



# GÖTEBORGS UNIVERSITET

## LITTERATUR, IDÉHISTORIA OCH RELIGION

### Vem går på teater?

En publikundersökning av *I Annas garderob* och *Natten är dagens mor*  
på Göteborgs Stadsteater hösten 2014.

*Termin:* HT 2014

*Kurs:* TS1310, Uppsatskurs 15hp

*Nivå:* Kandidatuppsats

*Handledare:* Yael Feiler

*Av:* Tove Myrne Widfors

# Who visits the theater?

A public survey of *I Annas garderob* and *Natten är dagens mor*  
at Göteborgs Stadsteater autumn 2014.

## Abstract

The aim of this essay is to analyze the social data and habits of audiences attending the plays *I Annas garderob*, which had its world premiere at Göteborgs Stadsteater October 2014, and *Natten är dagens mor*, which opened at Göteborgs Stadsteater September 2014. The analysis is based on reception theory and applies a gender perspective. *I Annas garderob* is a contemporary play written by Ann-Sofie Bårány and directed by Suzanne Osten. *Natten är dagens mor* is a classical Swedish play written by Lars Norén and directed by Dennis Sandin.

The author of this essay conducted a public survey at three performances of each production. The results are presented and compared with each other and with other similar research projects. The results show that it was a startling difference between the number of men attending the two different productions. *Natten är dagens mor* had twice as many men among the surveyed audience than *I Annas garderob*. Besides the gender differences, both productions had great similarities regarding the surveyed audience. The result also resemble the results of other similar studies.

# Innehållsförteckning

Abstract	2
<b>1 Inledning</b>	<b>5</b>
<b>1.1</b> Förord	5
<b>1.2</b> Teaterpublikens sammansättning i Europa – en historisk översikt	5
<b>1.3</b> Syfte	8
<b>1.4</b> Frågeställning	8
<b>1.5</b> Metod och material	9
<b>1.5.1</b> Material	9
<b>1.5.2</b> Metod	9
<b>1.6</b> Uppsättningarna <i>I Annas garderob</i> och <i>Natten är dagens mor</i>	11
<b>1.6.1</b> I Annas garderob	11
<b>1.6.2</b> Natten är dagens mor	12
<b>1.7</b> Teoretisk utgångspunkt	12
<b>1.7.1</b> Receptionsteori	12
<b>1.7.2</b> Genus	14
<b>1.8</b> Tidigare forskning	15
<b>1.8.1</b> Receptionsteori	15
<b>1.8.2</b> Genus	16
<b>1.9</b> Publikundersökning	16
<b>1.9.1</b> Dramaten	16
<b>1.9.2</b> SOM-institutet	17
<b>1.9.2.1</b> Västsvenska teatervanor	17
<b>1.10</b> Statistik – Göteborgs Stad	18
<b>2 Resultatredovisning</b>	<b>19</b>
<b>2.1</b> Publikundersökning	19
<b>2.1.1</b> I Annas garderob	20

2.1.1.1 Sociala data	20
2.1.1.2 Vanor	21
2.1.2 Natten är dagens mor	22
2.1.2.1 Social data	22
2.1.2.2 Vanor	23
2.1.3 Avvikelser	23
2.1.4 Sammanfattning av publikundersökning	24
2.2 Publikundersökningar – jämförelse	24
2.2.1 Dramatens publikundersökning	24
2.2.2 SOM-institutets undersökning	25
2.2.3 Göteborgs Stad – inkomst	25
2.3 Intervju med Ulrika Sonn	26
2.3.1 I Annas garderob	27
2.3.2 Natten är dagens mor	28
3 Diskussion	29
4 Källförteckning	33

# 1 Inledning

## 1.1 Förord

Vem går på teater? Det är en fråga som länge funnits i mina tankar. Redan Aristoteles hade ett intresse för publiken och hur den reagerade. Men det var först under det sena 1960-talet som teorier där man utforskar publiken började utvecklas, receptionsteori var en av dem.<sup>1</sup> Enligt Willmar Sauter har all forskning angående teaterpubliken samma grund: spridningen av teaterbesökandet till fler människor i samhället.<sup>2</sup> När jag går på teater i Göteborg har jag ofta tänkt på att publiken ser väldigt homogen ut med hög medelålder och många kvinnor. Men kan detta verkligen stämma eller är det bara något jag fått för mig? Under hösten 2014 hade jag möjlighet att iaktta repetitionsarbetet av *I Annas garderob* på Göteborgs stadsteater. En nyskriven pjäs av Ann-Sofie Bárány regisserad av Suzanne Osten som handlar om lesbisk kärlek, psykoanalys och kvinnors kamp. Ju närmare premiären vi kom desto mer började jag fundera på vilken publik som kommer infinna sig i salongen framöver. Är det bara så kallade ”kulturtanter” och feminister som vill gå på uppsättningen, eller kommer även männen hitta sig dit. Kommer det att vara någon skillnad på publiken som besöker *I Annas garderob* jämfört med annan publik? För att svara på dessa frågor behöver det finnas något att jämföra med. Under samma period spelades Lars Noréns klassiska familjedrama *Natten är dagens mor* på Stadsteaterns scen Nya Studion, vilket blev en bra uppsättning att jämföra med. Jag gjorde en publikundersökning på sammanlagt sex föreställningar, tre av varje uppsättning. I uppsatsen redovisas siffrorna och jämförs med statistik från Dramaten i Stockholm och SOM-institutets (Samhälle, Opinion och Medier) befolkningsundersökningar.

## 1.2 Teaterpublikens sammansättning i Europa – en historisk översikt

I denna del kommer det presenteras hur publiken har sett ut i Europa sedan Antiken med nedslag i de viktigaste epokerna. Dessutom ska detta resultat jämföras med dagens publik.

Den västerländska teatern har sin grund i Antikens teater. Den var till en början del av storskaliga fester som hade betydelse både politisk och social. Dock var teatern, liksom deltagande i politiken, endast till för de fria medborgarna som var födda i Aten. Vilket inte inkluderade kvinnor, utlänningar eller slavar.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Willmar Sauter, *The Theatrical Event* (Iowa: University of Iowa Press, 2000), s.26.

<sup>2</sup> Willmar Sauter, *Teaterögon* (Borås: Liber, 1986), s.25.

<sup>3</sup> Per Arne Tjäder, *Uppfostran, Underhållning, Uppror – En västerländsk teaterhistoria* (Polen: Studentlitteratur, 2008),

Den främsta scenen i Aten under den grekiska eran var Dionysosteatern, i publiken fanns det plats för minst femtontusen människor. Vilket var en avsevärd mängd med tanke på stadens storlek, som hade cirka trettiotusen invånare. Åskådarplatserna var indelade i sektioner. De som satt närmast scenen var dignitärerna, därefter satt efeberna. Efeberna var söner till män som stupat i tidigare krig och som själva var mogna att inta sin plats i leden. Något som diskuterats mycket bland teaterforskare är frågan ifall kvinnor och slavar fick sitta i publiken. Ingen har kunnat bevisa att de fick vara en del av teatern under dess storhetstid. Dock finns det mer övertygande incidenter för en kvinnlig publik några århundraden senare.<sup>4</sup>

Från början av medeltiden stod teatern under kyrkans ledning, där fanns det redan en publik i och med gudstjänster och bönestunder. Med tiden flyttade också det religiösa dramat ut från kyrkobyggnaden och spelades utanför kyrkans portar. Sedan har vi mysteriespel som främst spelades på städernas öppna platser. Något som fanns kvar från den romerska scenkonsten var mimen, de dök ofta upp på folkliga fester vid årets viktiga högtider, vid marknader och liknande sociala sammanhang.<sup>5</sup> På medeltiden var det självklart att gå i kyrkan, därför fick de religiösa spelen en socialt blandad publik. Man enades och möttes i den kristna tron. När de flyttade dramat utanför kyrkans dörrar blev publiken inte lika enad och åskådarna kunde komma och gå som de ville.<sup>6</sup>

Under renässansen i London spelade man i amfiteatrar för olika sorters publik, men främst för vanligt folk.<sup>7</sup> I Frankrike underhölls hoven av teater. Under den senare delen av renässansen byggdes den första fasta teaterscenen i Frankrike.<sup>8</sup> I Italien under denna tid började det byggas fasta teatrar där man arbetade med en perspektivscen. Vilket innebär att det blir en tydlig skillnad mellan spelplats och publiken.<sup>9</sup>

Under barocken och klassicismen ersattes den brittiska utomhusspelplatsen alltmer av den italienska perspektivscenen.<sup>10</sup> I Spanien spelades teater på innergårdar med publik på tre sidor, ståendes, sittandes och en del hade egna loger med fönster. För kvinnorna fanns det en egen avdelning längst bort från

---

s.24.

4 Ibid, 26.

5 Ibid, 65.

6 Ibid, 69.

7 Ibid, 93.

8 Ibid, 108-109

9 Ibid, 89-91.

10 Ibid, 201.

scenen, då de inte fick beblanda sig med männen. Enda platsen på teatrarna där kvinnor fick beblandas med männen var i logerna.<sup>11</sup> Slottsteatern utökades och hade även offentliga föreställningar för betalande publik.<sup>12</sup> I Frankrike blev publiken allt mindre och successivt mer socialt avgränsad.<sup>13</sup>

Under rokoko- och upplysningstiden blev fler samhällsklasser synliga på teatern. Den borgerliga publiken började göra entré i salongen.<sup>14</sup> Tidigare hade den förnämsta delen av publiken fått sitta uppe på scenen, vilket förbjöds i mitten av seklet. De högre klasserna var fortfarande den dominerade publiken.<sup>15</sup> I vad som nyss hade blivit Storbritannien, var teaterintresset bland allmänheten inte lika stort som under 1600-talets första decennier.<sup>16</sup>

1800-talet var det borgerliga seklet. Publiken förändrades och i storstäderna hittade ny publik till teatern. Genrer som hade sitt ursprung i de gamla marknaderna tog sig in i teaterhusen, så som melodrama och vaudeville. I Paris förstäder och Londons East End skapades, vad som tidigare varit en okänd teaterkultur, nya sociala sammanhang. Det innebar att det blev en segregering men också att publiken lockades till de större teatrarna och där blandades publiken.<sup>17</sup>

### **1.2.1 Sammanfattningsvis**

Sedan antiken har det skett stora förändringar i publiksammansättningen. Under den tiden var publiken stor men väldigt begränsad till utvalda individer. Varken kvinnor, utlänningar eller slavar var välkomna. I dagens Sverige är den kvinnliga publiken vanligare än den manliga. Var man fick sitta berodde på ens ställning i Aten, i Sverige idag handlar det istället vad du är beredd att betala. På Dramatens stora scen har de fyra priskategorier, om du är över 26 år, de löper mellan 100-390kr.<sup>18</sup> På Göteborgs Stadsteaters stora scen är spannet inte lika stort där kan man som över 26 år välja mellan 250kr eller 290kr.<sup>19</sup> Dessa kan självklart variera en aning.

På medeltiden var dramat till för alla som gick förbi, det var uppträdande på torg och i kyrkor. Idag

---

11 Ibid, 148-149.

12 Ibid, 155.

13 Ibid, 163.

14 Ibid, 249.

15 Ibid, 205.

16 Ibid, 217.

17 Ibid, 334-335.

18 Dramaten, Kalendarium. 2014-2015. <http://www.dramaten.se/Kalendarium/> (Hämtad 2014-12-21)

19 Göteborgs Stadsteater, Biljetter. 2014-2015. <http://www.stadsteatern.goteborg.se/biljetter/> (Hämtad 2014-12-21)

sker det sällan, teatern är oftast tilldelad en specifik arena. Det är först under renässansens drama vi kan känna igen oss i att scenen är fast, vilket skapar en annan relation mellan publik och scen. En relation som sedan dess har utvecklats. Under barocken och klassicismens era i Spanien kan vi återigen läsa om att kvinnan som inte får beblandas med mannen. Kvinnorna får vara en del av publiken men för sig själva och längst bak. Idag skulle det vara de biljetterna, de längst bak, som är de billigaste. Teatern utanför salongerna var till för vem som helst. Men det var först under rokokon och upplysningen som publiken i salongerna började luckrades upp. Idag är alla samhällsklasser välkomna till de finare salongerna, men eftersom att det handlar om en prisfråga har inte alla råd. På 1800-talet kan vi se att teatern börjar sprida sig till förorterna vilket man ser i dagens Göteborg med till exempel Angeredsteatern och Backateatern. Man kan se att utvecklingen sedan Antiken har närmat sig allt mer hur vi idag ser på teater. Idag är alla välkomna så länge man har resurserna och kvinnan är istället den som dominerar publiken. Trots att utvecklingen har gjort att de fina salongerna är öppnare idag, finns inte samma typ av gatuteater. Den teater som var till för alla och där du kunde vara fattig såväl rik.

### 1.3 Syfte

Syftet med uppsatsen är att ta reda på vem som väljer att se uppsättningarna *I Annas garderob* och *Natten är dagens mor*. Genom en publikundersökning vill jag ta reda på vad skillnaden i publiksammansättningen är mellan två olika pjäser. Dels en nyskriven pjäs, skriven och regisserad av en kvinna och en klassisk svensk pjäs, skriven och regisserad av en man. Dessutom har den nyskrivna pjäsen kvinnor i huvudrollerna och i den klassiska är tre av fyra roller män. Syftet är också att genom publikundersökningen se om teatern har nått ut till sin tänkta målgrupp. Utifrån ett genus-, receptionsteoretiskt perspektiv och med hjälp av liknande statistik är syftet att finna skillnader och likheter i publiken.

### 1.4 Frågeställning

Vilken publiksammansättning har *I Annas garderob*?

Vilken publiksammansättning har *Natten är dagens mor*?

Finns det någon skillnad mellan de två publiksammansättningarna?

Motsvarar publiksammansättningen skaparnas målgrupp?

### 1.5 Metod och material



### 1.5.1 Material

Material som ligger till grund för undersökningen är en enkätundersökning av föreställningarna *I Annas garderob* och *Natten är dagens mor* på Göteborgs Stadsteater. Utöver publikundersökningen används relevant litteratur angående receptionsteori och genusteori, främst Willmar Sauters böcker men också Mark Fortier. Publikundersökningarna som används i jämförande syfte är Dramatens interna undersökning från 2013 och SOM-institutets undersökningar angående kulturvanor i Västsverige. Utöver detta har jag haft en intervju med marknadsavdelningschefen på Göteborgs Stadsteater Ulrika Sonn.

### 1.5.2 Metod

Jag har använt mig av en kombination av kvantitativ och kvalitativ undersökningsmetod, dels i form av enkätundersökning och analys av statistik och dels av djupintervju som jag anser komplettera mina kvantitativa resultat. Nationalencyklopedin förklaring på kvantitativ metod lyder: ”ett samlingsbegrepp inom samhällsvetenskaperna för de arbetssätt där forskaren systematiskt samlar in empiriska och kvantifierbara data, sammanfattar dessa i statistik form samt från dessa bearbetade data analyserar utfallet med utgångspunkt i testbara hypoteser.”<sup>20</sup> Den kvalitativa metoden förklaras så här: ”inom samhällsvetenskaperna ett samlingsbegrepp för olika arbetssätt som förenas av att forskaren själv befinner sig i den sociala verklighet som analyseras, att datainsamling och analys sker samtidigt och i växelverkan, samt att forskaren söker fånga såväl människors handlingar som dessa handlingars innebörder.”<sup>21</sup>

#### 1.5.2.1 Tillvägagångssätt

Undersökningen gjordes innan föreställningarna vid tre tillfällen, fredagen den 24/10, torsdagen den 30/10 och fredagen den 31/10 hösten 2014. Samtliga föreställningar började klockan 19. Sammanlagt fick jag in 47 svar per uppsättning. Svarsfrekvensen varierade mellan de olika dagarna. Enkätsvaren sammanställs både per dag, per föreställning och de två uppsättningarna sammanlagt. Resultatet kommer att jämföras och analyseras med varandra men också med liknande undersökningar.

---

20 Nationalencyklopedin, kvantitativ metod.

<http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/kvantitativ-metod> (Hämtad 2015-01-07)

21 Nationalencyklopedin, kvalitativ metod. <http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/kvalitativ-metod> (Hämtad 2015-01-07)

Enkäten är byggd på frågor angående den sociala datan och vanor, enkäten i sin helhet kan läsas i bilaga 1. För att enkäten inte skulle ta för lång tid att svara på valde jag att främst ha i kryssningsfrågor. De enda frågorna där den tillfrågade behövde skriva något, var om ålder och postnummer. Det var viktigt att frågorna skulle gå lätt och fort att besvara, då tiden innan en föreställning är knapp och jag ville hinna få så många svar som möjligt. När jag utformade enkätfrågorna tittade jag på andra enkäter som inspiration och hjälp.

Arbetet baseras på sammanlagt 94 enkäter, 47 för *I Annas garderob* och 47 för *Natten är dagens mor*. Vid varje tillfälle var vi tre personer som samlade in svar till enkäterna, två utanför Stora Scenen och en utanför Nya Studion. Utöver mig själv hjälpte fyra vänner till - två personer vid två tillfällena vardera samt två andra vid varsitt tillfälle. Innan varje tillfälle pratade vi igenom hur det skulle gå till. Jag förklarade vad de skulle säga till de medverkande, samt vad de skulle svara på eventuella frågor. Vid första tillfället gick jag fram och tillbaka mellan de två olika platserna för att få en bild av hur det gick, medan de andra två stod kvar utanför varsin scen. Då märktes det tydligt att man behövde vara fler personer för att samla in enkäterna till *I Annas garderob*. Orsaken till detta är att publiken var mer utspridd utanför Stora Scenen, vid Nya Studion var publiken samlad på en mindre yta. Enkäterna delades ut till så många som möjligt som ville svara och vi förklarade att det var till ett examensarbete för teaterstudier på Göteborgs Universitet. Sammanlagt delade vi ut 47 per uppsättning vilket också vara antalet vi fick in. Anledningen till att enkäterna både delades ut och samlades in innan pjäsen var att det var den sociala datan och publikens vanor som var det viktiga, inte upplevelsen i sig. Det första tillfället blev som en testomgång, därefter var det några små saker jag ändrade på vilket nämns nedan. I sin helhet var jag annars nöjd med undersökningstillfällena, men det blev lättare och lättare för varje tillfälle eftersom jag lärde mig hur vi skulle agera. Då folk hörde att enkäten var till ett uppsatsarbete blev gensvaret positivt.

### **1.5.2.2 Metodfunderingar**

Den frågan jag nu i efterhand kan se att de tillfrågade uppfattade olika, är frågan angående utbildningsnivå. Ett av svarsalternativen var Utbildningsnivå: Universitet/Högskola. Egentligen borde det kanske ha stått examen vid universitet/högskola. Den främsta anledningen till det är att undersökningarna jag jämfört med uttrycker sig så. Jag fick lägga till några namn på enkäten efter

första tillfället, vilket det står mer om senare. Det första tillfället blev som en testomgång, därefter var det några små saker jag ändrade på vilket nämns nedan. I sin helhet var jag annars nöjd med undersökningstillfällena, men det blev lättare och lättare för varje tillfälle eftersom jag lärde mig hur vi skulle agera. Överlag är jag nöjd med min enkät.

## 1.6 Uppsättningarna *I Annas garderob* och *Natten är dagens mor*

### 1.6.1 I Annas Garderob

Ann-Sofie Båránys nyskriva verk *I Annas garderob* hade urpremiär på Göteborgs stadsteaters stora Scen den 17 oktober. Med regi av Suzanne Osten och en ensemble på 17 personer fick vi ta del av, som stadsteatern själva beskriver den: ”en djärv berättelse som spränger gränser”.<sup>22</sup> Suzanne Osten var med i en hel de intervjuer angående uppsättningen. När Johanna Hagström för Göteborgs Posten frågade hur hon ser på publikens roll svarade hon så här:

Jag har ett väldigt behov av att folk kommer och tittar när jag är halvfärdig, att man pratar om det och gör sig en idé om det. Det ska ju dit, till Göteborgs teaterintresserade teaterpublik. Jag ser framför mig flera olika generationer, för det är så många olika formspråk i pjäsen så det borde vara attraktivt även för unga människor.<sup>23</sup>

För en intervju med Svenska Dagbladet konstaterar Suzanne Osten att *I Annas garderob* skildrar sådant som inte berättats förut. Med detta menar hon att ”bland annat sätter vi kvinnans sexualitet på teaterkartan. Särskilt den lesbiska kvinnan har ingen plats där alls, så nu är det dags. ”Blunda inte för oss flator, vi finns här på torg och gator” som det skanderas i pjäsen”.<sup>24</sup>

### 1.6.2 Natten är dagens mor

Lars Noréns *Natten är dagens mor* hade premiär den 26 september på Nya Studion Göteborgs Stadsteater. Den var klassiskt spelad med regi av Dennis Sandin. På teaterns hemsida står det så här om pjäsen:

22 Göteborgs Stadsteater, *I Annas garderob*. 2014. <http://www.stadsteatern.goteborg.se/pa-scen/20142015/i-annas-garderob/> (Hämtad 2014-12-20)

23 Johanna Hagström, Suzanne Osten: ”Javisst, jag är en avantgardist!”. Intervju med Suzanne Osten, Göteborgs Posten. 2014-10-19 <http://www.gp.se/kulturnoje/1.2520496-suzanne-osten-javisst-jag-ar-avantgardist-> (Hämtad 2014-12-30)

24 Göteborgs TT, Dörren öppnas till Anna Freuds garderob. Intervju med Suzanne Osten, Svenska Dagbladet. 2014-10-15 <http://www.svd.se/kultur/4012683.svd> (Hämtad 2014-12-30)

Ingen kan som Lars Norén belysa kärnfamiljens allra mörkaste vår.  
Det är åska i luften. Det lilla hotellet på landsbygden vibrerar av frustration. Från pappans arbetsrum kommer spritångorna. Sonen poserar naken framför spegeln. Mamman kedjeröker. I skafferiet ligger två halvdränkta rättor i en vatten hink och kippar efter andan. Och jazzmusiken ackompanjerar den jordiska skärselden som en familj kan vara. Får kärleken plats här?<sup>25</sup>

## 1.7 Teoretisk utgångspunkt

### 1.7.1 Receptionsteori

Receptionsteori bygger dels på antagandet att ett konstverk förlorar sin vitalitet utan betraktare/mottagare, och dels på ett intresse för hur mottagare, medverkar och bidrar med mening och innebörd för konstverk. Utan en betraktare som kan ta del av ett verk, förlorar verket sin vitalitet. Men också att ett verk bara existerar i en jämförelse, värdet existerar bara i jämförelse med något annat. Inom teater är mottagaren inte en läsare utan åskådare. Om vi breddar aspekten mottagare finns det otaligt många fler som påverkar betydelsen av kulturarbete, till exempel läsare, åskådare, agenter, filmbolag, galleriägare, kritiker, publicister, regeringar och så vidare. Eftersom man inte läser teater för sig själv som en bok, och det krävs resurser och människor som skall utföra föreställningen, har den en särskilt rik relation till mottagande.<sup>26</sup> Receptionsteori uppfattas som en allmän teori om dispositionen av konstverk och alla de krafter som är inblandade i dess sändning och mottagning. Den bedöms ha stora likheter med till exempel semiotik och reader-response teori. Två personer som har varit viktiga inom dessa teorier, är Ferdinand De Saussure och Charles Sanders Peirce, dock hade de olika åsikter om signifikantens betydelse. För Saussure var inte mötet mellan mottagaren och signifikanten det som betydde något, han såg det som ett slutet system som körs på egen hand. Till exempel en biograf som fortsätter fungera efter en kärnvapenkatastrof. Filmen rullar fortfarande även om ingen ser den, systemet finns där vilket gör att tecknen fortfarande existerar. Peirce menar istället att om det inte finns någon mottagare som kan tolka det hen ser så tappar det sin betydelse.<sup>27</sup> Ur deras perspektiv kan man tänka att Saussure skulle anse att även en teaterföreställning utan publik har en betydelse och tecken. Medan Peirce menade på att utan publiken som kan tolka tecknen som finns på scenen tappar också verket sin betydelse. För Peirce är betydelsen av publiken större än hos Saussure.

---

25 Göteborgs Stadsteater, Natten är dagens mor. 2014 <http://www.stadsteatern.goteborg.se/pa-scen/20142015/natten-ar-dagens-mor/> (Hämtad 2014-12-20)

26 Mark Fortier, *Theory/theatre an introduction* (New York:Routledge, 2002), s.132.

27 Ibid, s. 24-26, 132-133.

Willmar Sauter skriver i sin bok *The Theatrical Event*<sup>28</sup> hur han har observerat en förändring i hur man inom teaterstudier uppfattar teater: det har skiftat från att ses som ett konstverk till att förstå teater som en kommunikativ händelse. I boken *Teaterögon* skriver Willmar Sauter<sup>29</sup> om hur teatrarna, långt innan publikforskningen blev aktuell, själva försökt bredda publiksammansättningen och nå för de grupperna som sällan besökte teatern. Under 60-talet infann sig ett nytt intresse för kunskap om de människor och samhällsgrupper som deltog i det offentliga kulturlivet, däribland teaterbesökarna.

En grund i receptionsteorin är en undersökning av teaterbesökarna, som trots varierande mål har ett snarlikt tillvägagångssätt. Fundamentet ligger i att ställa en serie frågor, via enkäter och intervjuer, till en slumpmässigt vald del av befolkningen som är representativ för undersökningen. Undersökningen fokuserar på teaterpubliken följer den principen och tillämpar den på teaterpubliken.<sup>30</sup> De uppgifterna som i regel efterfrågas kan sammanfattas under fyra rubriker: social data, vanor, preferenser och attityder. Den sociala datan är information om de tillfrågades ålder, kön, utbildning, yrke, inkomst, boende osv. Frågorna kring vanor används för att till exempel ta reda på hur ofta personen går på teater, dans, bio. Med preferenser menas de frågor om vad man föredrar, det vill säga vilken teatersort eller vilken teater man prefererar. Till sist gäller det att fastslå människors attityder till teatern. Här kan man till exempel fråga, om man tycker teatern är viktig och om staten ska stötta den.<sup>31</sup> Undersökningar av denna sort har genomförts i både Sverige och utomlands. För hela Västeuropa har resultaten visat stora likheter. Publiken som företrädesvis går på teater är kvinnodominerande, välutbildad och tillhör i den yngre medelåldern. Många människorna har ingen relation till teatern, även om de skulle vilja gå på teater om inte en mängd hinder avhöll dem.<sup>32</sup> I min enkät har jag fokuserat på den sociala datan och vanor.

### 1.7.2 Genus

Jag kommer endast använda mig av ett genusperspektiv i en del av min analys. Därför väljer jag att kort presentera teorin men fokusera på en artikel som har betydelse för min analys.

---

28 Sauter 2000, s. 20.

29 Sauter 1986, s. 25.

30 Ibid, s. 26.

31 Ibid, s. 26-27.

32 Ibid, s. 27.

Ingen teori eller teorier har haft så stor inverkan de senaste 30 åren som feminism och genus där kön och sexualitet är involverade. Även inom teaterforskning har dessa teorier haft stort inflytande. Avsikten med genusteorierna är att förstå och analysera kvinnoförtrycket medan feminismen står för ideologin och den politiska kampen mot detsamma. Historiskt sett har kvinnoförtrycket varit extremt vanligt och utbrett. Patriarkatet, den maskulina suveräniteten och auktoriteten vanligen förankrad i fadersfiguren, har varit dess starkaste symbol.<sup>33</sup>

I artikeln *Kulturbärarna*<sup>34</sup> har Anna Hellgren talat med genusvetarna Hillevi Ganetz och Vanja Hermele om den kvinnliga publiken. Hon frågar varför kultur och teaterproducenter ofta ser ner på sin publik som vilken består till större del kvinnor. ”Kulturtant” är ett utbrett begrepp som blivit symbol för detta förakt: säg det och bilden av en dam i sextioårsåldern med stora silversmycken, rymliga kläder och årskort på de stora kulturinstituterna dyker upp. Ofta åtföljs denna benämning med ett hånfullt leende, få personer är så okej att ironisera över som just ”kulturtanten”. Realiteten är att kvinnor går oftare på teater än män. Hellgren skriver att i en undersökning från 2006 utgjorde kvinnorna 70 procent av de stora scenernas publik. Samtidigt är en överväldigande del av scenernas repertoarer ”manliga”. Fram tills 2010 fanns det knappt några kvinnliga teaterchefer. Hillevi Ganetz poängterar att det inte finns någon svensk forskning som analyserar varför teaterpubliken är överrepresenterad av kvinnor. Dock är den dominerande förklaringen att det handlar om konstruktionen av det maskulina och feminina. När man konsumerar kultur är man passiv vilket är en feminin egenskap. Att vara aktiv och producera tillhör däremot den maskulina normen. Självklart finns det massor med kvinnor som producerar och skapar kultur, men den normativa bilden av könen är just den: män är aktiva, kvinnor passiva.

Hillevi Ganetz fortsätter:

Man kan säga att kvinnor generellt är bitextuella, det vill säga kvinnor tar del av såväl manliga som kvinnliga erfarenheter, medan män är mono- eller homotextuella - de läser andra män och tittar på andra män. Den som är frank skulle kunna säga att förlusten är männens, eftersom de – grovt talat – faktiskt missar att ta del av halva mänsklighetens erfarenheter och konstnärliga yttringar. Många gånger – särskilt när det kommer till teater – går män miste även om manliga erfarenheter, eftersom de i sin

---

33 Fortier, s. 107-108

34 Anna Hellgren, *Kulturbärarna*. Samtal med Vanja Hermele och Hillevi Ganetz, Genus. 2011-01-14.  
<http://www.genus.se/meromgenus/teman/kultur/kulturbärarna/> (Hämtad 2014-11-13)

jakt på att uppfylla genuskontraktet låter bli att gå på teater.<sup>35</sup>

Vanja Hermele tycker det är tröttsamt att överrepresentation av kvinnor i publiken ses som ett problem. Hon nämner bland annat den dåvarande kulturministern Lena Adelsohn Liljeroths uttalande i riksdagen om frågan. Adelsohn Liljeroth ansåg att för att höja kulturens status måste den få in fler män, vilket i sin tur leder till mer pengar.

## 1.8 Tidigare forskning

### 1.8.1 Receptionsteori

Det finns en hel del forskning om teaterpubliken, fast med olika syften. Ett viktigt namn i svensk receptionsforskning är Willmar Sauter, i hans bok *The theatrical event*<sup>36</sup> skriver han om några av de viktigaste forskarna inom studier för teaterpubliken. Det har länge saknats information kring publiken genom historien. Men författare så som Alfred Harbage, John Lough och Roger Herzog har gjort betydande bidrag till vår vetenskap om Elisabetansk och fransk publik under nyklassicismen. I deras böcker fokuserar de inte på själva uppträdandet, utan koncentrerar sig på publikens sociala sammansättning. Heinz Kindermann har skrivit en serie av böcker om publiken under antiken och medeltiden. Sedan 1940-talet har publikundersökningar, byggda på sociologisk metodik, utförts regelbundet i många länder. Dessa undersökningar har ofta beställts av statliga myndigheter eller av teatern själva. Vilka tillhandahåller en mängd information på alla aspekter kring publikens attityd gentemot teatern. Men dessa undersökningar berättar inget om hur publiken uppfattar föreställningen, vilket gjorde att man var tvungen att skapa nya forskningsstrategier. Robert Jauss och Wolfgang Iser var receptionsteoretiskt, de studerade inte teater men deras idé om en ”implicit läsare” var lätt att överföra till en implicit eller ideal åskådare. Men för att svara på kritikern Michail Zagorsky’s fråga ”Who is experiencing what in the theatre and why?” behövdes en ny strategi. Man behövde hitta en strategi för att hitta förståelse för åskådarens upplevelse under och efter en teaterföreställning. Upplevelsen kategoriserades, den fysiska upplevelsen till exempel hur lokalen är och vart man sitter. Den emotionella upplevelsen, hur åskådaren sympatiserar med, identifierar sig och känner empati för karaktärerna och aktörerna. Den intellektuella reaktionen, hur åskådaren reagerar intellektuellt på det

---

35 Ibid

36 Sauter 2002, s. 27.

fiktiva men också på skådespelet, scenografin med mera.<sup>37</sup>

## 1.8.2 Genus

Som tidigare nämnts har teorier där kön och sexualitet är involverat haft stor inverkan de senaste 30 åren. Därför är det föga förvånande att det även inom teaterstudier finns en hel del forskning. Några av de mest framstående är Sue-Ellen Case, Jill Dolan och Gayle Austin. De har alla gett ut varsin bok som introducerar feministiska teorier till teaterstudier. I böckerna har de applicerat feministiska teorier på teaterstudier.<sup>38</sup>

## 1.9 Publikundersökningar

De publikundersökningar som kommer presenteras i denna del är en från den Kungliga Dramatiska Teatern i Stockholm från 2013, SOM-institutets årliga undersökning om kulturvanor i Västsverige från 2013 och SOM-institutets årliga undersökning om kulturvanor i Sverige från 2012.

### 1.9.1 Dramaten

Dramaten har från 2013 en mindre publikundersökning med social data.<sup>39</sup> I deras resultatredovisning från 2013 skriver de att svarsfrekvensen var lägre än tidigare år, endast 23%, men resultatet anses ändå vara stabilt och tillförlitligt. De har även gjort andra undersökningar, såsom en omfattande kunddatabasanalys, vilka bekräftar publikundersökningens demografiska utfall.<sup>40</sup> Av de som svarade var 67% kvinnor och 33% män, 61% var 55år eller äldre. 72% hade en högskoleutbildning. 49% hade ett förvärvsarbete. 38% pensionärer och 11% studerande.<sup>41</sup>

För att förtydliga Anna Hellgrens artikel använder jag mig av Dramatens resultatredovisning som tidigare nämnt var 67% av de svarade kvinnor. Men på Dramatens stora scen var det enbart ett kvinnligt verk som sattes upp jämförbart med sju manliga. Siffrorna för regissörer ser likadan ut, en kvinnlig regissör och sju manlig. På den Lilla scenen är siffrorna lite bättre med två kvinnliga verk och

---

37 Ibid, s. 26-27.

38 Fortier, s.107-108.

39 Dramaten, dokument – Resultat- och Årsredovisningar. <http://www.dramaten.se/Om-Dramaten/Dokument/> (Hämtad 2014-12-04).

40 Dramaten, dokument – resultatredovisning 2013, s. 10.

[http://www.dramaten.se/Global/omdramaten/dokument/Dramatens\\_resultatredovisning%202013.pdf](http://www.dramaten.se/Global/omdramaten/dokument/Dramatens_resultatredovisning%202013.pdf) (Hämtad 2014-12-04)

41 Ibid, s.21.



regissörer i jämförelse med sex manliga.<sup>42</sup>

## 1.9.2 SOM-institutet

På sin hemsida skriver de att ”SOM-institutet är en opartisk undersökningsorganisation vid Göteborgs Universitet. Sedan 1986 har SOM-institutet arbetat tillsammans med forskare inom en rad forskningsfält för att belysa opinioner och för att förstå svensk samhällsutveckling.”<sup>43</sup> SOM-institutet genomför en frågeundersökning varje höst vars syfte är att kartlägga den svenska allmänhetens vanor och förhållningssätt gentemot temat Samhälle, Opinion och Medier.<sup>44</sup> Det genomförs både nationell undersökning och en regional frågeundersökning i Västsverige. Datan samlas antingen in via postala eller webbaserade enkäter. Som Västsverige räknar SOM-institutet Västra Götalands län samt Kungsbacka kommun.<sup>45</sup> I undersökningen 2013 samarbetade SOM-institutet med Göteborgsoperan, Göteborgs Stadsteater och Göteborgs Konserthus för att ta reda på hur många av Västsvenskarna som besökt dessa verksamheter.<sup>46</sup>

### 1.9.2.1 Västsvenska teatervanor

Av de resursstarka områdena i Göteborg hade 28% besökt Stadsteatern under de senaste 12 månaderna. Inom de medelresursstarka 26%, medelresurssvaga 23% och tillsist bland de resurssvaga områdena hade enbart 16% besökt teatern. I Centrum (där SOM-institutet räknade in: Centrum, Majorna-Linné samt Örgryte-Härlanda) 31% och i övriga Göteborg var det 20% som hade besökt Stadsteatern någon gång de senaste 12 månaderna.<sup>47</sup>

Av de tillfrågade som svarade att de någon gång under de senaste 12 månaderna har gått på Göteborgs Stadsteater var 64% kvinnor och 36% män, i undersökningen i sin helhet svarade 52% kvinnor och 48% män. Av publiken var 13% mellan 16-29 år, 22% var 30-49 år, 26% 50-64 år och 39% 65-85 år. Det var 10% som enbart har gått ut grundskola, 19% som har en examen från gymnasium och/eller folkhögskola, 29% av besökarna hade gått en eftergymnasial utbildning men ingen examen vid högskola och 42% som tagit examen på högskola/universitet. 52% av de tillfrågade var

---

42 Ibid, s.23.

43 Göteborgs universitet, SOM-institutet. 2010. [http://som.gu.se/om\\_som](http://som.gu.se/om_som) (Hämtad 2014-12-08)

44 Göteborgs universitet, SOM-institutet- Scenkonst i Västsverige 2013. 2014.

[http://som.gu.se/digitalAssets/1488/1488776\\_scenkonst-i-v--stsverige-2013.pdf](http://som.gu.se/digitalAssets/1488/1488776_scenkonst-i-v--stsverige-2013.pdf) (Hämtad 2014-12-08) s.3.

45 Ibid, s.3.

46 Ibid, s.5.

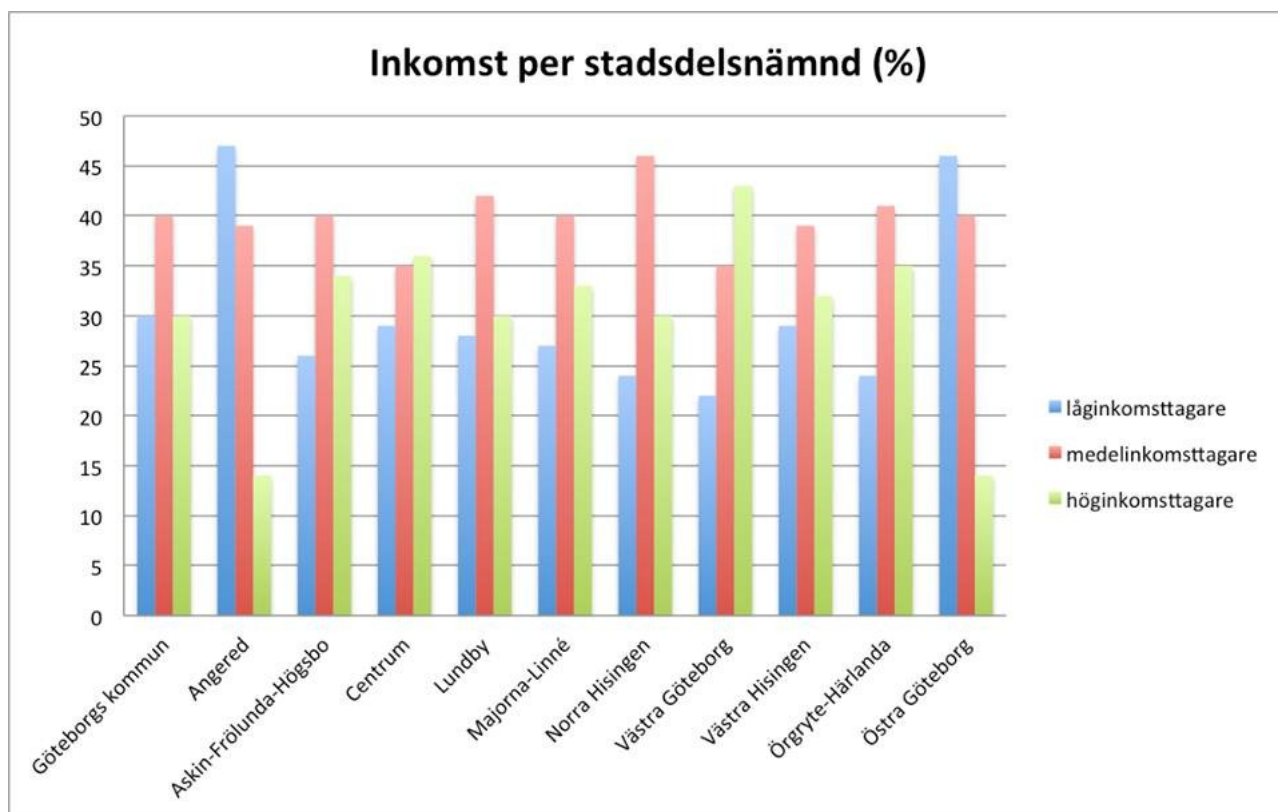
47 Ibid, s.15.

förvärvsarbetare, endast 2% var arbetslös, 38% av de som gått på Stadsteatern någon gång de senaste 12 månaderna var ålderspensionär, lägsta närvaron var hos de som var sjuk-/aktivitetsersättning vilket enbart 1% svarade att de var och tillsist 7% av de tillfrågade svarade att de var studerande.<sup>48</sup>

## 1.10 Statistik – Göteborgs Stad

För att kunna ta reda på hur många av besökarna som kommer från hög-, mellan- och låginkomstområden i Göteborgskommun presenterades kommunens egen statistik i en undersökning från 2012. Åldern som redovisas 25-64, vilket betyder att en del av den tillfrågade publiken inte är inräknade. Men man kan fortfarande göra antagande. Jag har räknat ut procent utifrån Göteborgs Stads hemsida och kommer avrunda dessa till tal utan decimaler.<sup>49</sup>

Som jämförelse har vi till en början Göteborgs Stads sammanlagda siffror, 30% låginkomsttagare, 40% medelinkomsttagare och 30% höginkomsttagare. Detta vill säga att 30% tjänade mellan 0-183tkr 2012, 40% 183-360tkr och 30% över 360tkr.



48 Ibid, s.28.

49 Göteborgs Stad. Statistik – inkomst 2012. <http://www4.goteborg.se/prod/G-info/statistik.nsf> (Hämtad 2014-12-10)

Angered och Östra Göteborg är de delar med högst antal låginkomsttagare och lägst antal höginkomsttagare. Västra Göteborg är den del av staden med lägst antal låginkomsttagare och högst antal höginkomsttagare. Hovås, Billdal, Lorensberg och Vasastan tillhör de områden i Göteborg med högst medelinkomst. I Hovås är 61% av invånarna höginkomsttagare vilket är dubbelt så många än snittet i hela kommunen. I Billdal är enbart 13% låginkomsttagare vilket går att jämföras med Angered där 14% är höginkomsttagare. I Lorensberg och Vasastan är 45% respektive 44% höginkomsttagare.<sup>50</sup>

## 2 Resultatredovisning

### 2.1 Publikundersökning

Arbetet baseras på sammanlagt 94 enkäter, 47 för *I Annas garderob* och 47 för *Natten är dagens mor*.

Något man måste tänka på är att *I Annas garderob* sattes upp på Stora Scen som rymmer cirka 600 personer och *Natten är dagens mor* sattes upp på Nya Studion som enbart rymmer cirka 180 personer. När jag pratade med personalen som sitter i biljettkassan berättade de att det var cirka 340-400 biljetter sålda per föreställning till *I Annas garderob* och nästa fullsatt på *Natten är dagens mor*. Detta betyder att jag procentuellt har fått ett större utslag från publiken på *Natten är dagens mor* än *I Annas garderob*. I det fortsatta arbetet refererar *publiken* till de 47 personer per föreställning som svarade på enkäten. Således inte uppsättningarnas samtliga publik, eftersom den del av publiken som svarade på min enkät statistiskt inte kan betraktas som representativ för den hela publiken. Jag har också valt att inte skriva ut några siffror med bokstäver för att ingen siffra ska falla bort.

Som nämnts i metod- och receptionsteoristycket efterfrågar enkäten både publikens sociala data och dess vanor. För att nå mitt syfte kretsar frågorna kring demografiska data eftersom publiken åsikt om föreställningarna inte var relevant för mig. Det viktiga vad istället att ta reda på kön, bostadsområde, ålder och så vidare.

---

<sup>50</sup> Ibid

## 2.1.1 I Annas garderob

### 2.1.1.1 Social data

I *I Annas garderob* fanns det ett kön som dominerade publiksammanställningen: av de 47 som blev tillfrågade identifierade<sup>51</sup> sig 34 som hon, 8 som han och 5 som hen. Även vad gäller åldern på publiken kan en tydligt mönster urskiljas - det var enbart 2 personer under 20 år som svarade på enkäten och 11 personer i åldrarna 20-29. Det tydligaste undantaget finns i åldrarna 30-49, som endast 7 av 47 var. En förklaring kan vara att detta beror på att det är åldrarna då man oftast har yngre barn och det inte finns någon tid över för att gå på teater. Siffrorna ökar tydligt igen för personer över 50år, 6 personer har svarat att de är mellan 50-59år, 15 mellan 60-69 och 6 mellan 70-79år.

En stor andel av de tillfrågade har gått på universitetet, hela 37 av de 47. Ingen svarade att de var arbetsökande men 19 var lönearbetare, 16 pensionärer och 8 studerande.

Jag frågade också om publikens postnummer, av 47 bodde 32 inom Göteborgs kommun. Dessa 47 var utspridda i 9 av de 10 stadsdelsnämnderna i Göteborg. 1 person bodde i Askim-Frölunda-Högsbo, 10 personer i Centrum, 4 personer i Lundby, 9 i Majorna-Linné, i Västra Göteborg bodde 1, på Västra Hisingen 1, från Örgryte-Härlanda kom 4 personer och i Östra Göteborg bodde 1. Enda stadsdelsnämnden där ingen bodde var Angered. De som bodde utanför Göteborgs kommun bodde 7 personer i Kranskommuner. Av de resterande bodde 4 personer i Stockholms län, 2 i Kungsbacka, 1 i Uppsala och 1 i Malmö.

### 2.1.1.2 Vanor

Vid frågan om de tillfrågade kände till regissören sedan tidigare svarade 29 ja och 18 nej. Av de som svarade ja hade dessutom 16 personer sett en av regissörens tidigare uppsättningar. På samma fråga men angående manusförfattaren svarade 8 ja och 39 nej. Av de som svarade ja hade 4 personer sett en tidigare uppsättning av manusförfattaren. När jag efter första tillfället märkte att de som svarade på

---

51 Jag väljer att använda mig av ordet identifiera då jag inte vill reproducera den heterosexuella matrisen som just insisterar på att dela in personer i kön. Dessutom väljer jag att ha med hen för att trotsa matrisen att det bara finns två kön. Jag menar istället på att det är upp till den enskilda individen att välja vad man identifierar sig som. Det kommer dock bli mycket han och hon eftersom att ingen av de andra publikundersökningarna som jag har använt mig av har ett tredje alternativ.

enkäten var osäkra på vem som var manusförfattaren och vem som var regissören (vilket även var fallet med *Natten är dagens mor*) valde jag att skriva till deras namn på enkäten. En längre förklaring om detta kommer längre ner.

För att få på reda publikens kulturvanor frågades i enkäten hur ofta de har gått på teater, opera, dans och konsert det senaste året. Av de 47 personerna som svarade sa 11 personer att de gått på teater 0-1 gång under det senaste året, 19 svarade 2-4 gånger, 13 svarade 5-8 gånger och 4 svarade att de gått fler än 8 gånger. Varken opera- eller dansbesöken hos den förfrågade publiken var särskilt många, endast 14 personer hade gått på dans fler än 1 gång det senaste året och för operan var det 16 personer. Att gå på konsert var desto mer populärt: 37 personer hade gått på fler än 1 konsert och av dessa var det 8 personer som gått på fler än 8 konserter.

I enkäten fick de svara på påståenden och kryssa i de påståenden som stämde. Den viktigaste anledningen till att personerna som svarade på enkäten gick på *I Annas garderob* var för själva teaterupplevelsen vilket 34 av 47 kunde känna igen sig i. Sedan kom att den tar upp ett intressant/aktuellt ämne som 25 personer kände igen sig i. Därefter kom intresse för regissören och rekommendationer/recensioner där 20 personer vardera kände igen sig. Tillsist var det 16 personer som såg föreställningen för ett intresse av ensemblen/särskild skådespelare.

## **2.1.2 Natten är dagens mor**

### **2.1.2.1 Social data**

Även på *Natten är dagens mor* var det en majoritet av de tillfrågade som identifierade<sup>52</sup> sig som en hon, nämligen 28 av 47 personer. Av den resterande publiken identifierade sig 16 personer som en han och 3 svarade att de är en hen. Tillika *I Annas garderob* finns ett stort glapp mellan åldrarna 30-49 där även där enbart 7 personer svarade att tillhörde det åldersspannet. 4 personer var under 20år och 6 personer mellan 20-29 år. Ökningen blir stor när vi kommer till åldern 50-59 vilket 12 personer var. 9 individer svarade att de var mellan 60 och 69 och 5 personer var mellan 70 och 79 år. Av de som svarade på enkäten för *Natten är dagen mor* var lika många personer under 20 år som över 80 år, det vill säga 4 stycken.

---

<sup>52</sup> Se föregående not.

En stor majoritet av publiken har gått på universitet, hela 35 av 47. Den övervägande delen av publiken var lönearbetare, närmare bestämt 23 personer. Dessutom fanns det 11 pensionärer, 8 studerande och av denna publik var 2 arbetssökande.

Jag frågade också om publikens postnummer, av 47 bodde 32 inom Göteborgskommun. Dessa 47 personer bodde i 7 av 10 Stadsdelsnämnder i Göteborg. 1 person bodde i Angered, 6 personer i Askim-Frölunda-Högsbo, i Centrum bodde 12 personer, i Majorna-Linné bodde 8 personer, 1 person bodde på Norra Hisingen, 1 person på Västra Hisingen och i Örgryte-Härlanda bodde 3. Ingen bodde i Lundby, på Norra Hisingen och i Östra Göteborg. Utöver Göteborgs Kommun bodde 11 personer i kranskommuner. Av de resterande bodde 1 person i Mellerud och 1 i Stockholms län. Därtill fick jag in två enkäter med postnummer som inte stämde. Postnummer som liknade dessa felaktiga nummer stod för Lund och Örebro. Utifrån det är mitt antagande att 1 av dessa personer kommer från Lund och 1 från Örebro.

#### **2.1.2.2 Vanor**

Vid frågan om de kände till regissören sedan tidigare svarade 11 ja och 36 nej. Av de som svarade ja hade dessutom 9 sett en av regissörens tidigare uppsättningar. När de sedan svarade på samma fråga angående manusförfattaren svarade 40 ja och 7 nej. Av de som svarade ja hade 24 personer sett en tidigare uppsättning av manusförfattaren. Som jag nämnde ovan valde jag efter det första tillfället den 24/10 att skriva till vem manusförfattaren och regissören var.

Åter till publikens kulturvanor av de 47 personerna som svarade på enkäten svarade 8 att de gått på teater 0-1 gång under det senaste året, 24 stycken svarade 2-4 gånger, 8 stycken 5-8 gånger och 6 svarade att de gått fler än 8 gånger. Liknande till *I Annas garderob* var besöksantalen låga när det gällde dans och opera, 12 personer hade gått på dans fler än 1 det senaste året. Opera besöken var något fler 19 personer hade gått på fler än 1 föreställningar. Svaren angående hur många konserter man varit på det senaste året är snarlikt svaren kring teatervanor. 8 personer svarade att de har varit på konsert 0-1 gång det senaste året, 25 stycken svarade 2-4 gånger, 10 stycken svarade 5-8 gånger och 4 svarade att de gått på konsert fler än 8 gånger.

I enkäten fick de svara på påståenden, där de fick välja att kryssa i de påståenden som stämde. Den

viktigaste anledningen till att personerna som svarade på enkäten gick på *Natten är dagens mor* var för själva teaterupplevelsen vilket 42 av 47 kunde känna igen sig i. Därefter kom att de hade ett intresse för regissören vilket 38 av 47 personer kände igen sig i. Som plats tre kom att föreställningen tar upp ett intressant/aktuellt ämne vilket 17 personer ansåg.

### **2.1.3 Avvikelser**

Vid första tillfället lade jag märkte att de som svarade på enkäten var osäkra på vem som var manusförfattare och regissör. Då valde jag att skriva till deras namn på enkäten. Det skrevs till Suzanne Osten framför titeln ”regissören” och Ann-Sofie Bárány framför titeln ”manusförfattaren” för *I Annas garderob*. Samma sak gjordes på enkäten för *Natten är dagens mor* där Dennis Sandin och Lars Norén hade dessa roller. En av anledningarna varför jag valde att göra så var för de två som svarade (den 24/10) att de sett pjäser av dramatikern, alltså, Ann-Sofie Bárány tidigare, också svarade att de inte kände till regissören, alltså Suzanne Osten. En av de som svarade att de sett något av Bárány fyllde också i att hon har sett väldigt många av manusförfattarens föreställningar. Dock har Bárány inte skrivit så många pjäser och de flesta hon har skrivit har satts upp av Suzanne Osten. Även vid genomgången av enkäterna för *Natten är dagens mor* fanns några frågetecken. Bland publiken på *Natten är dagens mor* ställdes frågan till oss om vem som var regissören vid ett flertal tillfällen. Dessutom blev jag fundersam då de tre som den 24/10 kryssat i att dom inte känner till manusförfattaren sedan innan, hade på baksidan kryssat i ”Jag ser denna föreställningen då jag har ett intresse för författaren”. Självklart kan det handla om något slags misstag men detta var den främsta anledningen varför jag valde att skriva till namnen på regissören och manusförfattaren. Jag utgår självklart från de siffror jag har fått fram men vill vara tydlig med att det kan finnas avvikelser mellan det första tillfället och de två senare.

### **2.1.4 Sammanfattning av publikundersökningarna**

Vad man kan avläsa från dessa siffror är att publiken inte skiljer sig särskilt mycket åt, förutom könstillhörighet. Det var till och med exakt lika många som bodde inom Göteborgs kommun. Skillnaden mellan kännedom av regissör samt manusförfattare var ganska självklara. Vi har å ena sidan en mycket välkänd författare och å andra sidan en mycket välkänd regissör. Jag blev väldigt överraskad över hur lika resultaten faktiskt är, att vissa siffror nästan är identiska. Det var till och med så att jag vid ett flertal tillfällen gick tillbaka till undersökningen för att se om jag blandade ihop enkäterna. Men rent procentuellt var det dubbelt så många män som gick på *Natten är dagens mor* jämfört med *I Annas*

*garderob*. Båda publikerna var väldigt välutbildade, de flesta arbetade eller var pensionärer men det var också en hög siffra studerande. Dock var det enbart två arbetssökande på *Natten är dagens mor* och ingen på *I Annas garderob*. Även kulturvanorna hos de olika publikerna var lika, båda hade ungefär lika många som hade gått på teatern 0-1 gång det senaste året som hade gått 5-8 gånger. På *Natten är dagen mor* var siffrorna identiska då 8 personer svarade på båda frågorna, *I Annas garderob* var siffrorna 11 och 13. En siffra som är identisk mellan de två uppsättningarna är att bland de tillfrågade var 7 personer mellan 30-49 år. På *Natten är dagens mor* gick 4 personer över 80 år vilka inga var på *I Annas garderob*, som däremot har fler besökare i åldern 60-69. Vilka delar av Göteborgs Stad som publiken var boende i har stora likheter, majoriteten bodde i Centrum eller Majorna-Linné.

## **2.2 Publikundersökningar – jämförelse**

### **2.2.1 Dramatens publikundersökning i jämförelse med min egen undersökning**

Vid en sammanräkning av den kvinnliga publiken för *I Annas garderob* och *Natten är dagens mor* var det 62 kvinnor av 94 personer. Rent procentuellt blir det 66% kvinnor, en procentenhet mindre än Dramatens resultat. Dock blir det större skillnad om man räknar de två föreställningarna för sig själva, då bli siffran istället 72% respektive 60%. Samma sak gäller de manliga besökarna, *Natten är dagens mor* hade ungefär lika stor andel män som Dramaten nämligen 34%. Medan på *I Annas garderob* var det enbart 17% av publiken som identifierade sig som män. En skillnad är att jag valde att ha med hen i min enkät. På *I Annas garderob* hade 79% en högskoleutbildning, för *Natten är dagens mor* var siffran 74% och i Dramatens undersökning var det 72%. Lönearbetade gjorde 40% av *I Annas garderob*'s publik och 49% av *Natten är dagens mor*'s vilket är samma procent som på Dramaten. Siffrorna för pensionärer var 34% och 23%. För studerande 23% respektive 17%. I Dramaten undersökning hade de 38% pensionärer och 11% studerande. Båda uppsättningarnas publiksammansättning har stora likheter med Dramatens resultat. *Natten är dagens mor* och Dramaten har liknande siffror gällande antalet män i publiken medan *I Annas garderob* och Dramaten har det angående den kvinnliga publiken.

### **2.2.2 SOM-institutets undersökning i jämförelse med min egen undersökning**

Av de tillfrågade som svarade att de någon gång under de senaste 12 månaderna hade gått på Göteborgs Stadsteater var 64% kvinnor. Detta går att jämföra med resultatet från min undersökning där det var



72% som identifierade sig som kvinna på *I Annas garderob* och 60% på *Natten är dagens mor*. På *I Annas garderob* var de enbart 17% som identifierade sig som man, på *Natten är dagens mor* var siffran dubbelt så hög med 34%. Men SOM-institutets siffra är snäppet högre, nämligen 36%. En av de större skillnaderna mellan min undersökning och SOM-institutets undersökning är antalet utbildningsnivå. På *I Annas garderob* hade hela 79% en universitetsexamen och för *Natten är dagens mor* var andelen också stor nämligen 74%, jämfört med 52%. Det var också ett högre antal studerande 23% respektive 17%, tillskillnad från enbart 7%. I SOM-institutets undersökning var det 52% som var förvärvsarbetande vilket var fler än 40% för *I Annas garderob* och 49% för *Natten är dagens mor*. Antalet pensionärer var också lite lägre med 34% respektive 23%, jämfört med 38%. Likheterna är stora även om det skiljer några procent hit eller dit. Men även i denna jämförelse är det fler studenter i mina undersökningar. Det är även en markant skillnad mellan utbildningsnivån i min undersökning jämfört med SOM-institutets.

### **2.2.3 Göteborgs Stad - inkomst i jämförelse med min egen undersökning**

Angered och Östra Göteborg är de delar med högst antal låginkomsttagare och lägst antal höginkomsttagare. Av den tillfrågade publiken på *I Annas garderob* och *Natten är dagens mor* bodde sammanlagt enbart 2 personer i Angered och Östra Göteborg. Av de sammanlagt 6 personerna som bodde i Askim-Frölunda-Högsbo som gick på *Natten är dagens mor* bodde 2 personer i Billdal och 1 i Hovås som tillhör de områden i Göteborg med högst medelinkomst. I Hovås är 61% av invånarna höginkomsttagare vilket är dubbelt så många som snittet i hela kommunen. I Billdal är enbart 13% låginkomsttagare vilket går att jämföras med Angered där 14% är höginkomsttagare. Samma sak gäller Centrum. Av de tillfrågade bodde 9 stycken av *Natten är dagens mor* och 7 stycken av *I Annas garderob* i Lorensberg och Vasastan, där medelinkomsten är högre än i Centrum som helhet.

Av de 68 besökarna som bodde i Göteborgskommun bodde 2 personer i stadsdelsnämnder med lägre antal höginkomsttagare och högre antal låginkomsttagare än genomsnittet. Den största majoriteten bodde i Centrum eller Majorna-Linné vilka båda har högre antal höginkomsttagare än snittet. Här måste man också tänka på att av de 22 personerna som bodde i centrum bodde 16 personer i Lorensberg och Vasastan vilka har 45% respektive 44% höginkomsttagare. De områden där statistiken är närmast Göteborgs snittet är Lundby och Västra Hisingen vilka 6 personer bodde i. 7 personer bodde i Örgryte-Härlanda där det både finns fler höginkomsttagare och medelinkomsttagare än i

Göteborgskommun. Dessa siffror visar att majoriteten av de tillfrågade besökarna kom från stadsdelar/stadsdelsnämnder där inkomsten är högre än kommunen i stort.

## 2.3 Intervju med Ulrika Sonn

Den 18 december intervjuade jag Ulrika Sonn som är marknadschef på Göteborgs Stadsteater. Anledningen var att ta reda på vilka målgrupper *I Annas garderob* och *Natten är dagens mor* riktade sig till. Ulrika Sonn förklarade att det redan från initiativstadiet finns en målgrupp. Efter presentationen av spelåret, under maj och juni, tar de fram en säljtext och en kampanjplan. De frågar sig vem de tror produktionen attraherar. De tar fram texter, bilder och idéer för att sätta ihop spelårets katalog. Det fanns inget färdigt manus till *I Annas garderob*, däremot fanns det en regissör som hade en idé. Det fanns inte heller någon färdig bild som kunde representera uppsättningen i teaterkatalogen. Tillslut valde de att låta pjäsen representeras av ett gammalt foto på Anna och Sigmund. *I natten till dagens mor* hade teatern redan en bild och kunde direkt skriva en säljtext. Efter sommaren gör marknadsföringsavdelningen unika kampanjplaner för varje uppsättning. Det handlar om spåravagnsreklam, att ta ut CRM (Customer relationship management) det vill säga vilka tror de har besökt teatern tidigare och som också är attraherade av det här.

### 2.3.1 I Annas garderob

*I Annas garderob* fick en egen facebookside, i vanliga fall brukar alltid produktionerna finnas på Göteborgs Stadsteaters egen sida. Ibland sticker det dock ut, *I Annas garderob* var en produktion som fick lov att göra det och synas på ett annat sätt. För att marknadsföra uppsättningen valde teatern ut publiken som tidigare sett andra produktioner som har likheter med *I Annas garderob*. Naturligtvis ingick här publiken som sett Suzanne Ostens tidigare produktioner, men även andra produktioner som man tänker sticker ut på liknande sätt. Där bland produktioner om kvinnofrågor, Stadsteatern har tidigare haft ett antal pjäser på Nya Studion, till exempel Carolina Frändes pjäser, där det finns ett feministiskt tänk. Då kunde marknadsföringsavdelningen rikta sig mot den specifika publiken.

Ulrika Sonn och hennes medarbetare jobbade vidare med att definiera målgruppen/målgrupperna. En av målgrupperna var feministester och genusintresserade personer, en annan var lesbiska kvinnor. Ytterligare en målgrupp var medelålders kvinnor som gjort karriär och kan se Anna Freud som en

kvinnlig förebild. Suzanne Osten kan också ses som en kvinnlig förebild som en framgångsrik kvinna i Sverige. I slutändan hade teatern två säljtexter, med samma bild men olika budskap och nischade föreställningen på olika sätt beroende på var och med vilka de pratade. Teatern valde också att rikta sig mot universitetet och då mer specifikt psykologistuderande.

Sonn förklarar att hon inte skulle marknadsföra till samma målgrupp som till exempel vill gå och se Sven Wollter, för att sälja in *I Annas garderob*. Beroende på vilken föreställning som ska marknadsföras väljs olika annonsplaster och på vilket sätt texten skrivs samt vilka bilder som väljs beror på var de publiceras. Facebooksidan var oerhört välbesökt och där behövdes det också anpassas till målgrupperna. För att bibehålla nyfikenheten från båda håll, fick det inte gå varken för mycket åt feministspåret eller för mycket åt psykoanalysspåret.

Vid frågan om marknadsföringen för *I Annas garderob* främst var riktad mot kvinnor, svarade Ulrika Sonn att teatern har en större del kvinnliga biljettköpare redan från början. Men att det finns vissa produktioner då man kan få med sig sin man eller att män köper biljetter själva. Andra produktioner som till exempel *Afterwork*, som går på Nya Studion under vintern, vill man snarare gå ett tjejgäng. Marknadsföringen för *I Annas garderob* var riktad främst till kvinnliga nätverken. De valde att kommunicera att Anna Freud var barnpsykologins grundare och banbrytande för sin tid. Dessutom att hon levde med en kvinna. Marknadsföringen behöver samtidigt stämma överens med den faktiska upplevelsen, för annars slutar den förväntade målgruppen att komma och de sprider inte heller vidare sin upplevelse inom sina kretsar. Enligt Ulrika Sonn, var det tydligt i *I Annas garderob* att kvinnor i de olika nätverken tyckte om vad de såg. De ville gå på föreställningen tillsammans med andra kvinnor inom de specifika kretsarna.

### **2.3.2 Natten är dagens mor**

När Ulrika Sonn tog ut CRM för *Natten är dagen mor* var det helt andra produktioner och dess publik marknadsavdelningen tittade på. Bland annat fokuserade de på publiken som tidigare varit och sett till exempel *En handelsresandes död* och *I väntan på Godot*. Till skillnad från *I Annas garderob* är *Natten är dagens mor* en klassiker. Med en klassiker har man en annan förståelse för vad man kan förvänta sig, därför handlade det snarare om vilka forum marknadsföringen fanns på. Var skulle annonsen, baneren och annan reklam dyka upp?

Vissa produktioner passar bra att rikta ut mot skolorna, det handlar ofta om klassiker som spelas på ett klassiskt sätt. *Natten är dagens mor* var just en sådan uppsättning. Den passar för de som vill se en klassisk pjäs som spelas på ett klassiskt sätt. När produktionen passa att visas i skolor, skickar marknadsföringsavdelningen ett lärarbrev, de ordnar med lärarträffar och bjuder in till samtal med skådespelare och regissör.

Något Stadsteatern har upptäckt är att det kan vara hippt eller inne med klassiker ibland den yngre publiken, som tillexempel när *Idioten* sattes upp på teatern för några år sedan. Göteborgs Stadsteater blev tagna på sängen då det var en helt annan generation än vad de hade förväntat sig som börjat intressera sig för klassiker. Vilket innebär att de nu också vet om att det finns ett skikt av unga vuxna som vill vara bevandrade i den klassiska litteraturen och den klassiska dramatiken. Så man väljer hellre en klassiker än det som teatern kanske tycker skulle vara nydanande. Med den lärdomen riktade sig marknadsföringsavdelningen på den 20 åriga publiken till *Natten är dagens mor*.

När jag frågade Ulrika Sonn om den kvinnliga och manliga publiken förklarade hon att det oftast är kvinnor som köper biljetter. Men också att *Natten är dagens mor* har en manlig problematik, den handlar om en pappa som förstör sin familj med sitt alkoholproblem. Det är alltså vanligare att män går på föreställningar där det finns manlig problematik. Med sådana uppsättningar är det också vanligare att männen själva köper biljetter och går i grupper om män inte bara i kvinnligt sällskap.

Vad teatern såg när teaterkorten och biljetterna släpptes var att båda dessa föreställningar hade ett driv i försäljningen och att målgrupperna hade appellerat till deras text. Väl efter premiärerna fortsatte biljetterna att sälja bra.

### **3 Diskussion**

När jag sammanställde undersökningen blev jag ofta överraskad att resultatet var så lika mellan de två uppsättningarna. Jag hade förstått sedan innan att resultaten skulle ha stora likheter. Men när det var exakt samma siffra räknade jag igenom materialet flera gånger för att se om det verkligen kunde

stämma. Till exempel var det exakt lika många personer som svarade på enkäten som var i åldern 30-49 år, det var lika många som bodde inom Göteborgs Stad och även inom vissa stadsdelsnämnder. De största skillnaderna var hur många män som gick på vardera uppsättning, vilket jag kommer diskutera lite senare. Publiken till *Natten är dagens mor* är också aningen äldre. För att se om mitt resultat är någorlunda representativt har jag använt mig av andra publikundersökningar för att jämföra, Dramatens interna och SOM-institutets. Sammanlagt för båda uppsättningarna i min enkätundersökning var det 66% som identifierade sig som kvinna, på Dramaten var det 67% och i SOM-institutets undersökning angående Göteborgs stadsteaters publik var 64% kvinnor. Resultatet från min publikundersökning är slående likt Dramatens resultat men har också stora likheter med SOM-institutets resultat. Speciellt resultatet mellan *Natten är dagens mor* och Dramatens undersökning har stora likheter. Det som skiljde mest var att det var en yngre publik och fler studerande (det var inge skolklasser där under någon av de tre dagarna). Med det här resultatet anser jag att min undersökning är i det stora hela är representativ. Precis som en äldre kvinna sa när vi berättade varför vi gjorde undersökningen: ”Men det vet ni ju vilka som går på teater, sådana som jag”.

I SOM-institutets undersökning, angående teatervanor med fokus på Göteborg, var det i de resursstarka områden som flest personer hade besökt Stadsteatern. Det visade sig att ju längre bort från de resursstarka områdena desto färre antal personer hade besökt teatern. Dessutom var det vanligare att besöka teatern om du bodde i Centrum (då inräknat Centrum, Majorna-Linné samt Örgryte-Härlanda). Det här visar också min undersökning, majoriteten av publiken bodde i dessa tre områden. Det är tråkigt att se den stora skillnaden men samtidigt inte förvånande. Biljettpriserna är inte billiga och kanske inte något som kan prioriteras före mat, hyra, räkningar och så vidare. Vilka förändringar kan göras för att sprida teatern? Jag gillar att man under antiken har stora festligheter med teater, dock var teatern där än mer exkluderande. Tänker också på gatuteatern som var stor under bland annat medeltiden, som alla fick chans att ta del av. Eller i England, i deras öppna teatrar som var till för det vanliga folket. Vad skulle man kunna göra idag då, sänka priserna eller visa upp föreställningar på andra sätt än in inne i en teater? Med *I Annas garderob* fick vi se en ny grupp representeras på scen som vi inte satt innan: den lesbiska kvinnan. Men det finns fler förtryckta grupper som också behöver få ses.

Ulrika Sonn var tydlig med vilka de riktade sig till i *I Annas garderob* - kvinnor, kvinnor som gjort

karriär, lesbiska kvinnor, feminister osv. Men också de med ett intresse för psykoanalys. Ett av mina påstående var: Jag ser denna föreställning då den tar upp ett intressant/aktuellt ämne. På detta påstående höll 25 av 47 personer med om, det betyder att lite fler än hälften ansåg att pjäsen tog upp ett intressant/aktuellt ämne. Jag drar slutsatsen att dessa 25 personerna tillhör målgruppen på något sätt, detta eftersom målgrupperna var de personer som på något sätt kände med ämnet. Eftersom att det var en väldigt högutbildad publik, kan man också göra antagandet att flera av dessa kvinnor gjort karriär, några kanske utbildat sig inom psykologi. Jag kan inte svara på om någon var lesbisk eller inte. Men med nästan lika många personer som identifierade sig som han och hen kan man anta att det var en publik med ett starkt genusmedvetande. Teatern hade en väldigt tydlig målgrupp till *I Annas garderob* och ur min undersökning lyckades de verkligen locka denna publik. En välutbildad kvinnlig publik med ett intresse för ämnet. Samtidigt känns det lite tråkigt att inga överraskningar dök upp. Att den inte spridit sig längre. Jag förstår att man inom marknadsföring måste hitta de som kan tänka sig köpa en biljett. Men som sagt hade det varit trevligt att se en bredare publik. *Natten är dagens mor* hade inte en lika tydlig målgrupp. Eftersom ingen skolklass var där vid något av de tre tillfällena undersökningarna utfördes kan jag inte svara på om de lyckades nå denna målgrupp. Något marknadsföringsavdelningen använder sig av är tidigare besökare till liknande uppsättningar för att nå ut. Av den tillfrågade publiken hade över fyra femtedelar av dem gått på fler än två föreställningar de senaste 12 månaderna. Några av de kan mycket väl gått på *En Handelsresandes död* i våras. Annars var det en ganska blandad publik både unga och äldre, kvinnor och män. Ulrika Sonn påpekade att eftersom att det är en pjäs med manlig problematik lockas fler män. Mycket riktigt stämmer hennes påstående. Det är svårt att avgöra om *Natten är dagens mor* lyckades nå sin målgrupp eftersom den inte var särskilt specifik. Vilket inte heller publiken är, den spretar inte åt något speciellt håll utan är väldigt lik de större undersökningarnas resultat. Något de publiken däremot har gemensamt är att 85% av dem visste vem Lars Norén är och 37 av 47 svarade att de hade ett intresse för författaren. Stadsteatern sökte en publik som ville gå på en svensk klassiker, vilket de också lyckades med. Även här är det tråkigt att det inte blev några överraskningar och även om publiken har en viss bredd, är några få stadsdelar överrepresenterade.

Som vi kan se var det en väldigt stor skillnad hur många män och kvinnor som gick på vardera föreställning. Under undersökningen jobbade vi med att försöka få så många som möjligt att svara på enkäten och framförallt få ett så representativ resultat som möjligt. Jag antog att det var fler kvinnor än

män som skulle gå på *I Annas garderob*. Något som var tydligt var att många kvinnor med varandra medan männen sällan sågs utan kvinnligt sällskap. På *Natten är dagens mor* var det mycket mer blandat. I siffrorna till *I Annas garderob* identifierade sig 34 personer som hon, 8 som han och 5 som hen. Procentuellt är siffrorna 72% som kvinna, 17% som man och 11% som hen. På *Natten är dagens mor* identifierade sig 28 personer som hon, 16 som han och 3 som hen. Procentuellt blir det 60% som kvinna, 34% som man och 6% som hen. Mellan kvinnorna, i de olika föreställningarna, ser det inte ut att vara så stor skillnad. Skillnaden ligger i hur många som identifierar sig som man, här är siffran den dubbla för *Natten är dagens mor*. På Dramaten var siffran 67% kvinnor och 33% män. Som-institutet undersökning, med Göteborgs Stadsteaters publik, hade siffrorna 64% kvinnor och 36% män. Alla siffror är relativt lika, *I Annas garderob* har en högra antal kvinnlig publik och *Natten är dagens mor* har en lägre men skillnaden är inte så stor, däremot är den manliga publiken väldigt olika. *Natten är dagens mor* handlar om en man som genom sitt alkoholproblem krossar sin familj, en man (Lars Norén) har skrivit den, en man (Dennis Sandin) har regisserat och tre av fyra roller tillhör män. *I Annas garderob* handlar om kärlek mellan kvinnor, psykoanalys och familjeförhållanden, där kvinnor har de stora rollerna. En kvinna (Ann-Sofie Bárány) har skrivit manuset och en kvinna (Suzanne Osten) har regisserat den. *I Annas garderob* är en pjäs om kvinnlig sexualitet, starten av HBTQ-rörelsen, lesbisk kärlek och karriärkvinnor. Vid ett tillfälle när jag var med under repetitionerna och skådespelarna på scen sjunger om orgasm, lite mer specifikt orgasmen mellan två av de kvinnliga huvudrollerna, vänder sig Suzanne Osten mot mig och frågar om mig om jag någonsin har sett något liknande på scen förut. Jag kan inte annat än att säga nej, för det har jag verkligen inte, jag har aldrig sett kvinnor porträtteras på detta sätt. Jag kan inte minnas att jag någonsin sett lesbisk kärlek skildras på scen, inte på detta sätt i alla fall.

Genus teorin har för avsikt att förstå och analysera kvinnoförtrycket. Hur ter sig detta förtryck inom teatern och mer specifikt av publiken? Något som Ganetz och Hermele tar upp är att man ser ner på den kvinnliga publiken, den klassiska bilden av kulturtanten. Men också att enligt konstruktionen av det feminina och maskulina är det feminint att vara passiv medan maskulint att vara aktiv och producera. Något som i sin tur blir ett resultat av detta är att kvinnor är bitextuella, det vill säga kvinnor tar del av såväl manliga som kvinnliga erfarenheter, och männen mono- eller homotextuella, de läser andra män och tittar på andra män. Ulrika Sonn sa att *Natten är dagens mor* lockar fler män och att män går i grupper av män, inte bara med kvinnligt sällskap. *I Annas garderob* däremot valde teatern att rikta sin

marknadsföring mot kvinnor som gjort karriär, feminister och HBTQ personer. Teatern är alltså mycket medveten om vilka som väljer att gå på vad. Männerna fortsätter att vara mono- eller homotextuella och kvinnorna fortsätter att vara bitextuella. På Dramatens stora scen 2013 spelades ett verk med kvinnlig manusförfattare upp jämfört med sju manliga verk, samma siffror gällde regissörer, men det var 67% av publiken som bestod av kvinnor. Vilket är ett tydligt bevis på att kvinnan är bitextuell.

Är det då förvånande att publiken består till överväldigande del av kvinnor? Har det någon betydelse? Jag blev inte förvånad att det var fler kvinnor, det hade jag förväntat mig. Jag hade också förväntat mig att det skulle vara en stor skillnad mellan de två uppsättningarna. Men man måste vara noga med att säga att problemet inte ligger i den kvinnliga publiken, för det är fantastiskt med en publik. Problemet ligger i att kvinnor måste vara bitextuella för att gå på teater, vilket männen kan välja att låta bli att vara. Det finns ett problem i att kvinnan tar del av männens värld men männen tar inte del av kvinnans. Som Ganetz nämner, om man skulle vara frank skulle man kunna säga att förlusten är männens, eftersom de missar att ta del av halva mänsklighetens erfarenheter och konstnärliga yttringar. Så har det någon betydelse? Jag tycker det då systemet bibehåller våra könsroller och konstruktionen av feminint och maskulint. *I Annas garderob* var något nyskapande, spännande och historier där kvinnor, som sällan annars porträtteras, kan känna igen sig och se sig själva. Varför skrämmer det bort den manliga publiken? Varför inte välja att vigda sina vyer? Detta kan jag tyvärr inte svara på men hoppas att det kan bli en förändring. Tillsist, det finns skillnader mellan de två föreställningarna, men det mest påtagliga är de stora likheterna i dessa båda publik. Även om det finns skillnader mellan kön finns fortfarande likheter mellan vart de bor, utbildningsnivå och ålder. Publiken är en liten homogen grupp som har privilegiet att ta del av teaterkulturen.



## 4 Källförteckning

Fortier, Mark, 2002: *Theory/theatre an introduction*. New York:Routledge.

Sauter, Willmar, 2000: *The Theatrical Event*. Iowa: University of Iowa Press.

Sauter, Willmar, 1986: *Teaterögon*. Borås: Liber.

Tjäder, Per Arne, 2008: *Uppfostran, Underhållning, Uppror – En västerländsk teaterhistoria*. Polen: Studentlitteratur.

### Artiklar

Anna Hellgren, Kulturbärarna. Samtal med Vanja Hermele och Hillevi Ganetz, Genus. 2011-01-14.

<http://www.genus.se/meromgenus/teman/kultur/kulturbarnarna/> (Hämtad 2014-11-13)

Johanna Hagström, Suzanne Osten: ”Javisst, jag är en avantgardist!”. Intervju med Suzanne Osten,

Göteborgs Posten. 2014-10-19 [http://www.gp.se/kulturnoje/1.2520496-suzanne-osten-javisst-jag-](http://www.gp.se/kulturnoje/1.2520496-suzanne-osten-javisst-jag-ar-avantgardist-)

[ar-avantgardist-](http://www.gp.se/kulturnoje/1.2520496-suzanne-osten-javisst-jag-ar-avantgardist-) (Hämtad 2014-12-30)

Göteborgs TT, Dörren öppnas till Anna Freuds garderob. Intervju med Suzanne Osten, Svenska

Dagbladet. 2014-10-15 <http://www.svd.se/kultur/4012683.svd> (Hämtad 2014-12-30)

### Dokument

Dramaten, dokument – resultatredovisning 2013, s. 10.

[http://www.dramaten.se/Global/omdramaten/dokument/Dramatens\\_resultatredovisning](http://www.dramaten.se/Global/omdramaten/dokument/Dramatens_resultatredovisning)

[%202013.pdf](http://www.dramaten.se/Global/omdramaten/dokument/Dramatens_resultatredovisning) (Hämtad 2014-12-04)

Göteborgs universitet, SOM-institutet- Scenkonst i Västsverige 2013. 2014.

[http://som.gu.se/digitalAssets/1488/1488776\\_scenkonst-i-v--stsverige-2013.pdf](http://som.gu.se/digitalAssets/1488/1488776_scenkonst-i-v--stsverige-2013.pdf) (Hämtad 2014-12-08)

## Hemsidor

Dramaten, Dokument – Resultat- och Årsredovisningar. <http://www.dramaten.se/Om-Dramaten/Dokument/> (Hämtad 2014-12-04).

Dramaten, Kalendarium. 2014-2015. <http://www.dramaten.se/Kalendarium/> (Hämtad 2014-12-21)

Göteborgs Stad. Statistik – inkomst 2012. <http://www4.goteborg.se/prod/G-info/statistik.nsf> (Hämtad 2014-12-10)

Göteborgs Stadsteater, Biljetter. 2014-2015. <http://www.stadsteatern.goteborg.se/biljetter/> (Hämtad 2014-12-21)

Göteborgs Stadsteater, I Annas garderob. 2014. <http://www.stadsteatern.goteborg.se/pascen/20142015/i-annas-garderob/> (Hämtad 2014-12-20)

Göteborgs Stadsteater, Natten är dagens mor. 2014 <http://www.stadsteatern.goteborg.se/pascen/20142015/natten-ar-dagens-mor/> (Hämtad 2014-12-20)

Göteborgs Universitet, SOM-institutet. 2010. [http://som.gu.se/om\\_som](http://som.gu.se/om_som) (Hämtad 2014-12-08)

## Bilagor

1. Publikundersökning Göteborgs stadsteater
2. Intervju Ulrika Sonn

# Bilaga nr 1

## Publikundersökning Göteborgs Stadsteater

Denna undersökning görs i samband med mitt examensarbete i teaterstudier på Göteborgs universitet.  
Är mycket tacksam för ditt deltagande!

**Genusidentitet:**      Hon                       Han                       Hen

**Bor:** \_\_\_\_\_ (postnummer)

**Ålder:** \_\_\_\_\_

### Utbildningsnivå:

Grundskola               Gymnasial               Folkhögskola               Universitet/högskola

### Sysselsättning

Lönearbetar               Studerar               Pensionär               Arbetssökande               Annan

### Känner du till regissören sedan tidigare?

Ja               Nej

### Har du sett någon av regissörens tidigare uppsättningar?

Ja               Nej

**Om ja hur många?** \_\_\_\_\_

### Känner du till manusförfattaren sedan tidigare?

Ja               Nej

### Har du sett någon av manusförfattarens pjäser innan?

Ja               Nej

Om ja hur många? \_\_\_\_\_

*Var god vänd* →→→→

**Hur många gånger har du det senaste året varit på teater?**

0-1 st

2-4 st

5-8 st

Fler än 8st

**Hur många gånger har du det senaste året varit på dans?**

0-1 st

2-4 st

5-8 st

Fler än 8st

**Hur många gånger har du det senaste året varit på konsert?**

0-1 st

2-4 st

5-8 st

Fler än 8st

**Hur många gånger har du det senaste året varit på opera?**

0-1 st

2-4 st

5-8 st

Fler än 8st

**Stämmer någon av nedanstående påståenden (kryssa i så många som stämmer)?**

Jag ser denna föreställningen då jag har ett intresse för **regissören**.

Jag ser denna föreställningen då jag har ett intresse för **författaren**.

Jag ser denna föreställningen då jag vill se **ensemblen/särskild skådespelare**.

Jag ser denna föreställning då den tar upp ett **intressant/aktuellt ämne**.

Jag ser denna föreställning för själva **teaterupplevelsen**.

Jag ser denna föreställning efter **rekommendationer och/eller recensioner**.

*Tack för din medverkan!*

## Bilaga nr 2

Intervju angående målgrupp med Ulrika Sonn, marknadsavdelningschef på Göteborgs Stadsteater, den 18/12-2014.

Maj- Juni efter presentation av pjäserna får de manus om det finns eller ideér (tex i Annas garderob). Tar fram säljtext och kampanjplan innan midsommar. Redan där har vi olika målgrupper. Vem tror vi den här produktionen attraherar. Anna Takkanen och jag sitter och går igenom vilken som passar när, vilken kan fylla det som är över jul nyår (Tartuff denna säsong och Pygmailion förra). Eller första ut på stora scen, vilken spelperiod då tänker man på vilken målgrupp man ska nå ut till. Vi tar fram texter och bilder och ideér på allt ihop i katalogen. I Annas garderob fanns det inget manus till, det fanns en regissör som pratade och hade idéen men vi hade ingen bild som kunde representera. I natten till dagens kunde vi det, vi kunde hitta en bild och skriva en säljtext. Det kunde vi till båda men den släpade lite bildmässigt för vi hittade inte rätt och då var det bättre att ta en enkel bild (gammalt foto på Anna och Sigmund). Vad vi såg när vi släppte teaterkorten och biljetterna var att båda dessa föreställningarna hade ett driv i försäljningen vi hade målgrupper som hade appellerat till våran text. Dom hade sett föreställningen, det började röra på sig. Vissa föreställningar gör inte det på grund av att de kanske beror på våran kommunikation eller att man inte fastnat i det.

När det gäller Natten är dagens Mor var det väldigt längesedan vi spelade Norén här, Norén har också varit konstnärligledare på Folkteatern vilket var ytterligare en anledning att hålla sig borta från det. Nu har han slutat och det kändes som det här är en otroligt bra pjäs och den skulle klara av att vara först ut på nya studion. Och kunna fortsätta lite på det som var en handelsresandes död och dom hade haft innan. Då gör vi unika kampanjplaner för innan sommaren finns det en text, bild. I Annas garderob fick en egen facebook sida det behövde inte natten få. Det handlar om spårvagnsreklam, att ta ut CRM (Customer relationship management) alltså vilka tror vi har varit hos oss innan som också är attraherade av det här.

När det gäller I Annas garderob väljer man ut vissa andra produktioner som varit tidigare naturligtvis alla som varit och sett Suzanne Ostens tidigare produktioner men även andra produktioner som man

tänker sticker ut lite är lite mer så där. Men också dom som var intresserad av kvinnofrågor, feminist delen vi har haft ett antal pjäser på Nya Studion som haft det, till exempel Carolina Frände har ofta det anslaget i sina pjäser. Då kunde vi ta ut publik till dom och säga här nu kommer I Annas garderob jag tror den skulle passa dig. När det gällde Natten är dagens mor var det helt andra produktioner dom som varit på en handelsresandes död, i väntan på Godo. Då går man på det spåret. Tror du inte det där också passar dig.

Vissa är läraranpassade för att skolklasser för att skolklasser skulle ha nytta av det. Som till exempel Natten är dagens mor. För att kunna se en klassisk pjäs spelas på ett klassiskt sätt. Då kanske man skickar ett lärarbrev man får fixa en lärarträff, bjuda in samtal med skådespelare och regissör. När det gällde I Annas garderob var det universitetstudenter då är det psykologen som är där.

Det kan vara att det är lite hippt eller inne med klassiker ibland bland yngre som till exempel när vi spelade Idioten här för några år sedan. Var vi helt plötsligt tagna på sängen då det var en helt annan generation som vi hade tänkt som hade börjat läsa det här och vara med där. Vilket innebär att vi också vet om att det finns ett skikt av ungavuxna som vill vara bevandrade i den klassiska litteraturen och den klassiska dramatiken. Så man väljer hellre det som är klassikerna än det som vi kanske tycker skulle vara det ny danande det fräsiga. Då siktade vi på dom, då gäller det att vara med i nöjesguiden, hela stan var man lägger annonserna. Men sen har vi också den traditionella vuxen publiken som kanske vill se det som det är.

När det gäller I Annas garderob å sin sida är det samma sak där försökte vi också definiera målgruppen. Där hade vi feministperspektivet, vi hade lesbiskaklubbar vi hade hela undergroundrörelsen det som finns att hitta där. Där det är helt annan form av marknadsföring än vad vi kanske brukar göra ren gerillamarknadsföring på ett plan och att få ut det som var den I Annas garderob för dom. Men vi kunde likaväl finnas med i en tidning där vi säger det här är Anna Freud hon var barnpsykologins grundare. Det finns en allmän alla i den övermedelålderna kvinnor som gjort karriär på något sätt kan se det här som sin kvinnliga förebild. Då hade vi också appillerat att Suzanne finns också med även om man inte är en Suzanne Osten fan så är hon ändå en väldigt framgångsrik kvinna i Sverige och man känner till henne. Då kunde vi spinna på det spåret. Så vi hade två säljtexter, eller vi riktade oss budskapet vi hade, men samma bild, men vi hade olika budskap och nischade föreställningen på olika sätt beroende på var

och med vilka vi pratade med. Lite granna på samma sätt som när det gäller Natten är dagens mor men där behövde vi inte det för där var det klassikerna man var ute efter ändå, utan det handlade snarare om vilka forum vi fanns på vart skulle annonsen baneren eller det dyka upp. Så gör vi med alla våra produktioner, vi försöker hitta målgrupper.

Med I Annas garderob lyckades vi väldigt väl, för den blev brett emottagen man kände sig inte utesluten eller att det här var något svårt, knepigt drama. För den breda publiken, det var spännande men det var liksom lagom spännande och det var attraherande men den smala upprors feminist lesbiska gänget där på barrikaderna dom kände sig också välkomna och dom kände sig sedda och dom förstod precis vad vi kommunicerade för att dom skulle bli nyfikna på detta och komma hit och se den. Men det klart inte jag gå på samma gäng som vill gå och se Sven Wolter som att försöka sälja in I Annas garderob. Så det är väldigt olika annonsplaster och text hur man skriver, vilka bilder man väljer, var man syns, hur man jobbar åt vilka grupper osv osv. I Annas garderob fick en egen facebook sida annars brukar vi alltid ha det under våran egna. Men ibland sticker det ut och I Annas garderob var ju en sån produktion som skulle få lov att göra det och synas på det. Den var oerhört välbesökt men det var också att tänka på hur mycket vi skulle gå på feministspåret och hur mycket skulle vi gå på psykoanalysspåret så att det blev nyfiket från alla håll. Men inte för mycket från något håll. Intervjuaren: Men var det väldigt riktat mor kvinnor? Ulrika Sonn: Nr1 är att vi har lite fler kvinnor som är köpare på biljetter. Det finns vissa produktioner då man kan få med sig sin man eller att män köper biljetter själva, andra produktioner så vill man snarare gå ett tjejgäng. Tex Afterwork. Köpbeteende kvinna man osv. I Annas garderob handlade det om att det var de kvinnliga nätverken, man framhävde att det handlade om barnpsykologis grundare en kvinna som var barnbrytande under sin tid. Det var det vi kommunicerade. Det var också det som folk, oavsett vad vi har sagt från mitt håll och min avdelning, det behöver stämma överens med vad man sedan upplever för annars kommer inte det folket och det sprider sig inte i de kretsarna. Här var det så att dessa kvinnor i de olika nätverken tyckte om det här och kände att det var kvinnor man ville ta med sig eller man ville gå med de grupperna och det var i de kretsarna det spred sig.

Medan på Lars Norén kunde de vara mer par och par som gick eller kille och kille. Med Norén kan man tryggt gå dit och inte bli överraskad. Där är det också en manlig problematik det handlar ju om en pappa som förstör sin familj med sitt alkoholproblem. Självklart har vi riktat oss mot olika målgrupper

och väldigt medvetet för att produktionerna är så olika. Traditionell marknadsföring. För att nå äldre publik eller en yngre. Man måste ge chansen till båda. Den nya marknadsföringen är till exempel facebook och trailerserna.

Intervjun fortsatte i cirka 5 minuter till, men då det var främst upprepningar på olika sätt av det som pratades om innan och jag inte använde mig av det i min uppsats, valde jag att inte skriva ner det.