projekt hur vi gjort, de e en manual för dom andra teatrarna...vi ha renovera hela vår försäljning å marknadsföring...å hela digitaliseringen...”*

*”...å jobba på ett sätt vi int tidigare ha jobba på, vi gö masso alltså, vi tittar på våra produktioner å ser vilka målgrupper å kundprofiler de har å så jobbar vi utifrån de, dom premisserna...”*

*”...fösöke olika sätt att nå ut till en bredare publik, joo o, nog att försöka förstå att vem e vår publik, att samla information...”*

En teater har en nyligen förnyad strategi för breddandet av deras publiksegment. Teatern jobbar dagligen med den och den är bakgrunden till allt arbete på teatern.

*”...vi har strategi på allt va vi gör, slogs fast 2018 å uppdaterades nu i augusti, våra fokusområden ha ändrats, vi har en strategi för att bredda publiksegmentet, vi ha ett stort projekt angående de, vi jobba hela tiden med de liksom, de finns i vårt dagliga arbete...”*

De två andra har inte nedskrivna strategier. Det finns dock tankar om att få strategier till pappers också. Dessa teatrar vill förbättra sitt muntliga planerande och göra det mer legitimt genom att skriva ner det.

*”...nä, ja tro int vi ha de, vi ha ingen riktig plan för de, de finns i vår verksamhetsplan att vi ska bredda vår publik, vissa saker finns, den första är att skapa bättra konst, de e kärnan, de måste vara de...efter de, kanske de int e en strategi men genom dessa työkalut ska vi göra dessa föreställningar å utveckla vårt konstnärliga jobb...”*

*”...nu har vi de, den ska uppdateras å förtydligas, åtminstone har i en idé hur vi tänke bli bättre på de, vi e inne i en process me de där, de int på de sätte nedskrivna...”*

#### **5.4.2 Val av föreställning**

Det lönar sig att vara ute i god tid och föra en lyhörd och demokratisk diskussion i valet av en föreställning. Det skall finnas konsensus i besluten. Två teatrar har en bestämd process och strategi hur föreställningarna väljs. Alla har samarbetspartner som de för kontinuerliga dialoger med.

*”...att va ute i god tid e nog de viktigaste...å kommunikation å marknadsföring ska va med från dag ett i processen, att de int e nånting som kommä till senare utan de ska va en del av processen...”*

*”...ja å vår ensemble, vi är konstnärliga råde å vi gör de konstnärliga besluten tillsammans å vi diskuterar, vi måste ha konsensus...de e alltså int ba en människa som gör beslut utan de e många, 6–7 människor...”*

*”...vi har ett dramaturgia som jobbar me förebyggande teater, de läse pjäser hela tiden å för dialoger med olika samarbetspartners...vi upprätthålle många dialoge å så koka vi ner de till de va vi tycke e relevant å de va vi kan göra å går ihop me vår kapacitet å mer vår ekonomi...”*

En teaterchef säger att de inte har en entydig strategi eller struktur för hur de skall välja sina föreställningar. Det diskuteras dock också i grupp på hens teater liksom på de andra teatrarna.

*”...vi har ingen entydig struktur hur beslutsprocessen går till men de finns en diskussion hela tiden å de kommer både initiativ både utifrån och inifrån, att de hä sku vi kunna å samarbetsförslag, de som vi åtminstone borde e en strategi för va de e vi vill göra, att hu speglar de hä i de, de e ju ett redskap att fatta beslut...”*

### **5.4.3 Konkrete medel**

Publikarbetets konkreta saker som görs för att bredda publiksegmentet är att erbjuda förmånliga säsongkort och hålla diskussioner och seminarier. En teater har en populär klubbverksamhet. Andra medel är publikationer, tidskrifter och annonser. Man närmar sig också skolor och försöker väcka ett teaterintresse bland barn och unga.

*”...så använder vi tryckta å digitala medier, tidskrifter å sånt, annonser...”*

*”...till exempepl säsongkortet, närma sig skolor, ordna diskussioner...”*

#### 5.4.4 Digitala medel och kommunikation

Digitala medel som teatrarna använder inom publikarbetet och i marknadsföringen är sociala medier, videon, vimeo och podcasts. Youtube och twitter används också.

*”...via olika marknadsförings- å försäljningsverktyg som gö de...”*

*”...instagram, facebook, lite twitter å på youtube finns de nånting å på plattformen vimeo, de e väl dom, så har vi starta en podcast... som just nu ligger lite nere...”*

Kommunikationen både inuti teatern och mellan teatern och samhället omkring är a och o i sätten att göra sig synliga. Två teaterchefer poängterar detta. Teatrarna vill interagera med samhället och även skapa en samhällsdiskussion. Genom att väcka frågor blir deras föreställningar intressanta. Media spelar en stor roll i publikarbete. De som får mest synlighet vinner på det anser en teaterchef.

*”...vi försöke hela tiden slita föreställninga till samhällsdiskussion å som också e samhällsdiskussion, de e intressant att skapa samhällsdiskussion...”*

*”...tala om helheten, försöka föra en diskussion me samhälle omkring oss, att vi existerar int i ett vacuum...man kan ta ställning till sociala, ekonomiska å miljöfrågo å int titta unde stol men helst kanske så ska man int kommä me färdiga svar utan me frågo, då väcke man frågo hos publiken själva...”*

*”...publikarbete har jättemycke me media att göra, att... vi leve i huomiotalous, dom som ha mest huomio vinne på de...”*

Djungeltrumman togs även upp som ett sätt att få mer publik till teatrarna. Att få andra att föra budskap vidare och göra reklam för teaterföreställningar är även ett mål för teatrarna.

*”...få andra att dela me sig...att försöka få andra att göra...”*

*”...men sen när vi komme ti djungeltrumman så de bruka va de som fylle ut...”*

#### **5.4.5 Kontinuerlig förbättring**

Alla teaterchefer tog upp att teatrarna befinner sig i en utvecklingsprocess. Processen är ständigt pågående. Teatrarna strävar efter att bli bättre på sitt publikarbete men även konstnärligt och professionellt.

*”...de e en sån dä utvecklingsprocess, vi försöke hela tiden bli bättre å ja tycke nog vi ha blivi bättre å nu ha vi ju ett nytt team, de senaste åren ha vi satsa på de hä mycke...”*

*”...vi jobba ständit fö att hitta nya målgruppä, att folk ska upptäcka oss...vi ha gjort så mycke...”*

I materialet kan skönjas en viss konkurrens mellan teatrarna. De tävlar om publik trots att de riktar sig till speciella målgrupper. Teaterverksamheten är oundvikligen också en affärsverksamhet. Teatrarna skall tjäna pengar för att hålla sig på ytan. En teaterchef poängterar att hans teater inte finns till för att vara vanlig. Andra teatrar har kanske mer publik men publiken är mindre intresserad av teater enligt hen.

*”...men de e klart, vi har ju int såna resurser som större teatrar...”*

*”...vi e int hä fö att gö kompromisse, de komme att va jätte tråkit om vi gö mycke kompromisse, hela teatefältet, mera mainstream i tron att få mer publik, de har kanske mer publik men int kanske publik som e så intressant, inte intresserad utan dom e bara att så dä att joo o nu ska vi gå på teate...”*

#### **5.4.6 Teatrarna strävar till att bredda sitt publiksegment**

Sammanfattningsvis använder teatrarna flera olika sätt för att bredda sitt publiksegment. Genom att titta på och analysera produktionerna och undersöka kundprofilerna och målgrupperna för dem fås en bild av vem som går på teater och på vilken föreställning de går på. Teatrarna vill förstå och samla information om vem som är publiken. Detta är ett bra

bakgrundsarbete att utgå ifrån när teatrarna väljer sina kommande föreställningar och igen ger sig ut på marknaden.

Konkreta saker görs också för att nå en bredare publik. Det ordnas seminarier, diskussioner, samtal och samarbete med skolor. Det som också används är publikationer, videon och podcasts. En teater har även ett förmånligt säsongkort. Två teaterchefer framhåller att de vill föra en diskussion med samhället. En säger att de vill slita sina föreställningar till en samhällsdiskussion och den andra säger att de inte existerar i ett vacuum. De kan ta ställning till sociala och ekonomiska frågor och frågor angående miljön.

Teatrarna försöker hela tiden göra något, förbättra sig och utvecklas. Arbetet är en utvecklingsprocess och ett sisyfosarbete. Man är tvungen att börja om från början med varje enskild föreställning. I processen att sätta upp en teaterföreställning finns många okända faktorer och element man inte kan rå på. Att arbeta med en föreställning är inte något mekaniskt som ser lika ut varje gång.

Efter sammanfattandet av materialet funderade jag än en gång på min undersöknings frågeställning och beslöt mig för att göra en komprimerad och förtydligande tabell för att, som Allwood (2021 s. 35–36) beskriver det, förankra forskningen och få en stabil punkt. Tabellen visar kort och koncist sätt som teatrarna arbetar på för att bredda sitt publiksegment.

<b>På vilka olika sätt jobbar teatrar med främst en svenskspråkig repertoar i Helsingfors för att få mer publik?</b>
Genom att på ett lyhört men bestämt sätt välja föreställningar
Genom bakgrundsarbete som analys av publiken på basis av föreställningarna och insamling av publikinformation
Genom konkreta medel som seminarier, diskussioner, klubbverksamhet, publikationer och säsongkort
Genom kommunikation och växelverkan med samhället via till exempel sociala medier, audiovisuell kommunikation (videon, podcasts), diverse plattformar (twitter, vimeo) och djungeltrumman
Genom en kontinuerlig förbättring av sitt publikarbete och en vilja att utvecklas som teaterutövare

Tabell 1. Sätt för teatrar att nå mer publik

Bakom denna tabells innehåll finns tankar och synsätten att teater speglar det verkliga livet och att utan publik finns det ingen teater. Dessa tankar är några av de värderingar och grunden för de sätt man arbetar på i denna undersöknings teatrar. Marknadsföringens kontaktyta skapas av publikarbete och publikarbetet består i stor mån av det som finns i tabellen ovanför. En av denna undersöknings teatrar arbetar under devisen och det övergripande målet ”*gör teater relevant igen*”. Enligt min tolkning av intervjukontexten och intervjusvaret gör teatern detta för att få deras föreställningar att bli synliga igen efter Covidpandemin och också för att få mer mediauppmärksamhet till teater som konstform.

## 6 DISKUSSION

*”...ja ha tänkt hur vi kan gö teate relevant igen å just ha mer engagemang, liksom relation mellan publik å oss...vi borde sälja rosor å tomater där i aulan före föreställningana, dom kunde välja att ska dom köpa båda å kasta båda, ellä ba roso ellä ba tomate å kasta dem efte föreställningen...en levande kommunikation me publiken...”*



I denna undersökning var huvudproblemet hur svenskspråkiga teatrar i Helsingfors skall nå ut till en sådan publik de i allmänhet inte når ut till. Syftet var att ta reda på hur man i teatrarna jobbar för att bredda publiksegmentet.

Det empiriska materialet bestod av tre intervjuer med tre teaterchefer. Idéen var att få information om hur teatercheferna ser på publiken som ett fenomen, om vad publikarbete är, hur teatercheferna ser på det och allmänt hur de ser på teaterns betydelse i samhället. Intressant ansågs också hur teatern väljer sina föreställningar. Citatet i början visar med en glimt i ögat vad alla teatrar i denna undersökning strävar till. Man vill skapa en levande kontakt med publiken. Man vill skapa något nytt och få mer information om hur publiken tänker. Publikarbete är ett sätt att arbeta för detta.

Datainsamlingsmetoden i denna undersökning var semistrukturerade kvalitativa intervjuer. Intervjuerna skapade tankar och jag fick mycket information. Jag fick ärliga och nyanserade svar och respondenterna och jag förstod varandra. Jag blev dock och funderade på om forskningsfrågan skulle ha besvarats mer specifikt om jag förutom teatercheferna också eller bara skulle ha intervjuat teaterpedagoger. Å andra sidan blev materialet mycket digert och många olika synvinklar om ämnen som tangerade forskningsfrågan och syftet togs upp. Jag fick både djup och bredd. Litteraturgenomgången jag gjorde före jag samlade in mitt empiriska material var tung men lärande. Det var bra att jag hade en grund att stå på när jag gjorde intervjuerna. Jag hängde med i diskussionerna och visste vad teatercheferna talade om.

Min analysmetod var konventionell innehållsanalys. I och med detta analyserade jag mina intervjutexter i steg. Jag hade problem med analysen. I de metodböcker jag läste användes olika termer för varje sak och det var svårt att förstå vilket steg som var vilket och vad man skulle göra. Mitt material kändes också för litet för denna metod. Allt blev bara upprepningar och svaren kändes för enkla. När jag dock vågade göra mer generaliseringar och ihärdigt skriva och pussla med min text, mina steg och svar tog analysen sig vid. I och med att innehållsanalysen var konventionell har jag funderat på hur intervjuerna skulle ha gått om jag gått ut på fältet utan en litteraturgenomgång? Skulle mina frågor sett annorlunda ut? Hurdana skulle intervjusituationerna sett ut? Hur skulle teatercheferna svarat? Borde jag ha använt till exempel grounded theory som min analysmetod i stället?

Skulle en undersökning om publikarbete fyllt kriterierna för grounded theory med tanke på att teorin används främst när det gäller nya forskningsområden?

Publikarbete är relativt nytt inom svenskspråkiga teatrar i Helsingfors. Av undersökningens teatrar anställde en teater sina första teaterpedagoger på 2010-talet. En teater anställde sin teaterpedagog år 2021 och en har ett kommunikationsteam men inte en teaterpedagog. Begreppet och namnet publikarbetare byttes i Finland ut till teaterpedagog på 2010-talet. Detta gjordes för att få samma terminologi som i Sverige. En teaterpedagog har ett pedagogiskt grepp om publikarbetet.

Det som sker i samhället påverkar teatern, det finns en koppling till verkligheten, tycker alla teaterchefer. Till exempel har digitaliseringen gjort att det naturliga mötet, mötet ansikte mot ansikte försvinner allt mer. Teatrarna tävlar med biografer och datorskärmar. Covidpandemin förorsakade en kris inom teatervärlden för teatrarna måste hålla stängt och fick inga biljettintäkter. Undersökningens teatrar kämpar fortfarande med att få tillbaka sin gamla publik.

En vilja för att bredda publiksegmentet finns och publikarbetet är relativt likartat. Teatrarnas storlek och resurser inverkar dock på i vilken mån som publikarbetet kan göras. Publiken liksom publikarbetet som fenomen väcker motstridiga känslor. Dessa ter sig ibland skrämmande och också som något nytt och konstigt. En teaterchef säger att arbetet för att nå fler åskådare är en akilleshäla hos dem. Det känns som att de alltid gör för lite.

Teatercheferna definierar publiken som en del av teaterföreställningarna. Man glömmer ändå inte det konstnärliga. Trots att publiken behövs är det konstnärliga det mest viktiga. I denna kontext tas publikarbetet upp som ett hjälpmedel. Publikarbetet kan göra konsten begriplig utan att kompromissa i den. Arbetet kan definieras som något som tillgängliggör, förlänger eller förstorar upplevelsen på en teater. Teatrarna vill att publikarbetet skapar dialoger och tankar. Detta märks. Alla teatrar i undersökningen har samtal, diskussioner och evenemang utöver sina föreställningar.

Teaterchefernas svar till vad publikarbete är korrelerar med det som kom upp i undersökningens teoridel. Tankar som Dahl-Tallgren (2011), Fraser (2004) och Roos Sjöberg (2000) tar upp i sina böcker förekom i många svar. Exempel är att publikarbete skall fungera som en bro mellan publik och skådespelare och att publiken är en del av teaterupplevelsen. Publikarbete kan öppna verkligheten för åskådarna genom att locka dem på teater. Här kan man spekulera om publikarbetet på en praktisk nivå ännu är tillräckligt implementerat i teaterarbetet på undersökningens alla teatrar.

Publikarbetet inom undersökningens teatrar är i en ständig utveckling. Det är inte klart ännu och skall inte bli klart. Samhället förändras hela tiden och då skall också publikarbetet hänga med. En teater håller på och gör en manual om publikarbete. Denna manual skall alla teatrar få ta del av. Jag anser att detta är en mycket solidarisk handling. Resursfrågor och dylikt kan komma emot men grunder och nya idéer kan fås av en uttänkt text och strategi.

Valprocesserna av teaterföreställningarna är lyhörda och demokratiska bland teatrarna som ingick i denna undersökning. Här kan man tänka sig att det även syns mellan publik och teaterarbetarna. Teatrarna är lyhörda och demokratiska vilket kanske gör att den vanliga människan lättare hittar till dem. Teatercheferna svarar lite olika om när man börjar tänka på publiken i valet av föreställning. En säger att publiken finns med från första början och en säger att idéer om möjligt publikesegment kommer senare. Vad betyder detta för oss åskådare? Kommer vi att se någon skillnad på föreställningarna? Finns det någon skillnad? Om teatern speglar verkligheten borde det konstnärliga gå åtminstone ganska bra hand i hand med vad den vanliga människan intresserar sig för.

Med tanke på det ovanstående tar en teaterchef upp att det har skett en polarisering i samhället. Individerna och de potentiella konsumenterna har grupperat sig i åsiktskluster som är allt mindre neutrala. Detta gör att masskommunikation är svår. Hur skall en teater hitta på en föreställning som går hem hos de flesta? Vill teatern göra det? Om teatern profilerat sig inom något område kan det vara svårt att bredda sitt utbud för att bredda publiksegmentet. Ifrågavarande teaterchef kommenterar dock att det inte är meningen att alla skall kunna allt. Det är omöjligt, vilket betyder att teatrarna kommer att nischa sig allt mer.

Min kunskap om publikarbete var vag före jag gjorde denna undersökning. Jag förstod inte djupet i och alla dimensioner av arbetet. Jag trodde att man som publikarbetare stod i garderoben och/eller sålde programblad under föreställningarna. För att publiken skall få en positiv upplevelse av teaterbesöket är det viktigt att betjäningen i garderoben också är bra men det räknas inte till det främsta i ett publikarbete. Publikarbetet kan förmedla mer kunskap och tända en intressegnista och vilja att lära sig och utveckla sig mer. Teater kan uppväcka frågor och få åskådarna att tänka både på en personlig nivå och på en allmängiltig nivå. Dock finns även en underhållande aspekt och en känslomässig nivå i teater. Det som slår mig är att detta också borde gälla skådespelarna. Det borde mellan skådespelarna och åskådarna finnas ett ömsesidigt intresse för varandra. Både litteraturen och svaren i mina intervjuer är främst inriktade på vad publiken kan få av en teaterupplevelse. Är det för självklart att publiken betyder allt för en teater? Hur är det på individnivå, för den enskilda skådespelaren? Jag intervjuade teaterchefer som oftast inte står på scen.

Freshwater (2009 s. 76) skriver om ovanstående att publikarbete förutsätter noggrant planerande, långsiktigt engagemang, hög sensitivitet och en acceptans att ett genuint deltagande har sin risk men också en stor potential. Publikarbetet kan te sig störande för teaterutövarna och de kan hamna försatta sig i mycket sårbara situationer. Teaterutövarna, liksom de med politisk makt i samhället, måste ge plats åt publikens och de enskilda medborgarnas reflektioner kring kreativitet och politik. Det finns fina utsikter för teatrar att erbjuda publikarbete och engagemang. Teatern måste lära sig att lita på publiken. Man måste kunna ge publiken valmöjligheter och en känsla av att de äger något och kan påverka teaterarbetet.

Gräsrotsdriven kommunikation gör det möjligt för konsumenter att kommunicera med varandra och på så sätt bestämma hur marknadsföringen skall se ut. Kommunikationen sker främst på de sociala medierna. Företagen är tvungna att alltid förhålla sig och ta avstamp i den gräsrotsdrivna kommunikationen. (Parment 2021 s. 447–448) Ett bra publikarbete gör kontaktytan för marknadsföringen bredare och bättre. När publikarbetet tar vid på sätt som publiken kan påverka är sannolikheten större att arbetet fungerar som det ska.

Under arbetet med min undersökning väcktes tankar och frågor hos mig. Kunde till exempel en gräsrotsdriven marknadsföring vara ett alternativt marknadsföringssätt för teatrar? Hur kunde teatern exempelvis locka en influencer att ta del av en teaterföreställning och efteråt diskutera den i sin videoblogg? Kunde de som jobbar med publikarbete gå ut på fältet och locka publik? Kunde de besöka skolor, sjukhus, körer med fler? Är det huvudlöst att tänka sig att teatrar skulle rekrytera så att säga vanliga människor för att de, under korta perioder, för en liten summa pengar alternativt teaterbiljetter, skulle ägna sig åt marknadsföring och publikarbete på de sätt de vill och kan göra det? Kunde en sådan här verksamhet rikta sig främst till unga som på detta sätt skulle få snusa på arbetslivet och även se en del av kulturarbete och kanske bli publik?

Allt som blåses upp i media får synlighet. Kunde ovanstående förslag tas upp i en samhällsdiskussion angående teatrar? Kulturen och teatern behöver oss och vi behöver dem. Så länge arbetet i en teater håller sig konstant och oföränderligt förändras inte publiken heller. En teaterchef konstaterade i sin sista fras i intervjun att vi kan bara förändra oss själva. När en förändringsprocess dock kommer i gång och håller på, sker det ofta en utveckling också utanför människan och i detta fall utanför teaterinstitutionerna. I de teatrar, vars teaterchefer jag intervjuade, håller en vacker och nyfiken men också en tung och ny process på. Det finns mycket kunskap men också motstridiga känslor på ifrågavarande teatrar.

En teaterchef tar upp aspekten att om det som skapas är, som hen uttrycker det, dåligt, kan inte ens en mycket duktig publikarbetare locka publik. Dålig konst övervinns inte av publikarbete. Hos mig väcks frågor angående detta att vad är bra och vad är dålig konst? Vem definierar konsten? Kan publikarbete i sig vara konst? Dålig konst kan också skapa diskussion och funderingar i vilket publikarbete kan var en del. Teaterverksamhet är också affärsverksamhet i vilket det ingår en konkurrens. Hur långt vill teatrar gå i arbetet att locka publik? Kan konsten bli lidande om teaterföreställningarna görs för attraktiva? Hur kombinera konst och kulturverksamhet med affärsverksamhet och företagsamhet? Hur konkurrera på ett konstruktivt sätt i kontexten att ju mer kulturevenemang publiken besöker, desto större blir intresset för kultur vilket gagnar alla?

Att få exempel på hur teatrarna konkret jobbar med ett evenemang inom publikarbete skulle ha varit intressant. Hur börjar processen? Vad händer sedan? Vad brukar lyckas och vad inte? Varför? Dessa frågor kunde tas upp i en vidare undersökning. Undersökning kunde utvidgas och utvecklas genom att även intervjua de som direkt jobbar med publikarbete. Detta för att få ett bredare perspektiv på undersökningens problem. Vidare kunde man tänka sig att göra en empirisk undersökning bland teateråskådare. Det skulle vara intressant att ta reda på hur de upplever publikarbete och vad för idéer de skulle ha angående breddande av publiksegment. Publikarbete, mediasynlighet och lärdomsprov är exempel på hur man kan hålla en diskussion om teater i gång. Må teater alltid vara relevant.

## KÄLLOR

- Airaksinen–Björklund, R., 2011, Publikarbete har ju alltid bedrivits. Bakgrunden till publikarbete finns i 1900-talets teaterhistoria. I: Dahl-Tallgren, N. (red.), *Publiken i huvudrollen – En introduktion till publikarbete*, KulturÖsterbotten i samarbete med Förlags Ab Scriptum, s. 87–94.
- Allwood, C., 2021, Forskningsproblemet i forskningsprocessen. I: Klingberg, G. & Hallberg, U. (red.), *Kvalitativa metoder – helt enkelt*, Studentlitteratur AB, Lund, s. 31–50.
- Bennet, S., 1997, *Theatre Audiences*. I: Freshwater, H., 2009, *Theatre & Audience*, Palgrave Macmillan Ltd., Hampshire.
- Brockett, G., 1995, *History of the Theatre*, 7 publ., Allyn & Bacon, Needham Heights.
- Dahl-Tallgren, N., 2011, *Publiken i huvudrollen – En introduktion till publikarbete*, KulturÖsterbotten i samarbete med Förlags Ab Scriptum.
- Fraser, I., 2004, The marketing of theatre. I: Kerrigan, F., Fraser, P. och Özbilgin, M. (red.), *Arts Marketing*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, s. 42–67.
- Fraser, N., 2004, *Theatre History Explained*, The Crowood Press Ltd, Ramsbury.
- Freshwater, H., 2009, *Theatre & Audience*, Palgrave Macmillan Ltd., Hampshire.
- Galletta, A., 2013, *Mastering the semi-structured Interview and Beyond – From Research Design to Analysis and Publication*, Sage Publication Ltd, New York.
- Isaksson, J., 2021, Riktad kvalitativ innehållsanalys. I: Klingberg G. & Hallberg, U. (red.), *Kvalitativa metoder – helt enkelt*, Studentlitteratur AB, Lund.
- Kerrigan, F., Fraser, P. och Özbilgin, M., 2004, *Arts Marketing*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington.
- King, N., Horrocks, C. och Brooks, J., 2019, *Interviews in Qualitative Research*, 2 uppl., Sage Publishing Ltd, London.
- Klingberg G. & Hallberg, U., 2021, *Kvalitativa metoder – helt enkelt*, Studentlitteratur AB, Lund.
- Koski, L., 2020, Teksteistä teemoiksi – Dialoginen tematisointi. I: Puusa, A. & Juuti, P. (red.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät.*, Gaudeamus Oy, Helsingfors, 157–172.
- Kvale, S. och Brinkmann, S., 2009, *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Studentlitteratur AB, Lund.

- Laurio, U., 2011, Från utbildning till delaktighet – erfarenheter av operans publikarbete. I: Dahl-Tallgren, N. (red.), *Publiken i huvudrollen – En introduktion till publikarbete*, KulturÖsterbotten i samarbete med Förlags Ab Scriptum, 95–102.
- Lindfors, E., 2018, *Det handlar om publiken!*, 4 uppl, Svenska kulturfonden, Helsingfors.
- Maitland, H., 1997, *A Guide to Audience Development*. I: Dahl-Tallgren, N., 2011, *Publiken i huvudrollen – En introduktion till publikarbete*, KulturÖsterbotten i samarbete med Förlags Ab Scriptum, s. 15–16.
- Niemi, I., 1975, Nykyteatterin juuret. I: Dahl-Tallgren, N., 2011, *Publiken i huvudrollen – En introduktion till publikarbete*, KulturÖsterbotten i samarbete med Förlags Ab Scriptum, s. 87–94.
- Parment, A., 2021, *Marknadsföring*, Studentlitteratur, Lund.
- Puusa, A. & Juuti, P., 2020, *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät.*, Gaudeamus Oy, Helsingfors.
- Puuusa, A., 2020, Näkökulmia laadullisen aineiston analysointiin. I: Puusa, A. & Juuti, P. (red.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät.*, Gaudeamus Oy, Helsingfors, 145–156.
- Sauter, W., 2000, *The Theatrical Event – Dynamics of Performance and Perception*, University of Iowa Press, Iowa City.
- Roos Sjöberg, J., 2000, *I gränlandet mellan scen och publik. Nycklar till teater – med drama som metod*, Dalateatern, Falun.
- Röshammar, M., 2022, *Att intervjua. Att fråga är att lyssna.*, Carlsson bokförlag, Stockholm.
- Vuori, M., 2022, *Publikarbete* [muntl.], föreläsning: 6.2.2022.
- Wickham, G., 1992, *Teatterihistoria*, 2 uppl., serie 24., Phaidon Press Limited, London.
- Wilmer, S. & Koski, P., 2006, *The Dynamic World of Finnish Theatre – An introduction to its History, Structures and Aesthetics*, Like, Helsingfors.



# BILAGOR

## Bilaga 1. Intervjufrågor

Bakgrund (berätta om dig själv)

1. Hur länge har du varit teaterchef? Hur stor teater?
2. Din ålder? Utbildning?

Inledning, allmänt teater

1. Vad betyder teater för dig? Vilka saker associerar du till teater?
2. Roll i samhället? Finns det några angelägna eller aktuella frågor kring teater enligt dig?
3. Vad tänker du på när du hör ordet publik?

Publikarbete, allmänt publikarbete

1. Vad tänker du på när du hör ordet publikarbete?
2. Kunde du beskriva den typiska åskådaren på er teater?
3. Vill ni ha någon viss typ av åskådare till er teater?
4. Hurdana åskådare är svåra att få till er teater enligt dig?

Mål, det centrala, kärnan med intervjuerna

1. Har ni fokusgrupper? Talar ni om individer eller grupper?
2. Hur väljer ni föreställningarna?
3. Hur arbetar/funderar ni angående valen av föreställningar i förhållande till möjlig publik?
4. Hur gör ni för att bredda ert publiksegment? (Det vill säga vad gör ni/gör ni något för att nå ut till personer ni i allmänhet inte når ut till? Varför så?)
5. Vad tänker ni kring mängden av publik? Hur mycket arbete går åt till att öka publiksegmentet?
6. Har er teater en strategi (officiell?) för att bredda publiksegmentet? Hurdan?
7. Har ni resurser (pengar, vilja, kunskap) för att leta upp och engagera nya åskådare? Vilka? Hurdana?

8. Vilka marknadsföringskanaler använder ni? Vilka? Varför?
9. Något jag glömt?