



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KULTURVETENSKAPER

Göteborgs stadsmuseum mellan teori och praktik

En diskursanalytisk studie av museiverksamhet
i en ökat marknadsorienterad omvärld

Magisteruppsats i kulturstudier, 30 hp

Kulturvetenskapliga institutionen vid
Göteborgs Universitet, 2012-2013

Författare:
Johan Andersson, 19850130-0571

Handledare:
Joakim Forsemalm (Catharina Thörn)

Nyckelord:
Göteborgs stadsmuseum, diskurser, diskursanalys, kulturpolitik, museologi, kulturarv, kommersialisering, kulturinstitution, kulturstudier

Abstract

The aim of this Master's thesis is to research how the Göteborg City Museum places their organization in a context of culture policies and museology. The discursive analysis constitutes the methodical frame for this thesis.

According to the analysis of this thesis, since an increasing influence of a market-oriented discourse, an antagonism between a sociological pathos and a market-oriented instrumentality seems to be the major theoretical clash at the museum. Inside the organization though, the personnel lacks broader insights concerning these theoretical conflicts, but the stressed economic situation creates no room for further theorization. There is a risk to get caught in a market-oriented discourse where there is no time to reflect on the effects of the discourse because of the lack of time that the discourse itself generates. It is central for the reliability of museums in society to find arenas for such theoretical discussions.

Sammanfattning

Denna magisteruppsats har för avsikt att undersöka hur Göteborgs stadsmuseum beskriver sin verksamhet i förhållande till en kulturpolitisk och museologisk kontext. Det empiriska materialet i denna studie analyseras utifrån en diskursanalytisk metodologisk ram.

Enligt studiens utsagor tar den marknadsorienterade diskursen och det emotiva historiebruket allt större plats på museet, vilket blottlägger en övergripande antagonism där den stora diskursteoretiska tvisten på museet idag verkar stå mellan ett sociologiskt patos och en kommersiell instrumentalitet. Det saknas dock en fördjupad insikt i dessa teoretiska konflikter hos museets personal, men allt trängre ekonomiska ramar skapar en tidsbrist där konstruktiva teoretiska diskussioner inte kan prioriteras. Enligt studiens analys riskerar museet således att fastna i en marknadsorienterad diskurs där en reflektion över hur diskursen påverkar verksamheten inte hinns med på grund av den tidsbrist som diskursen i sig skapar. I en ökat marknadsorienterad omvärld blir det viktigt för museers trovärdighet att hitta former för museiteoretiska diskussioner för att fortsatt kunna spela en viktig roll som kunskapsbärande kulturinstitutioner i samhället.

Förord

Jag vill tacka min handledare Joakim Forsemalm för inspirerande stöd och för uppmuntrande kritik, det har varit avgörande för att denna uppsats skulle kunna färdigställas. Tack också till Catharina Thörn för din support i uppstartsfasen av processen. Min uppskattning vill jag också ge till mina klasskamrater på magisterutbildningen i kulturstudier, som också blev mina kollegor under praktikperioden på stadsmuseet, för deras sprudlande inspiration. Jag vill också tacka personalen på Göteborgs stadsmuseum för deras välvilja där ett extra stort tack går till de jag fick förmånen att intervjua och som generöst delade med sig av sina tankar. Störst tack går till min familj och mina vänner som fick lov att stå ut med mig under en lång uppsatsprocess. Mamma, Pappa, Per och allra främst Kristin: Tack för kärlek, stöd, hjälp och uppmuntran!

Innehållsförteckning

Abstract/Sammanfattning	1
1. Inledning	5
1.1 Syfte och frågeställningar	6
1.3 Avgränsning.....	7
1.4 Disposition	7
2. Bakgrund	8
2.1 Museiverksamheternas framväxt	8
2.2 Museiteoretisk historia	8
2.2.1 Modern tid.....	10
2.3 Organisatorisk utveckling	11
2.3.1 Dagens organisation	12
3. Analysteori och material	13
3.1 Vetenskaplig utgångspunkt.....	13
3.2 Diskursanalys som teori och metod	14
3.2.1 Val av metod.....	14
3.2.2 Diskurs och diskursordning.....	14
3.2.1 Diskursteori som metodologiskt angreppssätt.....	15
3.3 Material	17
3.3.1 Sökning och urval av litterära källor	17
3.3.2 Empiriska källor	19
3.4 Metodologiska reflektioner.....	23
4. Kulturpolitisk teori	25
4.1 Kultur	25
4.1.1 Estetiskt kulturbegrepp	25
4.1.2 Antropologiskt kulturbegrepp	26
4.2 Kulturpolitik.....	26
4.2.2 Tre kulturpolitiska diskurser	27
4.3 Kulturarvspolitik och museologi.....	32
4.3.1 Kulturarvspolitiska förskjutningar	33
4.3.2 Ökad marknadisering av museer	35
4.4 Sammanfattning av det teoretiska ramverket.....	38
4.5 Tidigare forskning.....	38
5. Analys och resultat	39
5.1 Historiskt förankrad humanistisk diskurs	39
5.1.1 Förlegad eller förtroendeskapande?	40
5.1.2 I vetenskapens namn.....	42
5.2 Sociologisk diskurs med brett stöd	44
5.2.1 Sociologisk pedagogik.....	46
5.2.2 Mångfald och tillgänglighet	46
5.2.3 "Utan människorna så är den ju meningslös".....	47
5.3 Marknadsorienterad diskurs skapar splittring	49
5.3.1 Museet som symbol för kultur	49
5.3.2 Konkurrens.....	50
5.3.3 Kvantitet som kvalitet.....	51
5.3.4 Sponsring.....	52
5.3.5 "Vi är stadsmuseet"	55

6. Resultatdiskussion	61
6.1 Teoretisk förkovran – praktiskt arbete	61
6.1.1 Avsaknad av diskursförståelse.....	61
6.1.2 Konstruktiv dialog efterfrågas	63
6.1.3 Stram ekonomi och tidsbrist.....	65
6.1.4 Att vara överens	67
6.2 Ett emotivt historiebruk tar större plats	68
6.3 Upplysning och upplevelse	70
6.4 En ny diskurs tar form?.....	71
6.5 Museet som symbol.....	72
6.6 Identitetsproblem.....	73
6.7 Marknadiseringen kväver diskursförståelsen	74
7. Slutsatser	75
7.2 Förslag till vidare forskning.....	76
8. Källförteckning	77

1. Inledning

Diskussionen kring museers roll och betydelse i samhället är ständigt aktuell och har ifrågasatts, omformulerats och förändrats ända sedan den organiserade museiverksamheten etablerades i det västerländska samhället i slutet av 1800-talet. I samhällsdebatten har under de senaste decennierna diskussionen i allt högre grad handlat om det kommersiellas roll i det offentliga. Välfärdsinrättningar och statliga företag har i allt högre grad genomgått privatiseringsprocesser och därmed blivit vinstdrivande aktörer på en konkurrensutsatt marknad. (Hartman 2011, Munkhammar 2007, s. 3-, 27) Även i kultursektorn och inom museiväsendet märks denna ökade marknadsorientering, där kulturinstitutioner i samhällsklimatet idag måste hitta sätt förhålla sig till frågor om konkurrens, marknadsföring och vinster och till att kulturella företeelser i allt större utsträckning produktorienteras. (Skot-Hansen 2010, s. 65-)

Jag gjorde under hösten och vintern 2011-2012 min praktik på Göteborgs stadsmuseum som en del av magisterutbildningen i kulturstudier vid Göteborgs Universitet. Under min tid som praktikant på museet¹ fick jag uppleva museiverksamhet från insidan och jag kunde få en djupare inblick i hur museiarbete går till. Praktikperioden innefattade utställningsarbete och publika möten och jag fick vara med att fira Göteborgs stadsmuseums 150-årsjubileum. I det dagliga arbetet mötte jag museipersonalens och mina egna frågeställningar kring museiverksamheten. På vilka grunder bedrivs verksamheten? Vem riktar sig museet till och vem är det som berättar? Hur fångar man en besökarens uppmärksamhet? Jag blev nyfiken på vad museets anställda själva säger och skriver om verksamheten från sina perspektiv inifrån museet. Med färsk erfarenheter från Stadsmuseet tillsammans med en tidigare kandidatexamen i nationalekonomi och med bred erfarenhet som aktiv i kulturella sammanhang under lång tid formulerades ett intresse kring hur en stor kulturinstitution förhåller sig till sin egen verksamhet.

¹ Benämningarna "Stadsmuseet" och "museet" hänvisar till Göteborgs stadsmuseum om inget annat anges.

I *Kulturpolitikens geografi* av Jenny Johannisson (2006, s. 14) efterlyses kulturpolitisk forskning som i större utsträckning tar avstamp i ett mikroperspektiv med forskning som utgår från en institutionsnivå. Det skulle utgöra en angelägen motvikt till den kulturpolitiska forskning som bedrivs i dag, som enligt Johannisson i mångt och mycket har en synvinkel uppifrån där fokus främst är kring generella och övergripande strömningar. Jag väljer därför att fokusera på Göteborgs stadsmuseum utifrån en position som en enskild kulturinstitution i Göteborg för att tydliggöra och lyfta fram en enskild aktör inom den kulturella sfären och se hur kulturpolitiska frågor hanteras på institutionell nivå samt hur kulturrelaterade diskurser ter sig ur ett mikroperspektiv. Johannisson (2006, s. 28) uppmärksammar också diskursanalysens² roll i kulturpolitisk forskning. Hon menar att forskaren genom åskådliggöra diskurser kan lyfta en social verklighet med en mängd beståndsdelar som annars är svåra att identifiera. Därför är det relevant att i denna uppsats använda diskursanalys som analysverktyg för studiens empiriska material. (Winter Jørgensen & Phillips 2000, s. 134)

1.1 Syfte och frågeställningar

Denna studie har för avsikt att undersöka hur museiverksamheten vid Göteborgs stadsmuseum beskrivs utifrån från museets horisont i en kulturpolitisk och museologisk kontext. Jag vill identifiera och beskriva relevanta diskurser som Göteborgs stadsmuseums verksamhet kan relateras till och därigenom kan sättas i ett större kulturpolitiskt och sammanhang. Genom att undersöka hur museet beskriver sig självt via intervjuer med anställda på museet och via material som museet står bakom vill jag skapa mig en bild av hur Göteborgs stadsmuseum utifrån relevanta teoretiska diskurser placerar sig i sitt sätt att se sin egen verksamhet, med syftet att foga ytterligare brickor till en generell bild av den aktuella kulturpolitiska och museologiska diskussionen. Uppsatsen önskar fylla en del av den lucka i den kulturpolitiska forskningen som Johannisson (2006, s. 14) menar finns kring att undersöka hur kulturpolitik påverkar kulturinstitutioner utifrån ett mikroperspektiv.

² Termerna diskurs, diskursanalys och diskursordning utvecklas vidare i kapitel 3.2, sid. 14-17.

Studiens frågeställningar är:

- Vilka diskurser kommer till uttryck i studiens empiriska material när Göteborgs stadsmuseum beskriver sin verksamhet?
 - Vad betyder de aktuella diskurserna för verksamheten vid Göteborgs stadsmuseum?

1.3 Avgränsning

Uppsatsen avgränsar sig till beskrivningar av verksamheten inifrån museet, där utgångspunkten ligger i de anställdas perspektiv samt från dokument och handlingar som museet står bakom. Uppsatsens omfattning kräver vissa avgränsningar och därför kommer exempelvis inte besökarnas, politikernas eller andra utomståendes perspektiv på museiverksamheten vara i fokus i denna uppsats. Någon jämförande ansats gentemot andra museer eller kulturinstitutioner kommer inte heller att kunna genomföras inom ramen för uppsatsens omfång, dock innefattar studien ett visst mått av historiska jämförelser med hur verksamheten vid Stadsmuseet har sett ut tidigare.

1.4 Disposition

Denna studies första kapitel innehöll en inledning, uppsatsens syfte och frågeställningar samt dess avgränsningar och disposition. I kapitel två följer en bakgrund som ger läsaren en museiteoretisk tillbakablick samt en redogörelse av museets organisation. Det tredje kapitlet behandlar metoden för studien. Först presenterar diskursanalysens teoretiska och metodologiska koncept, som följs av en materialbeskrivning och en metodologisk diskussion. Kapitel fyra behandlar relevant teoribildning och tidigare forskning i ämnet. Här presenteras ett flertal kulturpolitiskt relaterade diskurser och modeller. Kapitel fem följer därefter, och där presenteras analysen av intervju- och dokumentmaterialet med utgångspunkt i den första av studiens två frågeställningar. I det sjätte kapitlet följer sedan en diskussion utifrån studiens andra frågeställning uppdelat kring ett antal ämnesrubriker. Kapitel sju behandlar studiens slutsatser och samt förslag på vidare forskning. Slutligen redovisas källförteckningen.

2. Bakgrund

Detta kapitel presenterar relevant historisk bakgrund i Göteborgs stadsmuseums 150-åriga verksamhet samt berör framväxten av museiverksamheter i samhället. En god förankring i museets historia både verksamhetsteoretiskt och organisatoriskt är viktigt för att få förståelse för situationen på museet idag. I uppsatsens teoriavsnitt användas litteratur som till viss del lyfter den historiska utvecklingen av fältet kulturpolitik och därmed också museiverksamhet vilket gör att studiens analyskapitel också kommer innefatta ett visst mått av historiskt tillbakablickande.

2.1 Museiverksamheternas framväxt

Frågor om vad som är värt att bevara, hur man ska göra det och framförallt varför man gör det har funnits ända sedan nationssymboler började skapas under 1600-talet. Naturvetenskapliga idéströmningar i samhället under 1800-talet försökte i allt högre grad förstå, organisera och kronologisera omvärlden i ett försök att teckna naturens och människans historia och utveckling, och offentliga samlingar växte fram och organiserades efter naturvetenskapliga principer. Idag skulle många av dessa samlingar snarast ses som kuriosasamlingar, men efter hand systematiserades samlandet i allt högre grad och efter tidens ideal med utvecklingslärares teser som måttstock. (Sjölin 2011, s. 19-23) Museerna som central kulturinstitution i samhället blev också en del i skapandet av identiteter kring nationalstater som skedde i slutet på 1800-talet. (Floris & Vasström 1999, s. 382) Kulturstatsideologin gick ut på att hävda den egna nationens förträfflighet gentemot andra nationer och viktiga nationella historiska skeenden lyftes gärna fram på museerna. Enligt Bäckström (2011, s. 126) var dock den nationella aspekten viktigare i de museer som vid samma tid påbörjade sina verksamheter i Stockholm än de som initierades i andra delar av landet.

2.2 Museiteoretisk historia

Också i Göteborg växte en museiverksamhet fram under andra halvan av 1800-talet. 1861 grundades Göteborgs Museum i Ostindiska huset mitt i centrala

Göteborg. Ambitionerna från början var vetenskapliga snarare än nationella; man ville vara en folkbildande institution. Museet ville stå för en modern folkuppfostran som tydligt tog avstånd från kyrkans tidigare roll som folkbildare där verksamheten skulle följa den "sanna upplysningens väg". (Sjölin 2011, s. 23, 70) Att dokumentera och förmedla sågs av initiativtagarna som en civilisatorisk gärning och det som sågs som den överordnade uppgiften på museet under de första decennierna att beskriva mänsklighetens utveckling. Till en början byggde samlingarna till stor del på privatpersoners mer eller mindre kuriösa samlingar, men med tiden började museet med allt mer systematisk och aktiv insamling och försökte anskaffa ett så allsidigt material som möjligt. (ibid. s. 32, 54, 62)

De män som var drivande i processen hade höga mål och visioner för museet. De ville utbilda en harmonisk och kraftfull individualitet och skapa en nyttig samhällsmedlem. Med storslagna formuleringar menade de att kunskapens ljus skulle ge en förädling av människosläktet, där den allmänna bildningen och "vidgade åsikter öfver livets förhållanden" skulle väcka folkets moraliska och intellektuella krafter och deras "medfödda längtan till ljuset". (Bäckström 2011, s. 122-129) Med sann harmonisk kunskap skulle den vanlige arbetaren bli en god individ och samhällsvarelse, och denna kunskapsökning skulle genomföras med hjälp av donationer från stadens borgerliga elit. (ibid. s. 146-148)

Borgerligheten, och då främst den manliga, var dock de som till största del i praktiken kunde ta del av museets storartade visioner om den breda folkuppfostran. På söndagarna var dock inträdet lägre, så att "de obemedlade klasserna" kunde få tillgång till nyttiga och oskyldiga nöjen. Det var alltså överheten som satte mallen för vad som var god kunskap och vad som var värt att lära ut till arbetarklassen. Under dessa dagar drog museet till sig den stora massan av stadens invånare, men det skapade också en social styrning och segregation av publiken för när det kostade mera var det glesare på museet och de högre stånden kunde i avskildhet ta del av kunskapen. En elitistisk tanke syns också i att det exempelvis fanns en avgift för att komma in till det så kallade Musei Läsekabinett. (Bäckström 2011, s. 129-130)

Museibegreppet hade från början en bredare definition än den vi tänker om ett museum idag, där museum föreföll vara synonymt med utställning. (Sjölin 2011, s. 24) Vid bildandet användes stora delar av Ostindiska huset som utställningslokal för industriprodukter för att visa upp industriella framsteg. Här kunde lantbrukare komma för att få kännedom om goda redskap så att de kunde tävla med utlandets produktion. Det kan liknas med den funktion som dagens mässhallar har. Museet skulle ha samma fyllighet som dåtidens världsutställningar och i museet fanns både naturvetenskap, historia, konst, folkbildning och näringsliv "för framstegens förverkligande"; ett verkligt universal-museum. Dock, detta breda museibegrepp försvann till viss del redan efter något decennium. (Bäckström 2011, s. 122, 143-146)

Den blivande museiintendenten Nordenskiöld skriver 1911 att museerna att inte får "vara så förnämt inrättade att hela behållningen av museibesöket är en djup beundran för museimännens lärdom" utan att ett bra museum borde bara praktiskt, funktionellt, enkelt och billigt. Museet hade enligt honom tre viktiga funktioner; att bevara föremål, att tillhandahålla material för forskaren och att vara en källa för utbildning och underhållning åt allmänheten. Samtidigt som man ville göra utställningen så populär som möjligt ville man förhålla sig till samlingarna på ett vetenskapligt sätt, och Nordenskiöld var noga med att museet inte fick bli ett kuriosakabinett. (Sjölin 2011, s. 75)

2.2.1 Modern tid

Utställningarna på Stadsmuseet hade under lång tid ett fokus på att beskriva "andra" vilket kan illustreras i utställningstitlar som "de lämnade sitt land" och utställningar om "bonden" och "arbetaren" där objekt och subjekt är tydligt åtskilda och där museet intog en tydligt undervisande roll. Men mot slutet av 1970-talet skedde en förändring; distansen mellan besökaren och det utställda minskas. I utställningar som "Kvinnor mest" och "Vi och våra stadsdelar" har objekt och subjekt tydligt flutit samman. (Björk 2011, s. 160-161) Det handlar från och med 70-talet inte lika ofta om händelser och platser utan intresset har flyttats mot individer och deras upplevelser och berättelser. Utställningstekniskt gick också utvecklingen framåt och trenden kom att gå mot upplevelse och

audiovisuell teknik. (Bjergfelt 2011, s. 194) Under 1990- och 2000-talet lyfts frågor om delaktighet och representation fram, exempelvis sker en utställning om hemlösa. (Björk 2011, s. 164)

1960-talet lyfts fram av Bjergfelt (2011, s. 190) som en annan brytpunkt för museet. Museet gick under den tiden från att enbart beskriva Västsveriges kulturhistoria till att tydligt lyfta politiska och sociala frågor. Det kom också att vara ett stort fokus på att dokumentera Göteborg innan stora bygg- och rivningsprojekten satte igång med full kraft. Museets fokus på industri-dokumentation visade sig under 80- och 90-talen, då noggranna detaljerade insamlingar skedde av till exempel ett varvsarbetarhem. (Nyberg 2011, s. 173-174) Frågorna kring vad som samlas in i samtiden har blivit allt mer aktuella och relevanta och är så också idag. Verkligheten är tolkningsbar, så vems historia är det man berättar? Kommer det man tror är viktigt idag att vara viktigt i framtiden? (ibid. s. 180) Samtiden präglar verksamheten och har så alltid gjort. Tidens normer har styrt vad som har ansetts vara viktig och angelägen kunskap att presentera. Sjölin (2010, s. 18) menar att museer inte beskriver historiska skeenden, utan snarare hur samtiden formulerar historien.

2.3 Organisatorisk utveckling

Det Ostindiska Huset blev trots en tillbyggnad på 1890-talet snart för litet för den breda verksamheten och de ständigt växande samlingarna. I början av 1920-talet lämnande den naturhistoriska avdelningen och konstavdelningen huset för egna museer, likaså flyttade etnografiska avdelningen ut, och blev så småningom Världskulturmuseet. 1946 organiserades verksamheten i Ostindiska huset så att de historiska, arkeologiska och etnografiska avdelningarna blev självständiga museer i samma hus. (Thorén 2011, s. 277-278) 1993 börjar en omorganisation där flera fristående museer i Göteborg flyttar ihop i det ombyggda Ostindiska huset och skapar det nya Göteborgs stadsmuseum, GSM, som invigs 1996. Organisatoriskt börjar museiverksamheten i och med detta från ruta ett, där helt nya basutställningar skapades och där alla olika tidigare fristående museer fick samsas, med relativt små medel. (Bjergfelt 2011, s. 194) Denna sammanslagning

innebar också stora förändringar i personalsammansättningen och i hur stora delar av samlingarna som kunde få utrymme att visas offentligt.

Den ständiga platsbristen både för föremålssamlingar och utställningar har varit närvarande under hela museets historia. 1996 samlas föremålssamlingarna i ett magasin på Hisingen, men de lokalerna är inte anpassade för föremålssamlingar och sågs när de började användas som en temporär lösning. Något nytt föremålsmagasin har emellertid inte tagits i bruk. (Adrian 2011, s. 224)

2.3.1 Dagens organisation

Museet blev på 1960-talet kommunalt och är idag en del av Göteborgs Stads kulturförvaltning. Museet har ett sextiototal anställda och är uppbyggt organisatoriskt kring fyra enheter med relativt skilda arbetsuppgifter. Den publika enheten ska producera utställningar och program för museet och ansvarar för pedagogiken och för marknadsföringen och informationen kring museets arbete. Samlingsenheten ska främst vårda, registrera, komplettera och tillgängliggöra stadsmuseets samlingar och kulturmiljöenheten ska arbeta med att identifiera och hävda Göteborgs kulturmiljöer. Därtill läggs den administrativa enheten vars huvuduppgift är att ge stöd och service till museets övriga enheter. Varje enhet har en enhetschef och längst upp i organisationen finns en museichef. Dessutom finns en fristående museiintendent. Det bör också nämnas att kulturmiljöenheten är kommunens remissinstans för frågor om stadsplanering och kulturmiljö. (Verksamhetsberättelse 2010, s. 5-11)

Göteborgs stadsmuseum har idag en av Sveriges äldsta och mest omfattande kulturhistoriska samling med närmare en miljon föremål, ca två miljoner bilder, ca två miljoner arkivalier samt ett bibliotek med bortåt 100 000 band. Samlingarna är lokaliserade i ett magasin på Polstjärnegatan på Hisingen i Göteborg. (Göteborgs stadsmuseum, 2012)

3. Analysteori och material

I detta kapitel presenteras de metodologiska utgångspunkterna för uppsatsen. Efter en orientering i studiens vetenskapliga utgångspunkter följer en fördjupning i diskursanalysen som teori och metod. Kapitlet fortsätter med en beskrivning av materialet som denna studie bygger på samt motiveringar och reflektioner kring valet av detta material.

3.1 Vetenskaplig utgångspunkt

Denna studie har sin utgångspunkt i ett socialkonstruktionistiskt angreppssätt. Detta angreppssätt intar en kritisk ställning till kunskap som menar att verkligheten är socialt skapad, att sanningar är diskursivt producerade och att vårt sätt att uppfatta världen skapas och upprätthålls av sociala processer. (Winter Jørgensen & Phillips 2000, s. 11-12) Denna studie kommer därför inte att göra anspråk på att presentera en "sanning", utan kunskapen som produceras här kommer att utgöra *en* representation av världen bland andra möjliga representationer³. (ibid. s. 29) Denna utgångspunkt är överensstämmande med diskursanalysens grundläggande angreppssätt. Den diskursanalytiska teori som nedan presenteras har sin grund i Michel Foucaults arbete, (ibid. s. 19-21) där Foucaults sätt att tala om diskurser också bidrar till att synliggöra att diskurser inte är maktneutrala; olika aktörer har olika möjligheter att på grund av exempelvis kunskapsnivå och position få genomslag för sina argument. (Johannisson 2006, s. 23)

Studien presenterar en kunskap som faller under definitionen kvalitativ forskning. Denna typ av kunskap är förståelseinriktad snarare än förklaringsinriktad. (Johannisson 2006, s. 28) Uppsatsen ämnar därmed skapa en större förståelse för Stadsmuseets verksamhet i ett kulturpolitiskt sammanhang snarare än att förklara hur Stadsmuseets verksamhet fungerar.

³ Någon vidare filosofisk fördjupning i den socialkonstruktionistiska premissen finns inte plats för här. För vidare läsning, se bland annat Winter Jørgensen och Phillips 2000, s. 11-12, 28-30.

3.2 Diskursanalys som teori och metod

Den diskursanalytiska ansatsen måste enligt Winter Jørgensen och Phillips (2000, s. 10) ses som en helhet där både teori och metod ingår och där de interagerar med varandra. Teori och metod är alltså sammanlänkade och det krävs att de filosofiska premisserna accepteras som en helhet för hela studien.

3.2.1 Val av metod

Syftet med att använda sig av ett diskursanalytiskt angreppssätt är att forskaren genom att åskådliggöra diskurser kan skapa en bild av en social verklighet bestående av ett stort antal delar som utan inringningen i den aktuella diskursen kan vara svåra att se i ett sammanhang. (Johannisson 2006, s. 28) Att använda diskursanalysen inom det kulturpolitiska och museologiska fält, som är i fokus i denna studie, gör att en enskild kulturinstitutions plats i ett detta relevanta större sammanhang hamnar i blickfånget. Genom att göra ett diskursanalytiskt nedslag i Göteborgs stadsmuseum undersöker denna studie i vilka ordalag museets verksamhet beskrivs inifrån museet självt för att se vilka kulturpolitiska diskurser som är rådande i verksamheten. (ibid. s. 28-29)

3.2.2 Diskurs och diskursordning

Enligt Winter Jørgensen och Phillips (2000, s. 136) kan man betrakta diskurser som "sociala mönster av betydelsefixeringar som står i instabila förhållanden till varandra. En diskurs är således ett bestämt *sätt* att tolka värden (eller delar av världen)"⁴ bland andra möjliga sätt. Enskilda aktörer på mikronivå och diskurser på makronivå står i dialogisk relation till varandra; de bidrar till varandras konstruktion och reproduktion. (Johannisson 2006, s. 26) För att avgränsa en diskurs bör man som forskare se diskursen som ett analytiskt begrepp, som en storhet att lägga över verkligheten för att skapa en ram för sina studier. Därmed görs en strategisk avgränsning i förhållande till syftet för forskningen. Med denna utgångspunkt blir diskurser snarare något av en forskare strategiskt konstruerat, än något som redan finns avgränsat i verkligheten och som ska kartläggas. (Winter Jørgensen & Phillips 2000, s. 137) Winter Jørgensen och

⁴ Författarnas kursivering och parenteser

Phillips (2000, s. 134) föreslår också en identifiering av en diskursordning⁵ för att sätta ramarna för en analys. Diskursordningen betecknar de olika diskurser som delvis täcker samma terräng, och genom att sätta en diskursordning som ram för sin studie kan en grupp diskurser att analysera inom denna diskursordning ringas in.

En studie med ett diskursanalytiskt angreppssätt har en ständig interaktion mellan teori och empiri. Preciseringsen av diskurserna kan fortsätta i analysen där andra tendenser än de enligt teorin förväntade skulle kunna framkomma. En anpassning av de framhållna relevanta diskurserna kan då göras. Den teoretiska ramen konstruerar ämnesområdet och inspirerar till vad som lyfts fram i empirin, samtidigt som det i analysen av empirin kan framkomma resultat som skulle kunna fördjupa och vidareutveckla teorin. (Winter Jørgensen & Phillips 2000, s. 137, 148)

I kapitel fyra identifieras ett antal relevanta diskurser som det empiriska materialet i analysen kommer att relateras till. Dessa är alla kopplade till kulturpolitik och museologi, ämnen som utgör studiens diskursordning. Studien fyller därmed ett syfte i att foga ytterligare en bricka till en generell bild av denna diskursordning. (Winter Jørgensen & Phillips 2000, s. 134)

3.2.1 Diskursteori som metodologiskt angreppssätt

I den litteratur där en diskursorienterad ansats diskuteras finns inga entydiga metodrekommendationer för hur diskursanalysen kan omsättas till ett konkret verktyg i empiriska studier eftersom utgångspunkten i en sådan ansats är att metoden väljs i relation till det fenomen som utforskas. (Johannisson 2006, s. 28) Winter Jørgensen och Phillips (2000) presenterar dock i *Diskursanalys som teori och metod* tre stycken grundläggande diskursanalytiska angreppssätt, där det diskursteoretiska angreppssättet kommer vara i fokus för denna studie.

⁵ Johannisson (2006, s. 20-) använder termen *berättigandegemenskap* för en liknande avgränsning. Hon menar att en berättigandegemenskap inte kan avgränsas på ett analytiskt plan utan utifrån en empirisk bas, en viss plats eller ett visst historiskt skede. Johannisson avgränsar sin undersökning till en kulturpolitisk berättigandegemenskap, en berättigandegemenskap eller diskursordning som även denna studie kan sägas falla under. Winter Jørgensen och Phillips (2000, s. 134) nämner också *social domän*. I denna studie används enbart termen diskursordning.

Diskursteori utvecklades av Ernesto Laclau och Chantal Mouffe. (Winter Jørgensen & Phillips 2000, s. 31) Detta angreppssätt fokuserar på kartläggandet av de abstrakta diskurser som finns kring ett speciellt socialt område och de stora linjerna i samhället är av särskilt intresse. Syftet är att undersöka de diskurser som på ett överordnat sätt påverkar och begränsar olika handlingsmöjligheter och att lyfta fram den diskursiva kampen mellan olika diskursers försök att uppnå hegemoni; att låsa fast språkets betydelser till sitt sätt att se världen. (ibid. s. 13, 28) Diskursteorin fokuserar på abstrakta avpersonifierade diskurser, men implicerar att dessa diskurser skapas och förändras i konkreta vardagspraktiker. Diskursteorin är alltså teoretiskt stark när det gäller kollektiv identitet och breda sociala utvecklingstendenser. (ibid. s. 139) Eftersom syftet med denna studie är att se hur museet ser på sin verksamhet i en kulturpolitisk kontext där de bredare kulturpolitiska och strukturella samhällsliga diskurserna är i fokus är det diskursteoretiska angreppssättet det bäst lämpade.

I analyskapitlet studeras studiens empiriska material; intervjutranskriptioner och textmaterial, där utvalda *utsagor* utgör det material som kommer att analyseras. Laclau och Mouffe menar att det finns vissa element i en diskurs som är mer betydelsefulla än andra för dess karaktär. Ur det empiriska materialet har studien i analysen försökt lokalisera sådana så kallade nodalpunkter. Det kan vara allt ifrån betydelsebärande ordval och en viss språklig nivå till en persons sätt att vara, eller som i det aktuella fallet med Göteborgs stadsmuseum; en grafisk profil eller ett sätt att designa officiellt material. De olika företeelser som lyfts fram som nodalpunkter kan kopplas samman med det teoretiska materialet i studien eller har på annat sätt relevans för diskursen. Genom att koppla samman dessa knutpunkter identifieras teman eller *ekvivalenskedjor*, som ger en översiktlig bild av den aktuella diskursen. Genom att identifiera sådana kedjor av nodalpunkter kommer diskurser tydligare kunna skönjas i de intervjuer och i det material som utgör studiens empiriska material. Analysen har för avsikt att också lokalisera eventuella konfliktlinjer mellan aktuella diskurser genom att leta efter så kallade *flytande signifikanter*; termer eller företeelser som det råder konflikt kring, som olika diskurser vill fylla med en viss mening för att erövra dem till sin diskurs och som därmed beskrivs på olika sätt. (Winter Jørgensen &

Phillips 2000, 57-58, 139-141) En konflikt mellan diskurser som definierar verkligheten på olika sätt kallas *antagonism*, (ibid. s. 55) och denna studie kommer att undersöka huruvida det råder antagonism mellan aktuella diskurser. Analysen undersöker också förändringar i diskurser och antagonismer över tid.

I denna studie kommer också ett visst inslag av kritisk diskursanalys att användas. Detta angreppssätt, med Fairclough som främsta teoretiker, används av lingvistiska orsaker då det lägger vikt vid ordval, språkliga detaljer och ordförråd i utsagorna. (Winter Jørgensen & Phillips 2000, s. 13, 139-140) Fairclough använder begreppen *intertextualitet* och *interdiskursiv blandning* för att betrakta förhållandet mellan reproduktion och förändring av diskurser genom ordval, språknivå och stilgrepp. En hög interdiskursivitet tyder på förändring och en låg på reproduktion, och därmed alltså en hög grad av intertextualitet. (ibid. s. 85-87) Analysen kommer därmed också att undersöka om diskursiva språkliga praktiker reproducerar eller förändrar aktuella diskurser. Winter Jørgensen och Phillips (2000, s. 10, 131) menar att man med fördel kan kombinera element från olika diskursanalytiska perspektiv eftersom den pluralismen stärker den komplexitet som finns i sociala praktiker.

I utsagorna från i studiens empiriska material gör denna studies diskursanalys en ansats att identifiera följande:

Utsagor > Nodalpunkter > Ekvivalenskedjor > Diskurser

Utsagor > Flytande signifikanter > Antagonism

Utsagor > Intertextualitet – Interdiskursiv blandning

3.3 Material

I denna avdelning följer en genomgång av och en reflektion kring det material som denna studie baserar sin analys på.

3.3.1 Sökning och urval av litterära källor

I inledningen av uppsatsarbetet sökte jag brett kring ämnet kulturpolitik och fick tillgång till ämnesrelaterad litteratur via min handledare samt via nyckelords-

sökningar på internet. Vid den tiden i processen fanns inte ett tydligt ämnesval för uppsatsen, vilket gjorde litteratursökningarna relativt breda. Sökningarna rörde kulturpolitisk forskning samt tidigare uppsatser i närstående ämnen. Ganska snart utkristalliserade sig ett par återkommande författare och forskare, främst Skot-Hansen och Johannisson, som förekom i både artiklar och i litteraturlistor i uppsatser och forskningsrapporter. Denna nya litteratur öppnade nya dörrar och gjorde att jag ytterligare smalnade av studiens ämne, inte bara mot kulturpolitik utan också i en detaljering av ämnet kring museologi och mot idén att studera en kultur-institution från insidan. Det gav mig den teoretiska grundlitteratur på vilken studien vilar. Relevans och användande i liknande forskning samt relativ närhet i tid för publicering av materialet har varit viktigt i avgränsningen av litteratururvalet. Genom den teoretiska litteraturen fann jag också relevant metodlitteratur, där diskursanalysen fick utgöra grunden för uppsatsen. Under arbetets gång har litteratururvalet fortsatt allt eftersom behovet av specifik litteratur har dykt upp. Urvalet har då varit lättare att göra då kanalerna för att hitta rätt material var tydligare. Textmaterialet från Stadsmuseet har jag fått tillgång till via museets anställda. Allt material från museet är offentliga handlingar. Dock används vissa delar endast internt. Jag använder materialet i uppsatsen eftersom det interna är av intresse för studien.

Den historiska tillbakablick i kapitel två är främst hämtad ur "Att fånga det flyktiga - Göteborgs Museum 150 år", (Sjölin, red. 2010) utgiven av Göteborgs stadsmuseum, där Sjölin och Bäckströms kapitel varit i fokus. Dessa texter är därmed nära kopplade till Göteborgs stadsmuseum vilket möjligtvis skulle kunna ifrågasätta denna källas objektivitet som bakgrundsbeskrivare av museets verksamhet. Kunskapen om museets historia finns dock främst just på museet, och någon större problematik kring detta har inte uppkommit under arbetet. Dock kan det vara klokt att läsaren har i beaktning vid läsningen av kapitel två i denna studie att flera av de förekommande källhänvisade namnen har varit eller är anställda på Göteborgs stadsmuseum. Flera av avsnitten ur denna bok används också i andra delar av uppsatsen.

Vad gäller det metodteoretiska avsnittet har Winter Jørgensen och Phillips varit min främsta källa. Deras *Diskursanalys som teori och analys* är mycket väl använd i liknande studier och används som undervisningsmaterial i diskursteori. Intervjumetodologiskt har jag valt att använda mig av Kvale och Brinkmanns *Den kvalitativa forskningsintervjun* samt Trosts *Kvalitativa intervjuer*. Dessa har främst gett mig allmänna tips och råd inför intervjusituationerna, vilket gör att de inte kan konkret refereras till på samma sätt som övrig litteratur. Den teoretiska litteraturen som används i studien behandlar ämnet kulturpolitik generellt och museipolitik och museiverksamhet specifikt. Skot-Hansens och Beckmans teoretiska forskning i ämnet refereras och används i liknande forskning och är mycket relevanta för studien. Skot-Hansens forskning är av särskild betydelse då hennes modell över kulturpolitiska diskurser samt forskning om museer i upplevelseekonomin tydligt präglar studien. Genom hela uppsatsen har kulturpolitisk forskning av den i ämnet erkände och väl citerade Jenny Johannisson hjälpt mig. Gemensamt för alla dessa källor är att de alla används och refereras till i liknande forskning vilket ger dem legitimitet för denna studie. Utöver dessa har jag också använt mig av ett par akademiska uppsatser liknande denna, främst Lord och Ström (2011), främst för att få inspiration kring övergripande upplägg och disposition. Från dessa källor har jag varit mer återhållsam med vad jag använder i uppsatsen.

3.3.2 Empiriska källor

Det empiriska materialet som används i studien är avgränsat till att innefatta utsagor som alla talar från ett perspektiv inifrån verksamheten på Göteborgs stadsmuseum. Tyngdpunkten i materialet ligger i ett antal längre kvalitativa intervjuer med personer inom verksamheten på Göteborgs stadsmuseum. Utöver intervjumaterialet använder jag mig av material som har publicerats av museet eller har anställda på museet som författare. I det materialet inkluderas officiellt material; både publikt såsom samlingsvolymen "Göteborgs Museum 150 år" och internt såsom foldern "Vi är stadsmuseet", men också tjänstemannamässigt material via verksamhetsplaner och -berättelser. Via intervjuerna når jag samtidigt inofficiella tendenser och individuella röster inifrån verksamheten. Därmed nås en bredd i materialet, där många olika röster kommer till tals.

Intervjuer

Den kvalitativa intervjun som metod passar till ett diskursanalytiskt angreppssätt. Enligt Johannisson (2006, s. 37) kan man inom ramen för diskursanalys likställa de intervjuades utsagor med utsagor i dokument och textmaterial. Utsagorna från de intervjuade har producerats i en annan kontext än de litterära och bidrar till att tydliggöra de individuella aktörer som tillsammans med institutionella aktörer skapar, upprätthåller och förändrar diskurser och dialogen mellan aktör och struktur sätts i fokus.

Jag har valt att intervjua fem anställda på Göteborgs stadsmuseum. De intervjuade har olika lång anställning, de har olika position i organisationshierarkin, de arbetar på olika enheter och de är av olika kön. Mitt urval i vilka jag valde att intervjua baserades delvis också på att de var personer som jag med hjälp av mina erfarenheter från min praktikperiod på museet och i diskussion med andra anställda på museet, fann vara relativt insatta i museiteoretiska frågor och särskilt intressanta att tala med. Intervjuerna gjordes alla av mig och jag hade en öppen och föga strukturerad intervjumall med ett explorativt syfte, vilket enligt Kvale och Brinkmann (2009, s. 122-) är viktigt för en användbar kvalitativ intervju.

I fyra av fem fall blev de intervjuade informerade om att jag i största möjliga mån kommer att behandla materialet i deras intervjuer konfidentiellt. Citat och uttalanden kommer i analyskapitlet att anonymiseras. Denna anonymisering av de intervjuade görs eftersom vissa uttalanden i studien skulle kunna uppfattas negativt av exempelvis kollegor på museet, samt att jag utifrån min position inte kan överblicka eventuella konsekvenser för den intervjuade om personen skulle kunna identifieras i materialet. Dessutom är sammanhanget sådant att det inte finns någon anledning att berätta deras namn eller position. (Kvale & Brinkmann 2009, s. 87-88) De intervjuade är också medvetna om att total sekretess inte kan garanteras. Det är trots allt ett relativt fåtal som är anställda på Göteborgs stadsmuseum. Flera av de intervjuade uttryckte att det inte var några som helst problem om de blev igenkända, men anonymiteten likställer intervjuutsagorna vilket ger varje intervju samma tyngd. Därför har jag behållit denna

anonymisering. Jag har också diskuterat museiverksamheten i en mer informell personlig situation med ytterligare ett fåtal anställda på museet. Vid citat från dessa informella möten anonymiseras uttalandena av samma anledning som för ovan nämnda intervjuer. En av de intervjuade, Cornelia Lönnroth, var vid intervjutillfället tillförordnad chef för Göteborgs stadsmuseum. Jag uppfattar att det är av intresse för uppsatsen att kunna identifiera när det är den högste chefen för museet som citeras. Alla de intervjuade har givetvis godkänt sitt deltagande under dessa premisser.

Angående intervjusituationerna bör läsaren ta i beaktning att jag genom mitt tidigare praktikarbete på museet var mer eller mindre bekant med de intervjuade. Att vara bekant kan innebära att man som intervjuare omedvetet förlorar visst oberoende och mitt kritiska förhållningssätt skulle kunna ifrågasättas. (Trost 2010, s. 64) Det uppstod också tillfällen där den intervjuade bad att jag inte skulle använda ett visst uttalande i min uppsats. Ämnet och den åsikt eller det förhållningssätt i de stycken som jag på grund av detta inte tagit med i min analys har i samtliga fall ändå framkommit under andra delar av intervjun i andra ordalag. Att jag känner till de intervjuade och sammanhangen som vi diskuterade skulle kunna innebära att jag får svårigheter att använda en viss del av materialet och möjligtvis väljer bort en diskussion för dess känslighet eller får svårt att ha ett kritiskt förhållningssätt. Jag uppfattade det dock som om jag inte påverkades nämnvärt i mitt arbete av detta utan kunde förhålla mig professionellt till ovanstående problematik. Efter intervjuernas genomförande har jag också medvetet distanserat mig från museet för att kunna upprätthålla en relevant objektivitet. Med tanke på min personliga relation till de intervjuade, samt då min intervjuteknik var explorativ och av föga strukturerad art, skiljer sig de olika intervjuerna kraftigt åt. För att säkerställa anonymiteten hos de intervjuade bifogas därför inte intervjutranskriptioner. Några av de centrala temana i intervjuerna var: Museets roll och uppgift, kulturpolitiska dokument, situationen på museet idag, ekonomi, publiksiffror, marknadsföring och sponsring. Intervjuerna genomfördes under mars och april 2012 och ägde rum på platser som de intervjuade själva hade möjlighet att bestämma över och kände sig hemma på, (ibid. s. 64-66) vilket i samtliga fall blev på Stadsmuseet.

Textmaterial

Till det empiriska materialet till analysen förs utöver intervjuerna också material som på något sätt har Göteborgs stadsmuseum som upphovsman. Ur boken *"Att fånga det flyktiga – Göteborgs Museum 150 år"* (Sjölin, red. 2010) använder jag mig av ett antal kapitel som alla är författade av anställda på Stadsmuseet där de på ett eller annat sätt skriver och reflekterar över museets verksamhet. I dessa texter framhävs hur ett antal museianställda ser på museets verksamhet ur ett antal olika aspekter, såsom pedagogik, bevarande och museiverksamhet i stort. Forslunds kapitel (2010, s. 292-308) är en reflektion över bevarande, museiverksamhet och -etik och är skrivet med en tydlig personlig ton. Vid detta kapitel läggs stor vikt och det likställs med intervjuerna i analysen.

Vidare använder jag mig i min analys av en informationsfolder i broschyrformat som främst riktar sig internt till de anställda. Den heter *"Vi är Stadsmuseet"*, är utgiven av Göteborgs stadsmuseum och producerad av Scp Reklambyrå. I min studie kommer jag att lägga stor vikt vid denna broschyr också ur ett grafiskt-, symboliskt- och formgivningsperspektiv. Jag använder mig också av två interna styrdokument: "Verksamhetsplan Göteborgs stadsmuseum 2011", visar hur museet förverkligar de politiska målen och de politiska styrdokumenterna i verksamheten. Här beskrivs bland annat museets uppdrag och mål generellt samt mer specifikt hur dessa ska genomföras på de olika enheterna. I "Verksamhetsberättelse för Göteborgs stadsmuseum 2010" ges en beskrivning av museets verksamhet generellt och mer specifikt beskrivs verksamheten det aktuella året. Det ges också en beskrivning av den ekonomiska situationen. Dessa dokument är relevanta eftersom de ger en bild av hur de interna styrdokumenterna för stadsmuseet är utformade. Dokumenterna är offentliga handlingar och ger därför en bild av hur museet framställer sig själva för offentligheten. Här, precis som i foldern och texterna jag beskriver ovan, är ordval och framställning av texten av vikt. Dessa dokument står i kontrast till de mer informella situationer som uppstod vid intervjusituationerna. Den informella och den formella beskrivningen av verksamheten är båda viktiga och kompletterar varandra och gör att analysen tar ytterligare ett steg mot en för studien relevant helhetsbild.

Hänvisningar till det empiriska materialet

För att underlätta för läsaren förkortas hänvisningarna till det empiriska materialet i studien på följande sätt: Intervjuerna markeras med (i1), (i2), (i3), (i4) och (i5) där den tillförordnade museichefens intervju är (i5). Beteckningen (int) används vid ett fåtal tillfällen för att inte riskera att röja identiteterna hos de intervjuade. *Verksamhetsplan för Göteborgs stadsmuseum 2011* förkortas (VP), (VB) är förkortningen för *Verksamhetsberättelse för Göteborgs stadsmuseum 2010* och (folder) refererar till "Vi är Stadsmuseet", informationsbroschyren som togs fram under 2011. När Pontus Forslunds reflekterande kapitel (Forslund 2010) citeras likställs för tydlighetens skull dessa citat med intervjuerna och förkortas med (PF). Vid direkta citat hämtat ur intervjuerna markerar (...) att jag valt att utelämna en del av citatet. Kursivering och hakparentes; [...], innebär ett tillägg eller en förändring av citatet för att öka läsförståelsen.

3.4 Metodologiska reflektioner

I framställningen av studien är det av vikt att vara så tydlig som möjligt och visa de steg som har tagits för att komma fram till resultaten så att läsaren kan följa med och göra egna bedömningar. (Winter Jørgensen & Phillips 2000, s. 140) Jag kommer därför att lägga stor vikt vid genomskinligheten i denna studie genom att redovisa hur jag har gått till väga med arbetet samt tydligt redogöra för de metodologiska frågeställningar som dykt upp under arbetets gång.

Jag visste inte hur jag skulle genomföra denna studie när jag började processen, men blev under arbetets gång allt mer övertygad om att uppsatsen skulle ha ett diskursanalytiskt angreppssätt. Metoden och teorin fick forma sig efter ämnet och arbetets fortskridande. Jag har arbetat med flera delar av uppsatsen samtidigt och formulerat om frågeställningar, teori och metod efter hand. Enligt diskursanalysens förespråkare (Winter Jørgensen & Phillips, 2000) är ett sådant arbetssätt att föredra; arbetet skapar sina egna former och metoder.

Vid tiden för genomförandet av intervjuerna var mitt fokus för uppsatsen något annorlunda än vad som slutligen blev fallet. Jag hade då för avsikt att lägga störst

vikt vid hur olika politiska dokument på olika politiska nivåer påverkade verksamheten på museet. Ju längre in i uppsatsprocessen jag kom, desto mer insåg jag att jag främst ville undersöka museets bild av sig sin egen verksamhet. Under arbetets gång valde jag efter ett tag att enbart fokusera på utsagor som kommer från museet självt. Därför valde jag exempelvis bort en för studien genomförd intervju med en tjänsteman i kommunen i min analys.

Detta skifte av fokus innebär att intervjuerna med de anställda gjordes på premisserna att uppsatsen skulle handla om museet i relation till politiska styrdokument på olika nivå, samtidigt som jag i min analys valt att fokusera på hur de intervjuade talar om museets egen verksamhet. Frågorna jag ställde under intervjuerna rörde i vissa fall inte det som analysen sedermera kom att fokusera på och intervjuerna har analyserats ur ett något förskjutet perspektiv. Jag har dock innan denna studie färdigställdes informerat de berörda intervjuade kring de nya premisserna och de har alla godkänt sin medverkan under dessa. Under analysen av intervjutranskriptionerna tycker jag mig uppfatta att jag kring vissa ämnen kommer närmare vad de intervjuade verkligen vill säga. De valde inte bort diskussioner kring vissa känsliga ämnen då de, och jag, under intervjuerna talade kring ett ämne som låg strax bredvid det jag i efterhand analyserade. Att ämnet för studien inte till fullo stämde överens mellan tidpunkten för intervjutillfällena och tidpunkten för analysen visade sig alltså utgöra en fördel för min analys.

De resultat som analysen ger är en produkt av mitt diskursanalytiska tillvägagångssätt, vilket betyder att det jag identifierar här är en möjlig beskrivning av många. Med en annan utgångspunkt är det möjligt att studien skulle ha gett delvis andra resultat. Ur intervjuerna och det litterära materialet har jag lyft utsagor som visar de diskurser som jag ansett varit karaktäriserande. Materialet innehåller också utsagor som inte är lika entydigt kategoriserbara i dessa diskurser som de som lyfts fram och presenteras här. Valet av empiriskt material är avgörande för studien. Om studien istället skulle utgå från exempelvis intervjuer med politiker eller med publik skulle analysen kunna ge andra resultat.

4. Kulturpolitisk teori

I följande kapitel presenteras den teoribildning och tidigare forskning som är relevant för studien. För att djupare kunna tillägna sig kulturpolitisk forskning, museologi och denna studies analys av Göteborgs stadsmuseum inleds detta teorikapitel med att diskutera de betydelser av begreppet kultur som är av vikt i denna studie. Därefter följer en genomgång av relevanta kulturpolitiska diskurser som följs av tillämplig museologisk forskning.

4.1 Kultur

Den etymologiska grunden av ordet kultur kommer från latinets *cultura* och betyder odla, bruka eller på något sätt påverka något; både i betydelsen människans odling av naturen och människans odling av själen. Det beskriver alltså i grunden en process, men den själsliga odlingen har fått en vidare betydelse också i *resultatet* av denna process, både på en personlig nivå som mognad och förståelse och på hela samhällen som kulturella uttryck. Idag talas om kulturbegreppet utifrån en huvuddistinktion mellan ett estetiskt och ett antropologiskt kulturbegrepp och det är på dessa två ben som dagens kulturpolitik vilar på. Museers verksamhet är en del av den kulturpolitiken. (Johannisson 2006, s. 45, Fink 1988, s. 14)

4.1.1 Estetiskt kulturbegrepp

Under 1700-talets upplysningstid var kulturbegreppet tydligt hierarkiskt i det att man bedömde olika folkslag som högre eller lägre stående baserat på dess kulturella uttryck, där den europeiska kulturen stod högst. (Johannisson 2006, s. 46, Fink 1988, s. 12-14). Det *estetiska* kulturbegreppet grundar sig i europeisk 1800-talsromantik och betecknar de klassiska konstverken. Detta begrepp är tydligt hierarkiskt och betecknar vissa konstnärliga uttryck som universellt giltiga och högre stående än andra. Här blir Konsten och Kulturen⁶ benämningar i bestämd form och närmast synonymer. När det talas om kulturen i

⁶ Jag förstärker ibland begreppen [K]ultur och [K]onst med versaler för att visa en särställning och hierarki och för att särskilja från det antropologiska "kulturer" i pluralis.

samhället och politiken idag utgår man från ett estetiskt kulturbegrepp och detta kultursektorsbegrepp ligger till grund för kulturpolitiken i västerländska demokratier idag. Det anses idag viktigt att medborgare har möjlighet att ta del av god Konst och Kultur. Genom att hänvisa till konstarna och dess egenvärde ges kulturpolitiken legitimitet och anseende som en egen politisk sektor. (Johannisson 2006, s. 45, 47, Fink 1988, s. 18)

4.1.2 Antropologiskt kulturbegrepp

Utifrån kritiken mot det hierarkiska och exkluderande i det estetiska kulturbegreppet formulerade den tyske filosofen Herder det som brukar kallas det *antropologiska* kulturbegreppet. Istället för att tala om den goda Kulturen talar Herder om en mångfald av olika *kulturer*, och inkluderar därmed allt från språk, religion, politik och vetenskap till konst, mat och kläder. Med det antropologiska kulturbegreppet är ingen kultur överordnad någon annan utan kulturer består av mänskliga grupperingar med olika vanor och artefakter, där kulturella innebörder inte kan beskrivas i universella ordalag. Därmed ska medborgarna i ett samhälle vara fria att kunna få ge uttryck för den kulturella företeelse som de önskar. (Fink 1988, s. 18, Fjord Jensen 1988, s. 159, Johannisson 2006, s. 48)

En ytterligare breddning och problematisering av det antropologiska kulturbegreppet skedde under 1980-talet där begreppet kritiserades för att vara generaliserande i det att det anses enande och skapande av sammanhängande identiteter och därmed exkluderande av de som inte kunde identifiera sig i dessa sammanhang. Komplexiteten i begreppet identitet kom i allt högre grad att uppmärksammas. (Johannisson 2006, s. 50)

4.2 Kulturpolitik

Den kulturpolitiska forskningen är enligt Johannisson (2006, s. 13-14) ett relativt ungt forskningsfält. Den första internationella tidskriften publicerades först 1994, och sedan 1998 ges den för Sverige relevanta *nordisk Kulturpolitisk Tidskrift* ut. Under de senaste två decennierna har forskningen dock etablerat och stabiliserat sig och utvecklats till en mer kritiskt driven forskning, ofta med en diskursorienterad ansats. Johannisson menar att mycket av den kultur-

politiska forskningen både internationellt och nationellt bedrivs i en nationalstatlig kontext och en synvinkel utifrån den kommunala och regionala kulturpolitiken är underrepresenterad. (Johannisson 2006, s. 14)

4.2.2 Tre kulturpolitiska diskurser

För att sätta studien i en bred kulturpolitiskt kontext använder jag mig av den danska kulturpolitikforskaren Skot-Hansens (1999, s. 11) definitioner och modell över olika kulturpolitiska diskurser, *rationaler*⁷, som hon menar har präglat efterkrigstidens kulturpolitik både lokalt och nationellt. Samma huvudtendenser kan också identifieras i ett vidare internationellt västerländskt perspektiv. Detta sätter studien i en internationell kontext, och eftersom dessa diskurser enligt Skot-Hansen har präglat både nationell såväl som lokal kulturpolitik och eftersom forskningen på lokal kulturpolitik inte är omfattande är det av relevans för denna studie att titta närmare på dessa.

Skot-Hansen identifierar tre stycken övergripande diskurser som format och legitimerat den officiella kulturpolitiken efter andra världskriget; den *humanistiska* diskursen, den *sociologiska* diskursen och den instrumentella eller *marknadsorienterade*⁸ diskursen. Hon poängterar att dessa tre inte ska ses som storheter som avlöst varandra utan snarare att de tre överlappat varandra både över tid och i innehåll, men att en schematisk förenkling tydliggör skillnaderna mellan inriktningarna. (Skot-Hansen 1999, s. 11)

⁷ Skot-Hansen använder termen *rationaler* på i den danska originaltexten. Översättningen är inte konsekvent när svenska författare använder termen; Johannisson (2006, s. 47) hänvisar till Lennartssons användning av *argumentationsschema* för "att signalera djupgående och relativt sammanhängande legitimeringsgrunder för att bedriva olika kulturpolitik", Lord & Ström (2011, s. 8) nämner *diskurs*, men använder sig främst av den danska termen. Jag kommer utgå från benämningen *diskurs* för att tydliggöra kopplingar mot övrig tidigare forskning som använder *diskurs* vid liknande avgränsningar och för att framhäva vikten i Skot-Hansens avgränsningar.

⁸ Skot-Hansen använder benämningen "instrumentell". Johannisson (2006, s. 54) argumenterar dock för att alla de tre kulturpolitiska diskurserna kan benämnas som instrumentella i den meningen att alla politiska praktiker är instrumentella då de används för att uppnå ett mål som ligger bortom den politiska handlingen; i de båda första fallen främst bildning respektive frigörelse. Att målet är att uppnå ekonomisk tillväxt gör inte denna diskurs till mer instrumentell än de andra menar Johannisson, och använder istället benämningen *marknadsorienterad* för att beskriva den tredje av Skot-Hansens kulturpolitiska diskurser. I denna studie benämns därför den tredje diskursen som marknadsorienterad för att fördjupa begreppet såsom Johannisson föreslår. Skot-Hansen (2010) själv talar också om samma marknadsorienterade tendenser som "ökad marknadsisering av museer" i senare utgivet material, vilket presenteras i kapitel 4.3.2.

Humanistisk diskurs

Efterkrigstiden präglades av breda samhällsinsatser, så också på kulturområdet. På 1960-talet menar Skot-Hansen att kulturpolitiken blev ett politiskt område också på lokal nivå i kommunerna. Tidigare hade storstäderna haft en privilegierad ställning vad gäller kulturutbud, men nu började pengar investeras i lokalt kulturliv. Det främsta kulturpolitiska målet var nu att bidra till medborgarnas bildning genom att *demokratisera kulturen*. Genom upplysning skulle hela befolkningen, oavsett boplats eller social tillhörighet, av staten få tillgång till god Kultur och Konst. Kulturinstitutionerna blev viktiga fysiska symboler i förmedlingen av denna kunskap, med satsningar på folkbibliotek och folkbildande museum. De lokala institutionerna blev kulturförmedlarna som skulle öka medborgarnas förståelse och erfarenhet av god Kultur och därmed överbrygga den kulturklyfta som skiljde den breda befolkningen från Konsten. (Skot-Hansen 1999, s. 12) Det var utifrån ett tydligt *estetiskt* kulturbegrepp som denna argumentation fördes; den goda Kulturen skulle komma medborgarna till gagn och göra samhället nytta genom ökad bildning. Institutionerna skulle ha en folkbildande intention. (Johannisson 2009, s. 47)

Nyckelterm	HUMANISTISK DISKURS
MÅL	Bildning
SAMHÄLLSGRUND	Staten
FÖRANKRING	Nationell
STRATEGI	Demokratisering av kulturen
PUBLIK	Hela befolkningen
RAM	Kulturinstitutioner
FUNKTION	Kunskap
FÖRMEDLARE	Institutionspedagoger
KULTURBEGREPP	Estetiskt

Tabell 1: Nyckelterm i humanistisk diskurs. Till viss del i egen bearbetning. (Skot-Hansen 1999, s. 12, i bearbetning också av Nilsson, 1999)

Sociologisk diskurs

Under 1970-talet började man allt mer ifrågasätta denna passiva distribution av konst och kultur. En ny kulturpolitisk strategi började formuleras där kulturpolitiken skulle baseras på initiativ nedifrån, från civilsamhället. Här utgick man tydligt från det antropologiska kulturbegrepp som diskuterats ovan med ett

pluralistiskt synsätt där det som Skot-Hansen (1999, s. 13) benämner som den *kulturella demokratin* skulle genomföras i samhället. Alla kulturformer skulle ses som likvärdiga och olika sociala grupper i samhället skulle själva få möjligheten att uttrycka sin egen konst och kultur. Man ville medverka till en frigörelse av undertryckta grupper och kulturyttringar i samhället. Dessa grupper och kulturyttringar skulle få bekräftelse på att deras kultur och identitet också hade ett värde. Studiecirklar, medborgarhus, replokaler och verkstadslokaler ordnades i kommunerna till befolkningens förfogande. Kulturförmedlaren skulle nu inte vara den som undervisade och lärde ut, utan snarare den som skapade dialog och som helst skulle göra sig själv överflödig efter hand. Kulturen sågs nu som en process som alla aktivt var en del i, snarare än en produkt som alla passivt skulle få en del av. Institutionerna ska finnas för människorna och samhället, och inte för konsten eller de fysiska tingen i sig; utan människorna blir konsten ingenting. Oavsett bakgrund och förkunskaper skulle kulturen finnas där för människornas förkovran och för att skapa ett demokratiskt och mångsidigt samhälle. (Skot-Hansen 1999, s. 13, Johannisson 2006, s. 49)

Dock, rent ekonomiskt visar Skot-Hansen (1999, s. 14) att strategin med kulturell demokrati snarare handlade om ett införande av ett nytt tankesätt och en ideologi snarare än genomförande av reell politik då lejonparten av kulturstödet fortfarande gick till de stora institutionerna.

Nyckelterm	SOCIOLOGISK DISKURS
MÅL	Frigörelse
SAMHÄLLSGRUND	Civilsamhället
FÖRANKRING	Lokal
STRATEGI	Kulturell demokrati
PUBLIK	Grupper
RAM	Offentliga lokaler
FUNKTION	Bekräftelse
FÖRMEDLARE	Stödpersoner
KULTURBEGEPP	Antropologiskt

Tabell 2: Nyckeltermen i sociologisk diskurs. Till viss del i egen bearbetning. (Skot-Hansen 1999, s. 12, i bearbetning också av Nilsson, 1999)

Marknadsorienterad diskurs

1980-talets nyliberalism gjorde stora avtryck på alla politiska fält, så också på den statliga kulturpolitiken såväl som på den kommunala. Sedan dess kan man tala om en *marknadsorienterad* diskurs. Kulturpolitiken började i allt högre grad användas som ett instrument för att uppnå ekonomisk tillväxt. Terminologin blir tydligt mer kommersiell; nu handlar det om att *investera* i kultursektorn, snarare än att stödja den. De direkta effekterna av sådana investeringar var och är mycket svåra att mäta, men de indirekta effekterna i imagelyftande och statushöjande effekter lokalt och regionalt lyfts allt oftare fram som argument för kulturinvesteringar. Genom att *synliggöra* kulturen ska besöksantalet öka och därmed ska också den ekonomiska utvecklingen fortgå. Synliggörandet som strategi handlar främst om geografiskt synliggörande; genom att investera i kulturutbudet på en plats, i en stad, i en region sätter man dessa på den kulturella kartan och de blir därmed mer attraktiva i en global konkurrensmiljö där varje turist ökar en stads anseende och ekonomi och där också de bofasta invånarna själva blir till kunder i sin egen stad. Synliggörandet blir därmed ett mått på framgång och kulturen blir ett instrument i att lyfta lokal- och turistpolitiken för att marknadsföra en plats. Själva kulturföreteelsens innehåll inte är i fokus, utan snarare det faktum *att* det finns kultur på en viss plats. (Skot-Hansen 1999, s. 14-15, 18, Johannisson 2006, s. 53-54)

Skot-Hansen (1999, s. 14-16) ser ett ökat fokus på kultur som symbolproduktion och symbolkonstruktion i samhället i stort, något hon benämner som ökad *kulturalisering*. Symbolbyggnader så som ett nytt operahus eller andra liknande moderna och ofta arkitektoniskt iögonfallande kulturbyggnader har blivit flaggskeppen i imageskapandet av en kulturstad. Dyra punktsatsningar på ikonbyggnader som dessa menar Skot-Hansen kan ha gjort att andra kulturföreteelser fått stramare budgetar, och att liknande satsningar på nya och moderna kulturinstitutioner snarare siktar in sig på att locka turister till staden än att värna den egna befolkningen i staden och dess kulturtillgångar. Själva verksamheterna i kulturella ikonbyggnader och nya arenor måste konkurrera på en kommersiell marknad och måste av ekonomiska skäl ofta inrikta sig på underhållning och upplevelse, och det blir allt mer brukligt att arbetsformen i

verksamheterna blir i kortsiktigare projektformer av samma anledning. (Skot-Hansen 1999, s. 14-16, Johannisson 2006, s. 53-54)

Marknaden och dess vokabulär är enligt Skot-Hansen styrande i denna diskurs; kulturpubliken benämns som kunder, stöd har blivit till investering, och inom kulturadministration har begrepp som varumärke, profilering och kvalitet bli vardagsspråk. Samtidigt har den del som privata företags sponsring står för i olika kulturbudgetar blivit allt större medan den statliga delen har sjunkit. Inom den marknadsorienterade diskursen försöker man inte uppnå den närmast naiva tanken om att nå alla i samhället som finns inom den sociologiska diskursen, utan marknadsför sig snarare med ett fokus på specifika segment inom befolkningen. Genom att rikta sin kulturprodukt på olika sätt beroende på brukarens livsstil når man olika segment i samhället. Därmed menar Skot-Hansen att de försök till demokratisering av kulturen med likabehandling mellan sociala grupper som den sociologiska diskursen använde som strategi, snarast motverkas med denna instrumentella strategi där segmentens olika val av kulturkonsumtion istället cementerar olikheter. (Skot-Hansen 1999, s. 14-16) Kulturbegreppet i den marknadsorienterade diskursen är inte lika enkelt att definiera som i de andra två beskrivna diskurserna. Utifrån vad som beskrivs ovan ligger det estetiska begreppet närmast, dock utan fokus på den vikten av god Konst och Kultur, utan snarare på det symboliska att lyfta fram att det förekommer kultur, i någon form, alltså också så som kultur definieras ur ett antropologiskt perspektiv.

Nyckelterm	MARKNADSORIENTERAD DISKURS
MÅL	Synliggörande
SAMHÄLLSGRUND	Marknaden
FÖRANKRING	Internationell
STRATEGI	Kulturalisering
PUBLIK	Segment/livsstilar/individer
RAM	Flaggskepp
FUNKTION	Underhållning
FÖRMEDLARE	Projektledare
KULTURBEGREPP	Estetiskt-symboliskt

Tabell 3: Nyckelterm i marknadsorienterad diskurs. Till viss del i egen bearbetning. (Skot-Hansen 1999, s. 12, i bearbetning också av Nilsson, 1999)

Sammanfattning

Skot-Hansen poängterar att det hennes modell beskriver snarast visar på förskjutningar i den kulturpolitiska debatten och inte bör läsas som tre typer av specifik kulturpolitik som har avlöst varandra i en rak kronologisk ordning. Istället bör man se det som en kulturpolitik i olika lager som har byggts på, mångfacetterats och flutit samman och där olika diskurser är i fokus beroende på sammanhang. Det är inte så att den humanistiska och sociologiska synen på kulturpolitik inte längre går att hitta, tvärtom. (Skot-Hansen 1999, s. 17) Nedan sammanfattas de tre kulturpolitiska diskurser som Skot-Hansen menar har varit dominerande i kulturpolitiken i västvärlden i modern tid i en jämförande schematisk modell.

Nyckelterm	HUMANISTISK	SOCIOLOGISK	MARKNADSORIENTERAD
MÅL	Bildning	Frigörelse	Synliggörande
SAMHÄLLSGRUND	Staten	Det civila samhället	Marknaden
FÖRANKRING	Nationell	Lokal	Global
STRATEGI	Demokratisering av kulturen	Kulturell demokrati	Kulturalisering
PUBLIK	Hela befolkningen	Grupper	Segment/livsstilar
RAM	Kulturinstitutioner	Offentliga lokaler	Flaggskepp
FUNKTION	Upplysning och kunskap	Bekräftelse och utveckling	Underhållning och upplevelse
FÖRMEDLARE	Institutionspedagoger	Kultursekreterare	Projektledare
KULTURBEGREPP	Estetiskt	Antropologiskt	Estetiskt-symboliskt

Tabell 4: Nyckelterm i Skot-Hansens tre kulturpolitiska diskurser. Till viss del i egen bearbetning. (Skot-Hansen 1999, s. 12, bearbetning också av Nilsson, 1999)

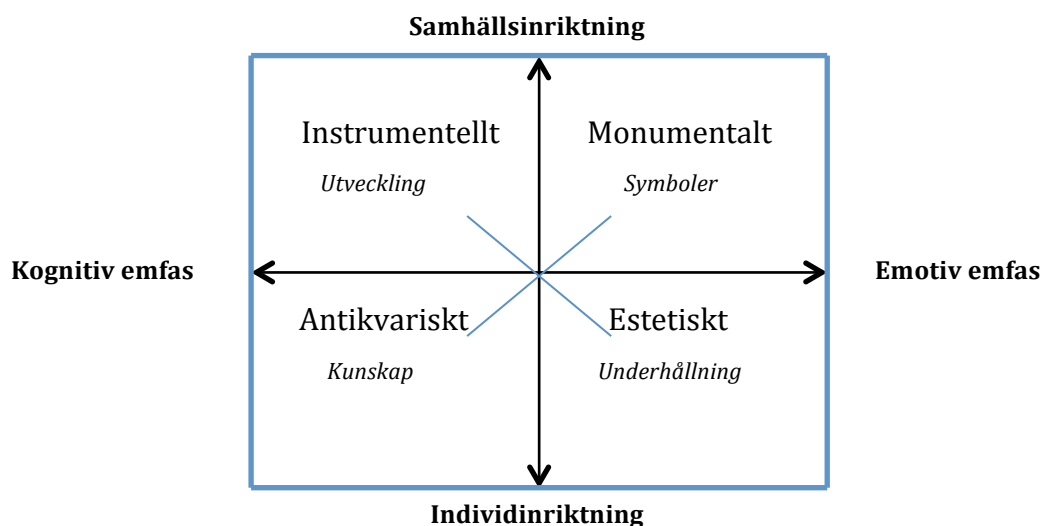
4.3 Kulturarvspolitik och museologi

Kulturarvsforskningen är liksom den kulturpolitiska forskningen en ung forskningsgren. Forskare uppmärksammar dock i allt högre utsträckning kulturarvet, ofta i samband med museiväsendet som institution och idé, och kulturarvet som kulturpolitiskt område har etablerats som ett av de viktiga kulturpolitiska fälten under de senaste decennierna. Forskningen har sin utgångspunkt i förståelsen av kulturarvet som ett socialt fenomen bestämt av sociala, politiska och kulturella förhållanden. Studier av museer och kulturarv

och deras roll i samhället kallas ofta museivetenskap eller *museologi*, där begreppet kulturarv syftar på de artefakter som blivit institutionaliserade, det vill säga de vårdas, bevaras eller visas upp på institutioner, exempelvis museer. (Alzén & Hillström 1999, s. 9-10) Museologins syfte är att kritiskt studera museernas till synes neutrala historiefremställningar. Forskningen söker underliggande och dolda värderingar kring exempelvis nationella identiteter, kön, klass och etnicitet i politiskt legitimerade institutioner. (ibid. s. 11)

4.3.1 Kulturarvspolitiska förskjutningar

Svante Beckman (1999, s. 70-77) presenterar en teori om en diskursförskjutning i vilka värden som läggs i begreppet kulturarv och därmed i kulturarvspolitiken. Han utgår från Nietzsche när han presenterar ett schema över "vilket värde kulturarvet antas äga och som kan motivera dess bevarande". (Nietzsche 1924, s. 23-38, Beckman 1999, s. 72) Beckman återanvänder till viss del Nietzsches terminologi men presenterar en revidering och utökning och lägger fram ett modellschema över olika slags bruk av historien som han menar är användbar för att beskriva kulturarvspolitikens status och utveckling och för att se långsiktiga svängningar i attityder kring kulturarvspolitik.



Tabell 5: Svante Beckmans modellschema över olika typer av historiebruk med tillhörande nyckeltermerna. I egen bearbetning, något förenklad. (Beckman 1999, s. 72) Notera diagonalerna, de har betydelse för förståelsen av modellen.

I modellen ses det samhälleliga kontra det individinriktade historiebruket längs den lodräta axeln, samt ytterligheterna kognitivt och emotivt i den vågräta. I det övre vänstra fältet placerar Beckman de som brukar historien instrumentellt som ett redskap för samhällsutveckling och som beskriver historien som "en resurs att ta vara på". I det övre högra fältet placeras det monumentala historiebruket, som lyfter en traditionell historiesyn med huvudsyfte att skapa social samhörighet med symboler och totem. Längst ned till vänster placeras det antikvariska bruk som värderar historien och dess lämningar som den främsta källan för kunskap, och i fältet nedåt till höger det estetiska bruket, som ser historien som en källa till estetiska upplevelser och nöjen. (Beckman 1999, s. 73)

Beckman menar att man i grova drag kan beskriva skillnaden mellan modern och traditionell kulturpolitik som präglad 1900-talets kulturdebatt genom att tänka sig en diagonal tudelning av modellen där den övre högra delen representerar en historisk traditionell politik och domineras av det monumentala bruket. Den moderna kulturarvspolitiken står istället för den andra halvan, den nedre vänstra, och domineras av det antikvariska. Det instrumentella och estetiska finns med i båda synsätten men är inte i centrum. (Beckman, 1999, s. 75-76)

Vidare menar Beckman att man idag också kan se att en förskjutning är på gång i var i schemat den huvudsakliga kulturpolitiska debatten står. Från att historiskt varit en gungbräda längs den antikvariska-monumentala diagonalen verkar det allt mer som om motivkrafterna istället kommer hamna längs diagonalen estetiskt-instrumentellt. Den ökade marknadiseringen av kulturarv, historia och samhället i stort sätter sina tydliga spår i historiebruket och kulturarv och museer har blivit en del av turistnäringen och kulturturismen. Det är också en naturlig följd av det att det skett en förskjutning från staten till marknaden när det gäller hanteringen av kulturarven. (Beckman 1999, s. 76-77) Kulturarvens och museernas behags- och underhållningsvärden och dess lönsamhet har hittills varit sidoargument och sidoeffekter till de egentliga motiven för kulturarvspolitik, men Beckman ser en förskjutning till att det istället blir kunskapsvärdet och det kollektiva integrationsvärdet som kommer vara sidoargument till ett nytt huvudfokus kring underhållning och estetik. Här hamnar kulturarvets

individuella underhållningsvärde och dess samhälleliga och ekonomiska utvecklingsvärde i fokus istället för som tidigare, den individuellas förkovran och det nationella arvet, och därmed ser Beckman en helt ny kursriktning i hur kulturarvet brukas och kulturarvspolitiken motiveras idag. (Beckman 1999, s. 77) Också symbolvärdet i själva Kulturen växer: Staten ska tillhandahålla Kultur till folket och Kulturen ger staten mening. Kultursektorn återskapar därmed sitt eget symbolvärde.

4.3.2 Ökad marknadsiering av museer

Museer har traditionellt setts som typiska non-profit-verksamheter med ett ideellt patos, men i allt större utsträckning kan man dock, både nationellt och internationellt, se klara tendenser till en ökad marknadsorientering och därmed en kommersialisering av museerna. I rapporten *"Museerne i den danske oplevelseøkonomi - når oplysning bliver til en oplevelse"* (Skot-Hansen 2010) diskuteras de offentliga museernas roll i upplevelseekonomin. Här får också de tidigare presenterade kulturpolitiska diskurserna av samma författare en bekräftelse som är än mer aktuell. Skot-Hansen menar att vissa begrepp som varit typiska i traditionell museologi idag värderas annorlunda i och med den marknadsorienterade museologins intåg. (ibid. s. 33, 40) Hon menar att diskussionen om upplysning kontra upplevelse genomsyrar den offentliga debatten om museernas roll idag och avspeglar också den nordiska och den internationella museologiska debatten. (ibid. s. 65, 69) Skot-Hansen lyfter ett flertal exempel på hur marknadsieringen av museerna har ökat:

Statliga bidrag ses fortfarande som en garant för kvalitet och seriös verksamhet, men idag kommer finansiering även från andra källor. Den förut så självklara offentliga finansieringen ställs idag mot det att museer vill och försöker vara attraktiva för sponsorer. Kulturlivets samarbeten med företagsvärlden ger uppmärksamhet, breddning och en image åt kulturverksamheten att våga förnya sig, och företagen får tillgång till nya kunder och får figurera i ett seriöst sammanhang. Idag är det också snarare en regel än ett undantag att ett museum har en butik kopplat till verksamheten där man kan köpa aktuella produkter kopplade till exempelvis en utställning eller till museet. Dessa verksamheter ger

viktiga intäkter och ses som en självklar del av ett modernt museum idag. (Skot-Hansen 2010, s. 40-41, 45) Ett ökat samarbete sker inte bara med företag utan i allt högre grad också mellan olika museer, andra kulturinstitutioner och till exempel högskolor lokalt. Alla dessa nya samarbeten och breddningar av verksamheten görs dels för att öka intäkter och minska utgifter, men kan också genomföras för att förankra museets verksamhet i fler sammanhang i samhället. (ibid. s. 49) Risken i att samarbeta med företagsvärlden och släppa på de traditionella arbetssätten är att det stora förtroende som museerna har som fristående kunskapsbärare i samhället kan naggas i kanten när de figurerar i ovana sammanhang. (ibid. s. 131-133)

Museerna upplever i allt högre grad att man numera konkurrerar om publiken med andra kulturinstitutioner och med kommersiella nöjesattraktioner och shoppingcenters vilket ses som ytterligare tendenser till ökad marknadsorientering för museerna. Museerna får i uppdrag av politiker att redovisa resultat för att fortsätta få ekonomiskt stöd och för att legitimera sin verksamhet. Resultat är dock svåra att mäta eftersom kvalitet och standard på ett museum är svårdefinierat. Ett enkelt sätt att lösa detta är att sätta upp mål om att öka publikantalet eftersom det är mätbart och jämförbart. Kvalitet omformuleras till kvantitet och de numeriska resultaten blir en viktig parameter för att mäta museets framgångar. Sviker publiken kan det vara svårt för politiker på både statlig och kommunalt plan att visa att offentliga utgifter till museer och kulturverksamheter ska fortsätta. (Skot-Hansen 2010, s. 51-53, 61) Skot-Hansen lyfter ett exempel från USA där en museidirektör menar att publiken idag ser ett museum som vilken annan attraktion som helst, samtidigt som museerna inte har resurserna att konkurrera med andra attraktioner vars verksamhet enbart behöver förhålla sig till marknadsförhållanden. (ibid. s. 77)

Frågan om förhållandet mellan forskning och förmedling på ett museum har debatterats länge, speciellt under senare år, då museianställda har sett den ökade orienteringen mot förmedling som en svängning i ett museums grundläggande uppgifter. (Skot-Hansen 2010, s. 28) Den ökande satsningen på förmedling ses som ett resultat av att museerna idag konkurrerar mot

kommersiella företeelser om besökarnas gunst. De måste synas och höras och också använda förmedling för att nå de grupper de annars inte når. (Skot-Hansen 2010, s. 29) Den klassiska motsättningen mellan upplevelse och kunskaps-spridning är upphävd, menar Skot-Hansen (ibid. s. 131) och bekräftar därmed Beckmans teori i kapitel 4.3.1. Upplysning har varit i fokus i museernas historieproduktion, med upplevelseaspekten underordnad. Det klassiska humanistiska bildningsprojektet där statens institutioner bildade medborgarna utan dialog med dem har nu istället gett plats åt ett nytt sätt att engagera och bilda museets brukare där de själva får vara aktiva med- och motspelare i museiförmedlingen. (Skot-Hansen 2010, s. 64, Floris & Vasström 1999, s. 385)

Alzén och Hillström (1997, s. 21) skriver i sin inledning till rapporten från konferensen *"Kulturarvet, museerna och forskningen"* att 1980- och 90-talen har blivit museernas andra guldålder. Flera nyetableringar har skett i västvärlden, men den samtida uppmärksamheten kring kulturarvet bärs idag inte längre upp av intressen som är nära förknippade med staten, såsom de gjordes under museigrundandets 1800-tal. Det är inte bara på de antikvariskt dominerade arenorna som kulturarvet tar sig uttryck idag, utan också på nya scener: Medeltidsveckor, historiska temaparker och historiska rollspel är exempel på historiebruk i nya former som alla tar sig in på upplevelseekonomins marknad. Skot-Hansen (2010, s. 105, 129) ger dem medhåll; "historiehungern" har ökat de senaste decennierna. Ekonomin är allt mer kulturellt influerad, och kulturen allt mer ekonomiskt influerad. För att ytterligare påvisa en ökad marknadisering i hela kultursektorn är det också värt att notera det som Karlsson (2010, s. 50) påpekar; det kulturpolitiska målet från 1974 års kulturutredning, att kulturen ska "minska kommersialismens negativa verkningar", har strukits i den senaste kulturutredningen från 2009.

Museer ses som en resurs, men inte längre främst som en resurs för en ökad kunskapsnivå i samhället utan som en ekonomisk resurs som en del i en upplevelseindustri som ger ökad tillväxt lokalt och regionalt. De skapar synlighet, regional och lokal identitet, bidrar till stadens image och ses som en tillväxtdynamo. (Skot-Hansen 2010, s. 106) Dagens museer har blivit

kulturbärande symboliska flaggskepp när städer idag marknadsför sig själva för turister och företag i det som kallas *City-branding*. För en turiststad av rang är det en självklarhet att ha ett aktat och välkänt museum. Det hjälper till att bygga bilden av en rik kulturstad. Bilbaos tydliga satsning på stadens varumärke genom att vända bilden av staden som nedgången industristad med ett helt nytt Guggenheim-museum är kanske det mest kända och tydligaste exemplet på en sådan användning av museets inneboende status. (Skot-Hansen 2010, s. 33)

4.4 Sammanfattning av det teoretiska ramverket

Skot-Hansen (1999) visar hur olika diskurser inom kulturpolitik kan påverka och forma en kulturell verksamhet och hur dessa har gått från en humanistisk och sociologisk grund till en allt mer marknadsorienterad inriktning. Skot-Hansen (2010) och Beckman (1999) visar hur museer formas och fortsätter formas av olika diskurser. Beckmans teori kring hur den museologiska debatten har förskjutits till att lyfta de samhällsekonomiska fördelarna och de individuella upplevelserna över den nationella sammanhållningen och det individuella lärandet kompletteras med Skot-Hansens forskning som visar att museer har blivit allt mer marknadsiserade.

4.5 Tidigare forskning

Den tidigare forskning som genomförts i angränsande ämnen och med liknande ingångar som denna uppsats, har ofta en grund i bibliotek- och informationsvetenskap. Inom ämnet har Institutionen för bibliotek- och informationsvetenskap/Bibliotekshögskolan i Borås varit framträdande, och där har Centrum för kulturpolitisk forskning etablerats. Jenny Johannisson har varit framträdande i kulturpolitisk forskning vid institutionen och undersöker i sin avhandling *Det lokala möter världen* kulturpolitiskt arbete på lokal nivå i Göteborgs stad där diskurser i kulturpolitisk organisation och vision analyseras med en diskursorienterad ansats. Vidare kan Lord och Ströms (2011) magisteruppsats vid samma institution nämnas för dess ansats att diskursanalytiskt undersöka en stor kulturinstitution; ett stadsbibliotek i Västerås.

5. Analys och resultat

Kapitel fem redovisar analysen av de intervjutranskriptioner och de aktuella dokument som presenterades i kapitel 3.3 och som utgör studiens empiriska material. Detta kapitel kommer i huvudsak att besvara den första av studiens två frågeställningar:

- Vilka relevanta diskurser kommer till uttryck i studiens empiriska material när Göteborgs stadsmuseum beskriver sin verksamhet?

I utsagorna har ett antal tendenser framträtt vilka i detta kapitel framställs i tre olika avsnitt som också ligger till grund för vidare diskussion och slutsatser i de därefter följande kapitlen.

5.1 Historiskt förankrad humanistisk diskurs

Och folkbildning tycker inte jag är... Det är väl inte så dumt. (i1)

I den historiska redogörelsen för museets framväxt som presenteras i kapitel 2.1 kan man, med utgångspunkt i de kulturpolitiska diskurser som presenterades i kapitel 4.2, urskilja tydliga spår av en humanistisk diskurs redan i de idéer som låg bakom själva initiativen till den organiserade museiverksamheten i Göteborg. Även om museet inte på allvar lyckades nå de breda massorna fanns idealistiska förhoppningar om en bred folkuppfostran och att kunskapen på museet skulle göra medborgarna till bättre samhällsvarelser. (Bäckström 2011, s. 147-148) Museets var en bildningsinstitution, ett redskap för de borgerliga att fostra den stora massan invånare och samhällsnyttan krävde en upplyst arbetarklass. (Forslund 2011, s. 303) Utifrån Skot-Hansens och denna studies definitioner kan det i tidiga teoretiska strömningarna urskiljas ett instrumentellt mål med humanistiska förtecken. Kulturbegreppet var dock vid den här tiden fortfarande tydligt hierarkiskt, vilket urskiljer den från den modernare humanistiska diskursen. I jämförelse med generella drag i Beckmans modellschema (se kap 4.3.1) är det i Göteborgs stadsmuseums tidiga verksamhet de instrumentella och

antikvariska historiebruken snarare än det monumentala som utmärker sig: "Vi har en annan bakgrund, (...) då inte nationalismen egentligen finns, så det är en folkbildande ambition från början" (i4).

I verksamheten på museet idag finns tydliga spår av den humanistiska diskurs som i mångt och mycket varit grundläggande i museets verksamhet under de första 100 åren. Det är dock under 60-talet som de humanistiska tankarna till fullo får fäste på museet. Kulturpolitiken blev en del av den breda samhälls-
uppbyggnaden som präglade efterkrigstiden, och från att ha varit beroende av privatpersoners donationer och rika mecenater blev museiverksamheten kommunal. (Skot-Hansen 1999, s. 12) Det estetiska kulturbegreppet och viljan att ge hela befolkningen tillgång till museernas värdefulla innehåll fick på allvar fotfäste i kulturpolitiken.

5.1.1 Förlegad eller förtroendeskapande?

De empiriska utsagorna ger uttryck för att den humanistiska diskursen till stor del inte längre är den ledande diskursen på Göteborgs stadsmuseum idag utan underordnad andra. Men, utsagorna visar samtidigt att den humanistiska diskursen ändå finns djupt rotad och är högst närvarande i verksamheten. Den humanistiska diskursens värderingar beskrivs av museichefen som förlegade och omoderna: "För förut så var det så här att det är vi som ska berätta hur det är. Och det, så är det ju inte" (i5). En annan av de intervjuade menar att det finns en rädsla för att använda en viss typ av vokabulär eftersom den riskerar att uppfattas som föråldrad och felaktig, såsom citatet ovan beskriver. Men enligt den intervjuade finns idéer som är tydligt förankrade och utgör en slags grund för hela verksamheten på museet som i och med detta trycks undan:

Ja, för det får man ju inte göra eftersom man ska inte va folkbildande, utan man ska ha en dialog, och man ska [*ha det*], förstås, och det är ju viktigt, en viktig utgångspunkt. (...) [*Men*] vi ska hålla på med propaganda. Det betyder inte att jag inte ska lyssna på andra! (i1)

Vi har ju en kunskap och vi har en vilja och vi har ett mål med den. (...) Och folkbildning tycker inte jag är... Det är väl inte så dumt. (i1)

Samma person lyfter också vikten av dialog, men att i den inte glömma bort museets egen röst och tydligt visa vad den står för:

Nej, utan det är ju dialog vi ska ha och andra ska få prata och så... Vi ska inte komma där och klappa folk på huvudet. (...) Sen ska vi ju inte stänga för andras röster, utan andra, medborgare och så, får ju också komma å säga (...) saker som jag inte tycker, men då ska det synas samtidigt. (i1)

[Det är viktigt att vi] törs ha en egen röst. Och jag gillar ju det. Det var nån som sa att vi är ju lite frikyrkliga så där va, och jag känner att ja, det är jag, jag är "predikande", och jag tycker att vi får va det. (i1)

Enligt de definitioner som presenterats i denna studie identifieras denna vokabulär som tydligt humanistisk. Nodalpunkter blir här ordval som folkbildning, propaganda, och irritationen över användandet av termen dialog visar att det finns en antagonism mellan denna diskurs och de som idag har överhanden på museet. Samma person riktar kritik mot den nya vokabulär som enligt denne endast innehåller "tomma ord" (i1), som inte berättar vad det handlar om på riktigt: "(...) man kan kalla det kommunikation med Göteborgs medborgare om man vill, eller propaganda" (i1). Formuleringen "kommunikation med Göteborgs medborgare" uttrycks alltså av den intervjuade som ett exempel på sådana klyschor. De tomma orden gör att förtroendet som museet har riskerar att naggas i kanten: "så har vi ju ett stort förtroende, folk tror ju att vi säger sanningen, dom tror ju att vi vet vad vi gör" (i1). Den humanistiska grundstommen ger museet den viktiga trovärdighet som verksamheten till stor del vilar på.

Samma person menar också att "det viktigaste uppdraget som museet har är att förvalta sina samlingar (...)" (i1), och att "samlingarna har ett värde även om dom så inte visas" (i1), vilket utgör ytterligare exempel på den intervjuades humanistiska utgångspunkt. Vidare menar hen⁹ att denna bild inte stämmer

⁹ "Hen" är ett personligt pronomen som i studien används som ett av många verktyg för att inte röja de intervjuades identiteter.

överens med museets officiella syn: "[Det] stämmer inte med det officiella, att samlingarna har egenvärde; 'det är ju ingen idé att ha föremål om ingen ser dom', fast jag menar (...) det" (i1).

5.1.2 I vetenskapens namn

I kapitlet "Museum som betydelsefull illusion" i boken "Göteborgs Museum 150 år" (Sjölin red. 2010) reflekterar Pontus Forslund, museiintendent och museipedagog på Göteborgs stadsmuseum, över museets verksamhet. Han menar att museet i mångt och mycket står kvar i grundläggande värderingar som kan tillskrivas den humanistiska diskursen. Forslund menar att museiverksamheten idag tar sig vissa rättigheter för att kunna återge viktig historia som "måste" berättas och samma rättigheter har tagits under museets hela existens. Det viktigaste värdet sätts på Kunskapen med stort K; det värdet prioriteras framför andra etiska frågeställningar. Forslund lyfter exemplet om Rolfåkersmannen, ett av Sveriges äldsta skelett, som sedan 1923 visas i en glasmonter på Stadsmuseet: "Rolfåkersmannen [...] vilar inte i frid, den rätten har vi tagit ifrån honom, i vetenskapens namn" (PF, s. 295). Uppvisandet av dessa mänskliga kvarlevor sker med en avsikt och rättfärdigas genom att skelettet för kulturarvet vidare och berättar en historia. Skelettet har ett tydligt symboliskt värde i museets utställning om stenåldern.

Dagens sätt att förmedla skiljer sig på många sätt inte nämnvärt idag från hur förmedling har skett förut: "Det finns en nytta med att gräva upp döda och ta sig friheter med deras kvarlevor och ägodelar. Nyttan är att foga sig i den gängse förmedlingen av kulturarv" (PF, s. 297). Forslund menar, vare sig det är rätt eller ej, att ju längre ifrån oss själva i tid och kultur ett historiskt fynd befinner sig, desto mer accepterat är det att behandla mänskliga kvarlevor som vi behagar. (PF, s. 298) När kvarlevorna nått en viss gräns behandlas de som föremål, precis som en yxa eller ett mynt. Så har föremål och mänskliga kvarlevor eller andra känsliga föremål alltid behandlats på museet, med olika moraliska utgångspunkter för vad som är känsligt, men ändå; vissa föremål accepteras som relevanta utställningsobjekt. Föremålet används då för dess förmåga att väcka känslor och står då på gränsen mellan ett antropologiskt synsätt på kultur; en

beskrivning av stenålderskulturen, och ett estetiskt synsätt; att visa god Kultur och ovärderlig Kunskap, med värden som står ovanför människan. Det sistnämnda får ses som ytterligare nodalpunkter i en ekvivalenskedja som bekräftar den humanistiska diskursen i museets verksamhet. Rädslan att genom att visa ett spektakulärt skelett enbart bli ett kuriosakabinett, en farhåga som fanns redan vid museets födelse, lyfts här återigen. Vad är relevant att visa upp för att ge en så rättvis bild som möjligt av exempelvis stenåldern, och vad visar man upp just för att det är spektakulärt och lockar publik? Det monumentala historiebrevet från Beckmans modell finns här kvar på museet i formen av att gärna visa upp emotionellt starka symboler.

Forslund (PF, s. 303) menar vidare att museet har varit med om att skapa en illusion av att det finns kunskap som alla borde ha, och att museet har tolkningsföreträde för vilken den kunskapen är. Därför, menar Forslund, behöver museet vara ödmjuka inför det faktum att verksamheten är avlönad av skattemedel, vilket innebär att det är den stora massan som bekostar verksamheten för att museet ska bilda dem. Han beskriver alltså en verksamhet vars kärna bygger på humanistiska grundprinciper och att den diskursen alltså finns kvar i på museet. Han efterlyser dock att man bör reflektera över detta faktum i högre utsträckning än vad som görs idag och inte bara tanklöst acceptera detta i verksamheten. Man bör vara överens om dessa grundläggande principer på museet, något Forslund alltså implicit menar att man inte är. (PF, s. 306)

Sammanfattning

Jämfört med de andra diskurserna som presenteras i kommande avsnitt finns inte lika många konkreta nodalpunkter i den ovan presenterade diskursen. Det finns ändå tillräcklig grund för att kunna koppla samman dessa humanistiska tendenser i en relevant ekvivalenskedja och i ljuset av Skot-Hansens indelning se tendenser som pekar på att den humanistiska diskursen har varit mycket stark och att den fortfarande gör sig hörd i dagens verksamhet. Den humanistiska diskursen nämns i förbifarten i många utsagor och kan snarast skönjas mellan raderna som en traditionell grundpelare, en grundpelare som museet förhåller sig till på olika sätt. En intervjuutsaga sticker dock ut genom att lyfta en tydligt humanistisk syn betydligt rakare än de andra.

Den humanistiska diskursen bör enligt utsagorna både reflekteras över i högre utsträckning, kritiseras och inte användas så som den har använts förut, men också accepteras och framhävas för dess fördelar. Den humanistiska diskursen har uppenbarligen gjort och gör fortfarande tydliga avtryck i verksamheten. Personalen är däremot inte överens hur denna grund ska behandlas och hur de ska förhålla sig till den. Den humanistiska diskursen har på många sätt konkurrerats ut av andra diskurser och är inte längre den diskurs som på allra tydligast sätt styr den museiteoretiska diskussionen på Göteborgs stadsmuseum. Idag formas verksamheten betydligt mer av den *sociologiska diskursen*.

5.2 Sociologisk diskurs med brett stöd

[D]en insikten, den finns ju idag, (...) att människor som kommer och tittar på utställningen får fundera och reflektera själv; här har vi en berättelse, här har vi en annan berättelse. Alltså vi kan inte säga vad sanningen är, utan det är så här det ser ut, det finns olika berättelser. Förr så var vi nån slags kunskapsförmedlare, nu är vi ju mer, alltså vi ska uppmuntra till reflektion och kritiskt tänkande. (i5)

Museichefen uttrycker här i tydliga ordalag hur ett klassiskt humanistiskt synsätt på hur museiverksamhet ska bedrivas har bytts ut mot ett sociologiskt sådant. Detta verkar enligt densamme ha varit en ganska tuff process, men som nu ändå tillslut ses som självklar:

Jag kan säga att, det är en ganska lång process, (...) de sista tio åren så är det väl fortfarande så att en del av personer som jobbar här har kvar det gamla tänket. [Men](...) nu finns det ju en medvetenhet hos alla. (i5)

Att detta i själva verket inte är något alla är överens om framgick i det förra avsnittet. Begrepp såsom kunskapsförmedlare å ena sidan och reflektion å andra sidan belyser en antagonism och kan jämföras med de flytande signifikanterna folkbildning och dialog som lyftes fram i förra avsnittet. Antagonismen står

mellan en humanistisk och en sociologisk diskurs, där den sociologiska ser ut att ha tagit platsen som den dominerande i verksamheten på museet.

I kapitel 2.2.1 beskrivs hur utställningarna under 1970-talet gick från att vara rent undervisande till att de i allt högre grad minskade avståndet mellan förmedlare och publik. Ytterligare tecken på att verksamheten vilar på en tydlig sociologisk grund framkommer i museets styrdokument där det i verksamhetsplanen från 2011 står att läsa att stadsmuseets övergripande effektmål bland annat skall vara:

- Att stärka museets roll som offentlig mötesplats.
- Att vara ett museum som är relevant för alla göteborgare.
- Att ständigt utveckla museets verksamhet i dialog med brukarna.
- (...)(VP, s. 5)

Detta är tre av fyra nämnda mål och i alla dessa ses en sociologisk grund, där "dialog", "mötesplats" och att vara "relevant för alla", är exempel på ordval som är tydliga nodalpunkter i den sociologiska diskurs. Vidare står i VP (s. 4) att kulturinstitutionerna i Göteborg skall "bredda sin målgrupp och locka till sig nya besökare" och "ha en verksamhet som präglas av mångfald och motverkar segregering och diskriminering." Liknande ordval görs också i verksamhetsberättelsen från 2010, där museet beskrivs som "en icke vinstdrivande angelägen mötesplats" (VB, s. 3) redan i det allra första stycket, en formulering som studien kommer att ha anledning att återkomma till i senare avsnitt.

I flertalet utsagor stärks denna bild av museet som starkt förknippat med en sociologisk diskurs. En utsaga menar att det är mycket viktigt att publiken känner att den kan "komma hit för att berika sig kulturellt, (...) alltså bilda sig själv" (i3) och att museibesöket handlar om att få förkovra sig efter eget huvud, inte att få "sanningen" berättad för sig. Detta är en av den sociologiska diskursens allra tydligaste ståndpunkter; att museet inte presenterar en odiskutabel sanning för en passiv besökare. Museichefen bekräftar fler sociologiska förhållningssätt till museiverksamhet när hon menar att museets

viktigaste uppdrag är att vara angelägna och tillgängliga, och på frågan vad som är den stora utmaningen för museet i framtiden svarar hon:

Det är att bli angelägna för alla Göteborgare. (...) i första hand så vill vi ju vara medborgarnas museum. (...) En väldigt stor grupp som aldrig kommer hit över huvud taget, och det är en jätteutmaning. Hur ska vi få att dom att känna att det här är deras museum, och det vi gör är angeläget för dom? (i5)

5.2.1 Sociologisk pedagogik

Det pedagogiska arbetet på museet har likt mycket annat i verksamheten gått från att ha främst ha utgått från humanistiska grunder till att allt mer baseras på en sociologisk diskurs. Forneheim och Strömberg (2010, s. 198-203) menar att museets pedagogiska arbete under lång tid varit baserad på en klassisk förmedlingspedagogik där besökaren varit en passiv lyssnare. En genomgång av museipedagogiken genomfördes när det drevs igenom ett politiskt mål om att alla skolklasser i Göteborg skulle få ett museibesök om året. I och med denna stora ökning i kvantitet förstod man att en samlad pedagogik som bryter sig loss från humanistiska diskursen var nödvändig. Idag lyfts istället modernare pedagogiska grepp baserade på lärande efter individuella förkunskaper, bland annat där eleven genom att vara aktiv i arrangerade situationer själv ges möjlighet att ta reda på svaren. Fokus ligger i det personliga lärandet, där det är viktigt att inte "sälja in" historien bara för att få eleverna intresserade för stunden, utan där det faktiskt ger dem något på längre sikt. Här syns det sociologiska tankesättet mycket tydligt.

5.2.2 Mångfald och tillgänglighet

Forslund (PF, s. 305-306) skriver att utanförskap också kan innebära att vara exkluderad från kultur. Institutioner bär ett ansvar att inte bli en plats där de som bär på viss kunskap förstår och känner sig exklusivt samhöriga, medan andra stängs ute. Det betonas att museet är en plats där alla är välkomna oavsett förkunskaper. Museet bör också ha som mål att nå så många som möjligt och bli en självklar plats i staden, och mångfalden och tillgängligheten är museets viktigaste framtidsfrågor menar en av de intervjuade:

Det hade ju varit bra om museet (...) blev mer självklar hos en större grupp än idag. (...) Så jag menar, målet är väl att kunna va en självklar plats i staden. Dom flesta vet ju att man kan gå till biblioteket och låna en bok. (i3)

Att bryta ner dom hierarkierna så att museet kan bli en plats som, där man är välkommen och känner sig välkommen även om man inte kan allting, vilket ingen kan. (i3)

Här kan den senaste utsagan snarast se som en kritik mot humanistisk diskurs som till viss del råder på museet; att bryta ner de befintliga hierarkierna som museet upprätthåller genom att vara en kunskapsinstitution och att visa att museet inte berättar sanningen, att museet inte är allvetande. Detta kan sättas i relation till den utsaga på sidan 40 som menade att museet förfogar över en stor kunskap, och visst bör ägna sig åt "propaganda".

Vidare menar (i3) också att "vi behöver, på bred front, jobba med våra uppdrag och förståelsen för dom, och förståelsen för (...) vilka som utgör staden och alla" (i3). Implicit menar alltså den intervjuade här att man inte har arbetat med och inte satt sig in tillräckligt i dessa teoretiska frågeställningar i verksamheten. Detta förstärker den bild som lyftes fram av Forslund på sidan 43 att det ibland saknas självreflektion och teoretisk förankring kring viktiga frågor på museet. I senare delar av studien uppmärksammas denna problematik ytterligare.

5.2.3 "Utan människorna så är den ju meningslös"

Tillgängligheten för besökarna framhävs på ett flertal platser i det empiriska materialet som något mycket viktigt för verksamheten. Dock är det ordvalet inget som bör ses som en klyscha, menar en av de intervjuade: "'Tillgänglig' kan ju ses som ett modeord, men det är ett ganska bra ord som jag tror vi kommer bära med oss, länge" (i2). Den intervjuade nämner detta i samband med att hen lyfter vikten av att tillgängliggöra samlingarna, och fortsätter: "Men längst in i mörken finns ändå föremålssamlingen. Men, utan människorna så är den ju meningslös" (i2). Föremålssamlingarna beskrivs som kärnan i verksamheten, men utan människor som kan ta del av dessa är samlingarna ändå värdelösa. Föremålen har med andra ord inget egenvärde utan finns för samhällets bästa,

för människorna i samhället. Detta synsätt är typiskt sociologiskt, och delas bland annat av Forslund (PF, s. 303) som menar att förståelsen av kulturarvet gör att vi i dagens samhälle bättre kan förstå samhället i samtiden, och också förhålla oss till framtiden. Han menar att detta är verksamhetens kärna, att den illusion av historien som museet visar i all sin bredd är viktig för de som idag vill platta till en dynamisk bild av historien.

Tillgänglighet och huruvida samlingarna har ett egenvärde eller ej blir i detta sammanhang flytande signifikanter, där ovanstående utsagor kan jämföras med de som presenterades på sidan 42 där den intervjuade (i1) menade att tillgängligheten inte var museets viktigaste uppgift. Dess betydelse hamnar istället först längre ner; "och det tredje [*viktigaste*] är att göra det tillgängligt" (i1), efter vikten av att förvalta samlingarna och att utöka dem. Därmed råder en uppenbar antagonism mellan ett humanistiskt och ett sociologiskt synsätt kring kärnfrågan om vad som är museets allra viktigaste uppgift.

Bland personalen på museet uttrycks en idealistisk syn på museiarbetet, ett kall att göra gott i samhället. "Ingen av oss är överbetald här, men det finns andra värden" (i2). Kulturverksamhet och kulturarbete är kanske inte det bäst betalda yrket, men det har andra fördelar. Detta bekräftar den bild av museer som verksamheter med traditionellt starkt ideellt patos som lyftes av Skot-Hansen i kapitel 4.3.2. "Vi lever fortfarande kvar lite grann det här att det här ska vara liksom en idealistisk... [*arbetsplats*]" (i5).

Sammanfattning

Precis som i Skot-Hansens beskrivning av den kulturpolitiska utvecklingen i stora drag i kapitel 4.2, följdes den humanistiska diskursen kronologiskt av att en sociologisk diskurs tog över som det ledande tankesättet också på Göteborgs stadsmuseum. Enligt studiens utsagor är det den sociologiska diskursen som på många sätt är den diskurs som har överhanden i verksamheten idag. Flera utsagor använder ett tydligt sociologiskt språkbruk i beskrivningen av museets viktigaste uppgifter; tillgänglighet, att nå fler besökare, att inte presentera en oemotsagd sanning utan bjuda in till dialog. Det antropologiska kulturbegreppet tar i sociologiskt färgade utsagor stor plats; det är människorna i samhället som

museet är till för. Det estetiska och monumentala historiebruket hamnar i bakgrunden, istället är det de antikvariska och instrumentella historiebruken som dominerar. Samtidigt har den teoretiskt välgrundade sociologiska diskursen på senare tid fått *konkurrens* av en annan diskurs. Denna diskurs behandlas djupare i närmast följande avsnitt i denna studie.

5.3 Marknadsorienterad diskurs skapar splittring

Jag fick lära mig det här om dan; man laddar varumärket. (i2)

Museet har under det senaste decenniet i allt högre utsträckning fått förhålla sig till en ökad kommersialisering i samhället. Den ökade kommersialiseringen har också gjort entré i museiverksamheter (Skot-Hansen 2010) och Göteborgs stadsmuseum är inget undantag. Den marknadsorienterade vokabulär som flitigt används inom kommersiella företag har spridit sig till andra sektorer (Holmqvist 2012) och märks också i de intervjuer och textmaterial som denna studie bygger på. Uttryck som underhållning, konkurrens, profilering, investering, kärnvärden och också uttrycket "ladda varumärket" från citatet ovan, är exempel på en vokabulär som inte var tänkbar på en kulturinstitution för något årtionde sedan, men som idag är en verklighet på Göteborgs stadsmuseum.

5.3.1 Museet som symbol för kultur

Jag tror inte i realiteten att kommunstyrelsen eller fullmäktige (...) ger oss mer pengar för att vi gör en broschyr eller det står ofta om oss i GP.(...) Eller, jag vill inte tro att det är så. (i4)

Kulturinstitutioner används idag som symboler för bärare av kulturella värden i marknadsföringen av en stad eller en region, där själva bilden av att det finns kultur är viktigare än vad den kulturella företeelsen innehåller, något som lyftes av Skot-Hansen (kap 4.3.2). I verksamhetsplanen (2011) står att läsa att museet skall följa mål och inriktning för Göteborgs stads kulturnämnd. Bland annat skall:

Göteborgs kulturinstitutioner (...): Samarbeta mer med bl.a. Göteborg & Co samt andra verksamheter och organisationer i staden för att stärka bilden av Göteborg som kultur- och turiststad. (VP, s. 4)

Här används kulturen och museerna som ett instrument för att uppnå lokal och regional tillväxt. Det regionala samarbetet har stärkts på senare tid: "Nu känner jag att nu uppmuntras det väldigt mycket och det känns otroligt bra, för det ger ju både staden och regionen styrka, naturligtvis" (i2). Dessa utsagor bekräftar att den ökade marknadsivering av museisektorn som innebär att museer har gått från att främst ha varit en resurs för ökad kunskapsnivå i samhället till att i allt högre grad bli en resurs för att öka marknadsvärdet för staden och regionen, är aktuell också på Stadsmuseet. På frågan om museet är en del av marknadsföringen av Göteborg svarar museichefen "absolut, det tycker jag" (i5), och fortsätter:

Turisterna är absolut viktiga. Och jag menar, nu kommer det en massa kryssningsfartyg hit, och vi vet att blir dom avsläppta här så kommer dom i horder, så att, det är viktigt." (i5)

Detta uttalande kan också sättas i relation till att museet i allt högre utsträckning har en press på sig att höja sina besöksantal, en diskussion som studien har anledning att återkomma till senare.

5.3.2 Konkurrens

De ekonomiska ramarna för museiverksamheten har under senare tid allt mer präglats av ökade krav på att redovisa konkreta resultat. Kulturverksamheter upplever i allt högre grad att de konkurrerar med andra företeelser i samhället. (Skot-Hansen 2010, s. 51-53) Denna bild delas till viss del av de anställda på museet. På frågan om den intervjuade uppfattar det som att museet behöver konkurrera med andra museer och nöjen svarar denne:

Jag tror att det där är rätt klivet inom museet alltså (...) Inom info och kommunikation så tror jag att man upplever konkurrens gentemot Liseberg eller Konstmuseet. Jag har väldigt svårt att se

det faktiskt. Jag tycker inte (...) vi ska va, jag tycker inte vi är en konkurrensutsatt verksamhet, för ingen annan gör det vi gör. (i2)

Museichefen menar att museet på ett sätt inte har konkurrenter, men säger samtidigt:

Vi konkurrerar ju om människors tid. Folk har ju begränsat med tid, så när man ska välja vad man ska göra för nånting så kan jag tänka mig; ja ska vi gå på bio eller ska vi gå och shoppa eller så. (i5)

Alltså konkurrerar museet med andra nöjesattraktioner, och för att locka till sig folk och deras tid menar museichefen att "Vi behöver synas" (i5). I kapitel 5.3.5, "Vi är stadsmuseet", återkommer diskussionen om konkurrens och attraktion.

5.3.3 Kvantitet som kvalitet

Som aktör i den kommersialiserade omvärlden håller flera utsagor med om att museet måste synas på något sätt, inte minst för att fortsätta att få politiskt stöd. Kraven ökar på att museerna ska visa för de politiska instanserna att de fungerar på ett bra sätt. Ett enkelt och jämförbart mått för att visa kvaliteten är att visa upp ökade publiksiffror. Att i högre grad fokusera på kvantitet som ett mått på kvalitet för att legitimera verksamheten för fortsatt politiskt stöd är ytterligare ett tecken på ökad marknadisering, enligt Skot-Hansen. (2010, 51-53, 61) Museichefen menar att det finns en stark press att öka publiken:

Det gör det. Det gör det. Men (...) det kan ju inte styra vårt innehåll så att vi tänker att; å vad ska vi göra för publikdragare. (...) Jag tycker det är bättre att man hittar nån slags långsiktig, att; här gör vi alltid bra utställningar, så att folk kommer hit oavsett. (i5)

Kraven att redovisa resultat och öka publikantalet gör alltså att det långsiktiga arbetet på museet riskerar att hamna i skymundan. Denna bild stärks av flera av de intervjuade. En av dem menar att det finns "både press att ha det och liksom diskussion om hur man ska räkna det" (i1), och en annan håller med om att kraven på att redovisa publiksiffror kan hacka på kvaliteten och därmed trovärdigheten: "Ja, det kan det nog göra faktiskt. Ja" (i2). Samtidigt påpekar en

annan av de intervjuade att museet visserligen tvingas att visa upp resultat i form av ökade publiksiffror, men också att det faktiskt är ett av museets mål. "Alltså siffrorna kan inte bli tydligare, att vi inte riktigt uppnår våra mål" (i3). Det sociologiska målet att nå hela befolkningen kommer i skymundan bakom de kortsiktiga ekonomiska kraven att visa resultat genom att räkna antal besökare.

Flera utsagor talar om att de allt tydligare och allt mer kännbara ekonomiska gränserna, med strama budgetar och en känsla av att ständigt ha ont om pengar, gör att de anställda känner att verksamhetens fulla potential hålls tillbaka. I allt högre grad är det marknadskrafterna som styr verksamhetens manövreringsutrymme. En anställd uttrycker det som att "man har blivit så van vid att det inte finns några pengar så vi har redan rättat munnen efter matsäcken" (i1), och menar att med de tuffa ekonomiska ramarna är det "utvecklingsarbete som får stå tillbaka. (...) Man får såpass mycket att göra, och då kör man dom vanliga vägarna" (i1). Den intervjuade menar att arbetet inte utvecklas, och att istället för att exempelvis avsätta tid till att förankra ett ämne bland besökare och medborgare, så tvingas man ofta till snabba lösningar: "[Det] går fortare än om man ska ha medborgargrupper och informationsmöten" (i1). Museichefen lyfter också den ekonomiska problematiken; "vi har ju alltså väldigt lite pengar till att faktiskt göra verksamhet" (i5), och påpekar:

Om man tittar på vad vi har att göra utställningar för, så är ju inte det så himla mycket pengar, så ska vi göra stora utställningar så räcker ju aldrig den budgeten vi har. (...) Då får vi väldigt tidigt komma på att nu är det detta vi ska göra och sen kan man ju äska extra pengar, men man kan också gå ut och leta extern finansiering. (i5)

5.3.4 Sponsring

Diskussionen om ökad alternativ finansiering inom museisektorn, som togs upp på sidan 35 är alltså också aktuell på Göteborgs stadsmuseum. Den självklara offentliga finansieringen av museiverksamhet är enligt utsagorna inte lika given längre. Museet måste söka andra finansiärer. Forslund (2010, s. 304) menar att "istället för att tilldelas ändamålsenliga anslag uppmanas man att bredda sin

finansiering”. Han frågar sig vad som händer med synen på museet som oberoende. När det är näringslivets pengar som söks riskerar museet att skifta lojalitet.

För en folkbildningsinstitution i allmänhetens tjänst måste alltid lojaliteten ligga hos den stora massan, folket, medborgarna, brukarna. (...) Det är den breda allmänheten vi vill föra dialogen med, det är där vi vill lägga vår kraft. Inte på att söka pengar. (PF, s. 304)

Angående risken att förlora museets oberoende menar museichefen att museet såklart inte samarbetar med vilka som helst, men ”vad det gäller sponsorer så kan man säga; det är inte så lätt att få sponsorer till kulturhistoriska museer” (i5). Följdfrågan blev således om det är så att sponsring snarast är något som museet till och med letar efter:

Jo, det gör vi för vi har ju alltså väldigt lite pengar till att faktiskt göra verksamhet, det är så mycket fasta kostnader så att det ingår ju också i vårt uppdrag att leta efter (...) extern finansiering. (i5)

Farhågorna kring en minskad trovärdighet för museet på grund av den ökade sponsringen som Forslund lyfte delas och är påtaglig bland flera av de intervjuade: ”Om man då förknippas med privata bolag så, så kommer dom ju inte att tro på texterna i utställningarna heller sen” (i1). En annan säger att ”man måste va väldigt, väldigt noggrann, göra en ordentlig bakgrundskoll på det företag man ska samarbeta med” (i2).

Ett exempel på hur Stadsmuseet har samarbetat med en kommersiell aktör är i den så kallade chokladfestivalen som anordnats i en del av museet under en helg i ett flertal år i följd. Efter festivalen 2011 beslutades att inte fortsätta det samarbetet.

Chokladfestivalen tycker jag var jättedåligt, jag är så glad att dom inte ska in igen, för det var ju ett utnyttjande. (...) då har vi bara lånat oss, och jag tror det är farligt trovärdighetsmässigt. (i1)

Andra utsagor menar att det inte var några större problem med just det samarbetet utan accepterade deras närvaro:

Men alla som gick till chokladfestivalen vet att det är på Stadsmuseet, på så vis kan det va okej, det är väl bra då. (...) [*Det blev*] ex antal tusen besök som går härifrån med en ganska positiv känsla. (i2)

Istället framhåller densamme ett exempel med en klubbverksamhet som hyrde in sig i museets lokaler som mer tvivelaktigt och såg ingen vinst för museet i det samarbetet: "Jag tycker det var mer problematiskt med den här Peakock-klubben som höll till här, för det var Peakock, det var inget Stadsmuseum. Det var helt värdelöst tycker jag" (i2). För att bibehålla sin trovärdighet måste museet själv synas och kunna problematisera samarbeten med utomstående aktörer. "Den typen av kortsiktiga kommersiella intressen, det kan vara lite farligt (...). Blir det uppenbart, så tappar vi trovärdighet. Det är det enda varumärke vi har" (i4). Museets oberoende ifrågasattes i media under en utställning 2009 där en stor dagstidning i Göteborg gavs en central roll. Museet kritiserades för att vara en reklampelare för en kommersiell tidning på ett kommunalt museum. (Dobke, 2009) Ytterligare ett exempel på ett dåligt fungerande samarbete där museets egen röst helt försvann är enligt en av de intervjuade en utställning som vägverket gjorde för att visa tunnelbyggen i Göteborg. "(...) Det var ju vägverkets egen propaganda. (...) Dom fick använda oss hur dom ville, och vi ville ingenting. (...) Där blev alltså museet enbart en arena" (i1). Samtidigt menar hen att "Sen kan man ju ändå samarbeta och ha andra typer av sponsoravtal, (...) det är vi nog jättedåliga på att tänka ut" (i1). Andra utsagor framhåller att det också sker lyckade sponsorsarbeten. Under 2011 påbörjades ett projekt där museet gör nedslag på olika platser i staden genom att under en begränsad period placera en filial i en modulbyggnad.

Det kan jag tycka, det är ett sånt bra exempel på lyckat spons. [*Att*] berätta om vem har byggt taket, det är okej. Men dom lägger sig liksom inte i innehållet på det sättet. Det tycker jag är väldigt viktigt. (i2)

5.3.5 "Vi är stadsmuseet"

Den marknadsorienterade diskursen identifieras också genom ett nytt sätt att framställa museet utåt. I VB står att läsa att:

Stadsmuseet har under 2010 fortsatt med det långsiktiga strategiarbetet. (...) [A]rbetet har utgått från den framtidsverkstad som involverade all personal. I början av 2011 skall en varumärkesplattform som fokuserar på Stadsmuseets framtida mission, vision och kärnvärden presenteras. (VB, s. 3)

Här noteras att museet använder en vokabulär som påminner om ett konkurrensutsatt företags ordval med termer som traditionellt inte sammankopplas med en kulturinstitution. Arbetet som åsyftas i citatet ovan resulterade i en folder; "Vi är stadsmuseet", som blev klar under 2011 och där denna vokabulär blir ännu tydligare. I foldern står bland annat att läsa följande formuleringar: "Vi förvaltar förtroenden", "Låt oss kalla det för en investering" (folder, s. 5), "Vi erbjuder sammanhang", "Det vi erbjuder våra besökare är upplevelser i tid och rum", "När vi har bra struktur på vårt arbete (...) skapar vi förutsättningar för att nå framgång", (folder, s. 7) samt "Vi äger ett varumärke". (folder, s. 9) Dessa korta meningar uppfattas i ett marknadsorienterat sammanhang som tydliga markörer för ett kommersiellt anslag som inte går att finna i det övriga materialet som analyserats i denna studie.

Foldern är tydligt och medvetet formgiven efter museets nyligen framtagna grafiska profil och har formatet av en liten handbok med ett fåtal sidor i grälla färger där "Stadsmuseet-rosa" används flitigt och är en tydlig del av den grafiska profilen. Texten är skriven i korta meningar, ofta med en ovanligt stor typsnittsstorlek och det är flera sidor utan text där fokus är på det grafiska istället. En extern reklambyrå har anlåtats för att färdigställa foldern. Foldern är för internt bruk för museets anställda, att användas som en "varumärkesplattform" (i2), som en intervjuad beskriver den som. Museichefen beskriver den som en handbok för personalen att använda som en grund i dagligt arbete när man frågar sig; "ja just ja vad var det nu vi sa?" (i5), för att få personalen samlad kring museets värderingar.

Vidare står att läsa att "Tillsammans kan vi bli ett ännu mer attraktivt och angeläget museum" (folder, s. 27), och att museet vill visa "en engagerande drömbild (...) där vi önskar vara i framtiden". (folder, s. 23) Museets vision beskrivs att vara "Ett stadsmuseum i världsklass och en av Göteborgs tre största attraktioner". (folder, s. 23) Dessa utdrag bidrar, tillsammans med ett antal ordval såsom underhållande, kreativa, nyfikna, inbjudande, öppna och flexibla (folder, s. 5-27) ett helhetsintryck av foldern som kommersiell reklam där museet är en produkt som säljs in. Den uppfattas som en reklambroschyr, fylld med korta sloganartade formuleringar och med ett språkbruk som för tankarna till marknadsföring och promotion. Det finns exempel på formuleringar som skulle kunna tolkas som sociologiska; Vi brinner för att dela med oss, skapa dialog med besökaren och sätta kulturhistoria i sitt sammanhang" (folder, s. 15), men som i sitt sammanhang i foldern snarare uppfattas som reklamslogans, hämtade från företagsvärlden för att locka till sig kunder. Ett ordval som exempelvis "tillgänglighet" som studien tidigare beskrivit som en nodalpunkt i en sociologisk diskurs blir i detta sammanhang istället en markör för den marknadsorienterade diskursen. Ordet tillgänglighet är alltså ett tydligt exempel på en flytande signifikant mellan sociologisk och marknadsorienterad diskurs.

Folderns uttryck beskriver en påtaglig brytning mot traditionella uttryck från samhällets stora institutioner. Den ger inte alls samma välgrundade och förtroendeingivande intryck som allt det övriga analyserade textmaterialet; historiska beskrivningar, verksamhetsplaner och -beskrivningar samt intervjumaterial gör. Klyschorna och den ickeinstitutionella tonen i texten kan kopplas mot oron i utsagan från sidan 41, om "tomma ord" som riskerar att allvarligt underminera den (humanistiska) förtroendegrund som museets verksamhet vilar på. Det förtroendet bygger på en intertextualitet och reproduktion i hela museiverksamheten. Den interdiskursiva blandning som foldern utgör genom att medvetet anamma en marknadsorienterad diskurs istället står i bjärt kontrast till intertextualiteten i dokument som vidmakthåller mer traditionella museiverksamhetsdiskurser. Folderns språkbruk kan särskilt sättas i jämförelse med den formulering som görs i första stycket i Verksamhetsberättelsen från 2010; "en icke vinstdrivande angelägen mötesplats" (VB, s. 3),

en formulering som tydligt visar, utifrån de aktuella diskurserna, hur olika museet framställs i foldern, där det marknadsorienterade är helt dominerande, och i verksamhetsberättelsen, där det sociologiska språkbruket är det mest framträdande.

Fullständig katastrof eller viktig gemensam plattform?

Intervjuutsagorna ger uttryck för mycket kraftiga meningsskiljaktigheter rörande "Vi är stadsmuseet". Museichefen uttrycker att "Ja, jag tycker den här är jättebra" (i5), och menar att foldern är ett mycket bra exempel på att museets personal har enats och att foldern är ett första steg i det gemensamma arbetet kring museets grundläggande frågor.

Absolut! Jag menar, nu har vi en gemensam plattform. (...) Jag tycker det känns som om vi är väldigt på rätt spår, (...) jag tror att den här, [*visar upp foldern*], den här typen av arbeten, "Vi är stadsmuseet" ... och liksom få ihop medarbetarna. (i5)

Enligt andra utsagor ses knappast foldern som något som har knutit samman personalen. Den får istället i ett flertal utsagor kraftfull kritik: "Den här kom ut som en katastrof, den här pamfletten" (i3), och "det är ju bara skrivet av nån som inte vet" (i1). Formuleringen som beskrivs som museets vision i foldern; "(...) en av Göteborgs tre största attraktioner" (folder, s. 23) får särskilt hård kritik: "Alltså det är ju så löjligt" (i1). Kritiken riktas mot beskrivningen av museet som en attraktion; "det är väldigt, väldigt okunnigt skrivet" (i1). Den intervjuade menar att det tyder på att den som har formulerat visionen på detta sätt uppenbarligen inte har tillräcklig kunskap om museets verksamhet, dels att museet som kulturinstitution inte ska konkurrera mot andra företeelser, och dels för att museet genom exempelvis kulturmiljöenheten har mycket stor bredd i sin verksamhet, men att "det blir bara dom som konsumerar genom 'tittning' [*som räknas.*]" (i1) i en sådan formulering. En annan anställd försvarar formuleringen och menar att det visar att museet vågar ta ut svängarna:

Jag tycker absolut att man ska spänna bågen till det knakar. Sen kan man se det från flera håll, man måste inte hålla med om allting, men man ska ändå vara lojal med sitt uppdrag. (i2)

På följdfrågan om man inte insett att det finns en problematik i att definiera konkurrenser svarar samma person:

Nä, jag tror inte det är det viktiga i det här, utan det viktiga är här att slå sig för bröstet och höra bågens knak och få folk att, precis som jag när jag läste det, att skärpa till lite grann. Jag tror att det, det är kaxigt och bra. Jag gillar kaxigt. (i2)

Denne lyfter alltså denna marknadsorienterade formulering som visionär och nyskapande, en tolkning som skiljer sig markant mot andra utsagor. Kritiken mot formuleringen utvecklas emellertid djupare av en annan av de intervjuade, som förklarar att "jag har ju frågat, vad menar vi med detta?" (i3) och som återigen kommer in på det spår som framträtt tidigare i analysen; en avsaknad av en djupare förståelse hos många kring verksamhetens teoretiska grunder:

Ja, vad menar vi med attraktion, och vad menar vi i betydelsen attraktion, vad lägger vi i det när andra använder ordet, alltså du vet, det är hela diskussionen, alltså att förstå diskursen, och det är vi inte så bra på här tycker jag. (i3)

Den intervjuade använder alltså termen diskurs, och terminologin som beskrivs av den intervjuade överensstämmer i sammanhanget med den marknadsorienterade diskurs som presenteras i denna studie. Det är alltså den marknadsorienterade diskursen som enligt denna utsaga museet inte är helt införstådd i att man är en del av. Kritiken mot foldern fortsätter; "den har jättemånga brister" (i3) och bristen på medvetenhet i vad en marknadsorienterad approach skickar för signaler lyfts återigen:

Men jag tycker det är så tydligt att man inte vet vilka begrepp man slänger sig med, man förstår inte innebörden. (...)Det räcker att du tittar på den här fantastiska fina lilla boken eller broschyren som museet tagit fram, "Vi är stadsmuseet", (...) där finns en terminologi som är (...) produktionsinriktad kapitalistisk, vilket är okej, det får man ha, om man har valt det medvetet. (i3)

Museet verkar enligt den intervjuade inte vara medvetna om vilka starka signaler de skickar ut genom att använda sig av en sådan terminologi som man gör i foldern. Notera här den tydligt ironiska ton som den intervjuade använder i beskrivningen av foldern som "den fantastiska fina lilla boken". Hen ger fler exempel på den marknadsorienterade diskursens närvaro:

Jag menar, vi är en "tidsbevarare", vi ska bevara folks tid och vi ska göra allting effektivt och vi ska investera och folk gör en investering, och vi kommer ju helt bort från vilka värden kulturen har och vi har. (i3)

De värden som åsyftas här är av allt att döma de sociologiska grunderna som denne tidigare hänvisat till. Arbetet med denna folder har gått alldeles för fort menar densamme: "Vi är ju inte klara. Men man vill ju ändå manifesteras detta" (i3). Kritiken mot den snabba hanteringen är hård: "Alltså jag tycker att den andas så mycket... utkast" (i3). Museichef Lönnroth berättar att "vi fick hjälp faktiskt av en PR-byrå" (i5), vilket delvis kan förklara den utstuderade reklamapproachen i foldern men också de utsagor som beskriver hur personalen inte står bakom eller känner sig delaktiga i folderns budskap. Reklambyråns roll i förhållande till de anställdas olika åsikter verkar ha varit oproportionerlig. Foldern, som enligt museichefen skulle skapa en sammanhållning kring gemensamma värden bland de anställda, verkar snarare ha skapat stora splittringar i grundläggande frågor kring verksamheten. I VP från 2011 sattes följande mål:

Museet skall under året vara klar med ett långsiktigt strukturarbete som involverar all personal. Med en varumärkesplattform som grund skall årliga verksamhetsplaner tas fram som (...) skapar en bas och struktur för verksamheten. (VP, s. 5)

Utifrån de intervjuutsagor som här presenterats måste detta mål ses som icke genomfört; det verkar snarare ha gett motsatt effekt. Folderns texter är dessutom närmast uteslutande skrivna utifrån ett "vi"-perspektiv, som exempelvis "Vi är stadsmuseet", "vi brinner (...)", "vi skapar förtroenden", "tillsammans kan vi (...)" (folder), vilket bör fördjupa splittringen än mer. De som inte skriver under på att

museet bör använda sig av dessa formuleringar känner sig inte delaktiga och vill med största sannolikhet inte heller inkluderas i detta "vi". Att museet över huvud taget tar en reklambyrå till hjälp måste ses som ett mycket tydligt tecken på att den marknadsorienterade diskursen är en verklighet på Göteborgs stadsmuseum.

Sammanfattning

I detta avsnitt har ett stort antal exempel från utsagorna visat att den ökade marknadsorientering av museiverksamheter som Skot-Hansen (2010) framhållit är aktuell också på Göteborgs stadsmuseum och att den marknadsorienterade diskurs som presenterades i kap 4.2 i allra högsta grad är närvarande i verksamheten. Museichef Cornelia Lönnroth är den av de intervjuade i den här studien som tydligast framhåller de positiva sidorna i en marknadsorienterad diskurs, medan det bland de andra anställda finns en betydligt större motvilja mot dessa tendenser. Den marknadsorienterade diskursen får översvallande kritik från flera utsagor. Den starka kritiken konstaterar en övergripande antagonism mellan den sociologiska och den marknadsorienterade diskursen. Den stora tvisten mellan teoretiska diskurser på museet idag verkar stå mellan ett sociologiskt patos och en kommersiell instrumentalitet.

I detta kapitel har de tre olika kulturpolitiska diskurser som presenterades i kapitel 4.2, och som Skot-Hansen menar har utgjort huvuddragen i västerländsk kulturpolitik under de senaste decennierna, bekräftas i det empiriska materialet. De delvis kronologiska förskjutningarna och överlappningarna mellan de tre diskurserna som Skot-Hansen beskriver är också identifierbara i på Göteborgs stadsmuseum utifrån analysen av materialet.

6. Resultatdiskussion

Här följer en vidare fördjupning i analysens resultat med utgångspunkt i studiens andra frågeställning:

- Vad betyder de aktuella diskurserna för verksamheten vid Göteborgs stadsmuseum?

Från det empiriska materialet uppmärksammas tendenser som här framställs under ett antal underrubriker, för att väcka en diskussion kring hur Stadsmuseet och museiverksamheter i stort påverkas av de rådande diskurserna.

6.1 Teoretisk förkovran – praktiskt arbete

Det har varit väldigt tydligt när vi har haft stora diskussioner, att vi vet inte riktigt vad vi pratar om. (i3)

Som kapitel fem visade så anser flera utsagor att museet behöver fördjupa sig teoretiskt och verkligen fundera på vad man faktiskt gör i verksamheten och varför man gör det. Det är där de stora utmaningarna för framtiden finns. Samtidigt visar andra utsagor en annan bild. De framhåller närmast inget om vikten av djupare teoretisk grundning, utan beskriver istället en tydlig pragmatism; det övergripande problemet för museet är den ständiga resursbristen och de trånga och omoderna lokalerna. Framförallt framhävs samlingarnas undermåliga situation i magasinerna på Hisingen. I dessa utsagor framstår de praktiska problemen som den stora utmaningen för framtidens museiverksamhet. Denna kontrast är i utsagorna ständigt återkommande, och det är därför av vikt att mer ingående belysa denna problematik.

6.1.1 Avsaknad av diskursförståelse

Det är speciellt en av de intervjuade som i ett flertal utsagor lyfter problematiken i att museet inte är tillräckligt förankrat i grundläggande frågor och inte förstår de diskurser som man verkar inom:

Vilka är vi? Hur ser vi [på] relationen museet och världen? (...) Hur sätter vi det i relation till andra företeelser i samhället? Speciellt i ett klimat som är väldigt inriktat på produkten och på att producera och vinst och så, och speciellt också när den terminologin filtrerar sig in på museet, det är oundvikligt för vi tillhör det här samhället, där behöver vi ju en debatt där vi frågar om dom sakerna. (i3)

Hen pekar på foldern som ett utmärkt exempel på att den terminologin, eller diskursen om man så vill, numera finns på museet: "(...) Där finns en terminologi som är (...) produktionsinriktad kapitalistisk, vilket är okej, det får man ha, om man har valt det medvetet" (i3). Betydelsen av att inte förstå tyngden i marknadsorienterade ordval beskrivs av en annan av de intervjuade:

Bevarande låter reaktionärt och tråkigt och utveckling låter ju jättebra. (...) Det är ju som att byta från städerska till lokalvårdare. Och menar vi att vi inte ska ha nåt bevarande? Nä, (...) utan det dom menar är att, nu ska inte vi va tråkiga, nu ska vi va roliga. (...) Nä, det är ju bara ord. (i1)

Utsagan beskriver hur verksamheten ovanifrån förändrar terminologin från något som inte lockar publik till något som gör det. Denna kommersialisering medför samtidigt att bevarandet, en av museets grundpelare, plötsligt har försvunnit ur vokabulären. Den anställda ger inte mycket för denna utveckling. Notera att hen i det här fallet till och med beskriver museet som ett "dom", som den intervjuade alltså i det här fallet inte uppfattar sig vara en del av.

De grundläggande frågeställningarna om vad museet är och hur de förhåller sig till sin omvärld diskuteras inte tillräckligt. Museet måste förstå och förhålla sig till den marknadsorienterade diskurs som finns i samhället och i kultursektorn, och det efterlyses en medvetenhet kring begreppen, men som det gick att läsa i föregående kapitel menar en av de intervjuade att: "(...)det är så tydligt att man inte vet vilka begrepp man slänger sig med, man förstår inte innebörden" (i3) och, "(...) att förstå diskursen, och det är vi inte så bra på här tycker jag" (i3). Det finns en "avsaknad av att ta ett par steg tillbaka och problematisera. Ifrågasätta." (PF, s. 298) Man är inte helt överens inom verksamheten hur man ska hantera

dessa frågor, av Forslund exemplifierat i den etiska diskussionen kring den tidigare nämnda Rolfåkersmannens öde: "Vi borde bara vara överens i att det inte är oproblemiskt. För trovärdighetens skull." (PF, s. 300)

Museet lyckas på många sätt i sitt arbete och, menar en av de intervjuade, "levererar massor av saker, hela tiden, varje dag, varje vecka, varje år" (i3). Men för att kunna tänja på gränserna för museets uppdrag, för att kunna upprätthålla kvalitet och för att kunna behålla besökarnas förtroende krävs att hela verksamheten har en medvetenhet; "att det finns en tanke, en plan. (...)" (i3) Men, menar den intervjuade, "det tycker inte jag att det gör idag" (i3), "där saknar jag liksom ett gediget sådant arbete" (i3) och får medhåll: "Vi får väl bestämma vad som är viktigt"(i4) Detta resonemang kan kopplas samman med det, typiskt sociologiska, uppdrag som museet har i att kunna sätta historien i relation till dagens samhälle, till samtiden. En av de intervjuade menar att den marknadsorienterade terminologins betydelse och påverkan på verksamheten inte är förankrad i organisationen, och att detta är ett bevis på att "vi är ju inte riktigt med i vår tid. (...) Det måste ju va frustrerande att inte va i samtiden om det är det som är ens uppdrag." (i3) Istället hamnar museet på efterkälken i sin målsättning att bedriva museiverksamhet grundad i museets samtid.

6.1.2 Konstruktiv dialog efterfrågas

Flera utsagor menar att det är av stor vikt att diskussioner kring teoretiska frågor får större plats på museet "så att (...) vi som arbetsstyrka och som museum i vårt uppdrag vet vad vi ska göra" (i3). Den intervjuade menar alltså underförstått att arbetsstyrkan och museet inte fullt ut vet hur de ska arbeta idag. En annan utsaga menar att det "finns ett behov" (i2) av samtal om museets roll och visioner. En skiktning mellan de högsta cheferna och de övriga anställda vad det gäller strategisk förståelse, trots en avsaknad av grundläggande diskussion i verksamheten som helhet, framgår när en intervjuad menar att: "Vissa av oss är kanske lite mer insatta i diskussionen, men vi ju har mycket personal som inte har en akademisk bakgrund" (i4), och en annan säger: "Onekligen så rör ju sig museet framåt i vilket fall, och jag tror att framförallt cheferna har väldigt bra kläm på kulturstrategier" (i2).

Bristen på diskussion och medvetenhet skapar en otydlighet som dessutom inte är särskilt effektiv: ”det blir ju lätt så, att då kör jag mitt eget race (...), ingen kan säga att jag gör fel, och ingen kan säga att jag gör rätt (...) och det är ju inte effektivt (i4)” menar en av de intervjuade, och hen får medhåll:

Det finns fortfarande en konflikt mellan bevarande och tillgänglighet i våra samlingar, och om vi inte liksom debatterar och ifrågasätter och undrar och försöker förstå var vi befinner oss i den diskussionen som organisation, blir det väldigt splittrat. Och den splittringen är ju inte så särskilt effektiv. (i3)

Den intervjuade menar att det finns en grundläggande konflikt som står mellan den humanistiska diskursens tro på bevarande och på den sociologiska diskursens dito angående tillgänglighet, vilket också utsagorna i kapitlen 5.1 och 5.2 visade. Museet skulle må bra av att den diskussionen fick sin beskärda plats och kunde föras på ett konstruktivt sätt, men istället splittras museet på grund av en omedvetenhet om själva konflikten, vilket skapar en otydlighet i hela organisationen. En av de anställda menar att otydligheten i verksamheten beror på att ”det brister (...) högre upp” (int).

Ett forum på museet där strategiska innehållsfrågor kan diskuteras och teoretiska resonemang kan föras har under lång tid saknats:

(...) under den här tiden som jag har jobbat här så har ju inte vi haft ett forum på museet (...) där några personer har mandat och som uppgift att diskutera innehållsfrågor för museet, alltså strategiskt. Det är nånting som man nu har tillsatt. (i3)

Den intervjuade menar, trots allt, att museet ändå är på rätt spår. En grupp där övergripande verksamhetsdiskussioner kan föras har under 2011 tillsatts, och museichefen är medveten om att ett sådant forum var önskvärt:

Medarbetarna har uttryckt (...) en önskan om att ha mera enhetsövergripande verksamhetsdiskussioner. Det har vi haft i perioder men jag kan känna att det borde vi ha mycket mer. Till exempel att

diskutera kunskapsbegreppet då. Så det kommer vi att ha framöver.
(i5)

Långsamt verkar medvetenheten bli allt större. Det är dock mycket arbete som återstår: "Det händer väldigt mycket nu, men vi har jättelångt kvar, tycker jag" (i3). Hen efterlyser också att museet i nyrekryteringen bör ta hänsyn till detta: "Det är positivt att man uppifrån ser, och kanske tar in kompetens så vi kan ha den typen av diskussion, och att man tar in den aspekten i nyrekryteringen" (i3).

Under intervjuerna med de anställda på museet för denna studie framträdde en bild av att samtal kring museets övergripande verksamhet, likt de som uppstod i samband med dessa intervjuer, saknades men uppskattades och efterlystes. I slutet av en av intervjuerna beskrev den intervjuade samtalen som varit så här:

Jag tycker att, egentligen borde varje medarbetare, kollega och chef sitta och ha det här samtalet, för det är väldigt utvecklande för en själv tycker jag, att tvingas tänka till lite grann. Egentligen skulle jag (...) vilja sitta och ha den här diskussionen med alla. Nu har jag varken tiden eller möjligheten (...). (i2)

Museipersonalen verkar vilja tala med varandra om verksamhetens grundpelare, om diskurser, och de vill diskutera mer kring de frågor där de inte är överens. Utsagan ovan menar dock att tidsbristen är en bidragande orsak till att dessa samtal inte får den plats de skulle behöva. Detta bekräftas av fler utsagor:

[Det] finns en massa sånt här som man måste ta sig en funderare kring, (...) då gäller det att få tid och resurser, få tid att göra det. (i4)

6.1.3 Stram ekonomi och tidsbrist

Bristen på tid leder vidare till den andra sidan av den kontrast mellan teori och praktik som denna studie menar är ett utmärkande drag i de analyserade utsagorna från Göteborgs stadsmuseum.

Vi har så extremt mycket fasta kostnader. Det är lokaler, IT-kostnader som stiger liksom lavinartat. (i5)

I tidigare avsnitt har studien framhållit utsagor som menar att verksamheten i allt högre grad är fast i en ekonomisk verklighet med ett mycket litet manövreringsutrymme för utvecklingsarbete. En av de intervjuade beskrev att det är "mycket (...)nog ett utvecklingsarbete som får stå tillbaka, (...) man får såpass mycket att göra, och då kör man dom vanliga vägarna" (i1). Någon tid för förankring och diskussion verkar inte finnas. Tidsbristen betonas också av den av de intervjuade som allra mest efterlyser en djupare teoretisk diskussion: "men återigen så är det beroende av (...) tid att förankra dom frågorna i gruppen" (i3). En annan utsaga menar att det saknas tillräckligt med teoretiska dokument i verksamheten: "Vi saknar ju mycket såna (...) policydokument (...), men det är kanske tufft, det är nedskärningar" (i4). Flera utsagor pekar alltså på en stor oro över att de ekonomiska kraven göra att det långsiktiga arbetet kommer i andra hand. I bristen på tid används invanda arbetsätt som aldrig får chansen att utvecklas, och det blir pragmatiska frågeställningar kring den vardagliga verksamheten som det läggs mest energi på. "Det går ju oerhört mycket kraft att bara ta hand om dom som kommer in här" (i4), menar en av de intervjuade och ger ett exempel på hur den vardagliga praktiken lätt blir prioriterad främst: "Ja, väldigt krasst; (...) toaletterna ska tvättas, jag vill åka (...) på utbildning. Det är ganska självklart var prioriteringen sker" (i4). Museichefen framhåller byråkratin kring upphandlingsregler som mycket tids- och resurskrävande:

Det är ju upphandlingsregler som jag kan känna ibland kan vara väldigt komplicerade för den typ av verksamhet som vi har. Där vi inte har tiden och kanske inte heller kunskapen om att göra det, (...) proportionen i hur mycket tid som ska läggas på detta och att det ska skötas på ett korrekt sätt. (i5)

När de intervjuade ombads beskriva vad som var museets största utmaning i framtiden framhölls lokalernas mediokra beskaffenhet som en av de största utmaningarna från flera håll. "*Viktigast är att* lyckas få resurser till ett bra samlande med bättre klimat och där man ordnar upp arkiven på ett mycket mycket bättre sätt" (i1). De stora magasinerna utgör en bromskloss för verksamheten och har gjort så under lång tid. Alla verkar överens om att det är

av yttersta vikt att göra något åt problemet, annars går samlingarna till spillo, men samtidigt är alla medvetna om att det skulle innebära en mycket stor kostnad att bygga ett nytt lager för samlingarna, och med en redan ansträngd ekonomi blir detta ett konkret och överhängande orosmoln för verksamheten. "Magasinen behöver förändras. Dom behöver bli bättre för våra föremål, men dom behöver också bli bättre för oss och för våra brukare" (i2).

6.1.4 Att vara överens

Pragmatikerna står mot teoretikerna, och deras olika syn på museets problem är på många sätt väldigt långt från varandra. Pragmatismen beror till stor del på stram ekonomi och tidsbrist; man har inte tid att göra teoretiska reflektioner. Samtidigt kanske inte heller den djupa museiteorin alltid behövs. De personer jag intervjuat har jag valt att intervjua delvis på grund av att de är särskilt intresserade av museiteoretiska frågor. Diskurser är enligt Foucault (Johannisson 2006, s. 23) inte maktneutrala utan olika aktörer har på grund av exempelvis kunskapsnivå olika möjligheter att få sina argument hörda. De intervjuade kan alla beskrivas som väl insatta i museiteori, vilket innebär att studien troligtvis framhäver argumenten för ökad teoretisering något. Museet är ju samtidigt trots allt en verksamhet som varje dag måste skötas på bästa sätt. I vardagen på museet uppstår det en mängd praktiska problem som ständigt behöver lösas; ett arbete som på många sätt ligger närmare den faktiska museiverksamheten än vad de abstrakta teoretiseringarna gör.

Museer i allmänhet, och inte minst Göteborgs stadsmuseum, bör reflektera över hur väl de grundar sin verksamhet i teori, hur väl personalen är grundad, och hur viktigt det är för verksamheten. Uppenbarligen har personalen på Göteborgs stadsmuseum olika uppfattning om hur viktigt det är. En utsaga efterlyser att man tar hänsyn till bristen på teoretisk kunskap i nyrekrytering för ökad långsiktighet i arbetet. Men museet måste först fråga sig hur teoretiska man vill och har råd att vara och vilken vikt man bör lägga vid det praktiska arbetet. Man bör vara överens om vilka kompetenser som man vill försöka knyta till verksamheten. Ytterligare en utsaga bekräftar detta: "(...) att veta vad man ska rekrytera för folk, vilken kompetens ska dom ha?" (i4).

Trots alla dessa uppenbara konflikter är det viktigt att i sammanhanget också lyfta fram att flera av de intervjuade poängterar att det ändå är bra stämning på museet: "Ja det tycker jag att det är" (i2), och att det finns en bra dialog mellan de anställda: "Jag tycker vi är ganska bra på att prata med varann" (i1). Det uttrycks en tillförsikt inför framtiden: "Jag ser rätt ljusst på framtiden faktiskt" (i2).

6.2 Ett emotivt historiebruk tar större plats

I kapitel 4.3.1 presenteras Beckmans (1999) diskussion och modellschema kring kulturarvspolitiska förskjutningar. Att Göteborgs stadsmuseum vid grundandet tydligt kan placeras främst i den antikvariska delen av modellen, tack vare de höga idealistiska målen om kunskap till de breda massorna, gör att museet inte riktigt passar in i de generella strömningar som Beckman framhåller. Tack vare Göteborgs stadsmuseums relativt milda nationalism har det monumentala historiebruket inte varit lika framträdande som hos andra historiska museer och därför är diagonalen antikvariskt–monumentalt inte heller lika tydlig. Dock fanns ett stort mått av symbolskapande också under museets första tid. Det tydligt göteborgska skulle framhävas, och symboliska främmande föremål visades gärna upp. Det estetiska och instrumentella historiebruket var också närvarande; det var den goda Kulturen och Konsten som skulle ges till medborgarna, och hela samhället skulle gagnas av befolkningens bildning. Museiverksamhetens tyngdpunkt kom under efterkrigstidens humanistiska och senare sociologiska strömningar att allt mer att ligga på det antikvariska historiebruket på bekostnad av främst de monumentala och estetiska. Det gemensamma kulturarvet, kunskapen och förkovringen hos befolkningen för samhällets bästa var i ännu högre grad i fokus och det var alltså de kognitivt starka historiebruket som var de ledande under lång tid på museet.

Beckman menar som sagt att förskjutning skett mot *estetiskt–instrumentellt* historiebruk från en *antikvarisk–monumental* inriktning, och det estetiska och instrumentellas ökade betydelse går mycket riktigt hand i hand med den ökade marknadsorienteringen i kultursektorn och på Stadsmuseet. Men det är inte bara den estetiskt–instrumentella diagonalen som stärkts i och med den marknads-

orienterade diskursens intåg, utan också det monumentala symbolspråket. Kulturens och museernas symboliska värden framhävs i allt högre grad idag. I utsagorna från Göteborgs stadsmuseum kan skönjas att förskjutningen snarast varit från det kognitiva till det emotiva; de estetiska och monumentala värdena lyfts idag fram genom underhållning, genom en ökad användning av symbolik kring museet som företeelse i sig, och i verksamheten på museet med exempelvis marknadsföring, reklam och ett fortsatt användande av stark symbolik i utställningar. Det känslotynda har en fått mycket större del av museets uppmärksamhet. Samtidigt bör det understrykas att museet i grunden är en antikvarisk verksamhet. Där vilar fortfarande en övervägande del av museets grundläggande värderingar, om än ej i lika hög utsträckning som tidigare. Från att det antikvariska historiebruket varit allra viktigast har det känslobetona, själva upplevelsen av verksamheten fått allt större betydelse. Idag spelar alla fyra hörnen i Beckmans modell betydande roller i museets verksamhet. Denna spretiga bild tyder på en splittring som också förstärker intrycket av osäkerhet kring teoretiska verksamhetsfrågor som presenterades i föregående avsnitt.

Trots att man är en kulturinstitution, en av de få stora i staden och regionen, finns en osäkerhet på museet i hur man förhåller sig till kulturbegreppet. Johannisson (2006, s. 49) menar att kulturpolitiska måldokument sedan den sociologiska diskursen gjorde sitt intåg på 1970-talet tydligt präglats av ett antropologiskt kulturbegrepp, samtidigt som dessa dokument behandlar [K]ultursektorn, alltså den sektor som definieras utifrån ett estetiskt kulturbegrepp. Detta skapar en dubbelhet i de politiska dokumenten. Det skapar också en inkonsekvens i relationen mellan kulturpolitiska visioner och implementeringen av dessa, då visionernas omfattning är svåra att realisera. Kulturpolitiken är därför ett politikområde som karakteriseras av vaghet. (Johannisson 2003, s. 145, Johannisson 1999, s. 100-101) Osäkerheten i hur kulturbegreppet ska användas är alltså ingen överraskning, istället är det återigen den bristande insikten i kulturbegreppets dubbelhet som är problemet. För att skingra osäkerheten och istället öka medvetenheten om komplexiteten i begreppet bör det dualistiska i kulturbegreppet i högre grad uppmärksammas och diskuteras på museet.

6.3 Upplysning och upplevelse

Floris och Vasström (1999, s. 382-385) menar att istället för att ta avstånd från upplevelseelementet och kategoriskt stämpla det som en slags "disneyfiering", som många tunga kolosser på museikartan gör, bör man istället anta de utmaningar som museer ställs inför i dagens samhälle. Förut fick besökarna kunskap utan att kunna ha en dialog om kunskapens innehåll, men idag kan man ge besökaren möjlighet att vara med- och motspelare i historieförmedlingen. För att erbjuda publiken den möjligheten till interaktion måste museerna på allvar våga ta in helt nya element i utställningsarbete och museiverksamhet. De menar att det inte är tal om att antingen ge upplysning eller upplevelse, utan att det är helt nödvändigt att ha både och. (Floris & Vasström 1999, s 385) När internet- och multimediekulturen har satt upp nya normer för kunskapsinhämtande och pedagogik, måste museerna lära sig att hantera dessa nya normer och kunskapsformer och göra så att deras grundläggande uppgifter; insamling, bevaring, forskning och förmedling integreras i goda upplevelser för besökaren. (Skot-Hansen 2010, s. 65, 131) Dock, de museer som tar hjälp av exempelvis digitala medier i sin verksamhet måste då också stärka kompetensen på museet för en sådan teknik. (ibid. s. 103) Floris och Vasström (1999, s. 385) menar att museer inte vågar genomföra dessa förändringar fullt ut. Detta understryks av Skot-Hansen (2010, s. 84) som beskriver museerna som generellt alltför försiktiga och alltför bundna till klassiska museiideal.

Att locka publik till museerna handlar också, utifrån en sociologisk utgångspunkt, om en demokratisering av kulturen där alla oavsett boplats och bakgrund ska ha tillgång till kulturen. Samtidigt hänger publikens närvaro ihop med legitimeringen av museet som offentlig institution. Oavsett anledning behövs publiken för att museerna ska överlevna och därför bör man inte bortse från att man måste arbeta med museernas upplevelseorientering. (ibid. s. 61) Samtidigt som museets viktigaste framtidsmöjligheter ligger i förståelsen för museets nya roller och tillvaratagandet av nya sätt att förmedla, riskerar den ökade marknadsorienteringen också att utgöra ett hot mot museernas stora styrka; dess trovärdighet. Begrepp som fördjupning, innerlighet och autenticitet saknas i allt högre utsträckning. Om det blir allt för mycket underhållning, för mycket

multimedia och för mycket show kommer publiken inte längre lita på museerna som trovärdiga kunskapsbärande institutioner i samhället. Upplevelseorienteringen får inte gå ut över grundläggande museifunktioner. (Skot-Hansen 2010, s. 63, 131-133)

6.4 En ny diskurs tar form?

Skot-Hansen menar att hon kan skönja en viss mättnad i den marknadsorienterade diskursen. I allt högre grad letar kulturaktörer efter nya vägar och tittar allt mer tillbaka på tidigare diskurser. (Skot-Hansen 1999, s. 18-19) Som det empiriska materialet visar letar också Göteborgs stadsmuseum efter ett sätt att hantera den marknadsorienterade diskursens påverkan på verksamheten.

De analyserade utsagorna i studien visar att den marknadsorienterade diskursen omfattas av vissa på museet, medan andra istället tar starkt avstånd från dess yttringar. Dock visar museets historia och nutid att diskurserna knappast verkar på egen hand utan är ständigt interagerande med varandra. Därför måste man också acceptera och tillåta dem att finnas samtidigt. Det mest produktiva för Göteborgs stadsmuseum är att inte helt förkasta en eller flera av de rådande diskurserna, utan att konstruktivt använda det bästa från dem. Den marknadsorienterade diskursen har fördelar som bör tas tillvara inom verksamheten med nya sätt att förmedla utställningar och med nya kanaler att nå ut till människor. På samma sätt bör inte heller den humanistiska diskursen helt avfärdas. I dagens samhälle är informationsflödet överväldigande, vilket gör det ännu viktigare att framhäva museets egen kunskap och egen röst och stärka museets förtroende. Den sociologiska diskursen kan fortfarande vara ideologiskt mycket stark, men de andra diskurserna kan och får dela utrymmet. I Skot-Hansens modell över de kulturpolitiska diskursernas utveckling finns alltså tendenser till att en ny diskurs kan vara på ingående, en tillbakablickande diskurs som försöker dra lärdom av tidigare diskursers fördelar och nackdelar. En sådan sammanblandad diskurs skulle kunna kallas för en postmarknadsdiskurs, en nysociologisk eller en nyhumanistisk diskurs, det spelar mindre roll. Det viktigaste för museets framtid är, återigen, att inom organisationen komma överens om vilken väg som

museet ska gå i framtiden. En ny mixad diskurs är dessutom kanske nödvändig för att kunna lappa ihop de konflikter som skapats mellan de diskurser som idag är tydliga i verksamheten.

6.5 Museet som symbol

Vid museets grundläggning fanns ett uttalat mål om att museet skulle ha en god inriktning på stadens utveckling. Förkovran och ökad kunskapsnivå hos befolkningen skulle gagna stadens utveckling, och museets ursprungliga funktion som en slags mässhall hade som mål att visa upp Göteborg och närområdet för omvärlden på bästa sätt. (Bäckström 2010, s. 128) Man gjorde saker för stadens bästa, och så är det fortfarande, menar Forslund. (2010, s. 301)

Göteborg har, precis som de flesta andra stora städer idag, blivit en del av den trend som kallas "city-branding", där varje stad framhäver sina fördelar och där kulturinstitutioner används som symboler för höga kulturella värden. Skot-Hansen (2010, s. 111) menar att det finns en risk att en turistanpassad polerad kuliss skapas för att visa upp staden från sin "bästa" sida. Det gör att vissa grupper inte kommer att känna sig delaktiga i den bild som staden visar utåt. Vid grundandet av museet framhävde man stadens och nationens förträfflighet, och i den allt mer accentuerade marknadsorienterade diskursen idag riskerar museet att i allt högre grad okritiskt framhäva stadens och regionens förträfflighet och bli en mässhall för Göteborg. Ska museet vara en del av att gynna Göteborg genom turism, eller riskerar man då att förlora sin beskrivande objektivitet? Skot-Hansen (2010, s. 127) menar att det gärna får ingå kulisser och events på museer, men publiken måste kunna skilja på historier och historia. Samtidigt framhäver också Alzén och Hillström (1999, s. 9) att kulturarvet visserligen ofta lyfts fram för att öka ett områdes attraktionskraft, men också för att stärka kollektiva och individuella identiteter och stärka demokratin, och då används museets symboliska värden instrumentellt men enligt en sociologisk diskurs. Återigen, museet måste vara uppmärksamma på och överens om sin roll som instrument i olika marknadsorienterade uttryck för att inte gå miste om sitt starka förtroende.

Göteborgs stadsmuseum är kanske inte, likt andra museer i staden, den turistmagnet och självklara medelpunkt i den kultursektor som Göteborg gärna framhäver, men det behöver de heller inte sträva efter att vara. Museet fyller redan en funktion i staden och behöver inte heller ha som mål att bli ett typiskt flaggskepp i marknadsföringen av Göteborgsregionen.

6.6 Identitetsproblem

Föregående resonemang om museets roll bland andra museer och institutioner kan utvecklas ytterligare. Vad är Göteborgs stadsmuseum för slags museum? Är man ett stort museum av nationell angelägenhet, en turistmagnet för Göteborgsregionens bästa, eller är man ett lokalhistoriskt museum som enbart är av betydelse för göteborgarna? Är det ett traditionellt eller modernt och nyskapande museum? "[Det] finns en vilshenhet" (i4). Är man i verksamheten helt på rätt spår, eller ute på ganska hal is? På många sätt har museet identitetsproblem. Det går om inte annat att inse genom att jämföra språket och målsättningarna i foldern "Vi är Stadsmuseet" med verksamhetsberättelsen från 2010; de ger två helt olika bilder av Göteborgs stadsmuseum. Som Floris och Vasström (1999 s. 384) påpekar; museer är en spegel av, men också en aktör i, konstruktionen av samhället. Därför är det av yttersta vikt att vara medveten om i sin egen identitet.

Identitetsdiskussionen hänger ihop med den om iver att räkna publik. Från museet är man väl medveten om att man under lång tid har haft ganska svårt att locka till sig besökare. I och med sammanslagningen av de olika museerna i början på 1990-talet skedde en svår omställning organisatoriskt. De olika sammanslagna museerna såg sig själva som separata museer under lång tid och denna omställning till en samlad organisation har pågått sedan dess. Identitetsarbetet har därför varit viktigt och har varit i fokus speciellt under de senaste åren. Museet vill bygga en samlad identitet, vilket man kan se i att museet skaffat sig en grafisk profil och försöker profilera sig med en reklaminspirerad folder. "Kraft läggs på att få göteborgarna att ta museet till sina hjärtan." (Bjergfelt 2010, s. 194) På museet är det också ett välkänt faktum att många göteborgare faktiskt

inte vet var Göteborgs stadsmuseum ligger. Både adressen och entrén är anonym för många. Kanske är ivern över att skaffa sig en identitet och att verkligen kunna nå ut och bli en självklarhet för göteborgarna en förklaring på den starkt ökade marknadsiering som skett i verksamheten de senaste åren.

6.7 Marknadsieringen kväver diskursförståelsen

Den humanistiska och sociologiska synen på kulturpolitiken är fortfarande aktuell. Den nordiska och svenska kulturpolitiken har varit och är starkt präglad av både tron på starka regionbaserade kulturinstitutioner och på ett rikt och brett lokalt kulturliv med föreningar, studiecirkklar, folkbibliotek och kulturhus. I samma stad kan det finnas museum med gamla anor, aktivitetshus med sociala ambitioner och moderna internationellt orienterade konsthallar, vilka alla skall upprätthålla en fungerande verksamhet. Skot-Hansen (1999, s. 17-18) menar att kommunen ifråga då använder sig av något hon kallar för "vattenkanneprincipen", där det gäller att nå och upprätthålla alla dessa kulturformer med de tillgängliga ekonomiska ramarna, ramar som sätts upp i en marknadsorienterad kontext. För en institution innebär denna princip en allas kamp mot alla i att träffas av vattenkannans livgivande stöd; det gäller att synas och höras och göra sig nyttig i det lokala sammanhanget. Detta kan skapa en viss vitalisering av gamla institutioner, men viktiga funktioner riskerar att försvinna och man riskerar att inte ha eller ta sig utrymme att prioritera vissa områden. Resultatet kan bli att nyskapande och nytänkande stryker på foten precis som konkreta målsättningar, och dessa tendenser överensstämmer med situationen i Göteborg och på Göteborgs stadsmuseum.

I utsagorna märks ett tydligt mönster som beskriver en resursbrist som blir så stark att andra verksamhetsfrågor överskuggas. De överhängande ekonomiska kraven, intensifierade av en marknadsorienterad diskurs på frammarsch i kultursektorn, kväver museets utvecklingsarbete där djupare förståelse för just sådana kulturpolitiska diskursers betydelse för verksamheten skulle kunna vara en del i ett sådant utvecklingsarbete. Stadsmuseet riskerar alltså att fastna i en kulturpolitisk diskurs som man inte har tid att reflektera över.

7. Slutsatser

De tre olika kulturpolitiska diskurser som Skot-Hansen (1999) menar har utgjort huvuddragen i västerländsk kulturpolitik under de senaste decennierna är alla högst aktuella också på Göteborgs stadsmuseum. Den humanistiska diskursen utgör en betydelsebärande grund för museet och har på många sätt skapat det förtroende som museet idag ser som sin kanske största tillgång, och den sociologiska diskursens demokratiska tillgänglighetstanke präglar till stora delar verksamheten idag. I den ökade kommersialiseringen i dagens samhälle får den marknadsorienterade diskursen och det emotiva historiebruket allt större utrymme, vilket skapar stora motsättningar på museet. Foldern "Vi är stadsmuseet" hamnar i fokus och blir den centrala symbolen för den ökade kommersialiseringen av verksamheten. Utsagorna framhåller en oro över att museet i användandet av kommersiell terminologi riskerar publikens så viktiga förtroende och dess syn på museer som trovärdiga kunskapsbärande institutioner i samhället. Samtidigt betonas att det finns konstruktiva sätt att hantera den ökade marknadsorienteringen i samhället och att upplevelseorienteringen av museer kan vara en tillgång, som dock inte får gå ut över grundläggande museifunktioner. De starka motsättningarna blottar en övergripande antagonism mellan den sociologiska och den marknadsorienterade diskursen och studiens analys pekar på att den stora diskursteoretiska tvisten på stadsmuseet idag verkar stå mellan ett sociologiskt patos och en kommersiell instrumentalitet.

Redan hos Nordenskiöld (se kapitel 2.2) märks de avvägningar som de anställda idag fortfarande brottas med; bevarande eller tillgängliggörande i första rummet och balansgången mellan att vara underhållande utan att bli ett hus som visar publikfriande kuriosa. Idag finns liknande frågeställningar kvar i verksamheten; antagonismen mellan de olika diskursernas värderingar är tydlig. Det saknas däremot en fördjupad förståelse för dessa teoretiska konflikter hos museets personal. Flera utsagor menar att grundläggande frågeställningar om vad museet är och hur de förhåller sig till sin omvärld inte diskuteras tillräckligt; det saknas en problematisering och ett ifrågasättande av verksamheten. Också kring

kulturbegrepp och historiebruk råder osäkerhet och spretighet, men det är inte bara begreppen i sig som är problemet, utan den bristande insikten i den komplexa kulturpolitiska och museiteoretiska diskussionen bakom ställer också till det. I en allt mer accentuerad marknadsorienterad diskurs riskerar därför museets verksamhet att omedvetet bli ett kommersiellt instrument i marknadsföringen av Göteborg och regionen. De anställda på museet är villiga att i högre grad diskutera övergripande frågeställningar, men de allt trängre ekonomiska ramarna skapar en tidsbrist som sätter stopp för en sådan långsiktighet i diskussionerna. Stadsmuseet riskerar således att fastna i en marknadsorienterad diskurs där reflektionen över hur diskursen påverkar verksamheten inte hinns med på grund av att diskursen i sig skapar en allt större tidsbrist.

Verksamheten vid Göteborgs stadsmuseum påverkas av konflikten mellan den marknadsorienterade och den sociologiska diskursen. Om museet först förstår att de inte är överens i ett antal teoretiska verksamhetsfrågor och sedan kan hitta konstruktiva former för sådana diskussioner kan de sedan dra lärdom av tidigare diskursers fördelar och nackdelar och komma stärkta och teoretiskt förankrade ur en sådan diskussion. En ny mix av diskurserna verkar dessutom nödvändig för att kunna lappa ihop de konflikter som skapats mellan de diskurser som idag är framträdande i verksamheten.

7.2 Förslag till vidare forskning

I denna studie har Göteborgs stadsmuseum varit i fokus. Framtida studier skulle kunna fokusera på att jämföra hur de tendenser som framträtt på Stadsmuseet förhåller sig till situationen på andra kulturinstitutioner. En jämförelse med andra kulturhistoriska museer samt en jämförelse med andra typer av museer skulle kunna bringa ljus kring hur kulturpolitiska diskurser påverkar andra museiverksamheter. Jämförelsen skulle kunna göras mellan museer och kulturinstitutioner lokalt i Göteborg, men också nationellt och internationellt. Är en marknadsorienterad diskurs lika aktuell, och lika omstridd, på andra kulturinstitutioner och skapar diskurskonflikterna likartad problematik som den som framträtt i verksamheten vid Göteborgs stadsmuseum?

8. Källförteckning

- Adrian, Anna (2011). "Bevara eller förvara?" i Sjölin Mats, (red.) *Att fånga det flyktiga - Göteborgs museum 150 år*. Stockholm: Carlsson Bokförlag i samarbete med Göteborgs stadsmuseum, s. 213-226
- Alzén, Annika & Hillström, Magdalena (1999). "Inledning" i Alzén, Annika & Hillström, Magdalena (red.) *Kulturarvet, museerna och forskningen. Rapport från en konferens* Södertälje: Riksbankens Jubileumsfond och respektive författare, s. 9-24
- Beckman, Svante (1999). "Vad vill staten med kulturarvet?" i Alzén, Annika & Hillström, Magdalena (red.) *Kulturarvet, museerna och forskningen. Rapport från en konferens*, Södertälje: Riksbankens Jubileumsfond och respektive författare, s. 25-81
- Bjergfelt, Karsten (2011) "Om utställandet i och från Ostindiska huset i Sjölin Mats, (red.) *Att fånga det flyktiga - Göteborgs museum 150 år*. Stockholm: Carlsson Bokförlag i samarbete med Göteborgs stadsmuseum, s. 182-195
- Björk, Marie (2011). "Finns du på museet?" i Sjölin Mats, (red.) *Att fånga det flyktiga - Göteborgs museum 150 år*. Stockholm: Carlsson Bokförlag i samarbete med Göteborgs stadsmuseum, s. 154-167
- Bäckström, Mattias (2011). "Museet som centrum i samhällsbygget i Sjölin Mats, (red.) *Att fånga det flyktiga - Göteborgs museum 150 år*. Stockholm: Carlsson Bokförlag i samarbete med Göteborgs stadsmuseum, s. 199-153
- Dobke, Linda (2009). "Stadsmuseet blir reklampelare för GP", *Fria tidningar*, publ. 2009-02-24, Tillgänglig: <http://www.fria.nu/artikel/78003> [2013-01-15]
- Fink, Hans (1988). "Ett hyperkomplekst begrep. Kultur, kulturbegrep och kulturrelativisme I" i Hauge, Hans & Horstbøll, Henrik (red.) *Kulturbegrepets kulturhistoire*. Viborg: Aarhus Universitetsforlag, s. 9-24.
- Fjord Jensen, Johan (1988). "Det dobbelte kulturbegrep – den dobbelte bevisthed" i Hauge, Hans & Horstbøll, Henrik (red.) *Kulturbegrepets kulturhistoire*. Viborg: Aarhus Universitetsforlag, s. 155-192
- Floris, Lene & Vasström, Annette (1999). *På museum – mellan oplevelse og oplysning*, 1:a utgåvan, Roskilde: Roskilde Universitetsforlag
- Folder (2011). "Vi är Stadsmuseet" [Informations-/reklambroschyr] Göteborgs stadsmuseum, producerad av Scp Reklambyrå. (Utan utgivningsår eller tryckeri)
- Forslund (2011). "Museum som betydelsefull illussion" i Sjölin Mats, (red.) *Att fånga det flyktiga - Göteborgs museum 150 år*. Stockholm: Carlsson Bokförlag i samarbete med Göteborgs stadsmuseum, s. 292-307
- Göteborgs stadsmuseum (2012). Tillgänglig: <http://www.stadsmuseum.goteborg.se> / Om museet [2013-01-15]

- Hartman, Laura (2011). "Privatiseringar i välfärden har inte ökat effektiviteten", Dagens Nyheter, publ. 2011-09-07. Tillgänglig: <http://www.dn.se/debatt/privatiseringar-i-valfarden-har-inte-okat-effektiviteten> [2013-01-15]
- Holmqvist, Anette (2012). *Han sågas av sina egna*, Aftonbladet Hierta, publ. 2012-09-26. Tillgänglig: <http://www.aftonbladet.se/nyheter/article15504001.ab> [2013-01-15]
- Johannisson, Jenny (1999). "Kulturbegrepp och språkspel i svensk statlig kulturpolitik" i *Nordisk Kulturpolitisk Tidskrift*, nr 1, Borås: Bibliotekshögskolan, Högskolan i Borås, s. 77-111.
- Johannisson, Jenny (2003). "Lokal kulturpolitik: Ett senmodernt identitets- projekt?" i: Sörlin, Sverker (red.) *Kulturen i kunskapssamhället: Om kultursektorns tillväxt och kulturpolitikens utmaningar*. Skrifter från SISTER, nr 6. Stockholm: SISTER ; Nora: Nya Doxa, s. 139-160
- Johannisson, Jenny (2006). *Det lokala möter världen. Kulturpolitiskt förändringsarbete i 1990-talets Göteborg*. [Elektronisk] Diss. Bibliotekshögskolan Högskolan i Borås och Göteborgs universitet. Borås: Valfrid. Tillgänglig: http://bada.hb.se/bitstream/2320/2422/2/Avhandling_Johannisson.pdf
- Karlsson, David (2010). *En kulturutredning: pengar, konst och politik*. Karlshamn: Glänta Produktion
- Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun* Lund: Studentlitteratur AB
- Lord, Camilla & Ström, Åse (2011). *Västerås stadsbiblioteks roller - Ett nedslag i Västerås Stads styrnings- och planeringsdokument år 2010 med diskursanalytisk ansats* Magisteruppsats, Högskolan i Borås
- Munkhammar, Jonny, (2007). *Försäljning av statliga bolag under tre decennier, rapport*. [Elektronisk] Stockholm: Timbro. Tillgänglig: <http://www.timbro.se/bokhandel/pdf/000022.pdf>
- Nietzsche, Friedrich (1924). *Historien och Livet, en otidsenlig betraktelse* sv. övers. Alf Ahlberg, Uddevalla: Bokförlaget Natur och Kultur
- Nilsson, Sven (1999). "Mellan Tivoli och Kastrup. Nya kompetenser i kulturpolitiken" nedtecknat föredrag vid NordiskIdéforum 1999-01-30, u. å. Tillgänglig: <http://www.futurum.polyvalent.se/tivoli.html> [2012-05-23]
- Nyberg, Marie (2011). "Samtiden i ett historiskt perspektiv" i Sjölin Mats, (red.) *Att fånga det flyktiga - Göteborgs museum 150 år*. Stockholm: Carlsson Bokförlag i samarbete med Göteborgs stadsmuseum, s. 168-181
- Sjölin, Mats (2011). "Att fånga det flyktiga" i Sjölin Mats, (red.) *Att fånga det flyktiga - Göteborgs museum 150 år*. Stockholm: Carlsson Bokförlag i samarbete med Göteborgs stadsmuseum, s. 10-81
- Sjölin Mats, (red.) (2011). *Att fånga det flyktiga - Göteborgs museum 150 år*. Stockholm: Carlsson Bokförlag i samarbete med Göteborgs stadsmuseum.

- Skot-Hansen, Dorte (2010). *Museerne i den danske oplevelseøkonomi – når oplysning bliver till en oplevelse* 1:a utgåvan, 3:e upplagan, Frederiksberg: Samfundslitteratur
- Skot-Hansen, Dorte (1999). "Kultur til tiden – Strategier i den lokale kulturpolitik" i *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, nr 1. Borås: Bibliotekshögskolan, Högskolan i Borås, s. 7-27
- Thorén, Christian (2011). "Till allmänhetens tjänst" i Sjölin Mats, (red.) *Att fånga det flyktiga - Göteborgs museum 150 år*. Stockholm: Carlsson Bokförlag i samarbete med Göteborgs stadsmuseum, s. 268-281
- Trost, Jan (2010). *Kvalitativa intervjuer* Lund: Studentlitteratur AB
- VB; Verksamhetsberättelse (2010). *Verksamhetsberättelse för Göteborgs stadsmuseum*, Göteborgs stadsmuseum
- Winter Jørgensen, Marianne & Phillips, Louise (1999). *Diskursanalys som teori och metod* sv. övers. Sven-Erik Torhell (2000) Studentlitteratur, Lund
- VP; Verksamhetsplan (2011). *Verksamhetsplan Göteborgs stadsmuseum 2011, Fastställd 2011-03-10*, Göteborgs stadsmuseum