



# **”Utan min inre konstnär blir det ingen yttre entreprenör”**

3D-animationsstudenters berättelser om  
konstnärskap och entreprenörskap

Författare: Sofia Erlandsson & Emelie Hanson

Handledare: Anita Beckman

**Examensarbete i kulturvetenskap 61-90, 15 hp  
Institutionen för Omvårdnad, hälsa och kultur/Högskolan Väst  
Vårterminen 2012**



# **“Without my inner artist there will be no outer entrepreneur”**

3D animation students' narratives about  
artistry and entrepreneurship

Author: Sofia Erlandsson & Emelie Hanson

Supervisor: Anita Beckman

**Major Research Project in Cultural Studies, 15 HE credits  
Department of Nursing, Health and Culture/University West  
Spring 2012**

# Tack!

Vi vill rikta ett stort tack till alla som har hjälpt oss på vägen med denna uppsats. Stort tack till vår handledare Anita som med sin kritiska blick har drillat oss till att hela tiden bli lite bättre. Tack även till Elisabeth Jansson, Maj Asplund Carlsson, Leif Berndtsson och Anna Karin Olsson för intressanta samtal som motiverat oss och hjälpt oss att definiera vår forskningsfråga. Tack till klasskamrater, vänner och familj som varit där för oss när vi behövt er som mest. Sist ett speciellt tack till våra informanter som med sina öppna och givande svar gett oss ett fantastiskt material.

Emelie och Sofia

Trollhättan 24 maj 2012

## Innehållsförteckning

<b>Ämnesval</b>	<b>2</b>
<b>Syfte</b>	<b>2</b>
<b>Frågeställningar</b>	<b>2</b>
<b>Problemformulering</b>	<b>3</b>
<b>Tolkningsram</b>	<b>4</b>
En narrativ ansats	4
Konst och konstnärskap	5
Entreprenör och entreprenörskap	6
<b>Tillvägagångssätt</b>	<b>7</b>
Metod	7
Narrativa element	8
Material	9
Informanterna	9
Intervjuerna	10
<b>Tidigare forskning</b>	<b>11</b>
<b>Presentation av programmet för 3D-animation och visualisering</b>	<b>12</b>
<b>Analys</b>	<b>14</b>
Konst och Konstnärskap	14
Individualisten	17
Den kreativa outsidersn	20
Entreprenör och entreprenörskap	22
Den oberoende	22
Kostymnissen	26
Den socialt kompetente risktagaren	29
Relationen mellan konstnärskap och entreprenörskap	31
Mellan kultur och ekonomi	31
Inre och yttre drivkrafter	33
<b>Slutdiskussion</b>	<b>36</b>
<b>Referenslista</b>	<b>40</b>
<b>Bilaga 1</b>	<b>44</b>

## Ämnesval

Entreprenörskap och kreativitet är två begrepp som används flitigt i dagens samhälle. Ibland som synonymer och ibland som motsatser, beroende på vem man frågar. Entreprenören med kopplingen till hårda värden som ekonomi, struktur och förnuft, och den kreativa konstnären som associeras med irrationalitet, fantasi och känsla. Med våra olika bakgrunder inom konstnärskap och entreprenörskap väcktes frågan hur dessa två kan kombineras. Vi kunde se hur de på vissa plan går hand i hand och på andra plan krockar. Flera nya projekt inom entreprenörskap i kreativ industri är igång i Västra Götalandsregionen så vi såg även ämnet som aktuellt och viktigt att skapa förståelse för. Vårt intresse landade i att skapa förståelse för begreppen *entreprenör* och *konstnär* och vad de skulle kunna stå för.

För att få mer kunskap om fältet och få inspiration till möjliga ingångar till vårt ämne så tog vi kontakt med forskare och lärare inom entreprenörskap på Högskolan Väst. I samtal med dessa så lyftes flera gånger studenterna vid 3D-animationsprogrammet fram och vi blev alltmer intresserade av att studera deras berättelser. En grupp studenter som går en utbildning med klassiska konstnärliga inslag, samtidigt som de skolas till egenföretagare och entreprenörer då man sällan blir anställd i ett sådant yrke. De är personer som stöter på båda fenomenen som vi intresserat oss för och vi såg att deras berättelser om konstnärlighet och entreprenörskap kunde ge intressanta perspektiv på de båda begreppen. Vi ser vår studie som ett inlägg i samtalet om entreprenörskap i kreativa näringar.

## Syfte

Syftet med denna uppsats är att diskutera konstnärskap och entreprenörskap genom sex 3D-animationsstudenters berättelser.

## Frågeställningar

- I vilka termer beskrivs *konst* och *konstnärskap* i studenternas berättelser?
- I vilka termer beskrivs *entreprenör* och *entreprenörskap* i studenternas berättelser?
- Hur ser relationen ut mellan *konstnärskap* och *entreprenörskap* i studenternas berättelser?

## Problemformulering

I dagens allt mer globaliserade och individualiserade samhälle talas det ibland om hur entreprenören är ledstjärnan i det nya arbetslivet (Jansson 2008:15). Det nya arbetslivet ställer andra typer av krav på arbetstagaren än vad som gjordes i industrisamhället. Här rör det sig om att vara drivande, flexibel, samt att kunna sälja sig själv. Ett tecken på att arbetslivet har förändrats är att man inte i lika stor utsträckning satsar pengar på att skapa nya arbetstillfällen inom offentlig sektor utan att vinsten anses ligga i att bidra till att det startas nya företag, då det är detta som anses föra ekonomin framåt (du Gay & Pryke 2002: 100). Detta gör att entreprenören får en nyckelroll i den nya ekonomin och entreprenörskap är något som även växer fram som en viktig del inom utbildningsväsendet. Företeelser som *entreprenöriellt lärande* och *entreprenörskap på schemat* är exempel på att unga uppmuntras till att gå sin egen väg och ta ansvar för sin egen utveckling.

Entreprenören framställs inte sällan som den ensamma, starka hjälten med fokus på ekonomisk vinst. Denna relativt snäva bild av entreprenören kan resultera i att vissa inte kan identifiera sig som entreprenör (Lindgren & Packendorff 2007: 17, 28f). Om andra typer av element tilläts ingå i berättelsen om entreprenörskap så skulle fler grupper kunna ingå och passera som entreprenörer. En grupp som är särskilt intressant i talet om entreprenörskap är personer inom den konstnärliga sektorn. Denna grupp verkar ofta mötas av förväntningar om att starta eget då man sällan blir anställd i de kreativa näringarna, men samtidigt presenteras ofta konstnären och entreprenören som varandras motsatser. Konstnären presenteras ofta som känslodrivna och entreprenören som vinstdriven. Vissa konstnärer ger även uttryck för att de inte vill kommersialisera sig på grund av rädslan om att tappa sin konstnärliga identitet (Gullander 2005:19). Detta kan även hänga ihop med den sociala föreställningen om att konstnären inte *bör* sälja sig och ge vika för kapitalistiska strukturer. Företagsekonomen Pierre Guillet de Monthoux problematiserar å andra sidan brister av konstnärliga perspektiv inom företagsekonomi och anser att talet om företagsvisioner i allra högsta grad handlar om fantasi och konst (Guillet de Monthoux 1993: 3). De sociala föreställningarna om vem som är konstnär och vem som är entreprenör kan skapa problem när dessa två skall kombineras, när entreprenören och konstnären ska bli en och samma person. Vi vill därför reda ut begreppen entreprenör och konstnär för att skapa nya perspektiv och skapa förståelse för vad dessa kan innebära.

## Tolkningsram

### En narrativ ansats

Narrativ, eller berättelser, är ett sätt för människor att sätta ord på olika saker så som känslor, händelser och erfarenheter. Berättelser kan hjälpa till att skapa struktur och mening till dessa upplevelser och gör dem på så sätt dessa överskådliga och hanterbara. Narrativ blir ett verktyg för att förstå den sociala verkligheten (Johansson 2005: 17f). För att förstå en berättelse så behöver den läsas i förhållande till sociala mönster och nätverk, samt såväl symboliska som materiella praktiker. Olika sociala normer och värderingar påverkar hur vi väljer vilka delar som är väsentliga att inkludera i en berättelse (Johansson 2005: 94f).

Berättelser är ofta personliga utsagor om hur olika individuella erfarenheter och händelser ser ut eller har gått till. Berättelserna är en persons egna tolkningar av en viss situation, därför bör dessa utsagor inte ses som någon objektiv reell sanning om ett visst fenomen utan som en subjektiv tolkning av fenomenet. Dessa tolkningar är sociala konstruktioner påverkade av vissa sociala, kulturella och historiska förhållanden. Analysen av en berättelse handlar om att göra en tolkning av en tolkning (Johansson 2005: 26f).

I tidiga studier av narrativ så sågs språket som något fast och universellt, och detta gjorde det till ett enkelt sätt att kunna förklara och berätta om olika fenomen (Johansson 2005: 147f). Detta kom att kritiserats av de poststrukturalistiska strömningarna som växte fram under 1970-talet och i samband med *den språkliga vändningen*. Denna poststrukturalistiska utgångspunkt ser istället språket som något föränderligt och som inte går att analysera som en fast struktur. Språket är fullt av olika betydelser som ständigt skiftar mellan olika diskurser och sociala strukturer. För att då kunna *klä av* och komma åt en berättelses *dolda tal* så kan texten behöva brytas ner, *dekonstrueras*. Detta begrepp förknippas ofta med filosofen Jaques Derrida och innebär bland annat att undersöka vilka *skillnader* som finns i berättelsen och att undersöka vilka motsättningar som går att hitta och hur olika kategorier i berättelsen används på olika sätt och med olika funktioner (Johansson 2005: 160ff). I forskningsprocessen så bryts berättelserna ner, redigeras och sammanfattas för att sedan fyllas med mening. Utifrån dessa sammanfattningar så skapas en slags metaberättelse om ett visst fenomen (Johansson 2005: 30f). Vi använder narrativitet och narrativa aspekter som ett verktyg för att kunna bryta ner och ge mening till studenternas berättelser om konstnären och entreprenören. Detta med inspiration från entreprenörskapsforskaren och företagsekonomen William Gartner som är en av de främsta inom narrativ forskning på just entreprenörskap. Genom att ha en narrativ ansats på entreprenörskapsforskning så kan man visa på nya sätt att prata om entreprenörskap

och på så sätt kunna hantera den komplexitet som fenomenet entreprenör innehar (Jansson 2008: 93).

Berättelser används även för att vi ska förstå andra människor. Dels människor i vår närvaro men också människor vi aldrig träffat. Denna aspekt kallar den feministiska sociologen Laurel Richardsson för *kulturella berättelser*. Här rör det sig om berättelser där man upprätthåller kategorier som hjältar, bovar, svenskar, kvinnor, offer, med mera. Genom dessa berättelser så skapar vi kategorier som vi identifierar oss med, men även kategorier som inte ingår i vår upplevda identitet (Johansson 2005: 24).

Berättelser går att studera utifrån bland annat *form* och *innehåll*. Begreppet *form* relaterar till *hur* en berättelse presenteras. Detta är ofta kopplat till röst, frekvens och stämning, alltså de olika verktyg som används för att förmedla berättelsen. Begreppet *innehåll* hänvisar istället till *vad* som sägs i en berättelse. Att studera vilka delar som finns med, vilka personer som presenteras, var berättelsen utspelar sig, och vilka ideologier och teman som berättelsen förmedlar (Johansson 2005: 127f). I vår studie är en innehållsanalys det primära då vi inte är intresserade av dramaturgi eller retorik, utan har ett intresse för hur informanternas berättelser skapar och reflekterar olika samhällsliga normer och värderingar. Genom att inte fokusera på detaljer i exempelvis retorik hos de enskilda informanterna, så vill vi lyfta upp vårt resonemang och göra mer vidsträckta narrativa tolkningar av helheten (Jansson 2008: 95f).

Vi har ett delperspektiv på innehållsanalysen vilket innebär att vi lyfter ut vissa stycken och yttranden ur berättelserna och samlar dem kring olika teman och kategorier (Johansson 2005: 289). Dessa stycken kan ses som olika utsagor och oavrundade berättelser. Dessa utsagor är inte på något sätt mindre fyllda med betydelse i jämförelse med hela avrundade berättelser, utan det är bara formen som skiljer dem åt (Beckman 2004: 238).

### **Konst och konstnärskap**

Sociologen Mia Einarsdotter-Wahlgren har i sin studie *Jag är konstnär!* (1997) gjort intervjuer med konstnärer kopplat till erkännandeprocesser. I sin studie så närmar hon sig begreppet konstnär genom att urskilja olika typer av avgränsningar. En av dessa är *den sociologiska* gränsdragningen (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 43f). Den sociologiska avgränsningen betonar konsten och konstnären som en kollektiv process, snarare än konstnären som individ. Howard S. Becker menar att en konstnär blir till när denne får en position i konstvärlden. Detta får den genom att ha dels tekniska och sociala kunskaper men också genom att använda sig av den rådande begreppsapparaten för att kunna visa och



framställa sin konst på *rätt* vis (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 46). Här rör det sig om att kunna behärska konstvärldens rådande konventioner och kunna samspela med konsthandlare, publiken och kritiker. Något som Becker såväl som Pierre Bourdieu lyfter fram som väsentligt är att se till dels konstnären, men också till de övriga aktörer som är inblandade i produktionen av konstnären och dess verk (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 46). Becker menar också att det är viktigt att se vad som möjliggör konsten och de materiella och sociala förutsättningar som är med i skapandeprocessen. För att konsten över huvudtaget ska bli möjlig så krävs det att någon producerar färg, dukar och penslar, men också att det finns ett kollektiv av aktörer som tillsammans möjliggör konsten (Becker 2008: 3).

Skapandet av konstnären är ur ett sociologiskt perspektiv inte fast och oföränderligt. Det räcker inte att enbart ha uppnått positionen som konstnär, utan det är en ständig process där man hela tiden måste legitimera sin position. Konstnärens position och arbete produceras och bedöms ständigt i mötet med ett agerande kollektiv bestående av säljare, konstbedömare, tryckare, kritiker, färghandlare, konstpublik med mera (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 46). Konstnärsbegreppet är alltså i ständig rörelse och för att legitimera sig som konstnär krävs dels ständigt agerande, men också konstvärldens samstämmighet i erkännandet av denna identitet (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 47).

### **Entreprenör och entreprenörskap**

En association till begreppet entreprenör är en ensam fri människa som går sin egen väg, som på ett beslutsamt sätt utmanar rådande strukturer, normer och värderingar. Någon som ruskar om på marknaden med nya idéer och infallsvinklar. Hjälten som på ett heroiskt sätt uppoffrar sig själv för att slå sig loss från samhällets bojor (Lindgren & Packendorff 2007: 16, 28f). Med denna syn på entreprenören så skulle alla normbrytande handlingar i samhället kunna klassas som entreprenöriella och även vara intressanta inom entreprenörskapsforskning (Lindgren & Packendorff 2007: 29). Bengt Johannisson presenterar entreprenören som någon med uppgiften att *ifrågasätta den ordning som är* och någon som inte underkastar sig rådande system. Dock så anammar de flesta entreprenörer de system som råder för att kunna legitimera sitt arbete som entreprenöriellt och för att erkännas som entreprenör av samhället (Johannisson 2005: 93). Dessa tankar blir något paradoxala då entreprenören utmanar de strukturer som samtidigt sätter normen för vem som har *rätt* till att kalla sig entreprenör (Lindgren & Packendorff 2007: 209, jfr Palmås 2011). Nationalekonomen Joseph Schumpeter lyfte fram liknande tankar redan under 1940-talet när han talar om entreprenören som dramaskapare på marknaden (Johannisson 2005: 28). Schumpeters utgångspunkt är just

samhällsekonomi vilket är vanligt i forskning om just entreprenörskap, men dessa dramaskapande handlingar handlar om mer än bara marknad, ekonomi och företagsstarter. Det kan även handla om nya projekt och handlingar inom en redan existerande organisation (Lindgren & Packendorff 2007: 202).

Traditionell entreprenörskapsforskning är ofta tillväxtfokuserad med inriktning mot pengar. Detta är också en vanlig association med entreprenörskap. I denna traditionella forskning så finns det empiriska materialet att hitta i framgångsrika företagsledare eller etablerade företag på marknaden (Lindgren & Packendorff 2007: 42, 184). Det finns även ett ständigt fokus på att definiera entreprenören och förstå entreprenörskapets själ, vilket inte alltid är önskvärt (Lindgren & Packendorff 2007: 20, jfr Jansson 2008). Johannisson talar om entreprenörskapets *väsen* som just ett *oväsen*. Det speciella med entreprenörskap är just att det är föränderligt och betyder olika saker i olika tid och rum (Johannisson 2005: 18). Fältet har utvecklats och innefattar idag flera olika discipliner och perspektiv. Entreprenörskap forskas det om inom ramen för såväl ekonomi som beteendevetenskap och etnografi (Lindgren & Packendorff 2007: 20). En av dessa inriktningar är att se på entreprenörskap som en process och som något som är socialt konstruerat. Detta är även utgångspunkten för vår studie. William Gartner ser entreprenören och entreprenörskapet som processer, och fokus ligger på hur dessa skapas, inte hur en entreprenör eller vad en framgångsrik organisation *är* (Landström 2005: 18). Entreprenörskap skapas i sociala processer som organiseras i olika intersubjektiva nätverk och genom interaktion. Det är en social konstruktion som bör förstås i relation till de föreställningar om entreprenören som går att hitta inom den egna kontexten, så väl sociala som institutionella. Entreprenörsbegreppet bör ses som ständigt förändrande genom de aktörer som interagerar i nätverket (Lindgren & Packendorff 2007: 19, 33f).

## **Tillvägagångssätt**

### **Metod**

Narrativa studier handlar i mångt och mycket om att undersöka olika meningsskapande aktiviteter och olika betydelsesystem. Därför är en kvalitativ studie att föredra då dessa ger större förståelse för hur entreprenörskap och konstnärskap fungerar och skapas i olika sammanhang (Johansson 2005: 245). Då vi har intresse av att gå på djupet och förstå hur begreppen konstnär och entreprenör förhåller sig till varandra i studenternas berättelser, så använder vi metoden intervju. Genom intervjun skapas utrymme till dialog och vi kan på så sätt gå mer på djupet i studenternas berättelser. Med hjälp av intervjun kan vi förstå

verkligheten så som studenterna beskriver sina tankar och erfarenheter (Fägerborg 1999: 55ff).

Vi ser intervjun som en interpersonell konstruktion där både informanten och intervjuaren påverkar utfallet av samtalet. Intervjuarens tidigare erfarenheter och bakgrund påverkar hur samtalet fortskrider och informanten kan även medvetet eller omedvetet anpassa sina svar utifrån den situation som intervjun görs i och vad informanten tror är de svar som forskaren vill ha. Informanten kan välja att framhäva och nedtona de delar som de tror, eller inte tror, passar in i sammanhanget (Fägerborg 1999: 58f, Johansson 2005: 250). De som vi intervjuat har liknande bakgrund, ålder och livssituation som oss, detta tror vi har hjälpt oss att hitta punkter där vi kan mötas, relatera till varandra och på så sätt skapa ett förtroende. Denna liknande bakgrund kan även vara något negativt och leda till att vissa delar utesluts ur berättelsen eller förenklas då de kan tro att vi ändå förstår vad de menar.

Vår studie är baserad på halvstrukturerade och tematiskt guidade intervjuer för att få något fylligare och öppnare svar från informanterna där de själva får bestämma vad som de anser är relevant att nämna inom de olika temana (Johansson 2005: 245).

### Narrativa element

Att studera människors berättelser utifrån en narrativ ansats handlar mycket om att identifiera olika narrativa element i deras berättelser. Dessa element kan hjälpa till att skapa förståelse för ett visst fenomen. De element som är relevanta för vår studie och som vi genomgående arbetar med är *karaktär*, *konflikt*, *tema*, *poäng*, *offentliga berättelser* och *metanarrativ* (Johansson 2005: 286).

Begreppet *karaktär* handlar om vilka personer som berättelsen kretsar kring. Det är karaktärerna och dess handlingar som driver berättelsen framåt. Dessa karaktärer kan se ut på olika sätt och ha olika funktioner. En vanlig karaktär är *huvudkaraktär*. Det kan finnas en eller flera huvudkaraktärer i en berättelse och om berättelsen kretsar kring en viss konflikt så finns det ofta både en *hjälte* och en *bov*. Dessa två motarbetar varandra och har olika mål. *Konflikten* som en berättelse kretsar kring kan vara av yttre karaktär där exempelvis grupper är i konflikt med varandra eller att sociala och fysiska villkor är i konflikt med varandra. Den kan även vara en inre konflikt inom en viss aktör eller karaktär (Johansson 2005: 133).

Olika sociala, kulturella och moraliska frågor i en berättelse kallas ofta för *tema*. Teman handlar om vilka idéer och föreställningar som finns i och organiserar en berättelse. Teman kan vara såväl *ytliga* som *genomgående* och *underliggande* (Johansson 2005: 286). Dessa teman och händelser kan även tillsammans leda berättelsen till en viss *poäng*. Poängen

i berättelsen svarar på frågan ”varför berättas denna berättelse?” och handlar mycket om den värdering som kommer fram i slutet av berättelsen. Denna poäng kan även vara kopplad till olika *offentliga berättelser* och *metanarrativ* som är invävda i berättelsen. Att lyfta offentliga berättelser och metanarrativ handlar om att se vilka diskurser, rådande normer och värderingar som går att identifiera i berättelserna (Johansson 2005: 134, 286).

## **Material**

För att komma i kontakt med informanter till vår studie, så kontaktade vi Midhat Ajanovic som är programansvarig för 3D-animationsprogrammet vid Högskolan Väst. Han föreslog då att det kunde vara lämpligt att fokusera på studenterna som går sista året på programmet, då dessa fått ta del av programmets olika inslag. Detta var något vi höll med om då till exempel de entreprenöriella inslagen i utbildningen introduceras under andra studieåret och tredjeårsstudenterna kan ha börjat reflektera mer över hur de ser på sina möjligheter för framtiden. Vi gick då in i deras klass för att informera om vår studie och att vi letade informanter. Detta resulterade i att samtliga sistaårsstudenter anmälde sitt intresse till att vara med i studien. När vi presenterade oss för våra informanter underströk vi att informanternas identiteter hålls anonyma, vilket är en viktig aspekt av de forskningsetiska regler man bör förhålla sig till som forskare (Johansson 2005: 246). Intervjuerna är inspelade med diktafon och transkriberade ordagrant i sin helhet. Skälet till att vi valde att spela in våra intervjuer var för att kunna hålla ett öppet samtal med våra informanter och fokusera på deras berättelser. Detta medförde att vi kunde ge informanten vår fulla uppmärksamhet utan att behöva anteckna samtidigt (Fägerborg 1999:67). Att transkribera ut allting i sin helhet gör det också lättare för oss att kunna följa vissa resonemang.

## **Informanterna**

Våra informanter har uppdelningen två kvinnor och fyra män. De har ett åldersspann mellan 21 och 32 år. Deras bakgrunder är inom teater, webbdesign, konst, musik, film och foto. De har läst gymnasieprogram inom bland annat media, teknik, design och IT. De kommer från olika delar av Sverige och världen och bor nu alla i Trollhättan med omnejd och Göteborg. De har föräldrar och anhöriga som är verksamma inom såväl kreativ industri som inom andra branscher. Vi använder fiktiva namn på våra studenter genomgående i vår studie.

## Intervjuerna

Samtliga studenter som läser sista året på 3D-animationsprogrammet vid Högskolan Väst har medverkat i våra intervjuer. Att vi fått alla att ställa upp efter bara ett möte med dem kan vara ett tecken på att de vill bidra och att de också tycker att vårt ämne varit viktigt och relevant för dem som personer.

Våra intervjuer har hållits i lokaler vid Högskolan Väst. Vi har som intervjuare bestämt vilka platser som intervjuerna ska hållas på, vilket också kan påverka hur pass fritt studenterna känt att de kunnat prata. Hade intervjuerna skett hemma hos varje informant så hade vi kanske fått andra svar (Fägerborg 1999: 66).

Vi har intervjuat studenterna en och en och vi har också valt att inte vara två som intervjuar, detta för att få ett mer avslappnat samtal. Då intervjuaren styr mycket i samtalet så är det viktigt att få en balans så att inte informanten känner att de hamnar i ett underläge (Fägerborg 1999: 59). Detta är något som kan hända när två personer ställer frågor till en ensam person.

Även om vi har uppfattningen om att det funnits en bra balans i samtalen så är det ändå svårt att helt bortgå från det övertag som vanligtvis finns hos intervjuaren vars uppgift är att styra samtalet (Fägerborg 1999: 66). Den frågande har i alla samtal ett slags övertag då det är denna som kan byta ämne och rikta den intervjuades svar åt ett eller annat håll, såväl medvetet som omedvetet (Johansson 2005: 181).

Flera av våra informanter har refererat till deras kurs i entreprenörskap när de ska beskriva vad en entreprenör är och de har till viss del beklagat att de inte kommer ihåg exakt vad som sades på den kursen. När en person berättar en berättelse så anpassar denne berättelsen efter vem som lyssnar och vad syftet med berättandet är (Johansson 2005: 144f). De kan också anpassa sina svar efter vad de tror är lämpligt att svara (Fägerborg 1999: 60). I vårt fall har berättelsen berättats i en akademisk kontext och till oss som utövare av en vetenskaplig undersökning. Detta kan påverka att studenterna bitvis även velat koppla sina utsagor till vetenskap för att svara *rätt* på våra frågor (Fägerborg 1999: 65, Johansson 2005: 248). Hur informanterna har valt att beskriva sig själva och sina egenskaper kan ha påverkats av att de innan intervjuerna känt till våra fokusbegrepp. Då de vetat att vårt syfte med studien är att undersöka konstnärskap och entreprenörskap så kan de även ha valt att lyfta fram egenskaper som exempelvis *kreativ* och intressen som *film* och att *måla*, och bortsett från intressen som de inte tror passar in i de begrepp som vi valt att undersöka. Hade dessa frågor kommit upp i ett annat samtal i ett annat sammanhang så hade kanske svaren sett annorlunda ut.

## Tidigare forskning

Företagsekonomen Elisabeth Jansson har i sin avhandling *Paradoxen (s)om entreprenörskap* (2008) ett socialkonstruktionistiskt perspektiv på relationen mellan konstnärskapande och entreprenörskapande. Denna relation utforskar hon genom narrativa intervjuer med personer verksamma inom kulturbranschen. Jansson ser bland annat att det konstnärliga och det entreprenöriella ofta presenteras som parallella processer istället för att de är sammansmälta i en och samma process. Hon lyfter även fram hur konst och ekonomi ofta ses som motsatser, vilket är ett resonemang som är relevant även i vår studie. I avhandlingen *Konstiga Företag* (2000) behandlar Emma Stenström, forskare inom kulturekonomi, de skiften som skett gällande konst och företagande, där konstnären idag behöver vara företagare med kunskap om ekonomi och marknad, medan företagsledaren har krav på sig att vara mer av en kreativ och inspirerande konstnär i sitt yrke. Även Stenström har likt Jansson ett resonemang kring hur ekonomi och kultur ofta ses som motsatser och hur dessa måste förstås i förhållande till varandra för att man fullt ut ska få grepp om hur de två fenomenen fungerar. Då begreppen konstnärskap och entreprenörskap, som vi arbetar med, ligger nära resonemangen kring kultur och ekonomi så är Stenströms studie intressant i förståelsen av våra informanternas resonemang.

Josefin Berggren och Isa Lundgren skriver i sin kandidatuppsats, *Kulturföretagandets inneboende paradox* (2008) om kulturföretagande ur ett företagsekonomiskt perspektiv. De lyfter här vikten av nätverkande i det kulturella företagandet. Denna slutsats går även att hitta i Jannike Simonssons och Nina Björnsdotter Stenbergs kandidatuppsats från 2009, *Med siktet inställt på konst*. KK-stiftelsen tar även upp konstnärers behov av kunskap om företagande i studien *Att leva på sin talang* (2005). Studien visar på problematiken med dagens entreprenörsutbildningar som ofta har fokus på antingen det rent företagsmässiga eller det mer kreativa, och inte så ofta behandlas dessa två i kombination vilket kan vara önskvärt i arbete med entreprenörer i kreativa näringar. Nätverkstan Kultur i Väst gjorde 2002 en studie på entreprenörer inom kulturektorn, *Den ofrivillige företagaren*. Denna studie lyfter företagandet inom kulturektorn som ett nödvändigt ont för de som vill leva på sitt kreativa skapande. Ivar Björkman belyser i sin studie, *Sven Duchamp – expert på auraproduktion* (1998), problematiken med att skilja på företagande och konstnärskap då dessa i många fall går in i varandra och han anser att traditionella entreprenörer och kulturentreprenörer har mer gemensamt än vad mycket av den tidigare forskningen visat på.

Etnologen Margaretha Herrman har gjort flera studier på filmindustrin och skapandet av filmarbetare bland annat i artikeln *Filmarbetare – praktik och konstnärliga ambitioner* (2010) där fokus ligger på identitetsskapande genom berättande. Herrman är även redaktör till antologin *Att göras till filmarbetare* (2011) som bland annat innefattar pedagogen Björn Mårdéns studie *Filmproducentstudenters syn på sin utbildning* vilken behandlar hur studenterna ser på företagsekonomi som bas i sin utbildning och hur filmarbetet implementeras i denna bas. Flera av informanterna i hans studie ser en problematik kring kombinationen av ekonomi och kreativt arbete. I samma antologi finns även studien *"Handen i handsken" - om yrkesmässig lämplighet* (2011) av Maj Asplund Carlsson, professor i utbildningsvetenskap, och etnologerna Margaretha Herrman och Carina Kullgren som belyser hur filmproducentstudenter positionerar sig själva och legitimerar sin plats inom upplevelseindustrin genom sina personliga ansökningsbrev till filmproducentutbildningen. Dessa studier om filmproducenter är intressanta i förhållande till vår studie då även dessa arbetar eller kommer att arbeta i en kreativ industri likt våra informanter.

Organisations- och ledarskapsforskaren Ellen O'Connor skriver i artikeln *Storytelling to be real: narrative, legitimacy building and venturing* (2004) om användandet av berättelser och storytelling i skapandet av legitimitet hos företag. Företagsekonomen Lene Foss har i artikeln *'Going against the grain...' Construction of entrepreneurial identity through narratives* (2004) använt livshistoriska berättelser för att se hur entreprenöriell identitet skapas genom berättande. I studien *Löneanställning eller eget företagande?* (2006) analyserar Ewa Fredriksson Larsson, forskare inom arbetslivsvetenskap, livsberättelser hos personer från norra Bohuslän för att förstå varför de valt att starta egna företag. Hos flera av de intervjuade har intentionen med företagandet varit att skapa sig en sysselsättning. Då Larssons studie bland annat behandlar vad som påverkar en person till att bli entreprenör så ser vi denna som intressant för vår studie.

### **Presentation av programmet för 3D-animation och visualisering**

Programmet för 3D-animation och visualisering har funnits i Högskolan Västs lokaler sedan 2009 då första kullen studenter började programmet. Utbildningen har huvudämnet informatik och är baserat kring tre ämnesområden; *design, teknik* och *konstnärlig bildning*. Utbildningen presenteras som att den har en nära koppling till det omgivande arbetslivet bland annat genom skarpa uppdrag från olika aktörer i relevanta branscher. Enligt de lokala målen i utbildningsplanen så skall studenten efter avslutad utbildning bland annat kunna göra såväl

konstnärliga som samhälleliga och etiska bedömningar i arbetet med 3D-animation. Studenten ska kunna visa på en förståelse för ett entreprenöriellt förhållningssätt och kunna driva och planera design- och utvecklingsarbete i kreativa team. Vidare skall studenten vid utbildningens slut *kunna praktisera ett undersökande förhållningssätt till färg, form, rum, koncept, kontext samt kunna verbalisera sina visuella intentioner.*

I beskrivningen av vad studenten kan arbeta med efter utbildningen nämns *eget företagande, arbete inom exempelvis tv, film, dataspel eller reklambransch, arbete med samhällsplanering eller inom tillverkningsindustrin med visualisering* (Högskolan Väst 2009, 2012).



## Analys

### Konst och konstnärskap

Med en narrativ ansats kan vi läsa ut ett centralt tema i studenternas berättelser om konst. Detta tema kretsar kring kreativitet och skapande. Berättelserna om vad konst är handlar också om ett praktiskt skapande så som: bilder, färger, estetik, skapande av verk, skissteknik, kroki och komposition. Detta är något som våra studenter sammankopplar med ett konstnärligt arbete. En av våra informanter, Agnes berättar om sig själv och hur hon ser på konst:

Jag tror jag brinner väldigt mycket för mänskliga relationer. Jag har väldigt länge varit intresserad av berättarteknik och dramaturgi och sånt och jag tror att det mycket handlar om vad människor berörs av [...] Jag är intresserad av det helt enkelt, att ta reda på vad är det som gör att folk läser en bok och plötsligt börjar gråta. Jag tror berättarteknik och dramaturgi är ett ganska intressant sätt att få folk att uppleva sina känslor och det är därför jag kanske också skulle vilja hålla på med det. För att öppna upp folk.

Agnes berättar också att hon ser sig själv som en konstnär:

Jag tror mer att jag håller mig till den konstnärliga sidan, just för att jag är så spontan och jag kan brinna för så himla mycket saker och det växlar alltid hela tiden. Att just nu känner jag starkt att ”det här vill jag göra”, sen går det nån stund så tröttnar jag lite på det och så känner jag att ”nej nu måste jag testa det här i stället! Och det här är ju kul! Och det brinner jag för!” så att jag är nog mer konstnär av mig i så fall, jag måste hela tiden göra nya grejer, typ.

När hon beskriver de konstnärliga inslagen i hennes utbildning så sammankopplar hon konst med att förmedla känslor. Att med sitt konstnärliga arbete beröra andra människor och att hjälpa dem att uppleva sina känslor. Hon upplever att det finns ett starkt intresse för teknik i hennes utbildning medan hon är mer intresserad av ”den konstnärliga aspekten, hur förmedlar vi den här känslan”. Att istället för att fokusera på de tekniska delarna av ett arbete, menar Agnes att hon är mer intresserad av att förmedla en känsla och detta är enligt henne ”den konstnärliga aspekten”. Förmedling av känslor är något som även vår informant Sebastian berättar om som specifikt för konsten. Sebastian beskriver sig själv som en kreativ person som

alltid haft ett intresse för att skapa och berätta. Sebastian berättar nedan om vad han brinner för:

I hela mitt liv har jag alltid varit pojken som satt med block och penna och skissade och skrev berättelser och sånt [...] när jag var yngre ville jag antingen bli författare, konstnär eller nån kombination av dom två [...] Mitt liv känns meningslöst om jag får inte skapa.

Sebastian menar att han alltid varit kreativ och att hans liv känns meningslöst om han inte får skapa. Vi tolkar det också som att för Sebastian så handlar konstnärskapet delvis om ett praktiskt skapande med penna och papper men också om ett berättande. Sebastian menar, precis som Agnes, att konst är kopplat till känslor och förmedling av känslor. Han menar att ”konst är också en form för att dela känslor med andra”. Han berättar också att konst handlar om fantasi och att kunna förmedla sina fantasier, vilket med en narrativ ansats blir ett centralt tema i hans berättelse:

En konstnär [...] det är någon som är duktig på att fantisera. Som faktiskt kan lyckas med att översätta sin fantasi till någon form av översättning, en bild eller en film eller skulptur, vad som helst, men tanken är att man skapar från fantasin.

Denna ”översättning” är något som Sebastian talar om som en form av kommunikation, en kommunikation av mening:

Konst är en form av kommunikation och om den kommunikationen misslyckas, om det inte kommer fram vad konstnären menar... det kan vara så att konstnären inte vill att någon annan fattar, det är en annan sak [...] men jo om den kommunikationen saknas och jag inte fattar meningen så skapar det bara frustration.

Sebastian lägger fokus på relationen mellan konst och publik och att konstnären har ett ansvar i sin roll som ”översättare” av sina fantasier att förmedla mening på ett sätt som mottagaren kan relatera till. Einarsdotter-Wahlgren tar i sin studie upp hur man med en sociologisk ansats kan se konst som en kommunikativ process. Detta baserat på interaktionen mellan konstnärer, konstkritiker och konstpublik (Einarsdotter-Wahlgren 1997:50f). Konstnärens karaktär och rykte är relaterat till denna kommunikation som sedermera har att göra med den sociala process och det nätverk av aktörer som ihop konstituerar vad en konstnär utgörs av (Becker 2008: 134f). Något kan enbart bli konst om vi *betraktar* det som konst och för att kunna

betrakta något som konst så måste vi alltså komma överens om vad som inte ska betraktas som konst (Einarsdotter-Wahlgren 1997:51).

En annan av våra informanter, David, beskriver sig själv som ”mer estetisk än teknisk” och han definierar konstnären som någon som är kreativ. Han ser dock inte sig själv som en konstnär, utan snarare som en animatör eller designer. David pratar om hur det är svårt att definiera vad en konstnär är då man först måste definiera vad konst är.

Konst, det är så himla brett och svårdefinierat skulle jag säga, det är ju väldigt svårt. Det är ju ingen människa som kan peka och säga ”det där är ju konst” liksom, det går inte, det är ju väldigt upp till betraktaren själv på något sätt.

Ett tema i Davids berättelse att påvisa hur svårdefinierbart konst är då detta är något som är upp till betraktaren. Något som även Einarsdotter-Wahlgrens informanter tar upp, där de menar att vad som helst kan passera som konst eller inte, det handlar inte om konstnärens definition av konst utan är något som är upp till betraktaren (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 104). Vi kan i våra informanters berättelser utläsa ett samband mellan konst och originalitet. Agnes menar att konst ”bygger ju på att man utforskar nya möjligheter” och Sebastian menar att konst handlar om att man skapar ”något helt unikt, helt originellt”. Detta resonemang återfinns även i Einarsdotter-Wahlgrens studie där hennes informanter menar att nyskapande är en stor del av det konstnärliga arbetet (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 106ff). Med en narrativ ansats kan vi läsa ut hur några centrala teman våra informanter rört sig kring i sina berättelser är dels ett konkret, mer praktiskt, skapande men också ett abstrakt skapande, som handlar om känslor, uttryck och att kunna förmedla tankar.

Vår informant Malin menar att hon drivs av att få skapa och berätta och när hon får frågan om hur hon skulle beskriva en konstnär, svarar hon:

Som mig tror jag (skrattar) kanske, nej jag vet inte. Konstnär, då tänker jag visuellt liksom, bilder, färger, uttryck och känslor mycket. Det kan vara lite diffust och abstrakt liksom men också naturligtvis konkret, men kanske mer att man vill ut med en känsla liksom, kanske mycket personligt.

Hon beskriver konstnären som en karaktär som tänker mycket visuellt med färger, uttryck och känslor och beskriver själv att hon tycker om att arbeta med olika färger och färgkombinationer. Malin ser konst som ”diffust och abstrakt liksom men också naturligtvis

konkret”. Detta kan ha att göra med att det, enligt våra informanter, är svårt att definiera vad konst är. Något som pekats ut av David:

En konstnär det tycker jag är ett väldigt brett begrepp. Ja menar då får man ju definiera vad man tycker konst är [...] men konst då tänker jag mig att det skulle ju lika väl kunna vara att skriva en roman som att göra ett dataspel, det behöver inte nödvändigtvis vara den här traditionella konstnären som står och målar på en kanvas-tavla liksom.

Vår informant Pontus berättar också om hur han ser på konst. Pontus beskriver sig själv som intresserad av film, musik och bild. Han hade som barn drömmar om att arbeta konstnärligt men är idag mer intresserad av digital visualisering. Pontus berättar om hur han ser på konst:

Ja men för konstnär är ett såpass flummigt begrepp liksom, det är få som vill kalla sig konstnär trots att man är det. Konst i allmänhet är ju väldigt sådär speciellt men konstnär i sig är väl mer ett... det är ju skillnad på konstnär och just konstnär och konst alltså. Folk kan ju säga att dom gör konst men det har inget med att kanske rita och måla eller sådär som kanske förknippas med konstnär.

Här berättas konst fram som något svårdefinierbart. Pontus berättar om hur konstnär är ett ”flummigt” begrepp och hur konst är något som är ”speciellt”. Även om man traditionellt sett ser konstnären som någon som ägnar sig åt att rita och måla så innefattar begreppet konst, enligt Pontus, betydligt mer än detta. Som vi tidigare nämnt så berättas konst fram som rörande delvis ett praktiskt skapande, där man med bilder och färger uttrycker sig. Våra informanter berättar också om hur konst handlar om att förmedla känslor och att konstverket kan fungera som ett medel för att uttrycka sig. De talar också om hur denna förmedling står i relation till publiken. Att konst handlar i viss mån om kommunikation, där meningen av verket står i relation till betraktaren. Konst berättas fram som något abstrakt och diffust men huruvida något är konst eller inte, ligger i betraktarens ögon.

### Individualisten

Vi kan med en narrativ ansats läsa ut hur individualism är ett centralt tema i informanternas berättelser om konstnären. Detta är även något som Einarsdotter-Wahlgren tar upp i sin studie. Hon menar att det finns en föreställning om att konstnären måste avskärma sig helt från världen och gå in i sig själv för att kunna skapa sina verk (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 52).

Denna individualism är alltså något som föreställs vara centralt för det konstnärliga skapandet. Pontus berättar:

En konstnär är någon som gör någonting, inte för pengarnas skull. Det är mer kreativ frihet kanske, någon som vill skapa någonting för sin egen skull eller bara för att uttrycka sig liksom [...] en konstnär skapar lite mer för att möta sitt personliga uttryck.

Även Simon, en av våra informanter, berättar om detta. Simon beskriver sig själv som en person som är lugn och kreativ. Konstnären, enligt Simon, är någon som är kreativ och arbetar med sitt personliga uttryck. Han ser inte sig själv som en konstnär utan mer som en designer, som enligt honom till skillnad från konstnären, skapar något för någon annan. Simon menar att ”konstnären jobbar för sig själv”. Pontus fortsätter sitt tidigare resonemang och berättar att:

Konstnären är den människan som kanske bara sitter i sin lägenhet och bara målar och ritar och gör någonting kreativt endast för sin egen skull och skiter i alla andra [...] och konstnärer är mer tvärt om liksom någon som drar omkring i morgonrock med pensel liksom och skiter i alla andra.

Agnes berättar om sin upplevelse av föreställningen av konstnären som någon som bara arbetar för sin egen skull:

Jag fick en känsla av att dom andra runt omkring mig hade en bild av att konstnärer är lite lägre, dom tjänar ingenting och liksom. Dom gör det bara för att som tycker det är kul [...] det är bara den här bilden av att konstnärer gör det för att de tycker att det är kul, och jag tycker att det är lite tråkigt faktiskt.

Denna stereotypa bild av hur konstnärer bara skapar för att ”dom tycker att det är kul” är något som även Einarsdotter-Wahlgrens informanter tar upp. Att arbeta med något bara för nöjes skull är något som hennes informanter tar upp som en gränsdragning mellan amatörkonstnärer och riktiga konstnärer. De menar att riktiga konstnärer målar inte enbart för att det är kul utan för att kunna utvecklas och för att det finns en inneboende drivkraft för skapande (Einarsdotter-Wahlgren 1997:133). Trots att Einarsdotters-Wahlgrens informanter inte håller med om att konstnären skapar för det är kul så lägger även dessa vikt vid att det rör sig om att möta sina personliga behov. Att det inte handlar om att skapa för att nå ut eller för att visa upp sina verk. Med en narrativ ansats kan vi se hur våra informanter berättar fram

karaktären konstnär som någon som arbetar främst för sin egen skull eller ”bara för att uttrycka sig”.

I samband med berättelserna om konstnären dyker ytterligare en karaktär upp, som till skillnad från konstnärens karaktär inte ses som en individualist. Denna karaktär är designern. Flertalet av våra informanter menar att designern och konstnärens arbete och bakgrund inte skiljer sig avsevärt mycket, utan det som skiljer är snarare syftet med det kreativa arbetet. Simon berättar:

Konstnär känns för mig mer som att man jobbar för sig själv, medan designer känner mer som att man jobbar för någon annan. Fast man gör i princip samma saker, kanske.

Pontus menar att:

Vara en designer är ju mer att man försöker jobba med andra för att förverkliga andras idéer liksom, fast det är ju ändå mer på sin egna kreativa förmåga. En konstnär gör ju mer för sin egen vinning och sådär man måste ju liksom inte jobba mot någon annan.

Även Agnes har en liknande definition:

Designer tror jag är mycket samarbete, för att man jobbar just för människan och samhället liksom och ska utveckla nånting [...] den enda skillnaden är att designer utformar för någon annan egentligen. Konstnären gör det mer för sitt egna driv, men rent kunskapsmässigt så vet jag inte om det är så jättestor skillnad.

Här berättas designerns karaktär fram som någon som arbetar för andra men som i övrigt inte skiljer sig så mycket från konstnärens karaktär rent ”kunskapsmässigt”. Här blir konstnären, i mötet med designern, en karaktär som ses som individualistisk och som inte jobbar för ”människan och samhället”. Dock så kan vi i studenternas berättelser se hur det finns en del av konstnärskapet som fyller en samhällsroll. Detta är de berättelser om konstnären som en karaktär som utmanar och testar gränser.

## Den kreativa outsidersn

Som tidigare nämnt är kreativitet ett återkommande tema i berättelserna om konstnären. Som vi tidigare nämnt så berättas konstnären fram som någon som är i god kontakt med sina känslor och som har förmågan att förmedla dessa. Något som även Einarsdotter-Wahlgrens informanter ser som specifikt för konstnären, där en god kontakt med sina känslor ses som en förutsättning för det kreativa skapandet (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 122). Några av våra informanter menar att konstnärer vill väcka tankar. Malin berättar hur konstnären ”bär på funderingar och tankar och mycket filosofiskt”. Malin berättar också hur hon, som hon tidigare nämnt, identifierar sig med vissa sidor av konstnärskapet, som att till exempel arbeta med färger och former. Andra delar av konstnärskapet har hon svårare att identifiera sig med.

Konstnär känns väl, som att man också ska vara duktig fast på ett annat håll liksom men att ha idéer hela tiden, visst har jag lite det men jag är ingen idéspruta på sättet som man kanske bör vara för att kalla sig konstnär. Nä, jag skulle inte säga att jag är fullt ut konstnär heller liksom. (Malin)

Agnes jämför konstnären med en forskare och menar att en konstnär är någon som ständigt vill prova på nya saker och som är väldigt nyfiken. Hon berättar:

Konstnär tror jag är mer spontan på så sätt att [...] mer på det spontana att ”ja men nu känner jag såhär och det är intressant, det vill jag fördjupa mig i” och sen dyker det upp nåt nytt ”ja men det är ju intressant det vill jag fördjupa mig i”. Att man är mer nyfiken som konstnär. Man vill mer utforska saker, sen kanske man inte fastnar på nåt för att ”okej det var intressant en stund, men nu kom det upp nåt nytt” och då blir dom intresserade av det. Där är man nog spridd på så sätt att man är väldigt nyfiken och vill utforska olika saker. Typ hur fungerar den här typen av pigment och hur fungerar den här tekniken ”nu när jag testar det här, kan man applicera det på det här?”. Jag skulle jämföra det mer som en forskare att man vill ta reda på grejer som konstnär. Och samtidigt uttrycka inre känslor genom att utforska.

Vidare menar Agnes att en konstnär är någon som tänker utanför ramarna och testar nya möjligheter och tankesätt. Något som hon själv kan identifiera sig med. Även Malin menar att hon är rörlig och att hon är rädd för att bli fast i olika sammanhang och på samma ställe. Våra informanter berättar fram karaktären konstnär som en känslomässig idéspruta som brinner för att testa nya saker och utmana sig själv och andra människor till att tänka i nya banor.

Konstnären ses också som någon som skapar fritt och på ett öppet sätt tar sig an nya perspektiv och nya idéer.

Med en narrativ ansats kan vi läsa ut ett annat centralt tema i våra informanternas berättelser. Detta är hur konstnären ses som en ”outsider”. Samtliga av våra studenter talar om konstnären som speciell, flummig eller lite konstig. De berättar också fram konstnären som flyktig och ganska oansvarig. Malin berättar:

Kanske inte är den mest ansedd normala personen utan man är kanske lite på sin kant eller ansedd lite speciell [...] att man är speciell som person och som personlighet [...] och det kan ju vara lite svårt att hantera för andra människor liksom.

Sebastian berättar:

Konstnären är på nåt sätt oansvarig och det kanske inte betyder att dom är dåliga föräldrar eller nånting, utan att dom vill fokusera på deras konst och prioriterar det och glömmer bort det andra viktiga som man kanske behöver för att leva.

Han fortsätter:

Det är nästan som ett krav att man inte har den sociala kompetensen som de flesta andra människor har, man är ovanlig på nåt sätt. Det tolkas som att en konstnär är en form av outsider egentligen, att dom tänker på ett annat sätt än andra människor och det är därför dom kan vara så bra, men det isolerar dom.

Konstnären berättas här fram som en outsider i förhållande till samhället och det övriga arbetslivet. Att konstnären ses som annorlunda medför två aspekter. Sebastian menar att konstnären tänker på ett annorlunda sätt, vilket kan medföra något gott. Samtidigt som de görs till outsiders på grund av föreställningen om att konstnärer är annorlunda och ”tänker på ett annat sätt”. I Einarsdotter-Wahlgrens studie tar hon upp det hon benämner som den *psykologiska avgränsningen*, där man närmar sig konstnären med ett starkt fokus på den artistiska personligheten och där betoningen även ligger på konstnärens egenskaper och unika gåvor. Detta synsätt har mött stark kritik, då man menar att det upprätthåller en romantiserad och mystifierad bild av konstnären som ett individuellt, kreativt geni (Einarsdotter-Wahlgren 1997:52f). När man med ett psykologiskt perspektiv studerar konstnären och dess psyke,



utgår man vanligen från två sätt att se på konstnären. Å ena sidan betraktas konstnären som en kulturellt högtstående person med speciella gåvor, å andra sidan ses konstnären som en neurotisk, känslomässigt driven och opålitlig person som är fullkomligen uppslukad i *sitt arbete och sammantaget svår att leva med* (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 53). Dessa två aspekter av konstnären är något som även våra informanter ger uttryck för. Där det delvis ges en bild av konstnären som en kreativ idéspruta som ständigt utmanar gränserna för hur man kan tänka och arbeta, men samtidigt talar de om konstnären som en flummig, oansvarig och ekonomiskt ointresserad person som bara ”skiter i alla andra”. Konstnärens karaktär berättas fram som något ”fint” i form av att vara den som går mot strömmen och som brinner för att förmedla sina innersta tankar och idéer, men som samtidigt är ”oansvarig” och svår att arbeta med som en konsekvens av just detta.

### **Entreprenör och entreprenörskap**

Entreprenören är en person vars karaktär ser olika ut i olika berättelser. Det finns nästan lika många karaktärsdrag som det finns berättelser om entreprenören. Ibland läggs tyngdpunkten på vad denne *gör* och i nästa berättelse ligger fokuset på hur den *är*. Med vår narrativa ansats kan vi se flera olika teman i studenternas berättelser om entreprenören och ett av dessa teman är att entreprenören bestämmer över sig själv.

#### Den oberoende

Pontus har tankar om att starta ett eget företag och det är något som han tänker förverkliga efter sin examen. Han berättar nedan om vad han ser för möjligheter med att starta ett eget företag.

Jag vill ju helst inte bara sitta på en 3D-studio och massproducera små 3D-modeller för någon annan. Det är väldigt tråkigt liksom, så då är det roligare att starta eget företag och göra någonting som man själv vill, det är det som är syftet... så vi får se hur det går... men man måste ju chansa [...] Att ha någonting eget och kunna göra någonting på egna villkor är väl tanken.

Att kunna vara sin egen chef och ha möjligheten att få utlopp för sina egna visioner är något som är ständigt återkommande när informanterna talar om entreprenören och entreprenörskap. De beskriver entreprenören som någon som kan förverkliga sina egna visioner och idéer, någon med fria tyglar och lösa ramar. En person som skapar sitt eget arbete, har mer kontroll

över sitt eget arbetsöde och kan göra det som den själv vill göra. Pontus beskriver även entreprenörskapet som ett sätt för honom att kunna vara kreativ på sina egna villkor.

Företagsekonomerna Hans Landström och Marie Löwegren lyfter fram vad de kallar för myter när det kommer till entreprenören. De ifrågasätter myten om entreprenören som *oberoende* och som *sin egen chef*. De ser istället entreprenören som högst beroende av andra omkringliggande strukturer för att kunna fungera. Om entreprenören driver ett företag är denna beroende av såväl banker och försäkringsbolag, som kunder och leverantörer (Landström & Löwegren 2009: 46). Även Lindgrens och Packendorffs socialkonstruktivistiska resonemang går att koppla till att entreprenören inte är oberoende av någon annan då den skapas genom sociala processer (Lindgren & Packendorff 2007: 19). David och Sebastian, som också har tankar om att starta eget företag i framtiden, ställer entreprenören som en motpol till ”arbetaren” eller ”den anställde” när det kommer till skapande frihet. Entreprenörens karaktär har friare tyglar medan den anställde skapar mer på uppdrag från någon annan. Flera av informanterna beskriver entreprenören som någon som skapar sitt eget arbete och som kan styra sitt eget arbete. I Elisabeth Janssons studie *Paradoxen (s)om entreprenörskap* (2008) berättar fotografen Elisabeth Ohlson-Wallin om vikten av att driva ett eget företag för att kunna få denna frihet. Ohlson-Wallin menar att hon som anställd inte hade haft den kreativa frihet som hon får genom att driva ett eget företag. En annan informant i Janssons studie anser att friheten försvinner om någon annan bestämmer över ens tid (Jansson 2008: 118, 132). Att ha denna kreativa frihet blir med en narrativ ansats ett genomgående tema i våra informanters berättelser om entreprenörskap.

Sebastian berättar om sina tankar kring att starta ett eget företag:

För mig är det också ett sätt att få den kreativa frihet som jag kräver [...] jag vill vara kreativ när jag går ut i yrkeslivet och det bästa sättet som jag kan göra det på är att skapa ett företag som tillåter mig att vara kreativ och på mitt eget sätt, med mina egna regler. [...] Jag skulle vilja skapa en situation då jag kan vara kreativ utan att fundera på pengarna, skapa nånting som är en succé, som är lönsamt så att man sen kan få en kreativ frihet att skapa mer.

Våra informanter berättar samtidigt om entreprenören som någon som inte alls kan fokusera endast på det kreativa skapandet om denna driver ett företag. David uttrycker sig på följande sätt:

Man ska ju inte tro att det bara är att fokusera på 3D, för att ha ett företag innebär ju asmycket pappersarbete och sånt. Så det är väl lite konflikt mellan om jag hade vart anställd på ett 3D-företag så hade jag ju kanske fått sitta enbart med 3D, men det hade ju helt saknat dom entreprenörskapsfördelarna som det innebär att ha ett eget företag och kunna styra det åt det hållet man vill. Så det är ju en avvägning, men jag vill ändå satsa på att skapa något eget.

I informanternas berättelser om de entreprenöriella inslagen i deras utbildning så nämner alla en kurs inom entreprenörskap som de haft under andra året. Där hade de i uppgift att skriva en affärsplan och de lärde sig bland annat om finansiering, budget och marknadsföring. Några talar även om deras projektarbeten som en form av entreprenörskap även om de är tveksamma till om det kan klassas som entreprenöriellt arbete då många projekt är på uppdrag från en utomstående aktör. Vanligt förekommande är att informanterna talar om entreprenörskap som ett sätt att kunna göra det ”jag” vill göra och för att få utlopp för ”min” kreativitet och ”mina” visioner.

David berättar:

Då (när de drivit projektarbeten) har man ju mer vart den här arbetaren och så har man fått kontakta kunden som en form av boss och det är ju inte så entreprenörskapsmässigt tycker inte jag. Jag hade ju mer sett att ”här har ni väldigt lösa ramar, gör en film utefter dom här kraven, ni har fria tyglar”. Då hade blivit en helt annan sak då hade man ju kommit igång med en annan typ av kreativitet och entreprenörskap tycker jag.

Även Pontus har en liknande berättelse:

Andra 3D kurser har varit väldigt kreativa, de som inte har varit med skarpa uppdragsgivare utan bara liksom 3D-projekt. Där får man ju vara väldigt kreativ, sen när man har uppdragsgivare utifrån så får man ju tänka på att man vill ju göra dom nöjda liksom.

David anser att det inte blir så entreprenörskapsmässigt just för att det inte funnits lösa ramar och fria tyglar. Pontus lyfter även fram bortfallet av kreativ frihet i de projekt som varit på uppdrag från någon annan. Likväl kommer projektarbetena upp i flera av informanternas berättelser om deras egen erfarenhet av entreprenörskap.

Monica Lindgren och Johann Packendorff är forskare inom industriell ekonomi och organisation och har i sin bok *Konstruktion av entreprenörskap* (2007) gjort studier om entreprenörskap på Hultsfredsfestivalen, två friskolor och Stockholms Improvisationsteater. De har sett att just projekt har kommit att bli centrala även i deras informanternas berättelser om entreprenörskap. Deras informanter talar mycket i termer av projekt och tillfälliga handlingar när de talar om sitt entreprenörskap och inte så mycket om deras vardagliga arbete (Lindgren & Packendorff 2007: 156).

Som vi tidigare nämnt så talar Lindgren och Packendorff om entreprenören som en person som går sin egen väg och som utmanar samhällets rådande system även om denna samtidigt måste underkasta sig dessa system för att kunna lyckas med sin vision eller idé. Även Schumpeter talar om entreprenören som denna *dramaskapare* (Lindgren & Packendorff 2007: 28. Johannisson 2005: 28, 93). Till skillnad från bilden av entreprenören som någon som arbetar för sig själv och som driver sina egna visioner så beskriver några av informanterna entreprenören som någon som jobbar för andra och för samhället.

Man jobbar just för människan och samhället liksom och ska utveckla nånting. (Agnes)

Entreprenörer är lite mer för att skapa någonting för att tjäna andra liksom eller ett större syfte. (Pontus)

Med vår narrativa ansats kan vi se att dessa resonemang skapar konflikter i studenternas berättelser. De talar om entreprenören som någon som gör någonting viktigt för andra människor och *inte* just för sin egen skull. Samtidigt som de tidigare talar om entreprenören som någon som bestämmer över sig själv, driver sina egna projekt och får utlopp för sin egen kreativitet. Studenterna beskriver även att det tillkommer att visst ansvar på den enskilda individen för att kunna få friheten att välja själv.

Om jag gör det lärarna säger till mig så blir jag inte världens bästa 3D-animatör, det går ju inte, man måste ju på något sätt ha det tänket att man själv ska ta sig dit och att jag själv kommer på en unik idé. (David)

Etnologerna Beatriz och Mats Lindqvist beskriver att det i dagens arbetsliv, även kallat det nya arbetslivet, ligger ett fokus på individens egna ansvar att göra sig anställningsbar och att nå ut och sälja sig själv på en arbetsmarknad. Den ideala arbetaren behandlar sig själv som ett

eget företag och jobbar hårt på sitt eget varumärke (Lindqvist & Lindqvist 2008: 96). Det ligger även alltmer ansvar på individen att själv formulera sina arbetsuppgifter, välja personer till projektgrupper och lägga upp sina egna arbetstider (Allvin 2006: 37, 92f). Något som våra informanter snarare förknippar med entreprenören än med en anställd. Zygmunt Bauman talar om att denna frihet att välja som finns i det nya arbetslivet även sätter press på att göra rätt val. Att ha kunskapen och kompetensen för att göra rätt val (Bauman 2008: 154). Enligt våra informanter finns det viss kunskap och kompetens som krävs för att kunna kalla sig för entreprenör. Mycket av denna kompetens kopplar de till att driva ett företag och just företagande är nästa tema som vi behandlar angående berättelserna om entreprenören.

### Kostymnissen

Kopplingen mellan entreprenörskap och företagande är något som funnits länge i de traditionella berättelserna om entreprenören. Tidigt kopplades entreprenör till saker som kommersialisering, kapitalism och ekonomisk funktion. Mycket av den tidiga forskningen om entreprenörskap gjordes även inom discipliner kopplade till ekonomi och administration (Landström 2005: 24ff). En av de mest centrala personerna inom entreprenörskapsforskning, Joseph Schumpeter, presenterar företagaren som att dennes uppgift är att bryta mönster på marknaden, skapa nya innovationer och utmana etablerade företag. Liknade tankar fanns även hos Arthur H. Cole, grundaren av *Research Center in Entrepreneurial History* vid Harvard University, dock med en viss nedtoning av den heroiska aspekten. Forskarna vid Harvard har enats kring tre dimensioner i entreprenörskapet, trots deras spridda uppfattningar av fenomenet. Enligt dessa forskare så har entreprenörskap en stark koppling till förändringar i det ekonomiska systemet. De anser även att entreprenörskap handlar om skapandet av organisationer och att entreprenörens uppgift är att skapa *vinst genom produktion och distribution av varor och tjänster* (Landström 2005: 40ff). Denna syn på entreprenören som vinstdriven presenterar Landström och Löwegren som ytterligare en myt, då entreprenörer motiveras av såväl materiella som icke-materiella saker (Landström & Löwegren 2009: 46). I Lindgrens och Packendorffs studier talar informanterna om tillväxt som en konsekvens av att verksamheterna utvecklats och inte som ett primärt mål (Lindgren & Packendorff 2007: 185). Dock är denna traditionella tillväxtfokuserade syn på entreprenören vanlig och den känns igen i våra informanternas berättelser.

David:

Att vara entreprenör det är ju väldigt mycket med det här att vara kreativ, men det innebär väl också att man ska kunna sköta ett företag antar jag, så ja, jag är inte entreprenör än så jag vet inte.

Pontus:

Jag tror annars uppfattningen om entreprenörskap är att det är väldigt tekniskt eller väldigt ekonomiskt, företagstråkig stil liksom, men för att tänka entreprenör så tänker man kanske inte nödvändigtvis på någon kreativ människa, man kanske tänker bara någon företags-kostym-nisse som har fin bil och klocka liksom (skrattar till).

Kopplingen till att starta eget företag och ekonomi kan med en narrativ ansats ses som ett underliggande tema i berättelserna om entreprenören. Även när de talar om olika egenskaper hos entreprenören så kopplas dessa egenskaper till just företagande och att lyckas med sitt företag. Mer exakt vilka dessa egenskaper är kommer vi beröra längre fram.

I citatet ovan så berättar David att han inte är entreprenör *än*. Detta indikerar att entreprenör är något man kan bli och är inte nödvändigtvis någon medfödd förmåga. Även Pontus nämner tidigare att han inte är entreprenör än då han inte har något företag igång, men han beskriver dock en entreprenör på följande sätt:

Någon som har idéer eller idé till en verksamhet eller någonting som man vill förverkliga [...] någon som har en tydlig företagsidé kanske.

Vi ser här en konflikt i Pontus berättelse då han säger emot sitt tidigare resonemang om entreprenören. Pontus har, som vi nämnt, tidigare en företagsidé som han vill genomföra så han passar själv in på sin egen beskrivning av en entreprenör, men han vill ändå inte kalla sig för entreprenör förrän han har ett företag igång. Å ena sidan är entreprenören i Pontus berättelse en person med en företagsidé och å andra sidan är entreprenören en person med ett färdigt företag.

Både Pontus och David beskriver *entreprenör* som något man kan bli, vilket går emot en offentlig berättelse där entreprenörskap ses som en medfödd förmåga och att det inte är något man kan lära sig. Detta är något som Landström och Löwegren kritiserar då det inte finns någon forskning som visar på att dessa medfödda förmågor skulle finnas (Landström & Löwegren 2009: 46). David berättar att han som liten haft ett ”entreprenörskapstänk” då han sålt saker för att tjäna pengar, men tänket blir här inte nog för att han ska vilja kalla sig

entreprenör. Som vi tidigare nämnt så berättar informanterna fram entreprenörskapet som något som går att lära sig, det är dock traditionella företagstekniska kunskaper som de presenterar som viktiga för att kunna kalla sig entreprenör. Så som att göra en affärsplan, budget och att ha juridiska kunskaper. Malin vill i framtiden kunna kalla sig entreprenör men känner att hon inte riktigt är där än då hon inte har tillräckligt med kunskap för att göra det. Även Simon känner sig i nuläget inte mogen att starta något eget och han berättar att han hellre står bakom en entreprenör och har hand om det konstnärliga i en verksamhet än att vara den som leder vägen och driver någonting framåt.

Att tjäna pengar ser vi med vår narrativa ansats som ett genomgående tema i våra informanters berättelser om entreprenören, vilket vi kan se i Simons beskrivning av en entreprenör nedan.

Det är väl en som kommer på och driver projekt och idéer och företag nånstans, jag vet inte om det behöver just vara projekt, men jo det behöver det nog [...] man ska tjäna pengar på det.

Även Pontus har liknande tankar:

Syftet för en som är en typisk entreprenör är ju att starta ett företag. Sen kanske dom har en känsla för vad som går att tjäna pengar på, vad som kan lyckas. Deras syfte är väl mer att starta ett företag för att lyckas med företaget.

Simon berättar att man ”ska” tjäna pengar på det och på så sätt blir penga-aspekten något bestämt i hans berättelse om entreprenören. Den ”typiska” entreprenören beskrivs av Pontus som någon som driver företag för att just ”lyckas” med det. Just ett intresse för och kunskap om ekonomi berättar flera av studenterna fram som ett tema i entreprenörskapet, samtidigt som man inte behöver vara en renodlad ekonom. Pontus berättar mer om ”en riktig entreprenör”:

En riktig entreprenör kanske endast vill ha företaget som någon form av konst nånting och sen vad det är för företag spelar egentligen ingen roll.

Här blir själva företagandet det viktigaste för en ”riktig” entreprenör. Själva branschen hamnar i skymundan och drivkraften ligger i att få driva ett företag. Pontus berättar vidare att entreprenören är någon som tycker att det är kul att sitta med pappersarbete. Nedan berättar

Simon om hur han stött på entreprenöriellt arbete genom sin utbildning och även han pekar på det administrativa arbetet.

Vi har haft vissa kurser när vi gör, jobbar mot företag, där vi liksom i princip kanske iscensätter en mindre studio, men vi slipper ju ta hand om allt pappersarbete, allt administrativt.

Informanternas berättelser om entreprenören som administrativt lagd ses som ytterligare en föreställning av entreprenören som går att känna igen i olika offentliga berättelser om entreprenörskap. Landström och Löwengren ser *handlingsbenägenhet* som centralt för entreprenören. Detta innebär att entreprenören hellre får saker och ting gjorda än att jobba med administration och pappersarbete. Denna egenskap behöver emellertid inte vara unik bara för entreprenörer utan kan appliceras på ett bredare spektrum av människor i samhället (Landström & Löwengren 2009: 48).

Den socialt kompetente risktagaren

I offentliga berättelser om entreprenören är denna ofta förknippad med vissa egenskaper. Mycket forskning som gjorts på fenomenet handlar just om att försöka reda ut vilka egenskaper som är specifika för entreprenören och vad som skiljer dessa från andra människor. Dock har forskare svårt att enas kring vilka egenskaper som är just entreprenöriella egenskaper. Karaktärsdrag som entreprenörer tilldelats är bland annat att de har en stark drivkraft att prestera och att de tar, och kan hantera, risker i större utsträckning än andra (Landström & Löwegren 2009: 48). Sebastian lyfter risktagandet i sin berättelse om entreprenören på följande sätt:

För mig är det nån som tar chanser på nåt sätt [...] det finns många chanser där ute det är bara att folk är rädda för risken som man tar, och det betyder att det finns faktiskt mycket mer möjligheter där ute. Folk är så dåliga på att ta dom chanserna, så jag ser entreprenören som nån som ser att det finns en chans där ute och tar risken.

Sebastian särskiljer entreprenören från ”folk” i sin benägenhet att ta risker. Malin berättar om entreprenören som någon som brinner starkt för sin idé och faktiskt ”vågar” satsa på den. Även Agnes berättar om detta driv och risktagande:



Och är man entreprenör så är det ju mycket risker man tar, man kanske inte kommer tjäna pengar på det men ”jag gör det för att jag har ett driv, jag vill göra det här”.

I Agnes berättelse ovan flyttas fokus från entreprenörens vinstintresse, som många andra pekat på, och istället blir drivet i sig ett viktigt karaktärsdrag hos entreprenören.

Andra egenskaper som finns med i såväl vardagliga som vetenskapliga berättelser om entreprenörskap är *kreativitet* och *initiativförmåga*. Entreprenören är i dessa berättelser en person som ser saker och möjligheter som ingen annan ser och som tar initiativet till att förverkliga dessa saker (Landström & Löwengren 2009: 48). Egenskaper som även är centrala i studenternas berättelser. Entreprenörer presenteras hos informanterna som idérika, nyskapande och kreativa människor med ett visst driv att genomföra sina idéer.

Egenskaper som *extrovert* och *socialt kompetent* är ofta en del i berättelserna om entreprenören (Landström & Löwengren 2009: 48). Begreppet *socialt kompetent* är något som man ofta stöter på i det nya arbetslivet, inte bara i relation till entreprenörer utan även till anställda. Exakt hur begreppet skall definieras är svårt att säga och det är så pass brett, och ibland missbrukat, att det nästan blir ett meningslöst och tomt begrepp (Allvin 2006: 71). Social kompetens är ytterligare en egenskap som blir ett genomgående tema i studenternas berättelser.

En entreprenör är mycket mera inblandad med samhället, för dom kan se pengar eller möjligheter eller vad som helst. De måste vara väldigt sociala för att gå ut och bli en succé. (Sebastian)

Entreprenörer kan också vara någon form av konstnärer eller grafiker eller någon kreativ människa, men dom vill ju nå ut till människor genom någon verksamhet eller någon form av företag. (Pontus)

Även Malin berättar om entreprenören som någon som vet att de måste nätverka för att få bra kontakter. Med vår narrativa ansats kan vi se att en av poängerna i studenternas berättelser är just entreprenörens arbete *utåt* mot samhället, att de vill nå ut till människor och att de arbetar för någon annan.

## Relationen mellan entreprenörskap och konstnärskap

Mellan kultur och ekonomi

I våra informanternas berättelser så har karaktärerna entreprenör och konstnär delvis presenterats som motsatser. Flertalet av våra informanter talar om hur entreprenörskap handlar om ekonomi och företagande medan konstnärskap handlar om kreativitet och att uttrycka känslor.

Om man nu säger att dom är två motpoler vilket dom inte behöver vara egentligen men så är det väl inom företagande och kanske i ekonomi och liksom den där seriösa biten. Då står entreprenören mycket högre än vad en konstnär gör liksom för det är alldeles för flummigt och det är lite konstigt och det är lite såhär. Medan man inom konstvärlden kanske ser entreprenör mer som att man kan ta död på det här kreativa och fria skapandet (Agnes).

Agnes talar också om att entreprenörer:

Gör någonting vettigt för andra människor och dom tjänar pengar på det dessutom.

Agnes berättar här fram entreprenören som någon som tjänar samhället, delvis genom ekonomisk vinning. Konstnären berättas fram som någon som skapar för sitt eget nöje utan att varken tjäna pengar på det eller tjäna samhället. Även Pontus berättar om entreprenörens syfte:

Entreprenörer är lite mer för att skapa någonting för att tjäna andra liksom eller ett större syfte, en konstnär är lite mer för att möta sitt personliga uttryck.

Att konstnären är någon som enbart jobbar för sin egen vinning är något som återkommer i informanternas berättelser. Detta är något som vi kan se hänger ihop med att konstnärens karaktär berättas fram som någon som är ekonomiskt ointresserad. Här kan man med en narrativ ansats läsa ut hur karaktärerna entreprenör och konstnär även blir hjälten och boven. Entreprenören blir i dessa berättelser *hjälten*. Den som jobbar för samhället och för att göra ”någonting vettigt för andra människor”, medan konstnären i berättelserna blir *boven* som arbetar för sin egen personliga vinning snarare än samhällets. Pontus drar en parallell till en bekant till hans far som är konstnär och samtidigt driver ett företag. Detta menar Pontus är något som han gör främst för att det är nödvändigt. Han berättar:

Att han driver ett företag är nog endast för att han ska kunna lyckas sälja saker.. så att någon som är väldigt konstinriktad tror jag bara ser företag som en nödvändig grej för att kunna sälja sina verk eller kunna tjäna pengar på det som dom är intresserade av. Någon som är mer företagsintresserad vill nog bara starta ett företag för att ha ett företag att liksom

Poängen i denna berättelse blir här att konstnärer inte är intresserade av att driva företag. Denna historia berättas också för att påvisa hur konstnärskap och företagande fungerar ihop. Här menar han att konstnären, delvis aningen motsägelsefullt, ”vill tjäna pengar”, men att det är mer som ”en nödvändig grej” för att kunna överleva. Entreprenören eller någon som i denna berättelse är intresserad av företag och har för avsikt att starta och driva ett företag. Pontus berättar vidare att:

Dom som är konstnärer och sådär kanske startar ett företag endast för att kunna leva på det dom egentligen vill göra. Som att göra konst, så det är inte så att dom vill starta ett företag för att dom tycker det är kul att starta ett företag. Det är väl mer att dom vill starta ett företag för att kunna nå ut med sina grejer. Den som vill starta ett företag ser väl mer att dom vill ha ett företag för att kunna sköta och styra det som man vill och sen måste man inte sälja någonting man är intresserad av utan man kan göra precis vad som helst.

Sebastian berättar

Ja, jag tror att det är svårt att koppla dom två ihop faktiskt, de är inte ens på samma bana på nåt sätt. Det är svårt att förklara [...] Den stereotypa konstnären är inte lika kompetent när det kommer till att ha koll över det ekonomiska och sånt då [...] det finns en uppfattning av att ett konstnärligt jobb inte är ett riktigt jobb, det är inte lönsamt.

På det sätt som konstnärskap och entreprenörskap förklaras skilja sig åt, skulle man kunna koppla till hur kultur och ekonomi diskursivt talas om som motsatser. En tydlig poäng i informanternas berättelser är att konstnär och entreprenör är just motsatser, bland annat på grund av att deras förhållningssätt till pengar skiljer sig åt. Vi kan med en narrativ ansats se hur detta går att koppla ihop med ett metanarrativ om ekonomi och kultur. Emma Stenström, forskare inom kulturekonomi, menar i sin studie *Konstiga företag* (2000) att föreställningen om att konst och företagande är motsatser bygger på ett metanarrativ där man förknippar olika

typer av värden till respektive begrepp. Föreställningen om att konst hänger ihop med fritt skapande, originalitet och nyskapande medan resten av samhället bygger på struktur, civilisation och rationalitet (Stenström 2000: 34f). Pontus berättar hur han upplever relationen mellan konstnären och entreprenören:

När folk tänker konstnär så kanske dom tänker på en väldigt speciell person och sen entreprenör känns kanske mer som att, jag vet inte. Folk tänker kanske bara aktier och företagsmänniskor som kanske inte nödvändigtvis är kreativa utan bara vill tjäna pengar.

Han berättar även om hur hans fars bekanta, som är konstnär och driver företag, ”skiter egentligen i om folk köper hans konst eller inte”. I denna berättelse är det främst entreprenören som har som mål att tjäna pengar. Einarsdotter-Wahlgrens informanter framställer konstnären som ekonomiskt ointresserad och hävdar att ekonomi har inte med konst att göra (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 93). Hur motsatsparet ekonomi och kultur växt fram är även något idéhistorikern Sven-Eric Liedman skriver om. Han menar att man tidigare historiskt använt sig av begreppet konst för att beteckna allt som var skapat av den mänskliga handen. Att konst handlade om hantverk (Stenström 2000: 36). Detta förändrades enligt Liedman under 1700-talet då de vetenskapliga traditionerna estetik och teknologi växte fram. Därmed separerades dessa och estetiken kom att institutionaliseras och teknologin industrialiserades (Stenström 2000: 36f).

### Inre och yttre drivkrafter

I våra informanters berättelser kan vi också läsa ut hur entreprenörskap och konstnärskap smälter samman. Simon berättar om denna sammansmältning och menar att det har att göra med drivkraft. Han uttrycker det som att:

Konstnärer är väl egentligen entreprenörer på nåt sätt [...] att dom skapar och driver, egna visioner och det kanske är det entreprenör är.

Här framkommer det alltså att det som förenar konstnärskap med entreprenörskap är att man brinner för något och har ett driv. Något som även Agnes lyfter fram som förenande:

Jag kan tänka mig att dom går in i varann just för det här drivet man har. Man har en stark känsla att ”det här ska jag göra” det tror jag. Det tror jag både parterna kan

känna och det är väl viktigt också för det man håller på med, för att känner man inte det drivet så finns det ingen mening egentligen och göra det. [...] Vissa branscher är väl ändå som så att ”jo men jag gör det för att man måste” eller ”jag behöver nåt att leva på” men jobbar man som konstnär till exempel så kan man inte vara beredd på att tjäna en massa pengar, man gör det för att man har ett driv. Och är man entreprenör så är det ju mycket risker man tar, man kanske inte kommer tjäna pengar på det men ”jag gör det för att jag har ett driv, jag vill göra det här”. Så det tror jag att dom har gemensamt, det är nån stark känsla som drar folk vidare att genomför nånting.

Med en narrativ ansats kan vi i Agnes berättelse utläsa drivkraft som ett centralt tema där denna drivkraft fungerar som förenande för dessa karaktärer. Lindgren & Packendorff lyfter fram att en vanlig föreställning om entreprenören är att den är någon som går sin egen väg och bryter mot strukturen oavsett motgångar (Lindgren & Packendorff 2007: 28f). Einarsdotter-Wahlgren menar att i många biografier om konstnärer så byggs det även upp en bild av att konstnärer bär på någon form av inre låga, vilket även våra informanter gett uttryck för. Denna inre låga hänger ihop med bilden av konstnären som en särskilt känslösam varelse som är i stark kontakt med sina inre upplevelser och känslor. Einarsdotter-Wahlgren menar att denna inre låga beskrivs som en väldigt stark drivkraft, där konstnären har en nästintill kronisk längtan efter att uttrycka sig och ständigt bemästra nya tekniker, allt för att strida mot rutinen (Einarsdotter-Wahlgren 1997:53). Informanterna nämner också hur konstnären och entreprenören kan samverka då deras karaktärer har olika funktioner. Detta bygger på den offentliga berättelsen om att konstnären är introvert, känslösam och irrationell, medan entreprenören är rationell, strukturerad och socialt kompetent (Landström & Löwgren 2009: 48, Stenström 2000: 34f). Flertalet av våra informanter menar att detta gör att konstnären kan ta hjälp av entreprenören för att förverkliga sina drömmar och få ut sin konst. Sebastian uttryckte det som att:

”Jag måste skapa”, det är grundläggande då man bara att ser till konstnären och sen ”jag måste leva” entreprenören, tar det ut i världen och gör någonting av detta.

Även Agnes berättar att:

Om man har två olika parter, en konstnär och en entreprenör och så styr dom upp varann lite grann. För att en entreprenör kanske blir för mycket stel och strikt och ”nej men vi ska bara göra det här” och så ser man inte dom möjligheterna det

kan bli, och det kan konstnären bidra med medan entreprenören styr upp lite ”nej men nu går vi för långt och vi har inte den budgeten, vi har inte dom resurserna så att vi kan göra det”, så att samarbetet där tror jag kan funka, så länge båda delarna vägs upp lika mycket.

Våra informanter talar om konstnären och entreprenören som åtskilda, men att de genom sina olikheter kan komplettera varandra. Entreprenören ses som den nätverkande socialt kompetenta personen som får saker gjort, medan konstnären är den som har ett starkt inneboende driv att skapa och vara kreativ. Även Malin talar om hur de båda kompletterar varandra på så vis att man som kreativ kan få hjälp av entreprenören att sätta ramar, vilket hon menar gynnar det kreativa skapandet. I berättelserna är konstnären den som står för det inre drivet där behovet av att skapa är det som driver en och entreprenören är den som gör att man kan lyckas ta det ”ut i världen”. Något som även Malin uttryckte där hon menar att entreprenörskap ”är bra just för att man kan göra någonting av sitt konstnärskap liksom”. Här blir alltså konstnärskapet det inre, den brinnande drivkraften som kommer inifrån och entreprenörskapet blir det yttre, den drivkraft som tar det ut i världen. Sebastian berättar hur:

Dom är separata grejer men dom går hand i hand för mig för jag är en kreativ person [...] Det är inte en traditionell konstroll, men utan min inre konstnär blir det ingen yttre entreprenör.

Detta kan tolkas som att den främsta drivkraften kommer inifrån men för att kunna leva och kunna ta sina drömmar ”ut i världen” så behöver man entreprenören, samtidigt som den inre drivkraften behövs för att kunna lyckas som entreprenör. Denna form av sammansmältning är något som även Jansson tar upp i sin studie. Här menar hon att man med hjälp av entreprenörskapet kan få utlopp för sina inre drivkrafter. Att den inre drivkraften handlar om ett självförverkligande, dock ej som den introverta och världsfrånvända formen av självförverkligande utan den där man använder sig av extroverta medel och tar något ut i världen. Att man använder extroverta medel för att få utlopp för sina inre drömmar och drivkrafter. Man använder sig av entreprenörskap för att få leva ut sina drömmar. Detta är något som hon menar sker parallellt vilket gör att denna sammansmältning endast är förenad på vissa plan. Att dom verkar *med* varandra men samtidigt *vid sidan av* varandra (Jansson 2008: 204).

## Slutdiskussion

Den sociala världen är uppbyggd av berättelser. Berättelserna blir grundläggande för att vi ska förstå oss själva, världen, vår sociala grupp och andra grupper. Offentliga berättelser är kopplade till såväl institutionella som kulturella formationer så som akademi, vänskapskretsar, arbetsplatser och massmedia. Dessa offentliga berättelser påverkar hur vi förstår och berättar om olika fenomen och handlingar. De påverkar vilka karaktärer som ges en upphöjd plats och vilka karaktärer som får lägre status (Johansson 2005: 96f).

Våra informanternas berättelser kretsar kring två huvudkaraktärer. Entreprenören och konstnären. Entreprenören som med sitt mod vågar ta risker, har ett tydligt uppdrag i samhällets tjänst och gör allt för att uppnå det. Konstnären som den svårtolkade personen som står utanför samhällets ramar och bara jobbar för sin egen personliga utveckling.

Entreprenören som den ensamma *hjälten* och konstnären som den ensamma *boven*. Dessa föreställningar om konstnären medför att denne uppfattas nästintill som en egen ras, helt skild från den övriga mänskligheten. Berättelser om konstnärer som excentriska genier, helt avskilda från övriga samhället, återfinns inte bara som en föreställning hos enskilda individer utan upprätthålls av konstkritiker, historiker och samhället i stort (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 53).

Dessa två karaktärer driver tillsammans, genom sina konflikter, berättelserna framåt till sin slutpoäng. Forsiktigt smyger sig ytterligare en karaktär in och utmanar. Designern, denna *dubbelagent* som har en fot i varje läger. Med samma bakgrund och arbetsmetoder som boven, men vars syften sympatiserar med hjälten.

Informanterna drömmer många om att en dag bli hjälten entreprenören, men känner igen sig mer i och kan identifiera sig mer med boven eller dubbelagenten. Flera av informanterna beskriver sig själva i samma termer som de beskriver entreprenören, men ändå har de svårt att se sig själva på den positionen. Hjälten är inte helt ouppnåelig, man kan lära sig att bli en entreprenör, men för detta krävs det mer kunskap och mer erfarenhet. Den offentliga medieberättelsen om entreprenören som denna heroiska, orädda och exceptionella person kan vara en aspekt varför få personer kan identifiera sig med denne. Den socialt konstruerade bilden av en entreprenör blir då kopplad till en liten skara framgångsrika och unika människor (Lindgren & Packendorff 2007: 14f).

I berättelserna är det lättare att identifiera sig med konstnären, boven. Vem som helst kan vara bov, det finns ingen reglering för vem som kan vara det. Det enda som krävs är att ens uppdrag ska handla om att möta sina personliga behov och spela på känslor, sen kan de

flesta skapande handlingar hamna innanför ramen för konstnärskap. Informanterna beskriver konst som något som skapas kollektivt och att det ligger i betraktarens öga om det skall klassas som konst eller inte. Detta går att koppla ihop med ett socialkonstruktivistiskt perspektiv där skapandet av konst och konstnären ses som en social process. Konstnären skapas utifrån ett agerande kollektiv och konstnärens position utvärderas och omvärderas ständigt i mötet med detta kollektiv (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 46). Problemet ligger snarare i om man *vill* identifiera sig med boven och om det i samhället är fördelaktigt att göra det. Istället skapas den nya karaktären designern som en person som till viss del kan förkroppsliga både hjälten och boven. På så sätt behöver man inte köpa någon av huvudkaraktärerna fullt ut, utan man kan skapa en ny som passar bättre in på sin egen självbild. Berättande har en potential att sätta rådande sociala definitioner ur spel, och istället skapa nya alternativa berättelser. Dessa alternativa berättelser skapas just genom att man ifrågasätter de rådande offentliga berättelserna och dess maktordning. Denna kategorisering som de offentliga berättelserna reproducerar kan skapa begränsningar för vem som får höra till en viss kategori (Johansson 2005: 100). Genom den nya karaktären, designern, som informanterna själva lyfter in i sina berättelser om entreprenörskap och konstnärskap skapas ett nytt perspektiv på de båda fenomenen där fler människor kan känna en tillhörighet.

Flera teman och konflikter mellan huvudkaraktärerna visar sig under berättelsens gång. Ett återkommande tema är individualism. När det kommer till hjälten så berättas det om hur entreprenören driver sina egna drömmar och visioner och går sin egen väg. Entreprenören är någon som på eget bevåg utmanar systemet och marknaden. Hjälten går sin egen väg och utmanar systemet för samhällets bästa. Även konstnärens karaktär går sin egen väg, dock så ses konstnärens utmanande av systemet inte som något samhällsnyttigt. I berättelserna sitter boven på sin egen kammare och ”skiter i alla andra”. Konstnären går sin egen väg för möta upp sina egna behov, medan entreprenören går sin egen väg för att förbättra samhället. Konstnären ges dock i berättelserna en viktig roll i samhället genom sin förmåga att förmedla och väcka känslor. Konst ses som en plattform för att våga leva ut och komma i kontakt med sina känslor. Studenternas resonemang känns igen från en socialpsykologisk berättelse om konstnären där denne får rollen som den bäst lämpade att skildra känslor och upplevelser i ett samhälle (Einarsdotter-Wahlgren 1997: 57). Genom den senare beskrivningen så närmar sig konstnären rollen som hjälte när det kommer till arbeta med och förmedla känslor.

Hjälten och boven möts i berättelserna då de båda ses som nytänkare. Kreativa normbrytare som kan se nya möjligheter och som bidrar med nya perspektiv. I entreprenörens



fall så ses detta nytänkande som något modigt där entreprenören presenteras som någon som bygger broar och river murar och på detta vis skapar nya möjligheter. När informanterna berättar fram konstnären som gränsöverskridande så kopplas det snarare till att vara oansvarig eller flyktig. Konstnären presenteras som någon som inte kan hålla sig till de utsatta ramarna och någon som är nästintill oförmögen att slå sig till ro. Konstnären berättas fram som någon som sällan blir nöjd och som en person som ständigt måste utmana sig själv och andra. I berättelserna ses detta dels som oansvarigt, men samtidigt presenteras det som något positivt i bemärkelsen att denne ständigt utvecklas. Deras resonemang går till viss del att koppla till en vanlig offentlig berättelse om konst, där konst ses som en motsats till rationalitet, förnuft och ansvarsfullhet (Stenström 2000: 35).

I informanternas berättelser möts karaktärerna även i deras starka drivkraft. Drivkrafterna fungerar dock på olika sätt. Konstnärens driv är något som enligt våra informanter kommer inifrån. En slags inre låga som driver den till att skapa och uttrycka sig. Entreprenörens driv handlar istället om att arbeta utåt och nå ut till andra människor. De är dock båda beroende av den andres driv. Där konstnärens inre driv behövs för att lyckas som entreprenör, samtidigt som konstnären behöver entreprenörens yttre driv för att kunna nå ut och lyckas som konstnär.

Konst är i berättelserna något som är svårdefinierbart och som inte har några tydliga ramar. Detta gör att konstnärens arbete och samhällliga syfte presenteras som oklart då de inte riktigt kan sätta fingret på vad en konstnär egentligen gör. Konstnärens arbete är i berättelserna svårt att mäta och bedöma till skillnad från entreprenörens arbete som på ett mer uppenbart plan är lättare att se nyttan med. Detta då man starkt sammankopplar entreprenörskap med företagande och ekonomi. Något som kan mätas, regleras och sättas in i ett ekonomiskt system. Med bland annat statistik går det att mäta den samhällliga vinningen av entreprenörens arbete på ett mer uppenbart sätt, medan konstnärens arbete enligt våra informanter inte går att översätta i ekonomiska termer. Konst handlar i berättelserna om andra värden så som känslomässiga uttryck. Med en socialkonstruktionistisk syn på entreprenörskap så blir inte detta mätbara någon självklarhet. Entreprenörskap är komplext och föränderligt till sin karaktär och går inte att mätas eller stimuleras på ett objektivet eller enkelt sätt (Lindgren & Packendorff 2007: 18).

Med hjälp av berättelsernas olika teman och konflikter kan vi läsa ut en tydlig poäng. I berättelserna om entreprenörskap och konstnärskap så presenteras dessa som motsatser, vilket kan sammankopplas till ett metanarrativ där ekonomi och kultur ses som motsatser. Då

informerarna sammankopplar entreprenörskap med företagande och att tjäna pengar så framträder entreprenörskap som tätt sammanbundet med ekonomi, vilket i sin tur sammankopplas med effektivitet, rationalitet och lönsamhet. I berättelserna om konstnären lyfts istället emotionalitet, ett oreglerbart fritt skapande och ett avståndstagande från ekonomisk vinning. Att kultur och ekonomi ses som motsatser är inte något nytt fenomen utan något som växt fram genom bland annat industrialiseringen och framväxten av traditionerna estetik och teknik (se t ex Stenström 2000, Liedman 1997, Jansson 2008). Föreställningen om att kultur och ekonomi är motsatser är relaterat till olika sociala och samhällseliga processer. Ur ett socialkonstruktivistiskt perspektiv så är skapandet av dessa kategorier en kollektiv process där kultur och ekonomi upprätthålls som motsatser genom talet om dessa som just motsatser.

I våra informanternas berättelser så är uppdelningen mellan dessa karaktärer inte helt självklar utan de blir på vissa plan samma karaktär. Problematiken och möjligheterna som uppstår när konstnären och entreprenören möts blir viktiga i arbetet med både entreprenöriell och konstnärlig verksamhet. För att effektivt kunna arbeta med entreprenörskap i en konstnärlig miljö så måste dessa berättelser om konstnärskap och entreprenörskap lyssnas på. Aktörer inom konstnärliga och entreprenörskapsfrämjande organisationer måste även lyssna till och förstå de offentliga berättelser som de själva är med och reproducerar. Berättelserna, stora som små, måste tas i beaktande för att kunna skapa inkluderande entreprenöriella och konstnärliga miljöer.

## Referenslista

Allvin, Michael m. fl. (2006). *Gränslöst arbete: socialpsykologiska perspektiv på det nya arbetslivet*. 1. uppl. Malmö: Liber.

Asplund Carlsson, Maj, Herrman, Margaretha & Kullgren, Carina (2011). ”Handen i handsken” - om yrkesmässig lämplighet. I Herrman, Margaretha (red.) *Att göras till filmarbetare*. Nora: Nya Doxa

Bauman, Zygmunt (2008). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos.

Becker, Howard S. (2008). *Art worlds*. 25. anniversary ed., updated and expanded Berkeley: Univ. of California Press

Beckman, Anita (2004). Storbild, kaffekokning och framtidstro. I Ekström, Karin M. & Mörck, Magnus (red.) *Skärpa på e-bion: en tvärvetenskaplig studie av Digitala hus*. Göteborg: Centrum för konsumentvetenskap

Berggren, Josefin & Lundgren, Isa (2008). *Kulturföretagandets inneboende paradox - En studie av fusionen mellan konstnärligt skapande och företagandets förpliktelser*. Kandidatuppsats. Södertälje, Södertörns högskola, Institutionen för ekonomi och företagande.

Björkman, Ivar (1998). *Sven Duchamp - expert på auraproduktion: om entreprenörskap, visioner, konst och företag = [Sven Duchamp - expert on production of aura] : [a study on entrepreneurs, visions, business and art]*. Diss. Stockholm : Univ.

Du Gay, Paul & Pryke, Michael (2002). *Cultural economy : cultural analysis and commercial life*. London: SAGE.

Einarsdotter-Wahlgren, Mia (1997). *Jag är konstnär! : en studie av erkännandeprocessen kring konstnärskapet i ett mindre samhälle*. Lund: Sociologiska institutionen, Univ.

Flisbäck, Marita (2010). Ett ”frivilligt måste”- om familjebildning och konstnärliga yrkessträvanden. I Flisbäck, Marita & Lund, Anna (red.) *Konst- och kultursektorn: ett pionjärområde för ett arbetsliv i omvandling*. 1. uppl. Växjö: Linnéuniversitetet, Institutionen för samhällsvetenskaper

Foss, Lene (2004). 'Going against the grain...' Construction of entrepreneurial identity through narratives. I Hjorth, Daniel & Steyaert, Chris (red.) *Narrative and discursive approaches in entrepreneurship: a second movements in entrepreneurship book*. Cheltenham: Edward Elgar

Fredriksdotter Larsson, Ewa (2006). *Löneanställning eller eget företagande?: sex vuxna röster från norra Bohuslän*. Diss. Göteborg: Göteborgs universitet, 2006

Fägerborg, Eva (1999). Intervjuer. I Lars Kaijser & Magnus Öhlander (red.) *Etnologiskt fältarbete*. Lund: Studentlitteratur

Guillet de Monthoux, Pierre (1993). *Det sublimas konstnärliga ledning: [estetik, konst och företag]*. Stockholm: Nerenius & Santérus

Gullander, Staffan (2005). *Att leva på sin talang: kreatörers behov av entreprenörskap*. Stockholm: KK-stiftelsen

Herrman, Margaretha (red.) (2011). *Att göras till filmarbetare*. Nora: Nya Doxa

Herrman, Margaretha (2010) Filmarbetare – praktik och konstnärliga ambitioner. I Flisbäck, Marita & Lund, Anna (red.) *Konst- och kultursektorn: ett pionjärområde för ett arbetsliv i omvandling*. 1. uppl. Växjö: Linnéuniversitetet, Institutionen för samhällsvetenskaper

Högskolan Väst (2009). *Utbildningsplan för 3D-animation och visualisering, 180 hp*.

[Elektronisk] Tillgänglig:

[http://www.hv.se/dynamaster/file\\_archive/110622/4669eaf7a786b6f1a980a2efe3060cdd/3d-utbildningsplan-110615.pdf](http://www.hv.se/dynamaster/file_archive/110622/4669eaf7a786b6f1a980a2efe3060cdd/3d-utbildningsplan-110615.pdf)

Högskolan Väst (2012). *3D-animatin och visualisering, 180 hp*. [Elektronisk] Tillgänglig: [http://www.hv.se/extra/pod/?action=pod\\_show&module\\_instance=2&id=538&page=hv\\_prog\\_php&study\\_plan\\_id=673&webid=HV-93587&show\\_prog=visaprog&fullwidth=true&lang=sv&section=media](http://www.hv.se/extra/pod/?action=pod_show&module_instance=2&id=538&page=hv_prog_php&study_plan_id=673&webid=HV-93587&show_prog=visaprog&fullwidth=true&lang=sv&section=media)

Jansson, Elisabeth (2008). *Paradoxen (s)om entreprenörskap: en romantisk ironisk historia om ett av-vikande entreprenörskapande*. Diss. Stockholm : Stockholms universitet, 2008

Johannisson, Bengt (2005). *Entreprenörskapets väsen*. Lund: Studentlitteratur

Johansson, Anna (2005). *Narrativ teori och metod: med livsberättelsen i fokus*. Lund: Studentlitteratur

Karlsson, David & Lekvall, Lotta (2002). *Den ofrivillige företagaren [Elektronisk resurs] : en studie av kultur, ekonomi och företagande*. Göteborg: Nätverkstan Kultur i Väst. Tillgänglig: <http://www.framtidenskultur.se/denofrivillige.pdf>

Landström, Hans (2005). *Entreprenörskapets rötter. 3., [omarb.] uppl.* Lund: Studentlitteratur

Landström, Hans & Löwegren, Marie (2009). *Entreprenörskap och företagsetablering: från idé till verklighet. 1. uppl.* Lund: Studentlitteratur

Larsson, Ewa F (2006). *Löneanställning eller eget företagande?: sex vuxna röster från norra Bohuslän*. Diss. Göteborg: Göteborgs universitet

Liedman, Sven-Eric. (1997). *I skuggan av framtiden - modernitetens idéhistoria*. Enskede: TPB

Lindgren, Monica & Packendorff, Johann (2007). *Konstruktion av entreprenörskap: teori, praktik och interaktion*. Örebro: Forum för småföretagsforskning

Lindqvist, Beatriz & Lindqvist, Mats (2008). *När kunden är kung: effekter av en transnationell ekonomi*. Umeå: Boréa.

Mårdén, Björn (2011) Filmproducentstudenters syn på sin utbildning. I Herrman, Margaretha (red.) *Att göras till filmarbetare*. Nora: Nya Doxa

O'Connor, Ellen (2004). Storytelling to be real: narrative, legitimacy building and venturing. I Hjorth, Daniel & Steyaert, Chris (red.) *Narrative and discursive approaches in entrepreneurship: a second movements in entrepreneurship book*. Cheltenham: Edward Elgar

Palmås, Karl (2011). *Prometheus eller Narcissus?: entreprenören som samhällsomvälvare*. Göteborg: Korpen koloni

Simonsson, Jannike och Björnsdotter Stenberg, Nina (2009) *Med siktet inställt på konst - en kartläggning av konstnärers etablering på marknaden*. Kandidatuppsats. Södertälje, Södertörns Högskola, Institutionen för ekonomi och företagande.

Steyaert, Chris & Bouwen, René (2000). *Telling stories of entrepreneurship: towards a narrative-contextual epistemology for entrepreneurial studies*. Stockholm: Entrepreneurship and Small Business Research Institute (ESBRI)

Stenström, Emma (2000). *Konstiga företag*. Diss. Stockholm: Handelshögsk.

## Bilaga 1

### Intervjufrågor

#### Bakgrund

- Kan du berätta lite om dig själv om din bakgrund.
- Kommer från
- Familj
- Intressen
- Fritid mm.
- Vad driver dig? Vad brinner du för?
- Hur skulle du beskriva dig själv?
- Hur tror du att dina kompisar skulle beskriva dig?

#### Begreppen

- Vad är en entreprenör för dig?
- Hur skulle du beskriva en konstnär?
- Hur ställer du dig själv i förhållande till begreppen?
- Vad har du själv för relation till de båda begreppen?
- Anser du att det finns någon statuskillnad mellan de två begreppen?
- Kan du se några problem med de båda begreppen och dess betydelse?
- Hur går begreppen att kombinera? Hur har denna krock/sammansmältning tagit sig uttryck? *Ge exempel, egna erfarenheter.* Hur hanterar du dessa situationer?

#### Utbildning

- Hur kom det sig att du sökte till 3D-programmet?
- Vad var det som lockade med utbildningen?
- När och hur väcktes ditt intresse för det?
- Hur upplever du de konstnärliga inslagen i din utbildning?
- Hur har de inslag som gett mest sett ut?
- Finns det inslag som saknas? I så fall, vilka? Problematik i inslagen?
- Hur upplever du de entreprenöriella inslagen i din utbildning?
- Hur har de inslag som gett mest sett ut?
- Finns det inslag som saknas? I så fall, vilka? Problematik i inslagen?

- Hur upplever du att de konstnärliga och entreprenöriella inslagen har fungerat ihop?
- Hur har du hanterat dessa situationer?
- Kan du berätta lite om din C-uppsats?
- Har du fått ut det du ville av utbildningen?

### **Syn på framtiden**

- Hur ser du på framtiden?
- Var/hur tror du att du kommer att arbeta? Hur känner du inför det?
- Hur skulle du beskriva ditt drömjobb?
- Har du någon förebild? Vem, varför, på vilket sätt?
- Hur ser du på förutsättningarna till att nå din dröm?

Är det något du känner att du vill tillägga eller berätta mer om?



## **ABSTRACT**

Entreprenörskap är ett begrepp som blir alltmer populärt och idag är det reglerat att entreprenörskap ska finnas på schemat inom nästan alla utbildningar. Begreppet konstnär däremot är ett begrepp som inte är lika självklart och populärt inom utbildningsväsendet. Att utbilda sig inom en kreativ industri leder inte alltid till en anställning utan istället uppmuntras det till en egen verksamhet som frilansare. Då kultur och ekonomi länge setts som motsatser blir kombinationen av den kreativa skaparen och den strukturerade företagaren inte alltid självklar. Vi diskuterar i vår studie konstnärskap och entreprenörskap genom sex 3D-animationsstudenters berättelser. Detta görs utifrån en narrativ ansats och en socialkonstruktivistisk syn på de båda begreppen. Deras berättelser har utgått från dem själva och deras tankar om konstnärskap och entreprenörskap. Entreprenören presenteras i berättelserna som självständig, extrovert och vinstdriven, medan konstnärens karaktär beskrivs som flummig, introvert och känslodriven. I mötet av de båda skapas en viss ambivalens där konstnären och entreprenören såväl krockar som går hand i hand, och på vissa plan till och med blir samma person.

**Högskolan Väst**  
**Institutionen för Omvårdnad, hälsa och kultur**  
**461 86 Trollhättan**  
**Tel 0520-22 30 00 Fax 0520-22 30 99**  
[www.hv.se](http://www.hv.se)

## **ABSTRACT**

Entrepreneurship is a concept that is becoming increasingly popular and it is relegated that entrepreneurship should be in the course plan of almost every educational program. Artistry however is a concept that is not as obvious and popular in education. An education towards a creative industry does not always lead to employment and students are rather encouraged to start their own business as freelancers. Culture and economy has for a long time been seen as opposites and the combination of the creative designer and the structured entrepreneur is not always obvious. We discuss in our study artistry and entrepreneurship through six 3D animation students' narratives. This is done based on a narrative approach and a social constructivist view of artistry and entrepreneurship. Their stories are based on their own experiences and their thoughts about artistry and entrepreneurship. The entrepreneur is presented in the stories as independent, extrovert and profit driven, while the artist's character is described as woozy, introverted and emotionally driven. The meeting of the two characters creates a certain ambivalence in which the artist and entrepreneur, as well as collides, goes hand in hand, and on some level even become the same person.

**University West**  
**Department of Nursing, Health and Culture**  
**461 86 Trollhättan**  
**Sweden**  
**Tel 0520-22 30 00 Fax 0520-22 30 99**  
[www.hv.se](http://www.hv.se)