



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
HÖGSKOLAN FÖR SCEN OCH MUSIK

---

”DU SKA INTE TRO ATT DU ÄR NÅGOT”

Marknadsföringskultur och jantelag – två kolliderande förhållningssätt i  
min konstnärliga praktik som musikalartist.

Pia Ternström

---

Examensarbete inom konstnärligt program i musikal

Vårterminen 2016



Examensarbete inom konstnärligt kandidatprogram i musikal 15 högskolepoäng  
Högskolan för scen och musik, Göteborgs universitet  
Vårterminen 2016

Författare: *Pia Ternström*

Arbetets titel: "Du ska inte tro att du är något. - Marknadskultur och jantelag – två kolliderande förhållningssätt i min konstnärliga praktik som musikalartist."

Handledare: *Victoria Brattström*

Examinator: *Johan Norrback*

Nyckelord: Scenkonst, Musikal, Musikalartist, Jantelag, Marknadsföring

## ABSTRACT

Det finns en motsättning mellan att marknadsföra sig själv som scenkonstnär och att "veta sin plats"; den så kallade "jantelagen". Denna motsättning problematiseras här med hjälp av enkäter i tre steg; en sonderande prov-enkät, en diskussion kring möjliga frågor med scenkonststuderande och tillslut en automatisk online-enkät. I den senare undersöktes huruvida holländska musikalstudenter känner sig mer eller mindre påverkade av den s.k. "Jantelagen" än vad svenska musikalstudenter gör.

Resultaten visade att det fanns vissa statistiskt signifikanta skillnader mellan grupperna. Siffrorna kan tydas som att de holländska studenterna verkade bry sig mindre om vad andra tycker än de svenska studenterna gör, när det gäller att marknadsföra sig själv.



# Innehållsförteckning

Innehållsförteckning.....	5
Inledning.....	6
Får jag ta plats?.....	6
Vad är jantelagen?.....	7
Aktör eller leverantör?.....	9
Vi och dem .....	9
Om förändringen för teaterarbetare .....	9
Underläge som nyexaminerad scenkonstnär .....	10
Att marknadsföra en ”kollektiv självbild” .....	10
Metod .....	11
Utveckling av enkäterna.....	11
Enkätfrågor.....	11
Deltagare .....	12
Online-enkät prov .....	12
Sammanfattning av resultat från pilotenkät.....	12
Sammanfattning av resultat från online-enkät prov.....	13
Den slutgiltiga online-enkäten: Enkätfrågor .....	14
Deltagare .....	15
Förutsättningar för svarande på enkäten .....	15
Enkätredskap .....	15
Reflektioner kring skrivandet av frågorna .....	15
Resultat.....	18
Sammanfattning av resultat från online-enkäten .....	18
Graferna .....	19
Reflektion och diskussion – kommentarerna från online-enkäten .....	31
Analys och slutsatser .....	34
Vad var det jag fick reda på, egentligen? .....	34
Hur hänger det ihop med min frågeställning? .....	34
Har jag fått reda på det jag ville ha reda på? .....	34
Vad var det jag inte fick reda på? .....	35
Att undersökas vidare .....	35
Övergripande slutsatser och resonemang.....	35
Det står inte i kontraktet, men... ..	35
Metodkritik.....	35
Litteraturförteckning .....	36
Övrigt.....	36
Appendix .....	37
Appendix 1 - Pilotenkät.....	38
Appendix 2 – Loggbok.....	41
Appendix 3 – Online-enkäten: alla kommentarer .....	47
Appendix 4 – Online-enkäten .....	51

# Inledning

## Får jag ta plats?

När jag hör ordet ”jantelag” känner jag med en gång att jag får en klump i magen. Jag tänker på de tillfällen jag funderat över att inte nämna att jag är musikalartist, av det skälet att jag inte vill att andra skall tycka att jag ”tar för mycket plats.” Samtidigt förväntas man idag göra just det; ta plats, i betydelsen av att marknadsföra sig själv som musikalartist. Detta uttryck, att ”ta för mycket plats”, som är typiskt skandinaviskt, verkar ha etsat sig fast i mitt huvud.

Som scenkonstnär och musikalartist förväntas man marknadsföra sig själv. Ofta såväl via sociala medier - Facebook, Twitter och Instagram - som i sociala sammanhang. När du marknadsför dig själv som artist krävs det att du ”vågar” ta plats på offentliga plattformar. Som jag ser det krävs två förutsättningar för att kunna göra detta: självförtroende och självdistans. Det krävs att man kan och är beredd att ta plats och säga: ”Här är jag. Titta på mig.”

I mitt konstnärliga utövande som musikalartist upplever jag det problematiskt och ”dubbelt” att komma från en social mentalitet som säger ”du ska inte tro att du är något”, (jantelagen) och samtidigt befinna sig i en yrkesverklighet som musikalartist där en förutsättning för mitt konstnärliga utövande är att jag just på ett väldigt tydligt sätt ”tar plats” och ”påstår att jag är något”.

Jag upplever också bland kollegor och andra studenter en osäkerhet kring denna aspekt av yrket. Jag upplever en tvekan i frågor som rör hur man skall och behöver marknadsföra sig själv som scenkonstnär. Framförallt ser jag denna osäkerhet bland studenter som är vana vid sociala medier. Inte tvekan angående själva yrkesvalet, det handlar i grund och botten, som jag ser det som, en tvekan till att ta plats som en offentlig person.

Jag ämnar i detta arbete att undersöka en krock mellan två förhållningssätt; jantelagen och marknadsföring. Dessa begrepp är i spel inom yrket men är svåra att få ihop. Det är därför av vikt att ta reda på hur man kan förhålla sig till detta. Ett sätt att få perspektiv är att jämföra med länder utanför nordn. Måste jag förhålla mig till jantelagen överallt, bara i Sverige – eller ska jag strunta i den?

Jag undersöker ämnet med hjälp av en online-enkät som skickades ut till både svenska och holländska musikalstudenter, på Högskolan för scen och musik och på Lucia Marthas Institute of Performing Arts. Jag använder mig även av Ulf Fribergs doktorsavhandling *Den kapitalistiska skådespelaren – aktör eller leverantör?* [1] som bollplank i min diskussion.

Varför tycker jag att det är angeläget att undersöka detta? Om man strävar efter att bli framgångsrik inom sitt yrke, är hjälper det att vara medveten om sina styrkor och svagheter. Hur jag än försöker vrida och vända på det blir det en större och större del av att vara artist; marknadsföringen. Jag uppfattar det som att idag är det minst lika mycket mitt eget ansvar att marknadsföra en föreställning jag är med i som det är ett ansvar för teatern eller företaget bakom. Detta är en fascinerande problematik. För det verkar ju som en orimlig uppgift: att marknadsföra mig som scenkonstnär och stå ut ur mängden - i en social kultur som säger att jag inte bör stå ut ur mängden. Friberg skriver (s. 24-25):

*”Vad händer i brytningstider? Att ställa nu mot då har inte en nostalgisk eller bakåtskrivande riktning utan min utgångspunkt är helt enkelt att förstå var vi befinner oss och vilka vägar vi kan gå.”*

Vi är i en brytningstid, mellan olika förhållningssätt; jantelag – marknadsföringskultur. Det är då viktigt att försöka ”förstå var vi befinner oss och undersöka vilka vägar vi kan gå.” Detta är varför jag tycker att det är angeläget att göra denna undersökning.

Scenen för scenkonst blir bredare och bredare, och många väljer idag att jobba utomlands. Det är något jag också vill, och i och med detta blir det högst relevant för mig att ta reda på hur jag

marknadsför mig själv internationellt på bästa sätt. Vad är den sociala koden inom marknadsföring utomlands? Och varför upplever jag det som att jantelagen inte får/tar lika stor plats i andra länder?

## Vad är jantelagen?

Jantelagen formulerades av den norsk/danska författaren Aksel Sandemose i hans bok *En flykting korsar sitt spår* från 1933 [2]. Han skrev boken på norskt bokmål, men han växte upp i danska Nykøbing Mors, en stad han i boken kallar Jante, därav namnet Jantelagen. Hans uppväxt i en småstad sägs ha givit honom inspiration till att formulera det tänkande som förekom där. En slags avundsjuka som gjorde att man inte fick tro att man var bättre än någon annan i samhället.

Jantelagen heter *Janteloven* på danska och norska. Den är därför inte bara svensk även om det ofta pratas om den på det viset. Jantelagen benämns ändå ofta som typiskt Skandinavisk, även om den förekommer på andra ställen i världen.

Man skulle kunna sammanfatta lagen i en mening: ”**Du ska inte tro att du är något**”. Det är ingen lag i juridisk mening, utan en oskriven ’lag’ som står för ett sätt att tänka // jantelagen sägs ofta stå för den *svenska mentaliteten*. Jantelagen är alltså ett negativt sätt att beskriva attityder gällande individualitet och framgång. Man får inte sticka ut och tro att man är bättre än andra, det bästa är att vara en i mängden. *Aksel Sandemoses Jantelag* från boken [2] om det lilla danska samhället, kan sammanställas i tio punkter: Jantelagen på svenska:

*Du skall inte tro att du är något.*

*Du skall inte tro att du är lika god som vi.*

*Du skall inte tro att du är klokare än vi.*

*Du skall inte inbilla dig att du är bättre än vi.*

*Du skall inte tro att du vet mer än vi.*

*Du skall inte tro att du är förmer än vi.*

*Du skall inte tro att du duger till något.*

*Du skall inte skratta åt oss.*

*Du skall inte tro att någon bryr sig om dig.*

*Du skall inte tro att du kan lära oss något.*

Till dessa tio punkter lade han till ett elfte bud som brukar kallas ”jantelagens strafflag”. Det är ett förtäckt hot i form av ”Tror du inte att jag vet något om dig?”

Även om jantelagen [3] i viss mån lever kvar än i dag, var det framförallt förr den var mer utbredd. Det var en tid då de flesta människor bodde på landsbygden eller i mindre städer. Därmed var kontakten med omvärlden mycket mindre än i dagens samhälle, vilket gav mindre utrymme för förändringar.

Jag tänker att det faktum att det finns en hemsida som heter ”jantelag.se”, som dessutom kommer upp som första alternativ när man använder ”jantelagen” som sökord på Google bekräftar att dessa oskrivna regler inte är helt oskrivna. När jag letar vidare på internet visar det sig att det finns ett liknande fenomen, vid namn ”Tall Poppy Syndrome” [4] (direktöversatt Långa Vallmon Syndromet) i den brittiska- och australienska kulturen, men den är av lite annan sort. Jag upplever att jantelagen menar att man inte är värd något över huvud taget, medan i Tall Poppy Syndrome handlar det mer om att inte bli högmodig eller högfärdig – men det finns fortfarande ett självvärde.

Tomas Gunnarson, författare till boken *Att överlista jante* [5], säger i en intervju skriven av Christina Knutsson [6] att ”Jantementaliteten är fortfarande djupt rotad i den svenska folksjälen”. Vidare berättar Gunnarson att i hans arbete som samtalsterapeut och coach har han märkt att grunden för att många av sina klienter lidit av psykisk ohälsa är på grund av att dem inte känner att dom duger som dom är.

*”Vår kultur vilar på en grund av att individen underkastar sig en överordnad gemenskap. Från 1600-talets brukssamhälle när arbetarna stod under brukspatronens sociala omvårdnad som byggde på hans regler till 1800-talets kollektiva bondesamhälle där det viktigaste var att inte sticka ut, du var bara någon som en del av kollektivet förklarar Tomas. Folkrörelserna på 1800-talet kom också att spela stor roll för kollektivets betydelse, fortsätter han. När sedan folkhemmet under 1930-talet började byggas var det med syftet att ersätta klassamhället med ett mer jämlikt och solidariskt samhälle. På bekostnad av individen dock.”. [5]*

Knutsson frågar hur det kommer sig att jantelagens påverkan inte verkar ha förändrats i takt med samhället, och Gunnarson citerar Åke Daun, etnologiprofessor, som säger att det är en ”seg kultur.”

*”Kulturen ärvs från generation till generation. Men jag tror att bara vi blir medvetna om arvet av att förminska oss själva och vår omgivning, har vi tagit första steget mot att överlista Jante. Jag är övertygad om, säger Tomas, att vi genom att bli medvetna har det första verktyget i vår hand.”*

Efter att ha läst Knutssons intervju håller jag med Gunnarson om att genom att konkretisera problematiken sker en förändring. Dock upplever jag att vi inte är framme än, vi är mitt i förändringen.

Så, hur ska vi kunna marknadsföra oss som aktiva scenkonstnärer – med tanke på att de flesta mottagarna har denna ”sega” jantelagsmentalitet (vare sig de vill ha den eller inte)?



## Aktör eller leverantör?

Ulf Friberg skrev i mars 2014 sin doktorsavhandling *Den kapitalistiska skådespelaren: aktör eller leverantör?* vid Högskolan för scen och musik [1]. Friberg tar upp problematiken kring att han som scenkonstnär känner sig blockerad i sitt skapande på grund av att teaterkulturen blir allt mer beroende av pengar.

*”Min ilska steg över hur teatern blev allt mer styrd av behovet av allt fler publiksuccéer och stjärnor att locka publik med. Ilska över hur kollegor blev illa behandlade av regissörer och teaterledningar, där personalen liksom stod i vägen för organisationens utveckling. Också skam över att till slut vara själv vara den som lommade ut ur teatern, fråntagen känslan att vara behövd. Jag början där, mitt i ilskan.”* ([1], baksidan)

Är jag som scenkonstnär aktör eller leverantör? Jag har valt att ha med Fribergs avhandling som bollplank och bakgrund i min diskussion och undersökning, eftersom jag tycker att man kan likna aktör eller leverantör- frågan med mina frågor kring marknadsföringens kollision med den s.k. ”jantelagen”. I följande avsnitt har jag valt citat som varit relevanta för min undersökning.

### Vi och dem

*”Teaterkonsten är för det mesta sin egen försvarare, vilket gör det lätt att anklaga argumenten för teaterns betydelsefullhet som elitistiska.” // ”Det som händer på teatern är partikulärt, men ingår också i en större helhet.”*

Om det är så att, enligt Fribergs tolkning, det går att anklaga teatern för att vara elitistisk, är det en grund för eventuell avundsjuka – en jantelagsmentalitet. Jag menar att i det första citatet tar Friberg upp en tydlig anledning att ogilla teatern, just för att den påstår sig vara betydelsefull. Men som Friberg uttrycker i andra citatet ovan, så håller jag med om att teatern är betydelsefull på grund av att den kan påverka enskilda människor, grupper och hela befolkningen. Det betyder dock inte att andra konstformer eller andra yrkesgrupper inte är betydelsefulla, men om man har en jantelagsmentalitet kan det tolkas så. Genom att säga ”*x* är betydelsefullt” betyder att det finns något som står i kontrast till det. ”Det som händer på teatern är partikulärt, men ingår också i en större helhet”, skulle kunna tolkas som att teatern står ”över” den vardagliga människan, teatern vet lite bättre och ska förklara för den lilla människan hur det hela går till. Det uppstår ett ”vi och dem”.

### Om förändringen för teaterarbetare

Friberg skriver om en tystnadskultur, något som också berörts om än inte namngetts tidigare. Han citerar Hedin *et al.* [7]:

*”Det verkar också finnas ett samband mellan tystnad och anställningsform. Personer med tillfälliga anställningar (vikariat, projektanställning eller dylikt) är med rädsla för att gå ut med kritik än personer med en mer stabil anställningsform. De första studierna som påvisade ett samband mellan rädsla för att säga ifrån och ålder, yrke och anställningsform kom i slutet av 1990-talet. Nyare studier ger liknande resultat (Modig och Ahlin 2006). Mönstren har således visats sig vara ganska stabila över tid.”*

Jag tycker att Friberg använder sig av ett genialt ord här; ”tystnadskultur.” I ton med jantelagen, har ordet en negativ klang. Man väljer bort att prata istället för att säga vad man tycker, på grund av att man inte vill gå arbetslös. Jag känner igen mig i Fribergs resonemang. Jag har själv varit med om att inte säga till om t.ex. orimliga arbetstider – som jag absolut skulle kunnat säga till om –

men valt att inte göra det, då jag vet att jag inte vill komma i någon slags konflikt med en regissör och för att jag är ”ny” på marknaden.

I den online-enkät som beskrivs nedan ingår påståendet ”I have, at times, hesitated to promote myself as a performing artist.” De svarande kan hålla med på en skala 1-5. Även om det i enkäten rör sig specifikt om marknadsföring av sig själv, tror jag att en sådan reservation har att göra med ett generellt tänkande kring tystnadskulturen.

Jag, som skådespelare, är utbytbar (Friberg). Jag vill inte sätta mig emot regissören – för att jag vill ha jobb. Var tar kreativiteten vägen? Är jag en skapande individ eller en produkt av/för/till marknaden? Handlar det om en inställning, en attityd? När jag marknadsför mig själv som scenkonstnär blir det tydligt för mig att det är produkten Pia jag ”säljer”, något som känns obekvämt på grund av att jag vill se mitt yrkesutförande som något ytterst levande och kreativt. När jag ska marknadsföra mig själv måste jag vara medveten om yttre faktorer; målgrupp. Men genom att begränsa mig till en målgrupp utesluter jag en annan. Självklart kan man inte vara alla till lags, men att nå så många som möjligt är för mig optimalt. Om jag börjar begränsa hur jag marknadsför mig själv, tillslut vad jag gör på scen etc. för att tillfredsställa min målgrupp – då är jag ju inte en fritt skapande konstnär. Då är jag en leverantör av marknads efterfråga – en kapitalistisk skådespelare.

## Underläge som nyexaminerad scenkonstnär

*”Som vi kommer att se agerar de flesta skådespelarna idag mer eller mindre med osäkerhet som följeslagare.”*

Den här meningen är viktig, så tråkig att läsa – just för att det är relevant. Teatrarna får mindre och mindre pengar och scenkonstnärer letar/skapar sig jobb. Allt färre får längre anställningar. Desto viktigare, kan man tycka, att marknadsföra sig själv som scenkonstnär. Men om jag inte vågar det då? Eller, om jag vågar det – men väljer att inte göra det på grund av vara rädd för att uppfattas på fel sätt?

Under våren 2014 gjorde vi en produktion med Staffan Aspegren som regissör, och vid ett tillfälle pratade vi om det här – att scenkonstnärer inte vågade ta en konflikt med honom för att de var så rädda för att bli av med jobbet. Jag bad honom att kommentera detta problem:

*”Om du är självklar i ditt artisteri om vad som är det personliga i din berättelse kan du omsätta det i rollens berättelse, och därmed kräva den självklara rätten till din egen röst och kropp. På så sätt blir du aldrig utbytbar, utan ersätter argumentation med självklarhet. Och är modig oavsett situation.”<sup>1</sup>*

## Att marknadsföra en ”kollektiv självbild”

*”Hur påverkar samhällsklimatet hela kollektivet, den kollektiva självbilden och synen på det konstnärliga arbetet?”*

Jag associerar direkt till min frågeställning när jag läste meningen ovan. Vad är det för - om än dock fiktiv - kollektiv självbild jag vill göra av mig själv när jag marknadsför mig själv som scenkonstnär? Detta citat tycker jag var centralt för hela mitt arbete, då det är den kollektiva självbilden jag vill undersöka.

---

<sup>1</sup> Mailkorrespondens med Staffan Aspegren, 23/5 2016.

## Metod

För att uppfylla undersökningens syfte bedömde jag att enkätformatet var mest effektivt. Ett alternativ till enkät hade kunnat vara t.ex. intervjuer, men jag valde att göra en enkätundersökning.

Det kan vara intressant att se huruvida ”jantelagen” har en större betydelse i Skandinavien än på andra ställen. I min uppsats vill jag därför undersöka huruvida musikalstuderande på scenområdet på Högskolan för scen och musik (HSM) känner sig mer påverkade av den s.k. ”jantelagen” än musikalstuderande på Lucia Marthas Institute for Performing Arts (LMIPA) i Amsterdam. Jag undersöker detta genom att utföra en enkätundersökning som studenter från varje skola får svara på.

Jag vill undersöka om denna s.k. ”jantelagsmentalitet” finns på liknande sätt utomlands, och i så fall hur stor skillnad det är jämfört med HSM (i Göteborg där jag genomför min utbildning). Jag har varit på ett utbyte på Lucia Martha's Institute for Performing Arts i Holland (10/1-28/2 2016) och använder den erfarenheten i min undersökning. Jag upplever att det är skillnad på hur man bemöter och hanterar individuell framgång inom sitt konstutövande på skolan jag går på, HSM, och LMIPA. I kapitlet ”förutsättningar för svarande på enkätundersökningen” kommer jag närmare att gå in på olika typer av förutsättningar på de två skolorna.

## Utveckling av enkäterna

För att verkligen få relevanta svar på enkätfrågor är det viktigt att de ställs på rätt sätt. Jag genomförde därför först en pilotenkät med en mindre grupp aktiva skådespelare. Utfallet från pilotenkäten blev vägledande för utformningen av en större online-enkät. Online-enkäten provades också den på en mindre grupp och reviderades innan den slutgiltiga versionen genomfördes.

En stor del av min undersökning kom att bli hur man skriver frågor för att inte missförstås, för att respondenterna ska kunna svara så precist som möjligt. Det visade sig tidigt att jag måste lägga ner mycket tanketid och precisering på min enkätundersökning. Tillslut, efter fyra bollningar fram och tillbaka, olika domäner och prov-personer kom jag fram till min slutgiltiga enkät. Jag kommer här mer övergripande beskriva hur jag arbetat fram enkäten och hur jag formulerat frågorna till den version som jag slutligen använde mig av. Jag har också valt att som del av mitt arbete i loggboksformat redovisa och reflektera över delar av själva processen med att sammanställa enkäten. Jag samlar mina reflektioner i ett Appendix 2.

## Enkätfrågor

När jag utformade pilotenkäten lät jag tre personer ur min dåvarande ensemble på Göteborgs Stadsteater svara på fem frågor angående huruvida de marknadsför sig själva som scenkonstnärer. För att förtydliga har jag sammanställt frågorna i en tabell nedan.

Med frågorna i tabellen nedan ville jag få en uppfattning om huruvida frågeställningen är intressant och relevant; och hur jag skulle kunna angripa den i större skala. På vissa av frågorna fanns det fält för kommentarer (kolumn K i tabell 1), och en av frågorna hade svarsalternativ (kolumn A i tabell 1).

Först fick de svarande ange namn, ålder, yrke och typ av anställning, antal yrkesverksamma år inom scenkonst samt utbildning. Pilotenkäten (pappersform) delade jag ut på teatern i samband med en föreställning, och samlade in ett par dagar efteråt.

Tabell 1. Pilotenkät, frågor.

Nr		A	K
1 a)	Upplever du att du marknadsför dig själv som scenkonstnär?		
1 b)	Om svaret är ja, hur gör du då för att marknadsföra dig själv?	X	X
2	Upplever du att du måste marknadsföra dig själv?		
3	Upplever du någon skillnad mellan att marknadsföra en föreställning och att marknadsföra dig själv som scenkonstnär?		X
4	Har du någon gång valt att inte marknadsföra dig själv som scenkonstnär i ett sammanhang där det varit möjligt? I så fall, varför har du avstått?		X
5	Upplever du att du som scenkonstnär vid något tillfälle har hämmats av det som ibland kallas för "jantelagen"? Om ja, kan du beskriva på vilket sätt?		X

## Deltagare

För att testa frågematerialet gjorde jag en första enkät på yrkesverksamma skådespelare. Av praktiska skäl vände jag mig till ensemblen från min praktikperiod på Göteborgs Stadsteater. Därigenom fick jag också en uppfattning om skillnader – främst ålders- och erfarenhetsmässigt.

De som svarade på min pilot-enkät blev lyckligtvis tre personer i olika åldrar, med olika typer av anställningar. Stina Nordberg, 25 år gammal och praktikant från Teaterhögskolan i Malmö, Emilie Strandberg, 39 år gammal och långtidskontrakterad på Göteborgs Stadsteater samt Dag Malmberg, 62 år gammal och pjäsanställd.

Resultatet av denna enkät ges under rubriken "resultat och diskussion". De besvarade pilotenkäterna finns i Appendix 1.

## Online-enkät prov

Utformningen av online-enkäten skedde i diskussion med några utvalda personer, vars åsikter jag har förtroende för. Samtliga provpersoner går på olika scenutbildningar. Provpersonerna ombads att på inspelning högt kommentera påståendena medan de svarade på dem, med fokus på formulering och språk. Uppgiften var att förbättra enkätens tydlighet. Tack vare att mina provpersoner började reflektera och analysera påståendena högt gav det mig en annan vinkel på min undersökning: den o censurerade. Eftersom att provpersonerna blivit informerade om att deras kommentarer var anonyma och i utvecklingssyfte tolkar jag att det blev en "lättare" stämning där det var mer välkommet att säga vad man egentligen tycker.

För den som vill fördjupa sig i hur frågorna växte fram, vänligen se Appendix 2 där en redogörelse avges.

## Sammanfattning av resultat från pilotenkät

De fullständiga svaren på frågorna återges i Appendix 1.

På första frågan (1a): "Upplever du att du marknadsför dig själv som scenkonstnär?" får jag tre olika svar. Dag svarar nej, Emilie ja och nej, Stina ja. Detta tror jag beror på vilka krav som ställts på dessa individer under deras karriärer. Redan här tycker jag att min undersökning blir relevant, eftersom jag får olika svar. Turligt nog skiljer det sig ungefär lika mycket i ålder mellan Stina och Emilie, som Emilie och Dag. Åldern och erfarenhet tror jag spelar väldigt stor roll i denna undersökning.

På fråga 1b: ”Om svaret är ja, hur gör du för att marknadsföra dig själv?” fick jag samma svar av Emilie och Stina – båda två marknadsför sig själva via sociala medier och nätverkande i sociala sammanhang.

På fråga 2: ”Upplever du att du måste marknadsföra dig själv?” svarade Stina ja, och Dag och Emilie nej. Det tror jag är ålders- och erfarenhetsrelaterat. Om man är äldre och mer etablerad tror jag att man kan förlita sig på att institutionen man arbetar på tar hand om marknadsföringen.

På fråga nr tre; ”Upplever du någon skillnad mellan att marknadsföra en föreställning du är med i och att marknadsföra dig själv som enskild scenkonstnär? Svarar Stina såhär;

”Ja, en föreställning känns väldigt accepterat och självklart. Jag kan lätt känna mig forcerad, och kanske även att jag kämpar med jantelagen när det kommer till mig själv. Däremot blir jag bättre och bättre. ***Ju längre min utbildning varat och att mitt yrke snart finns på ett papper så känns det mer legitimt, plus att mitt kontaktnät ökat.***”

Meningen i fetstil får mig att tänka. Det känns alltså mer legitimt att marknadsföra sig när man har bevis; något så konkret som ett papper på att man ”kan”, tolkar jag från Stinas svar. Ska det behövas ett papper för att känna att man kan något? Den känslan känner jag igen i mig själv. Pappret: beviset på att jag har gått en utbildning, en bra, respekterad utbildning så att jag har ”skäl” att marknadsföra mig själv. Fast jag vet att om jag t.ex. ser ett klipp på Youtube på någon jag tycker är fantastiskt duktig, så bryr jag mig inte alls om huruvida denna person har en viss utbildning eller inte. Jag gissar att Stina och jag delar den här känslan eftersom vi tillhör samma generation.

Men varför känner vi att det är så viktigt med ett konkret bevis? Räcker det inte med att man själv tycker att man duger? Det är just den här frågan som jag ville ställa till studenterna i Holland, för att se om det blev ett annorlunda svar – med andra ord: om jantelagen finns utanför Sverige.

Det är intressant med de olika sätt dessa personer har svarat på. På fråga nr 4; ”Har du någon gång valt att inte marknadsföra dig själv som scenkonstnär i ett sammanhang där det varit möjligt? I så fall, varför har du avstått?” svarar Dag kortfattat och tydligt ”Ja – tveksam arbetsrelevans”, där det blir tydligt att Dag inte ser marknadsföring som en del av sitt jobb. Jag tror att detta beror på att Dag har en lång karriär som skådespelare i ryggen, och det är på de senaste sju åren som sociala medier har blommat upp. Han är en typiskt etablerad skådespelare som, upplever jag, är trygg i sin yrkesroll; och har också ingen erfarenhet av att marknadsföra sig själv eller behov av att marknadsföra sig själv.

I andra ändan av skalan svarar Stina nej, medan Emilie intar en mellanställning: förklarar hon att hon skulle kunnat marknadsföra sig mer, men avstått på grund av att hon lutat sig tillbaka. Jag läser detta som att marknadsföring inte var/är av högsta prioritet för henne. Emilie är också en etablerad skådespelare som varit yrkesverksam i tolv år. Jag upplever även henne som trygg i sin yrkesroll. Det verkar som att graden av erfarenhet spelar in även här.

På sista frågan; ”Upplever du att du som scenkonstnär, i sammanhang som har med marknadsföring av dig själv att göra, hämmats av det som ibland kallas för ”jantelagen”? Om ja, kan du beskriva på vilket sätt?” svarar Emilie ”Nej. Den lagen intresserar mig inte.”. Emilie har uppenbarligen konstaterat att det finns en sådan lag som jantelagen, och tagit ställning till den och väljer aktivt att inte påverkas av den. Här svarar Stina istället: ”Ja. Jag kan ibland uppleva att mitt arbete kan sticka i folks ögon. Kanske mer sällan hos folk som arbetar med samma sak (typ aldrig), men däremot hos folk som inte delar samma profession som jag.”

## **Sammanfattning av resultat från online-enkät prov**

Till det här momentet hade jag fyra prov-personer: tre avgångsstudenter och en andraårsstudent på scenutbildningar i Malmö, Umeå och Göteborg. Att prova mina enkätfrågor på dem var mycket värdefullt. Jag fokuserade på att förbättra frågorna till online-enkäten – men fick även deras åsikter på köpet. De har utan hämningar reflekterat öppet kring dessa frågor, och på så vis – medvetna om att deras svar inte kommer att publiceras utan endast hjälpa mig att förbättra mina frågor – gett mig en totalt ärlig bild av sina åsikter, utan att censurera sig. På inspelningarna tycker jag mig höra att det finns en tydlig skillnad mellan respondenternas sätt att svara när de är ”on the record” - dvs politiskt korrekt - och ”off the record” - dvs privat.

## Den slutgiltiga online-enkäten: Enkätfrågor

Enkäten utformades och genomfördes på engelska. Enkäten hade elva frågor, se tabell 1. Varje enkätfråga var utformad som ett påstående. De svarande ombads ange om de höll med eller inte på en skala om fem alternativ:

- I agree completely
- I agree
- I'm not sure
- I don't agree
- I don't agree at all

På fråga nr 7 gavs tre svarsalternativ (kolumn A i tabell 2). Detta upplägg valdes för att möjliggöra statistisk behandling av svaren. På vissa av frågorna fanns det också fält för fria kommentarer, på engelska eller svenska (kolumn K i tabell 2).

Tabell 2. Online-enkät, frågor.

Nr	Fråga	A	K
1	In order to have a “successful” career as a performing artist – I have a responsibility to promote myself.		
2	I deliberately* and actively (*SV: avsiktligen, NL: opzettelijk) promote myself as a performing artist.		
3	I experience a difference in attitude, from myself and others, when I'm promoting a production I'm in (collectively) and when I'm promoting myself as a performing artist (individually).		
4	Given social media (facebook, twitter, instagram etc.) are public forums, I am considerate of how I appear on my private profile as a performing artist on said platforms.		
5	At times, I get annoyed with performing artists promoting themselves.		X
6	Even though I get annoyed with performing artists promoting themselves, I try to suppress those feelings.		X
7	As a performing artist – I believe that self promotion is a part of my job. Or – I believe that self promotion is the employer's job. Select one of the three alternatives below.	X	
8	I would like to have one public profile where I'm promoting my work as a performing artist, and one private profile – so that I separate the two.		
9	I have, at times, been or felt criticized by others (or myself) as being “pretentious” when I've been promoting myself as a performing artist.		X
10	I have, at times, hesitated to promote myself as a performing artist.		X

11	In Sweden there is a phenomenon called “Jantelagen”, Eng: “The Law of Jante”. Basically it is the idea of having a negative attitude towards individual success. “You shouldn't think you are something” is more or less the headline of the law of Jante. This mentality can be contradicting to have as a performing artist. Or? Let me know in the comment box below!		X
----	--	--	---

## Deltagare

Urvalet av studenter bestod av tolv personer (en klass) på LMIPA och femton personer på HSM (två musikalklasser), totalt 27 personer. Därmed blev det ett ungefärligt lika antal personer från båda länderna, och färdiga grupper. Eftersom jag väljer hela grupper är det inte slumpmässigt utvalda personer, utan valda grupper.

## Förutsättningar för svarande på enkäten

### *HSM*

Deltagare: Avgångsstudenterna och andraårsstudenterna på programmet i musikal.  
 Ekonomiska förutsättningar: Universitetsutbildning i Sverige är gratis, de flesta tar CSN-lån.  
 Antal studenter per grupp: 8

### *LMIPA*

Deltagare: Tredjeårsstudenterna på Lucia Martha's Institute for Performing Arts.  
 Ekonomiska förutsättningar: 1900€ skolavgift per läsår.  
 Antal studenter per grupp: ny antagning till varje år, t.ex. gruppen i denna undersökning började som 20 och består nu av 12 personer.

Online-enkäten inleddes med att svarande fick ange vilken av skolorna de går på.

## Enkätredskap

Den slutgiltiga enkäten genomfördes via Google Docs. Online-enkäten byggdes upp genom att skriva in frågorna, skriva in antal- och vilka svarsalternativ och ange om det skulle finnas möjlighet till att kommentera.

Enkäten gavs online för att det skulle vara så smidigt som möjligt för de svarande att delta. De kunde välja när de ville svara, utan att jag har angett någon tid. Förhoppningen var att alla svarande ville delta.

## Reflektioner kring skrivandet av frågorna

Att skriva dessa påståenden var svårare än jag trodde från början. Det tog lång tid och många bollningar fram och tillbaka innan dem precisa formuleringarna blev färdigställda.

Eftersom ordet ”jantelagen” i sig har en naturligt negativ klang ville jag inte nämna det från början av enkäten, då det kan ge en direkt negativ känsla till svarande. Jag ville skriva påståenden som får den svarande att tänka ur olika aspekter; hur den svarande tänker individuellt, kollektivt och vad den svarande tror att andra tänker om hen - innan jag kom in på själva huvudtemat; självmedvetenheten kring det egna beteendet när hen marknadsför sig själv som scenkonstnär.

En annan reflektion är att i min undersökning försöker jag få svar på något abstrakt; en mentalitet, ett sätt att tänka, en attityd. De nämnda kan vara medvetet eller omedvetet, och i mina enkäter ber jag de svarande att synliggöra sitt sätt att tänka. Nackdelen med det är att man också kan välja hur man svarar, i.e. Svarande kanske svarar på ett sätt när denne *egentligen* tycker något annat.

I följande stycke redogör jag för resonemang kring val och formulering av online-enkätens frågor. Jag har givit varje påstående en rubrik (på engelska, för att enkäten genomfördes på engelska), för att tydliggöra att jag hade en medveten tanke om vilka olika ingångar jag ville ha på varje påstående.

#### THINKING

*Det första påståendet löd: "In order to have a "successful" career as a performing artist – I have a responsibility to promote myself."*

Genom detta påstående ville jag var avsikten att undersöka hur viktigt den svarande tycker att marknadsföringen om sig själv är för att ha en framgångsrik karriär. Detta är alltså en spekulering om framtiden. Detta påstående mäter om det är av vikt att marknadsföra sig själv.

#### DOING

*"I deliberately\* and actively (\*SV: avsiktligen, NL: opzettelijk) promote myself as a performing artist."*

Med detta påstående ville jag alltså undersöka om den svarande marknadsför sig själv avsiktligt.

#### OBSERVING

*"I experience a difference in attitude, from myself and others, when I'm promoting a production I'm in (collectively) and when I'm promoting myself as a performing artist (individually)."*

Med detta påstående ville jag undersöka hur pass medvetna de svarande är kring sitt eget beteende när de marknadsför sig själva. Här har de svarande ännu inte behövt ta direkt emotionell ställning till någon av påståendena, men börjar greppa vad det hela handlar om.

#### DOING – NOT DOING

*"Given that social media (facebook, twitter, instagram etc.) are public forums, I am considerate of how I appear on my private profile as a performing artist on said platforms."*

Här är ytterligare en undersökning av dem faktiska aktionerna de svarande utövar. Temat närmar sig sakta med säkert ordet "självmedvetenhet".

#### FEELING

*"At times, I get annoyed with performing artists promoting themselves."*

Detta påstående är det första som ber om en direkt emotionell reflektion. Även det första påståendet som har en direktlänk till "jantelagen", i och med den negativa klangen av ordet. Detta påstående är även det första där de svarande uppmanas att lämna en kommentar, om denne har angett något av alternativen "I agree" eller "I agree completely".



## FEELING VS NOT FEELING

*"Even though I get annoyed with performing artists promoting themselves, I try to suppress those feelings."*

I detta påstående försökte jag undersöka, huruvida de svarande känner en negativ känsla kring andra scenkonstnärer som marknadsför sig själva, men försöker att gå emot den känslan. Alltså, hur hanterar den svarande "jantelagsmentaliteten". Här fanns också chansen att lämna en kommentar om den svarande så vill.

## WHAT IS MY JOB?

*"As a performing artist - I believe that self promotion is a part of my job. Or - I believe that self promotion is the employer's job. Select one of the three alternatives below."*

Detta påstående är det enda som sticker ut formmässigt i enkäten. Om den svarande anser att det är en del av dennes arbetsuppgift att marknadsföra sig själv.

Den svarande kryssar i ett av tre alternativ; jag tycker att det är min arbetsgivares jobb, jag vet inte eller jag tycker att det är mitt jobb.

## PREFERENCES

*"I would like to have one public profile where I'm promoting my work as a performing artist, and one private profile - so that I separate the two."*

I detta påstående undersöker jag om den svarande finner det underlättande att ha två separata profiler, en för privat bruk och en offentlig profil, eller inte alls.

## FEELING

*"I have, at times, been or felt criticized by others (or myself) as being "pretentious" when I've been promoting myself as a performing artist."*

Här undersöker jag om den svarande upplevt sig drabbad av jantelagsmentaliteten vid tillfälle. Det är vad jag vill undersöka är om det finns en negativ laddning mot att marknadsföra sig själv. Även här uppmanas den svarande att kommentera kring påståendet.

## FEELING

*"I have, at times, hesitated to promote myself as a performing artist."*

Detta påstående var med i pilotenkäten, togs sedan bort för att läggas till igen. Svaranden ges tillfälle att lämna en kommentar och det är just kommentaren jag vill åt. Om det skulle vara så att den svarande har tvekat på grund av ett upplevt negativt bemötande – av sig själv eller andra – är det någonting som är skillnad på Sverige och Holland?

## CONTRADICTING MENTALITY – THOUGHTS?

*"In Sweden there is a phenomena called "Jantelagen", Eng: "the law of Jante". Basically it is the idea of having a negative attitude towards individual success. "You shouldn't think you are something" is more or less the headline of the law of Jante. This mentality can be contradicting to have as a performing artist. Or? Let me know what you think in the comment box below!"*

I det sista påståendet är det första gången svarande får läsa om den s.k. "jantelagen" och vad det innebär. Svaranden bes lämna sina tankar kring ämnet. Syftet med denna avslutande "fråga" var att låta den svarande fritt reflektera över texten och hela undersökningen i sig.

# Resultat

## Sammanfattning av resultat från online-enkäten

I följande stycke försöker jag sammanfatta de svar i enkäten som jag upplever hade mest relevans i förhållande till mitt ämne: att marknadsföra mig som scenkonstnär och stå ut ur mängden - i en social kultur som säger att jag inte bör stå ut ur mängden.

Enkäten skickades till totalt 27 personer. Av HSM studenterna svarade 9 personer, av LMIPA 6 personer. På de följande sidorna presenteras stapeldiagram och diskussion på varje fråga.

En lista på frågorna gavs i avsnittet Metod, i Tabell 1.

För att kunna räkna på utfallet omvandlades svarsalternativen till siffror enligt Tabell 3.

*Tabell 3. Svarsalternativ som siffror.*

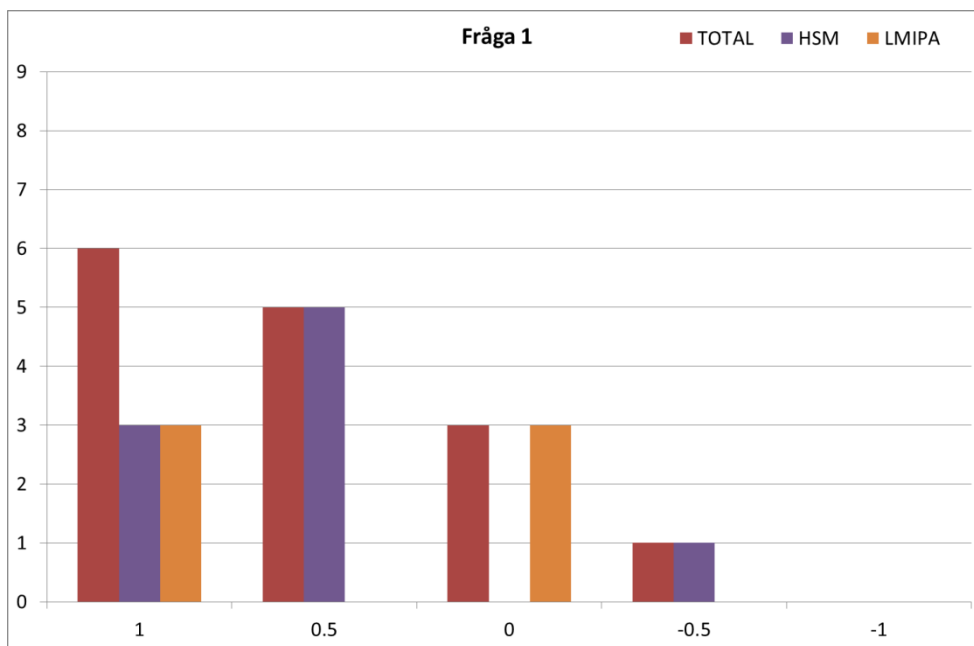
Alternativ	Värde
I agree completely	+ 1.0
I agree	+ 0.5
I'm not sure	0
I don't agree	- 0.5
I don't agree at all	- 1.0

Utfallet av online-enkäten visas i Tabell 4 på nästa sida.

Ett *t*-test [8] (dubbelsidigt, icke parvisa data) utfördes för att jämföra gruppdata. Genom att göra ett *t*-test kan man ta reda på om det faktiskt är en skillnad på svaren från de olika grupperna. Jag har valt att göra det delvis för att säkerställa mina resultat, och på grund av att grupperna har varit förhållandevis små. Genom att göra ett *t*-test får jag alltså reda på om det är en skillnad som inte kan ha berott på slumpen.

På tre av frågorna (5, 6 och 10) uppvisade grupperna (HSM och LMIPA) en signifikant skillnad, på nivån  $p < 0.05$ . Med andra ord, sannolikheten var mindre än en på tjugo att skillnaden mellan grupperna i svaren på dessa frågor berodde på slumpen – alltså att det faktiskt skiljer sig mellan länderna.

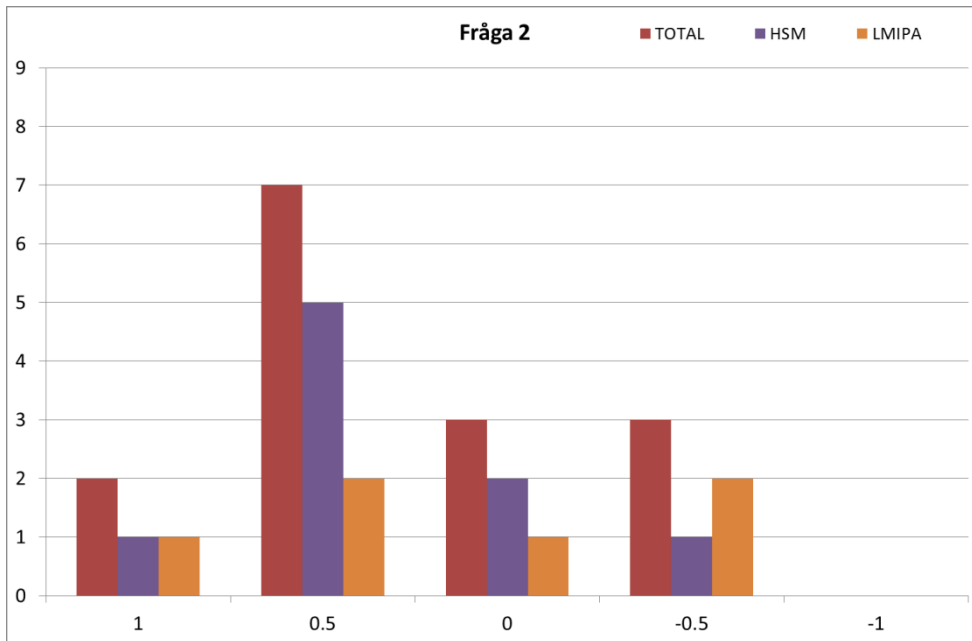




**Fråga 1:** *In order to have a “successful” career as a performing artist - I have a responsibility to promote myself.*

Grupp	Medelvärde
Alla	0.533
HSM	0.556
LMIPA	0.50

Skillnaden mellan grupperna i denna fråga är obetydlig. De flesta håller med fast inte helt. Jag tolkar det så att svaren här tyder på att min undersökning är relevant eftersom svaret är ett solklart ja från båda grupper; majoriteten har svarat att de håller med påståendet.

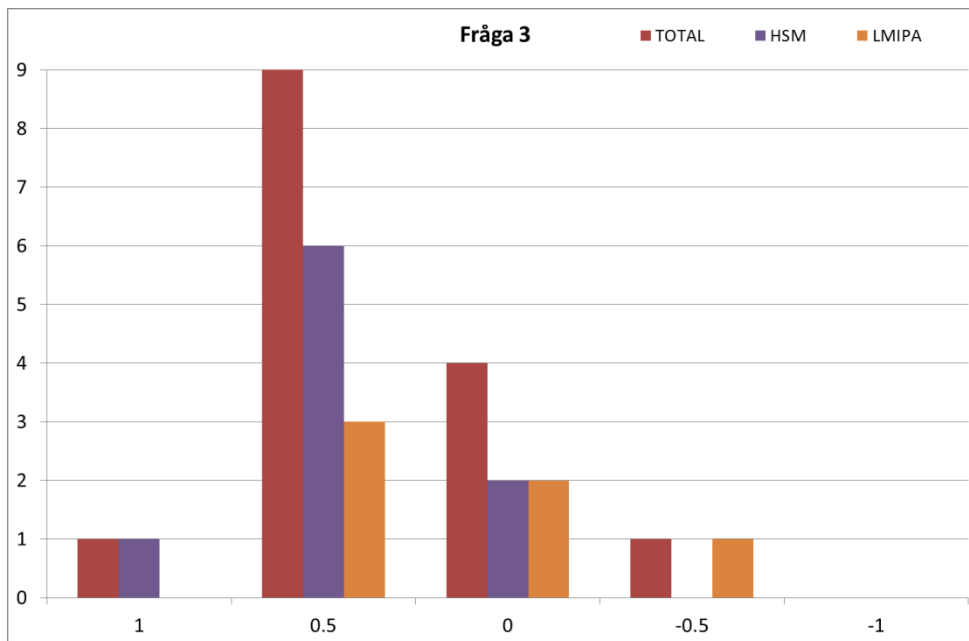


**Fråga 2:** *I deliberately\* and actively (\*SV: avsiktligen, NL: opzettelijk) promote myself as a performing artist.*

Grupp	Medelvärde
Alla	0.267
HSM	0.333
LMIPA	0.167

Inte heller på denna fråga är det inte någon signifikant skillnad mellan grupperna. Jag hade förväntat mig en större skillnad, på grund av min uppfattning om grupperna. Jag trodde att LMIPA studenterna skulle ha ett högre medelvärde än HSM här, då jag upplever att LMIPA studenterna marknadsför sig själva mycket mer än musikalstudenterna på HSM.

Sen är det en definitionsfråga. Vad är att marknadsföra sig själv? Räcker det med att hashtagga "#musicaltheatre" och så gör man reklam för sig själv? Eller "är" marknadsföring när man hashtaggar "#musicaltheatreperformer" som i bestämd form kan vara en beskrivning på sociala medier?

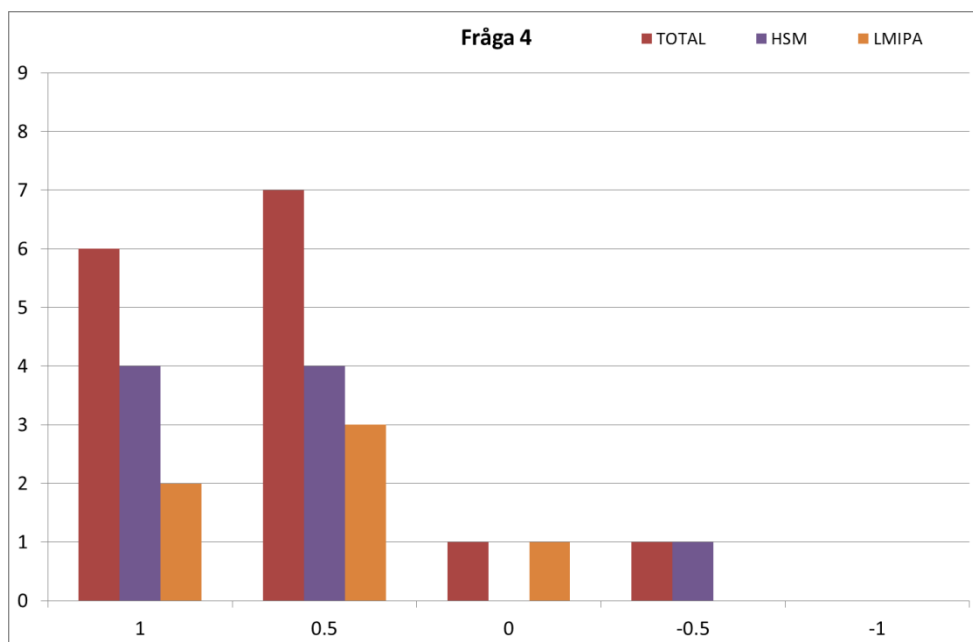


**Fråga 3:** *I experience a difference in attitude, from myself and others, when I'm promoting a production I'm in (collectively) and when I'm promoting myself as a performing artist (individually).*

Grupp	Medelvärde
Alla	0.333
HSM	0.444
LMIPA	0.167

Här verkar det vara skillnad mellan grupperna, även om skillnaden inte är signifikant nog för att ge utslag på *t*-testet. HSM-studenterna håller med mer än LMIPA-studenterna. Jag upplever att LMIPA-studenternas marknadsföring är mer flytande eftersom de gärna blandar ihop sitt privata och sitt "offentliga" konto, t.ex. Till en bild, som inte nödvändigtvis har med varken en föreställning eller att avsiktligt marknadsföra sig själv att göra, kan de hashtagga t.ex. #musicaltheatreperformer. Är det marknadsföring?

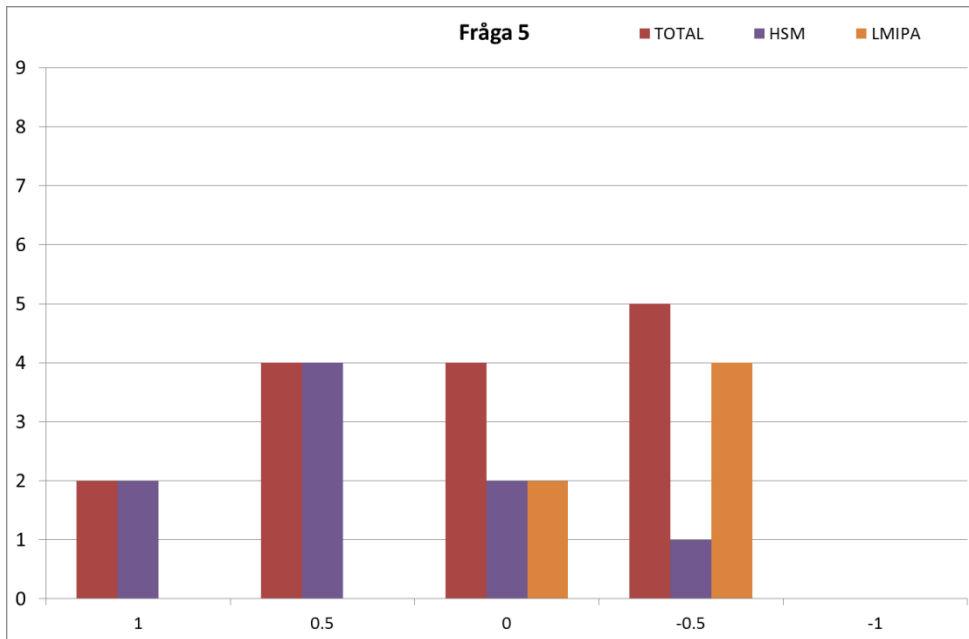
Mitt intryck är att HSM-studenterna upplever att det är lättare att marknadsföra en föreställning de är med i än att marknadsföra sig själva enbart som scenkonstnärer av något slag. Just på grund av jantelagen, "att individen underkastar sig en överordnad gemenskap" (Tomas Gunnarsson).



**Fråga 4:** *Given social media (facebook, twitter, instagram etc.) are public forums, I am considerate of how I appear on my private profile as a performing artist on said platforms.*

Grupp	Medelvärde
Alla	0.60
HSM	0.611
LMIPA	0.583

Återigen har grupperna svarat ungefär likadant. Här kan man utgå från att samtliga är extra medvetna om hur dom framställer sig själva på sina privata profiler på sociala medier, just i syfte att marknadsföra sig själva som scenkonstnärer.



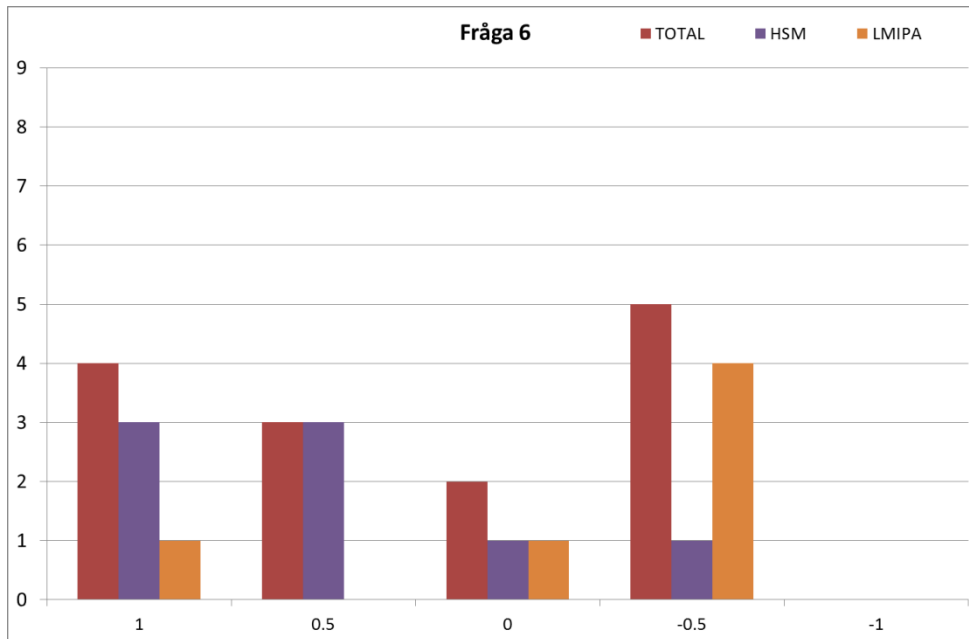
**Fråga 5:** *At times, I get annoyed with performing artists promoting themselves.*

Grupp	Medelvärde
Alla	0.100
HSM	0.389
LMIPA	-0.33

Här har vi en stor skillnad som är statistiskt signifikant mellan grupperna. Här börjar jag som enkätare nosa på temat jantelagsmentaliteten.

Här har vi ett tecken på att de svenska studenterna blir mer irriterade när andra scenkonstnärer marknadsför sig själva, än vad de holländska studenterna blir. HSM-studenternas medelvärde är 0.4, dvs närmare "I agree" än "I'm not sure". Jag tror att detta beror på jantelagen, att det finns en ingrodd mentalitet. Enligt *t*-testet tyder detta resultat på att det är för stor skillnad mellan svaren från HSM och svaren från LMIPA för att det skulle kunna vara en slump.

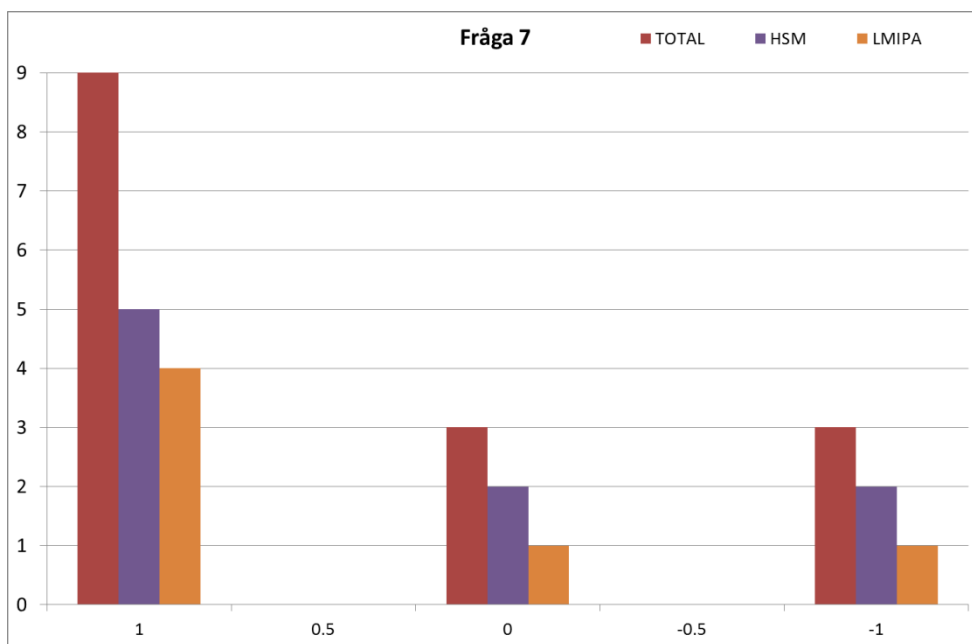




**Fråga 6:** *Even though I get annoyed with performing artists promoting themselves, I try to suppress those feelings.*

Grupp	Medelvärde
Alla	0.233
HSM	0.50
LMIPA	-0.17

Här har vi den största, statistiskt signifikanta skillnaden mellan grupperna. LMIPA-studenterna är mer åt "I'm not sure/I don't agree"-hållet och HSM-studenterna är enade om att de håller med. Det är ändå 4 av 6 personer från LMIPA som har valt att svara "I don't agree". Även här, som i fråga 5, tyder *t*-testet på att skillnaden mellan svaren från respektive skolor är för stor för att kunna vara en slump.



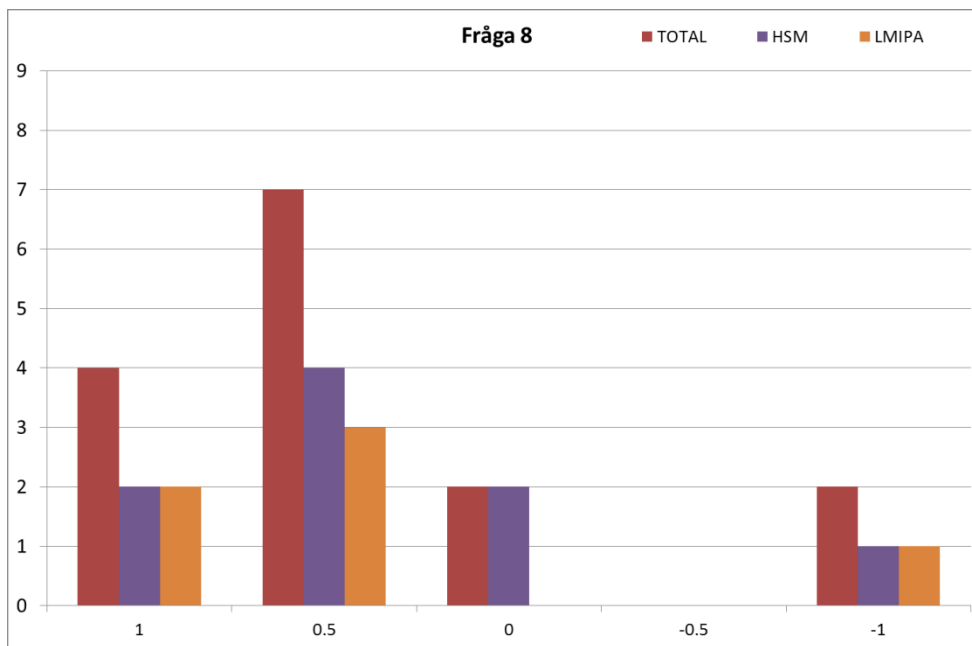
**Fråga 7:** *As a performing artist - I believe that self promotion is a part of my job. Or - I believe that self promotion is the employer's job. Select one of the three alternatives below.*

Grupp	Medelvärde
Alla	0.40
HSM	0.333
LMIPA	0.5

Här betyder alternativ ett: Ja, det är en del av mitt jobb som scenkonstnär.

Alternativ två: Jag vet inte. Alternativ tre: Det är arbetsgivarens jobb.

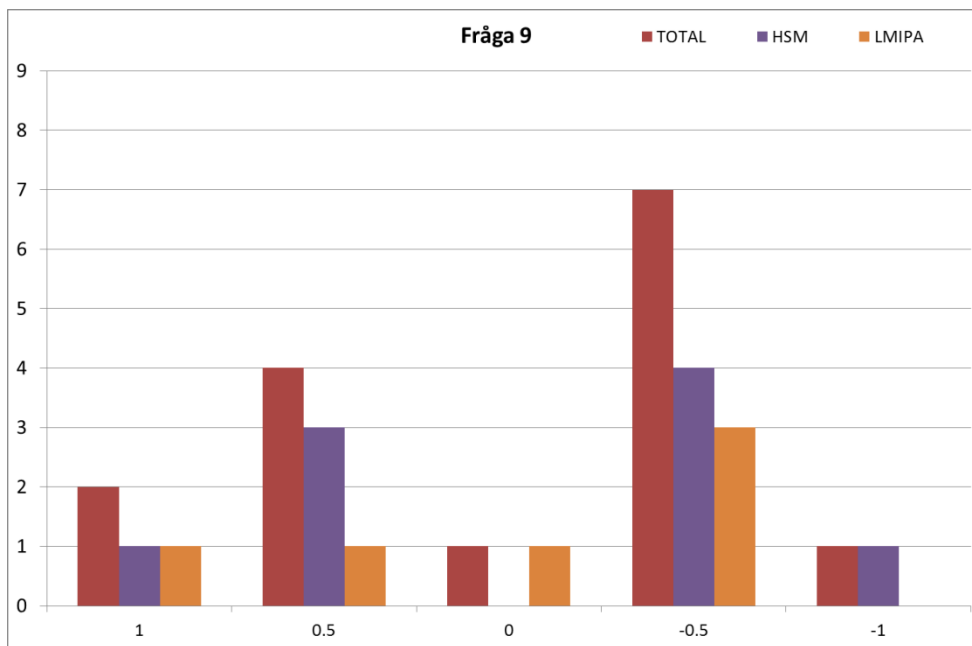
Vad man kan utläsa av den här grafen är att de flesta tycker att det är deras egna ansvar att marknadsföra sig själva, inte arbetsgivarens. Det är ingen skillnad mellan grupperna.



**Fråga 8:** *I would like to have one public profile where I'm promoting my work as a performing artist, and one private profile - so that I separate the two.*

Grupp	Medelvärde
Alla	0.367
HSM	0.333
LMIPA	0.42

Här har dem flesta svarat "I agree". Dock har jag inte sett detta in action. Lathet? Jantelagen? Hur får vi någonsin reda på det?



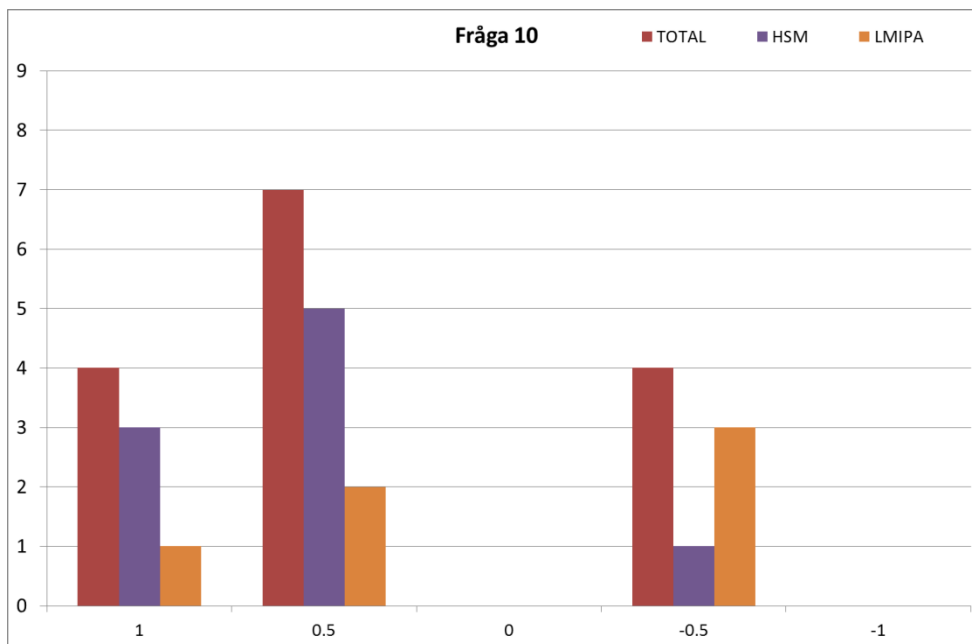
**Fråga 9:** *I have, at times, been or felt criticized by others (or myself) as being "pretentious" when I've been promoting myself as a performing artist.*

Grupp	Medelvärde
Alla	-0.03
HSM	-0.06
LMIPA	0

Här har majoriteten svarat "I don't agree", alltså ingen markant skillnad på grupperna.

Även om medelvärdet är noll så är det faktiskt bara en person som svarat "I'm not sure". Här är de svarande klart och tydligt, vänligt men bestämt, inte på samma sida av staketet.

Antingen tycker man det ena eller andra.



**Fråga 10:** *I have, at times, hesitated to promote myself as a performing artist.*

Grupp	Medelvärde
Alla	0.367
HSM	0.556
LMIPA	0.08

På denna fråga är det stor skillnad mellan grupperna. Det är endast en student från HSM som har svarat "I don't agree" medan resterande 8 har svarat antingen "I agree" eller "I agree completely". 3 studenter från LMIPA svarade "I agree" eller "I agree completely", medan resterande 3 svarade "I don't agree".

Sammanställt svarar HSM-studenterna ett starkt "I agree" och LMIPA-studenterna ett starkt "I'm not sure", som man också kan tolka som "I neither agree or disagree".

**Fråga 11:** *In Sweden there is a phenomenon called “Jantelagen”, Eng: “the law of Jante”. Basically it is the idea of having a negative attitude towards individual success. “You shouldn't think you are something” is more or less the headline of the law of Jante. This mentality can be contradicting to have as a performing artist. Or? Let me know what you think in the comment box below!*

Eftersom den sista ”frågan” (nr 11) bara hade kommentarsalternativ väljer jag att diskutera den i stycket ”Reflektion och diskussion – kommentarerna från online-enkäten” tillsammans med kommentarerna från frågorna 5, 6, 9 och 10.

## Reflektion och diskussion – kommentarerna från online-enkäten

Jag kommer i följande avsnitt att diskutera utvalda kommentarer som jag avgör är relevanta för min undersökning. På frågorna 5, 6, 9, 10 och 11 fanns det möjlighet att lämna en kommentar. I följande text kommer jag att ge exempel på och ta ut de mest relevanta kommentarerna från enkäten, och diskutera dem enligt följande.

I Appendix 3 finns alla kommentarer sammanställda.

### Fråga 5: "At times, I get annoyed with performing artists promoting themselves"

I kommentarerna till fråga nr 5 läser jag att det finns olika attityder kring detta påstående. Fokus hos flera av svaranden ligger på *hur* man marknadsför sig själv, något som även en av mina provpersoner nämnde. En blir irriterad på någon som marknadsför sig som musikalartist utan att ha någon utbildning i ryggen, en annan på en "kaxig" och "självgod" attityd som denne upplever från den som marknadsför sig. Jag väljer att citera en av kommentarerna, från en holländsk student, för att jag tycker att den visar att det finns ett jantelags-tänk hos denne;

*"When artists have many posts about themselves I can think 'yeah I get the picture', but after that I think to myself 'Yeah but I have to do this too, it's part of the business' and I 'forgive' them."*

Alltså finns det, enligt den svarande ovan, ett instinktivt ogillande när någon marknadsför sig själv "för mycket", som i nästa stund utbyts mot förståelse.

### Fråga 6: "Even though I get annoyed with performing artists promoting themselves, I try to suppress those feelings."

Detta påstående är en följdfråga till fråga nr 5. Här är svaren ganska lika. De flesta skriver att det är onödigt att lägga ner tid och energi på negativitet, det är upp till var och en vad man vill göra och att de förstår att de står inför samma uppgift själva. Dock är det en kommentar som sticker ut:

*"Om jag verbalt eller fysiskt attackerar någon som gör reklam för sig själv så är svaret nej. Om jag talar med någon vän om det - så är svaret ja."*

Ett ord som jag starkt förknippar med jantelagen är 'missunnsamhet.' Missunnsamhet är uppfattningen att andra inte gör sig förtjänta av ett visst privilegium.<sup>2</sup>

Varför lägga ned tid och energi på att dela med sig av irritation på någon som försöker göra sitt jobb? Är det här tankesättet individuellt eller kollektivt? Det får vi inte svar på i denna undersökning.

### Fråga 9: "I have, at times, been or felt criticized by others (or myself) as being "pretentious"

*"Hej, titta på mig och vad jag gör!' Vi lever i en tid där självrealisering känns som en högsta prioritet. Därför kan man lätt känna sig/bli kallad egoistisk, när det är så mycket som är viktigare i den stora och hela bilden."*

*"Det var värre i yngre ålder. Men i gymnasiet var jag ganska framåt med jobb och skolsökningar. Det störde vissa och det pratades bakom min rygg."*

*"Om jag promotar mig själv upplever jag mig själv som störig och pinsam. Jag får också för mig att mina vänner upplever mig så."*

*"I often think 'Why would anyone want to see this?' or 'this is not good enough', but once you get over that, it's nice to see people's reactions. I believe people appreciate the*

---

<sup>2</sup> Källa: <https://sv.wiktionary.org/wiki/missunnsamhet> (besökt 2016-06-18)

*fact that one puts oneself out there and can forgive mistakes or imperfections. The most criticism comes from oneself I think."*

Den fjärde kommentaren är skriven av en holländsk student. Om man jämför den fjärde kommentaren med de tre första leder den fjärde till en ny tanke: vad händer sedan, vad blir resultatet av min marknadsföring? Hen skriver att det är trevligt att se folks reaktioner, och förmodar att folk uppskattar modet att exponera sig själv på det sättet. Den här tanken är jantelagens motsats. Och det var ingen av kommentarerna på svenska som hade detta perspektiv.

Här blir det tydligt att dessa svenska studenter har fokus på kritiken utifrån och den holländska studenten upplever att man själv är sin största kritiker.

#### **Fråga 10: "I have, at times, hesitated to promote myself as a performing artist."**

Sammanfattningsvis hade kommentarerna på fråga tio samma tema: är jag/mitt arbete tillräckligt bra för att visa upp? De flesta vill inte bli "missförstådda" eller att någon ska tycka att man är konstig, skrytig eller löjlig. Dessa kommentarer kommer från både de svenska och de holländska studenterna.

*"Jag tycker att det känns pinsamt och jag tror att mina vänner tycker att jag är uppmärksamhetskrävande och jobbig om jag gör det. Jag vill inte visa att jag är stolt över någonting." (HSM)*

*"I don't want to show off or make people think I'm a weirdo." (LMIPA)*

Låt oss ta en extra titt på hur den kursiva meningen är formulerad i kommentaren nedan:

*"Är jag/jag som varumärke den som gör reklam via Facebook, Instagram, Twitter? Och ofta har jag landat i ett beslut som är att den person jag vill framstå som är **en trygg konstnär som inte jämt och ständigt lägger upp något om mig själv eller det projekt jag är med i**. Med det sagt har jag vid flera tillfällen också lagt upp något på Facebook om mig själv."*

Enligt denne svarande är man alltså en trygg konstnär om man inte "jämt och ständigt" marknadsför sig själv. Detta betyder också då, enligt hen, att man är otrygg om man gör detta. Det i sin tur påvisar en slags motsatt jantelag; 'jag är lite bättre än dem, för att jag gör på det här viset'.

**Fråga 11.** In Sweden there is a phenomenon called "Jantelagen", Eng: "the law of Jante". Basically it is the idea of having a negative attitude towards individual success. "You shouldn't think you are something" is more or less the headline of the law of Jante. This mentality can be contradicting to have as a performing artist. Or? Let me know what you think in the comment box below!

*"I think you should think you are something as an artist. If not, when do you become the one thing you want if you can't think about being that specific thing? It's so important to think positive as an artist. We already see all the things that we're missing in our work. We most of the time forget the things we already can. So I think the Law of Jante is indirectly increasing this kind of thinking. And besides that, if you can not think about yourself being something, than what kind of thing are you anyway? Nothing? That's not logical, and not nice at all to yourself if you ask me."*

*"Our school teaches us that you have to know who you are and what you have to offer because, if you can't sell yourself, why would anyone else want to buy you? I think self-promotion should be encouraged and coached to help people know how to give themselves an image."*



*“Yes it's a big problem. I always feel that I could be more "HERE I AM" but when I do that, I always feel that I am too much. I also see a big difference in how much space in a room I am allowed to take, compared to my male colleagues. It's harder for a female to be allowed to take a lot of space. If I could, I would take everything I could.”*

*”Eftersom jantelagen existerar så existerar också avundsjuka och tävlingsinstinkt vilket är negativt i denna bransch. Om den däremot inte hade funnits så kanske Fb hade svämmat över av självbejakande uppdateringar. Så tacka Gud för jante!”*

*“Jag tror absolut att det har med saken att göra. Vi har inte ett framåt sätt i Sverige. Att prata gott om sig själv anses ofta som skryt. Jag har en inramad recension hemma som jag hela tiden tvekar på om jag ska ha framme. Jag blir glad av den, men jag är rädd att besökare ska tycka att jag skryter.”*

*”Jag håller absolut med om att jag påverkas mycket av jantelagen. Jag är dålig på att promota mig själv pga jantelagen vilket säkert innebär att jag får färre jobb eller färre fans. Folk vet därför inte vad jag gör och tycker därför inte att jag är speciellt 'häftig'.”*

De slutsatser jag drar från kommentarerna till fråga 11 är att de svarande upplever att det finns en ständig kritik av deras arbete. Svarande som lämnat den första kommentaren tar upp självvärde – man måste vara positiv och snäll mot sig själv, då man i många fall glömmer bort de kunskaper man faktiskt har. Och om du intre tror på dig själv, vem ska då göra det?

I den andra kommentaren tar en holländsk student upp produkt-efterfrågan temat, och att man skulle må bra i sitt arbetsliv av att ha en tydlig image. Jag tror att detta är en central punkt i min diskussion; jag upplever att det finns en vilja av att vara så mångsidig som möjligt som scenkonstnär bland de svenska musikalstudenterna. Denna vilja upplever jag inte lika starkt från de holländska musikalstuderande, och jag tror att skolans (LMIPA) inriktning och coachning är en bidragande faktor till det. Jag upplever, från min vistelse på LMIPA, att det finns tydligare mål om hur man bör utföra sina färdigheter, framförallt i dans, än på HSM. Detta bidrar också till att ”produkten musikalartisten” blir tydligare för LMIPA-studenterna, och därmed lättare att marknadsföra. Detta är till skillnad från HSM, där jag upplever att det är större fokus på det egna skapandet och bemötandet av publik – och därmed ligger fokuset mer hos mottagaren än på avsändaren, mer på publiken än scenkonstnären. Arbetet som student på HSM blir därför mer personligt än för en student på LMIPA, på grund av att man som student på HSM förväntas vara en del av skapandet i en konstnärlig process. Därav blir marknadsföringen av sig själv som scenkonstnär om möjligt mer personlig på HSM än på LMIPA – och kanske är det därför som de svenska studenterna, enligt min undersökning, känner sig mer påverkade av jantelagen än vad holländska studenter gör.

I den tredje kommentaren tar den svarande upp ett begrepp jag inte berört än, nämligen jämställdhet. Det är fruktansvärt och obegripligt att den svarande känner att hon inte får ta lika mycket plats i ett rum som sin manliga kollega. Jag hoppas att ojämställdhet inte är en faktor till missunnsamhet människor emellan, även om det är en naiv tanke, och jag har därför valt att inte beröra den problematiken i just den här undersökningen.

I den fjärde kommentaren ges ett tydligt exempel på att den svarande tycker till om andra, på ett negativt sätt.

I de två sista kommentarerna tar respektive svarande upp ett, enligt mig, alarmerande problem: om jag inte får/vågar synas – hur ska någon se mig? Och om ingen ser mig eller vet vem jag är eller vad jag kan, hur ska jag få jobb? Om jag är en aspirerande musikalartist utan en universitetsutbildning eller dylikt i bakgrunden, hur ska jag få några auditions om jag inte vågar synas?

## Analys och slutsatser

### Vad var det jag fick reda på, egentligen?

Genom min undersökning har jag fått reda på att det finns likheter mellan studenterna. Det verkar som att alla vid något tillfälle har känt sig påverkade av den s.k. ”jantelagen”, även om det inte finns någon direkt holländsk motsvarighet. De flesta håller med om påståendet att det är problematiskt, för att inte säga förödande, att ha denna mentalitet när man förväntas marknadsföra sig själv. Vad jag läser från kommentarerna är att det finns en oro över att inte vara tillräckligt bra. Hos de svenska studenterna ligger oron i att inte vara tillräckligt bra för sin omgivning, medan oron hos de holländska studenterna ligger i vad man har för krav på sig själv.

På fråga 5, 6 och 10 var det, enligt t-testet, störst skillnad mellan grupperna. På de graferna är det ingen slump att svaren är så pass olika. Genom de svaren har jag nu efter undersökningen fått reda på att det faktiskt är skillnad på grupperna när det kommer till hur man spontant väljer att bemöta sin irritation på andra som marknadsför sig själva. Man ser både i pilotenkäten och i svaren på fråga 1 i online-enkäten att det verkar som att de yngre personerna upplever att de måste marknadsföra sig själva mer än vad de äldre gör.

### Hur hänger det ihop med min frågeställning?

Min frågeställning är huruvida holländska musikalstudenter känner sig mer eller mindre påverkade av den s.k. ”Jantelagen” än vad svenska musikalstudenter gör när det kommer till marknadsföring av sig själva. Min intention har varit att undersöka om det finns likheter och skillnader i tanke sätt mellan de två grupperna, och hur man hanterar den eventuella negativism som kommer med ett jantelags-tänk. Jag upplever att min undersökning tydligt har gått hand i hand med min frågeställning.

### Har jag fått reda på det jag ville ha reda på?

Jag har fått reda på att det finns faktiska skillnader mellan grupperna, så svaret är ja. Min förhoppning har ändå varit att det inte skulle vara så stora skillnader på grupperna. Det är nu tydligt för mig att jantelagen finns och tar plats bland svenska musikalstuderande. Jag har blivit lika förvånad över kommentarer som ”jag vill inte visa för mina kompisar att jag är stolt över något”, på grund av dess uppenbara jantelags-tänk, som kommentarer som ”Eftersom jantelagen existerar så existerar också avundsjuka och tävlingsinstinkt vilket är negativt i denna bransch. Om den däremot inte hade funnits så kanske Fb hade svämmat över av självbejakande uppdateringar. Så tacka Gud för jante!”, som jag blir obekvämd av att läsa, på grund av att den svarande så uppenbart utövar jantelagstänk. Jag anser att marknadsföring av sig själv absolut är en del av min arbetsuppgift som scenkonstnär, vare sig jag vill det eller ej. Jag anser också att man ska stödja varandra, man missunnar ingen något och man är en supporter – speciellt till människor som är i samma situation. Å andra sidan kan jag bli väldigt förvirrad om någon ger en, enligt mig, felaktig bild av vad hen gör. Men vem är jag att tycka och tänka om någon på ett negativt sätt? I Holland upplevde jag att det överlag finns en självklarare självständighet hos studenterna. Det kan bero på att de går i större klasser än vad man gör på HSM, och att det finns ett större behov av att synas och höras. I och med det blir effekten att man tar för sig mer – utan att hinna älta dom eventuella negativa reaktionerna man kan få av sina medmänniskor. Och kanske ligger fokuset hos LMIPA-studenterna på att faktiskt få synas och höras, och inte på vad någon annan ska tycka bakom ryggen – eftersom det faktiskt är helt irrelevant. Dock kan det vara så att, eftersom de holländska studenterna inte har ett jantelags-tänk i samma utsträckning som de svenska studenterna, har deras målgrupper inte det heller. Är problemet kanske inte att man förminskar sig själv, utan att man blir förminskad av sin målgrupp?

## Vad var det jag inte fick reda på?

Om jag hade gjort en större enkätundersökning, så att flera personer hade fått svara på den, hade svaren eventuellt blivit mer detaljerade. Eftersom enkäten var anonym och via internet hade jag ingen uppfattning om t.ex. eventuell tvekan, direktitet eller avvaktande – något som kan vara avgörande i en undersökning om beteende. På fråga 5 och 6 var det en statistiskt signifikant skillnad mellan grupperna – något jag kunde se genom att utföra *t*-testet på dessa. Även på fråga 10 var skillnaden mellan grupperna rätt stor, om än inte statistiskt signifikant. Men eftersom *t*-testet inte gav utslag på några av de andra frågorna kan jag inte påstå att resterande svar inte kunnat vara en slump. Dock tycker jag att det var på de mest intressanta frågorna som de stora skillnaderna faktiskt uppträdde. Nackdelen med enkätundersökning är att den eventuellt förutsätter ett intresse från de som väljer att svara på enkäten, och att urvalet då kan bli skevt.

## Att undersökas vidare

I denna undersökning har jag undersökt en problematik som det inte så ofta talas om. I jantelagsmentaliteten ingår ett inre motstånd till att ta plats som en offentlig person i ett offentligt rum. Senast på en föreläsning om entreprenörskap som frilansande scenkonstnär [9] blev föreläsaren Fredrik Malmgård förbluffad över hur många av oss som inte tagit marknadsföringen av sig själva som en del av arbetsuppgiften. Det var för honom förvånande att vi som avgångsstudenter inte har varsin hemsida. Jag tror att min undersökning och frågeställning har stor relevans när det kommer till denna diskussion, och jag vill flagga för att det finns en ingrodd negativism i svensk kultur som måste lyftas upp, diskuteras och hanteras om vi ska fortsätta att marknadsföra oss själva.

## Övergripande slutsatser och resonemang

Min fråga: ”Känner sig holländska musikalstuderande mer eller mindre påverkade av den s.k. ”jantelagen” än svenska musikalstuderande när det kommer till marknadsföring av sig själva?” har fått svar. Jag tror att båda grupperna är likartade avseende självkritik och hur mån man är om att synas och höras i sin marknadsföring som scenkonstnär. Däremot är de holländska studenterna inte missunnsamma på det sättet som de svenska studenterna tenderar att vara, framförallt om man ser till de stora skillnaderna i svaren på frågorna 5, 6 och 10.

## Det står inte i kontraktet, men...

Som tillägg i diskussionen för min undersökning vill jag även nämna att inför de kommande produktionerna som jag ska vara med i har ensemblen uppmanats att dela, gilla och sprida produktionens marknadsföring på sociala medier – vare sig det är från en privat eller offentlig profil.<sup>3</sup>

## Metodkritik

Studien har följande begränsningar: den inte slumpmässig, alla studenter på respektive utbildning har inte besvarat enkäten, antalet svar är ganska litet. Jag kunde heller inte tvinga någon till att svara, så jag fick helt enkelt hoppas att så många som möjligt svarar.

Jag har inte haft någon tidigare erfarenhet av att göra statistiska undersökningar, så jag har fått hjälp med den matematiska bearbetningen av data av Sten Ternström.

Tiden medgav inte någon fördjupning i t.ex. de kulturella skillnaderna mellan Holland och Sverige.

---

<sup>3</sup> Mejl från GöteborgsOperans marknadsföringschef: ”//Gå in och gilla oss på facebook och instagram – gilla/dela våra kommande inlägg om Hair. Vi släpper biljetterna 7/3.”

## Litteraturförteckning

- [1] Ulf Friberg, *Den kapitalistiska skådespelaren: aktör eller leverantör?* Bokförlaget Korpen, 2014.
- [2] Aksel Sandemose, *En flykting korsar sitt spår*, Mørs, 1933.
- [3] ”Jantelagen” [www.jantelag.se](http://www.jantelag.se) (besökt 2016-06-18)
- [4] *Tall Poppy Syndrome* [https://en.wikipedia.org/wiki/Tall\\_poppy\\_syndrome](https://en.wikipedia.org/wiki/Tall_poppy_syndrome) (besökt 2016-06-18)
- [5] Tomas Gunnarsson, *Att överlista jante*, Gunnarsson Förlag, september 2012.
- [6] Christina Knutsson, *Sitter jante i ryggmärgen?* artikel ur: <http://www.coachingguiden.se/sitter-jante-i-ryggmargen/> (besökt 2016-04-23)
- [7] Ulla-Carin Hedin, Sven-Axel Månsson, Ronny Tikkanen, *När man måste säga ifrån* (Stockholm: Natur och Kultur, 2008) s. 20.
- [8] Anders Sundell, *Guide: jämföra medelvärden och t-test*, källa: <https://spssakuten.wordpress.com/2010/09/24/guide-jamfora-medelvarden-och-t-test/> 24 september 2010. (besökt 2016-06-18)
- [9] Fredrik Malmgård, Arteprenör, föreläsning om entreprenörskap, HSM 18/5-2016.

## Övrigt

Lena Endre ”Vi vill vara fria i vårt skapande”, DN 2010-02-19.

## Appendix

1. Redogörelse för pilotenkäterna
2. Redogörelse av frågornas framväxt, loggboken.
3. Fullständiga kommentarer från online-enkäten.
4. Online-enkäten

# Appendix 1 - Pilotenkät

## Enkätundersökning - Marknadsföring inom scenkonsten

Pia Ternström, Göteborgs Universitet

Hej! Jag skriver just nu min kandidatuppsats där jag undersöker scenkonstnärers förhållningssätt till marknadsföring och marknadsföring av sig själva, och skulle bli hjälpt av dina svar!

Nedan finns 5 frågor som kommer att vara en del av min undersökning.

Tack för hjälpen!

NAMN: Stina Nordberg

JAG VILL VARA ANONYM:  JA  NEJ

ÅLDER: 25 år

YRKE och typ av anställning: Skådespelare / praktikant från Malmö Teaterhögskola

ANTAL yrkesverksamma år inom scenkonst: 6 år

UTBILDNING: Teaterhögskolan i Malmö

1. Upplever du att du marknadsför dig själv som yrkesverksam scenkonstnär?  
 JA  NEJ

1.2 Om svaret är ja, hur gör du för att marknadsföra dig själv?

- Via sociala medier (facebook, instagram, twitter el. dylikt.)  
 Nätverkande i sociala sammanhang  
 Via agent, manager el. dylikt.

Övrigt: \_\_\_\_\_

2. Upplever du att du måste marknadsföra dig själv?  
 JA  NEJ

3. Upplever du någon skillnad mellan att marknadsföra en föreställning och att marknadsföra dig själv som enskild scenkonstnär? Om ja, hur upplever du i så fall skillnaden?

Ja, en föreställning känns väldigt accepterat och självklart jag kan lätt känna mig forcerad, och kanske även att jag kämpar med jantelagen när det kommer till →

4. Har du någon gång valt att inte marknadsföra dig själv som scenkonstnär i ett sammanhang där det varit möjligt? I så fall, varför har du avstått?

Nej.

5. Upplever du att du som scenkonstnär, i sammanhang som har med marknadsföring av dig själv att göra, hämmats av det som ibland kallas för "jantelagen"? Om ja, kan du beskriva på vilket sätt?

Ja, jag kan ibland uppleva att mitt arbete kan sticka i folks ögon. Kanske mer sällan hos folk som arbetar med samma sak (typ aldrig), men däremot hos folk som inte delar samma profession som jag.

3. mig själv. Däremot blir jag bättre och bättre. Ju längre min utbildning varat och att mitt yrke snart finns på ett papper så känns det mer legitimerat plus att mitt kontaktnät ökat.

# Enkätundersökning - Marknadsföring inom scenkonsten

Pia Ternström, Göteborgs Universitet

Hej! Jag skriver just nu min kandidatuppsats där jag undersöker scenkonstnärers förhållningssätt till marknadsföring och marknadsföring av sig själva, och skulle bli hjälpt av dina svar!

Nedan finns 5 frågor som kommer att vara en del av min undersökning.

Tack för hjälpen!

NAMN: EMILIE STRANDBERG

JAG VILL VARA ANONYM:  JA  NEJ

ÅLDER: 39

YRKE och typ av anställning: SKÅDESPELARE, långtidskontrakt

ANTAL yrkesverksamma år inom scenkonst: 12

UTBILDNING: Teaterhögskolan

1. Upplever du att du marknadsför dig själv som yrkesverksam scenkonstnär?  
 JA  NEJ *Beroende på när jag spelar på institution eller gör eget projekt*

1.2 Om svaret är ja, hur gör du för att marknadsföra dig själv?

- Via sociala medier (facebook, instagram, twitter el. dylikt.)  
 Nätverkande i sociala sammanhang  
 Via agent, manager el. dylikt.

Övrigt: \_\_\_\_\_

2. Upplever du att du måste marknadsföra dig själv?

JA  NEJ

3. Upplever du någon skillnad mellan att marknadsföra en föreställning och att marknadsföra dig själv som enskild scenkonstnär? Om ja, hur upplever du i så fall skillnaden?

*Jag har mest/bäst marknadsfört föreställning  
inte mig själv som konstnär*

4. Har du någon gång valt att inte marknadsföra dig själv som scenkonstnär i ett sammanhang där det varit möjligt? I så fall, varför har du avstått?

*Harde ju kunnat jobba mer på att säga "här är jag"  
"här spelar jag nu" även om det varit på stor teater*

5. Upplever du att du som scenkonstnär, i sammanhang som har med marknadsföring av dig själv att göra, hämmats av det som ibland kallas för "jantelagen"? Om ja, kan du beskriva på vilket sätt?

*Nej. Den lagen intresserar mig inte  
änstätt på att jag lutat mig tillbaka*

## Enkätundersökning - Marknadsföring inom scenkonsten

Pia Ternström, Göteborgs Universitet

Hej! Jag skriver just nu min kandidatuppsats där jag undersöker scenkonstnärers förhållningssätt till marknadsföring och marknadsföring av sig själva, och skulle bli hjälpt av dina svar!

Nedan finns 5 frågor som kommer att vara en del av min undersökning.

Tack för hjälpen!

NAMN: Dag Malmberg

JAG VILL VARA ANONYM:  JA  NEJ

ÅLDER: 62

YRKE och typ av anställning: skådespelare

ANTAL yrkesverksamma år inom scenkonst: 35

UTBILDNING: Statens sceneskola Göteborg

1. Upplever du att du marknadsför dig själv som yrkesverksam scenkonstnär?

JA  NEJ

1.2 Om svaret är ja, hur gör du för att marknadsföra dig själv?

Via sociala medier (facebook, instagram, twitter el. dylikt.)

Nätverkande i sociala sammanhang

Via agent, manager el. dylikt.

Övrigt: \_\_\_\_\_

2. Upplever du att du måste marknadsföra dig själv?

JA  NEJ

3. Upplever du någon skillnad mellan att marknadsföra en föreställning och att marknadsföra dig själv som enskild scenkonstnär? Om ja, hur upplever du i så fall skillnaden?

nej

4. Har du någon gång valt att inte marknadsföra dig själv som scenkonstnär i ett sammanhang där det varit möjligt? I så fall, varför har du avstått?

Ja - irrelevant arbetsrelevans

5. Upplever du att du som scenkonstnär, i sammanhang som har med marknadsföring av dig själv att göra, hämmats av det som ibland kallas för "jantelagen"? Om ja, kan du beskriva på vilket sätt?

"Jantelagen" figurerar i alla sammanhang



## Appendix 2 – Loggbok

Tio snabba frågor (som jag kan rita staplar av)

Och en bludderfråga. Reflektioner kring jantelagen inom marknadsföring. Svartalernativ:

Sätta ett kryss på en linje (se nedan)

I don't agree at all ----- I agree completely

■ ELLER -

■ 1-5 alternativ, alternativ 1 är "I don't agree at all" - alternativ 5 är "I agree completely"

T.ex. "frågorna 1-5 gäller den marknadsföring av *dig* som *du* gör *själv*."

Questions 1-5 is about the marketing *you* do *of yourself*.

Först tänkte jag att dom holländska eleverna skulle göra enkäten på engelska, och dom svenska på svenska – men både grupperna har ju engelska som andra språk, så varför inte ge båda grupperna exakt samma enkät på engelska? Done deal! Att både grupperna ska få samma enkät är väldigt viktigt för rättvisans skull.

OBS! Frågorna är inte färdigställda och är under bearbetning i denna stund.

Jag kommer att använda mig av en online-survey där grupperna kan klicka i sina svar. Jag tror att det går fortare för dom, och det går absolut fortare för mig att få reda på resultaten då jag får statistiken uträknad direkt. Annars hade nog den här uppsatsen delvis handlat om hur man räknar ut statistik, och det vill jag helst inte att den ska göra.

Det är otroligt svårt att formulera frågor. Jag vill först att dom ska hamna i tankar om detta, därav tio "snabba" frågor i början. Jag vill ha nyanserade svar, därav 5 svartalernativ. I och med detta är dom inne i "tänket" när sista frågan kommer. Sista frågan är en förklaring av vad jantelagen är och jag ber dom att reflektera kring begreppet - på temat marknadsföring av sig själv som artist.

Jag tycker mig uppleva en skillnad mellan den generella holländska studenten och den generella svenska studenten när det kommer till marknadsföring av sig själv som artist. Jämförelsevis upplever jag att den generella svenska studenten är mer påverkad av den s.k. "jantelagen". Även om denne medvetet jobbar emot den, finns den fortfarande i ryggraden.

Facebook was founded 2004, twitter 2006 and instagram 2010.

I feel that a responsibility for self promotion is a phenomena that didn't exist, say ten years ago.

WHY is this relevant to ask?

Jag behöver gå igenom varje fråga om och om igen, för att försöka få svar som är mätbara. Vad är det jag får reda på om jag frågar frågan på det här sättet?

Jag behöver ha ett dokument för mig själv, där det är tydligt vad alternativen innebär.

Tydlighet är nyckelordet, då alla tolkar text olika.

Det är svårt för att det handlar om en medveten eller omedveten mentalitet. Jag kan inte vara för direkt, för då finns risken att svarande blir defensiv. Jag kan heller inte ge utrymme för spekulation, för då är risken att jag inte får ett precist svar.

Självklart kan det vara så att jag upptäcker i efterhand att en fråga gått snett och jag inte fått det svar jag trodde att jag skulle få, att frågan blivit tolkad på ett annat sätt än vad min intention var från början.”

### **Fråga 1.**

#### **As a performing artist – I have a responsibility to promote myself.**

Här mäter jag om svarande upplever att marknadsföringen är en viktig del av att vara scenkonstnär.

In order to have a "successful" career as a performing artist – I have...

### **Fråga 2.**

#### **I deliberately and actively \* promote myself as a performing artist.**

Här har jag bytt ut ordet "deliberately" mot "consciously" för att Stina (min provperson) inte förstod vad det första betydde. Jag är medveten om att ordet inte har exakt samma betydelse, men jag väljer att säga medvetet istället.

Denna fråga mäter hur pass aktiv man är i sin marknadsföring av sig själv som scenkonstnär.

Kommentar\*: från Hanna och Hannes; inte säker på ordets betydelse. Sätter den svenska samt holländska översättningen i parentes, för säkerhets skull. Ändrar tillbaka "consciously" till "deliberately", för att jag tycker att det är mer precist.

### **Fråga 3.**

#### **I experience a difference in attitude, from myself and others, when I'm promoting a production I'm in (collectively) and when I'm promoting myself as a performing artist (individually).**

Denna fråga mäter den ev emotionella inställningen till marknadsföringen av sig själv. Hur påverkad man blir av den sk "jantelagen". FÖRUT: "I find it difficult to promote myself because I don't want to come across as "pushy" or "pretentious".

Kommentar: ÄNDRAD till "I experience a difference in attitude, from myself and others, when I'm promoting a production I'm in (collectively) and when I'm promoting myself as a performing artist (individually). 2/3-16

### **Fråga 4.**

#### **Given social media (facebook, twitter, instagram etc.) is a public forum, I am considerate of how I appear on my private profile as a performing artist on said platforms.**

Denna fråga mäter om man medvetet marknadsför sig själv från sin *privata* profil.

### **Fråga 5.**

#### **At times, I get annoyed with people promoting themselves as performing artists. If yes, please elaborate!**

Denna fråga mäter om man ibland har "utövat" jantelagsmentaliteten indirekt över någon annan.

Kommentar: ÄNDRAD till "At times I get annoyed with performing artist promoting themselves." efter att Hanna pekat ut att annars kan det vara för att "folk" (i denna bemärkelse personer som inte arbetar som scenkonstnärer) som inte jobbar aktivt med scenkonst promotar sig

själva. Vilket är en annan fråga, när är man scenkonstnär? Är det något man jobbar med eller är det något man också är?

#### **Fråga 6.**

**Even though I get annoyed with performing artists promoting themselves, I try to suppress those feelings. If yes, why is that?**

Kommentar: Eftersom fråga 5 har ändrats, ändras även denna. Efter Marcus kommentarer lade jag till alla svarsalternativ igen. Se utvecklad kommentar nedan.

Kanske möjlighet till att kommentera.

”If yes, what is it that is annoying to you? Please give examples on what may be annoying!”

#### **Fråga 7.**

**As a performing artist, I believe that self promotion is a part of my job. Or I believe that promotion is the employers job.**

Denna fråga mäter om man tycker att marknadsföring är en del av arbetsuppgifterna som scenkonstnär. Är en självklar del av mitt framtida jobb.

#### **Fråga 8.**

**I would like to have one public profile where I’m promoting my work as a performing artist, and a private profile – so that I separate the two.**

Denna fråga mäter om man faktiskt tycker att det skulle underlätta att separera det ena från det andra.

Kommentar: (Marcus) Webbhotell. Kontaktnät på facebook.

#### **Fråga 9.**

**I have, at times, been or felt criticized by others as being too ”pushy” or “pretentious” when I’ve been promoting myself as a performing artist.**

Denna fråga mäter om personen i fråga har bemötts av denna negativa jantelags-inställning. Please elaborate on what grounds you've been criticized. + myself??

Kommentar: (Marcus) specificera vad pushy innebär – lägg till ”or ’pretentious”.

**In Sweden there is a phenomena called "jantelagen". Based on a novel written by Aksel Sandemose, the law of Jante is the idea that there is a pattern of group behaviour towards individuals within Scandinavian communities that negatively portrays and criticises individual success and achievement as unworthy and inappropriate.**

Generally used in everyday language in the Nordic countries as a sociological term to negatively describe a condescending attitude towards individuality and success, the term refers to a mentality that de-emphasises individual effort and places all emphasis on the collective, while discouraging those who stand out as achievers.

**BANTA. Använd titeln på uppsatsen i frågan.**

This mentality can be contradicting to have as a performing artist.

Or? Let me know what you think!

**P.S. If you have any thoughts about the other questions that you want to share, please do! Just write the number of the question before your answer, so that I know which one you're referring to. Thank you!**

Kommentar: (Person 1) addera svarsalternativ-spalt här också. För långt. Banta ner till tre meningar.

#### **Fråga 10.**

**At times I've hesitated to promote myself as a performing artist. If yes, please elaborate on what grounds?**

Efter person nr 2s kommentarer 29/2:

Efter 2s kommentarer på mitt första utkast av enkäten (SurveyMonkey), blev det tydligt att jag måste göra vissa ändringar. Det blev tydligt för mig att jag måste addera en dåvarande följdfråga på fråga nr 5: "At times, I get annoyed with performing artists promoting themselves." i form av "Even though I might get annoyed with performing artists promoting myself, I suppress those feelings" – för att det är just ignorandet jag vill åt. Då finns det "rum" för att säga "jag är en "bra" person, även om jag ursprungligen kände att jag blev irriterad."

#### **Fråga 4.**

"Given social media (facebook, twitter, instagram etc.) is a public forum, I am considerate of how I appear on my private profile as a performing artist on said platforms."

En ytterligare faktor som hjälper en i tredje person Lättillgängligt med en facebook-sida.

Kunna ha separata profiler för jobb, en privat.

DET FINNS EN ANLEDNING som är tydlig när man har en separat marknadsföringssida. Men att man skriver utifrån sig själv, inte om sig själv i tredje person. "För man vill verka sund"

Anonym på instagram vs facebook "Man ska vara sund på något sätt"

Efter person 1s kommentarer 2/3:

#### **Fråga 6.**

"Den här frågan tycker jag är knepig. För att på den här skulle jag vilja svara "I don't agree" eller "I'm not sure" för det handlar för mig väldigt mycket om hur man promotar sig själv. Eftersom att att promota sig själv som artist kan vara positivt och negativt. Och jag tror inte att jag skulle suppress those feelings om jag, i min personliga åsikt, tyckte att en person promotar sig själv eller sitt artisteri på ett sätt som framhäver den "dåligt". Då är det nog mer att såhär aa nämen jag tycker ju att det är bullshit. Alltså. Så då skulle jag nog känna att det ska jag väl få tycka."

#### **Fråga 8.**

"Och här skulle jag vilja säga "I'm not sure". För att för mig är, även om det är viktigt att kunna separera sitt artisteri och sitt privata jag, så är det ju också väldigt svårt i och med att många vänner man har, ja nära och kära – är i samma bransch – vilket gör att om jag då har två olika facebook-profiler, men känner väldigt många som är artister privat; det jag lägger upp där kommer ju absolut att påverka hur dom ser mig i mitt yrke också för att då i det fallet smälter det liksom ihop lite. Sen tror jag att det är jättebra att ha en hemsida eller ett annat forum där man kan vara mer professionell i den aspekten att man kan lägga upp sitt CV där och att man bara lägger upp projekt-grejer och

liksom sitt artist-jag – för människor som inte på något annat sätt känner en. Att man kan låsa upp ett webbhotell som kommer upp före sin facebook-profil när man söker på sitt namn på google el. dyl. Sen tror jag att det kanske kan vara bra att ha en facebook som kanske inte är helt vidöppen.

Jag tror att det kan vara bra att man kanske inte kan se alla foton, alla inlägg om man inte är min vän. Men jag ser hellre att man har en facebookprofil – och det är liksom min facebook och där kan jag rensa folk som jag tycker inte ska vara på den. Dom personerna som jag inte tycker ska vara på min facebook, dom kan ju då gå in på min hemsida. Och dom här andra kan ju se allt då.”

Reflekterande kommentarer på prov-personerna:

Att prova mina enkätfrågor på person nr 1 (avgångsstudent på Teaterhögskolan i Malmö), 2 (avgångsstudent på Musikal akademien i Umeå), 3 (avgångsstudent på musikalkandidatprogrammet på HSM) och 4 (andraårsstudent på skådespelarprogrammet på HSM) har varit väldigt lyxigt.

Dem har utan hämningar reflekterat öppet kring dessa frågor, och på så vis – medvetna om att deras svar inte kommer att publiceras utan endast hjälpa mig att förbättra mina frågor – gett mig en totalt ärlig bild av sina åsikter, utan att censurera sig. Kanske är det dom kommentarerna som kommer att vara till störst hjälp i slutändan.

Mina kommentarer ang. frågorna:

Tog bort sista kommentaren på fråga 10: (7/3-16)

” P.S. If you have any thoughts about the other questions that you want to share, please do! Just write the number of the question before your answer, so that I know which one you're referring to. Thank you!”

Tror att det blir överflödigt och extra krångligt.

As a performing artist – I have a responsibility to promote myself. As a performing, I believe that self promotion is a part of my job.

Hm. Är det samma fråga? Och vilken av dem är viktigast att få svar på? För dem som svarar jag på första frågan kommer förmodligen att svara ja på andra frågan.

Är det viktigare att fråga om privat och offentlig profil?

Men jag tycker att det är viktigt att fråga om man tycker att det är en del av ens jobb.

Funderar även på att lägga till en fråga om det är att föredra att man har en privat och en offentlig profil.

Ska läsa Fribergs text på kreatör-produkt temat och bestämma vilka personer jag ska intervjua. Jag skulle väldigt gärna vilja intervjua Fredrik Evers, då vi vid tidigare tillfälle pratat om min uppsats och jag tycker att han har mycket att säga.

Jag skulle också vilja intervjua Paul Morris, en av mina klasskamrater i Amsterdam, då jag tycker att han är väldigt duktig på att promota sig själv.

Jag skulle vilja hitta någon som inte engagerar sig i att promota sig själv, som kontrast till Paul – för att få ett bredare perspektiv.

7/3-16

Vill ha med en rubrik i temat:

”Att vara en scenkonstnär; arbete, livsstil eller både och?”

”Du jobbar ju med din hobby.”, var går gränsen mellan arbete och livsstil? Förminska en arbetsgrupp.

”Jag jobbar inte bara som musikalartist, jag är musikalartist.” Skillnaden på att ”vara” och ”jobba med”.

19/3-16

FINAL CUT på frågorna. Använder mig nu av google questionarie för att kunna addera frågor. Villes tips.

Efter handledningen (8/3) har jag valt att lägga till kommentarsalternativ på vissa frågor för att de svarande ska kunna utveckla om dom vill. I slutändan blir det mer jobb för mig, men förhoppningsvis mer intressanta svar.

In Sweden there is a phenomena called "jantelagen". the law of Jante is the idea that there is a pattern of group behaviour towards individuals within Scandinavian communities that negatively portrays and criticises individual success and achievement as unworthy and inappropriate.

Generally used in everyday language in the Nordic countries as a sociological term to negatively describe a condescending attitude towards individuality and success, the term refers to a mentality that de-emphasises individual effort and places all emphasis on the collective, while discouraging those who stand out as achievers. This mentality can be contradicting to have as a performing artist. Or? Let me know what you think in the comment box below!

FINAL CUT:

In Sweden there is a phenomena called “Jantelagen”, Eng: the law of Jante. Basically it is the idea of having a negative attitude towards individual success. “You shouldn't think you are something.” is the headline of the law of Jante. This mentality can be contradicting to have as a performing artist. Or? Let me know what you think in the comment box below!

19/3

Sista redigeringen klar. Frågorna skickas ut idag.

## Appendix 3 – Online-enkäten: alla kommentarer

### Fråga 5: "At times, I get annoyed with performing artists promoting themselves"

- Jag kan bli irriterad om jag uppfattar det som too much, eller att personen i fråga gör det på ett smaklöst sätt. Detta är ju mycket subjektivt, och det finns inte någon facit på vad som är rätt och fel; men några gånger kan jag känna ett obehag.
- When artists have many posts about themselves I can think "yeah I get the picture." but after that I think to myself "Yeah but I have to do this too, it's part of the business" and I "forgive" them

sometimes it get a bit much

It dependes on their attitude, if it's humbly or

not. Jag gissar att jantelagen har gjort sitt?

Jag har vid några tillfällen reagerat på att några Facebookvänner gjort en musikalartist sida eller liknande då de inte besitter utbildning eller jobberfarenhet

Jag kan uppleva att folk som promotar sig själv mycket via sociala medier är kaxiga eller självgoda. Jag kan också bli avundsjuk på dessa.

Jag är kluven i denna fråga. Jag tycker att man ska göra allt för att marknadsföra sig själv, samtidigt som jag tycker att man kanske ska skilja på privatliv och jobb. Med detta menar jag att fb kanske är mitt "privatliv" med mina vänner och familj och då kan jag irritera mig på när folk lägger upp reklam för saker. Samtidigt som det är ett bra tillfälle eftersom hela min vänskapskrets kommer att läsa/se vad jag lagt upp. Jag har inget tydligt svar på vad jag tycker här. Svårt!

### Fråga 6: "Even though I get annoyed with performing artists promoting themselves, I try to suppress those feelings."

- Det är inte värd att slösa bort sin tid på. Om personen i fråga väljer att framställa sig på ett visst sätt är det dens sak. Även om jag kanske hade valt ett annat sätt.
- I understand I also need to do this and will need to do this often.  
Because we all can be too much sometimes. And it's not up to me to decide how much a person should promote themselves, or not  
Om jag verbalt eller fysiskt attackerar någon som gör reklam för sig själv så är svaret nej. Om jag talar med någon vän om det så är svaret ja.  
Det är egentligen en dum sak att lägga energi på.  
Jag vet ju att det är viktigt att promota sig själv så jag har förståelse för att personer gör det även om jag kan tycka att de verkar självgoda.

### Fråga 9: "I have, at times, been or felt criticized by others (or myself) as being "pretentious"

- "Hej, titta på mig och vad jag gör" Vi lever i en tid där självrealisering känns som en högsta prioritet. Därför kan man lätt känna sig/bli kallad egoistisk, när det är så mycket som är viktigare i den stora och hela bilden.
- I often think "Why would anyone want to see this?" or "this is not good enough", but once you get over that, it's nice to see people's reactions. I believe people appreciate the fact that one puts themselves out there and can forgive mistakes or imperfections. The most criticism comes from oneself I think.  
Det var värre i yngre ålder. Men i Gymnasiet var jag ganska framåt med jobb och skolsökningar. Det störde vissa och det pratades bakom min rygg.
- Om jag promotar mig själv upplever jag mig själv som störig och pinsam. Jag får också för mig att mina vänner upplever mig så.

**Fråga 10: "I have, at times, hesitated to promote myself as a performing artist."**

- Because I criticize my own work as an artist. And I am afraid to be misunderstood and laughed at.
- That im not interesting enough and people Will think i have an attide of hey everbody look at me.

Sometimes I hesitate because I want everything to be perfect.. And sometimes I don't know if it's perfect enough, so that's basicly the ground of my hesitation.

"Är detta tillräckligt bra, kommer detta att visa rätt bild av vem jag är?"

Not knowing if something is good enough, or the fear of being harshly criticized. dont want to show of or make people think i am a wierdo

Av exakt samma anledning. Är jag/jag som varumärke den som gör reklam via fb, instagram, Twitter? Och ofta har jag landat i ett beslut som är att den person jag vill framstå som är en trygg konstnär som inte jämt och ständigt lägger upp något om mig själv eller det projekt jag är med i. Med det sagt har jag vid flera tillfällen också lagt upp något på fb om mig själv.

Alltid ett dilemma om man är för skrytig eller ej!

Jag tycker att det känns pinsamt och jag tror att mina vänner tycker att jag är uppmärksamhetskrävande och jobbig om jag gör det. Jag vill inte visa om jag är stolt över någonting.

**Fråga 11: In Sweden there is a phenomena called "Jantelagen", Eng: "the law of Jante". Basically it is the idea of having a negative attitude towards individual success. "You shouldn't think you are something" is more or less the headline of the law of Jante. This mentality can be contradicting to have as a performing artist. Or? Let me know what you think in the comment box below!**

- Both yes and no. I think that you should believe in yourself and be proud of what you achieve. At the same time it is of high importance that you are humble towards youcolleges.
- We have a saying in Holland like That too. It totally contradicts promotions yourself and standing out, it makes it harder i guess you have to change your mentality.

I think you should think you are something as an artist. If not, when do you become the one thing you want if you can't think about being that picific thing? It's so important to think positive as an artist. We already see all the things that we're missing in our work. We most of the time forget the things we already can. So I think the Law of Jante is indirictly increasing this kind of thinking. And besides that, if you can not think about yourself being something, than what kind of thing are you anyway? Nothing? That's not logical, and not nice at all to yourself if you ask me.

Absolut! Man måste vara självsäker och trygg i sig själv som artist och ha tro på sig själv och sina verktyg. Dock måste man vara det utan att trycka ner andra.

I think this is a very contradicting idea, especially for performing artists who feel the need of promoting themselves. Our school teaches us you have to know who you are and what you have to offer because, if you can't sell yourself, why would anyone else want to buy you? I think self-promotion should be encouraged and coached to help people know how to give themselves an image. You can't tell a bird to fly without showing its feathers.

Yes its a big problem. I always feel that i could be more "HERE I AM" but when I do that, i always feel that I am too much. I also see a big differens in how much space in a room I am allowed to take , compared to my male colleges. Its harder for a female to be alliwed to take a lot of space. If i could, I would take everything i could.

Ik geloof niet dat we in Nederland iets hebben dat zo heet. Ik denk dat het ongezond is voor performing artists om zo een mentaliteit te hebben. Als een artiest moet je altijd in jezelf geloven en



dit uitstralen. Maar ik denk dat artiesten hier wel vaker mee te maken krijgen, vanwege mensen die jaloeers zijn op iemands succes. Hoe moeilijk dat soms ook is, het mag iemand niet in de weg staan voor het bereiken van zijn geluk.

I Think you should have a humbly attitude to it, if you have that you don't have to care about "jantelagen" just do your thing!

Eftersom jantelagen existerar så existerar också avundsjuka och tävlingsinstinkt vilket är negativt i denna bransch. Om den däremot inte hade funnits så kanske Fb hade svämmat över av självbejakande uppdateringar. Så tacka Gud förjante!

Jantelagen är inget att lyssna på i konstnärliga yrken. Om man jobbar hårt och vet vart man är på väg slutar lagen att gälla.

I think that this is demotivation the people

Jag tror absolut att det har med salen att göra. Vi har inte ett framåt sätt i Sverige. Att prata gott om sig själv anses ofta som skryt. Jag har en inramad recension hemma som jag hela tiden tvekar på om jag ska ha framme. Jag blir glad av den, men jag är rädd att besökare ska tycka att jag skryter.

Jag håller absolut med om att jag påverkas mycket av jantelagen. Jag är dålig på att promota mig själv pga jantelagen vilket säkert innebär att jag får färre jobb eller färre fans. Folk vet därför inte vad jag gör och tycker därför inte att jag är speciellt "häftig".

Detta tänker jag mycket på. Men jag tror att jag måste tänka att det finns ett "jobb-jag" och ett "privat-jag", allt som har med mitt jobb att göra måste jag tillåta mig själv att få höras och synas. It's very contradicting, since as an Artist You have to present yourself on social media platforms.. You better love what you're doing!



## Appendix 4 – Online-enkäten

### Self Promotion Survey

This survey goes out to second- and third year musical theatre students at Högskolan för scen och musik (Gothenburg, SWE) and third year students at Lucia Martha's Institute for Performing Arts (Amsterdam, NL).

\*Required

I am studying at: \*

- HSM
- LMIPA

In order to have a "successful" career as a performing artist – I have a responsibility to promote myself. \*

- I don't agree at all
- I'm not sure
- I don't agree
- I agree
- I agree completely

I deliberately\* and actively (\*SV: avsiktligen, NL: opzettelijk) promote myself as a performing artist. \*

- I don't agree at all
- I don't agree
- I'm not sure
- I agree
- I agree completely

I experience a difference in attitude, from myself and others, when I'm promoting a production I'm in (collectively) and when I'm promoting myself as a performing artist (individually). \*

- I don't agree at all
- I don't agree
- I'm not sure
- I agree
- I agree completely

Given social media (facebook, twitter, instagram etc.) are public forums, I am considerate of how I appear on my private profile as a performing artist on said platforms. \*

- I don't agree at all
- I don't agree
- I'm not sure
- I agree
- I agree completely

At times, I get annoyed with performing artists promoting themselves. \*

- I don't agree at all
- I don't agree
- I'm not sure
- I agree
- I agree completely

If yes, please elaborate!

Your answer

Even though I get annoyed with performing artists promoting themselves, I try to suppress those feelings. \*

- I don't agree at all
- I don't agree
- I'm not sure
- I agree
- I agree completely

Please elaborate!

Your answer

As a performing artist - I believe that self promotion is a part of my job. Or - I believe that self promotion is the employer's job. Select one of the three alternatives below. \*

- Self promotion is a part of my job as a performing artist.
- I'm not sure.
- Self promotion is my employer's job.

I would like to have one public profile where I'm promoting my work as a performing artist, and one private profile - so that I separate the two. \*

- I don't agree at all
- I don't agree
- I'm not sure
- I agree
- I agree completely

I have, at times, been or felt criticized by others (or myself) as being "pretentious" when I've been promoting myself as a performing artist. \*

- I don't agree at all
- I don't agree
- I'm not sure
- I agree
- I agree completely

If yes, please elaborate on what grounds you've been or felt criticized.

Your answer



I have, at times, hesitated to promote myself as a performing artist. \*

- I don't agree at all
- I don't agree
- I'm not sure
- I agree
- I agree completely


If yes, please elaborate on what grounds you've been hesitating.

Your answer



In Sweden there is a phenomena called “Jantelagen”, Eng: "the law of Jante". Basically it is the idea of having a negative attitude towards individual success. “You shouldn't think you are something” is more or less the headline of the law of Jante. This mentality can be contradicting to have as a performing artist. Or? Let me know what you think in the comment box below! \*

Your answer



SUBMIT

Never submit passwords through Google Forms.

This form was created inside Göteborgs universitet. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)