

# Kvalitet fremfor kvantitet



Av Anne Wally Ryan, doktorgradsstipendiat, Høgskolen i Nord-Trøndelag/NTNU

**Organisasjonen "Norske Festivaler"** har et medlemstall på 80, men en regner med at antall festivaler i Norge totalt sett nå er oppe i 5-600 i året. Sannsynligvis er tallet enda høyere, fordi siste tilskudd i festivaljungelen er de mer eller mindre privatiserte gate-, slekts- og grendefestivalene. Disse er dog av noe kortere varighet og blottet for offentlig tilskudd, og humoren er antakelig det mest fremtredende elementet. Men prinsippet om gjentakelse hvert år er viktig også her. Hvorfor har fenomenet festival så til de grader fått sin rennesanse i det 21. århundre? Hvordan påvirker festivaler måten vi ser på bygda, byen, landskapet eller hjemstedet vårt på – og hva betyr de for regionen?

**Noe av grunnen** til festivalenes fremvekst kan illustreres med et hverdagsseksempel. Der du før omtrent daglig snakket med naboen ved postkassa, ved gjerdet eller på nærbutikken, kan det i dag gå måneder mellom hvert treff - hvis du i det hele tatt gjenkjenner naboen din. I en hektisk hverdag blir det å treffes på uformelle møteplasser, iscenesatt på stadig mer kreative og underholdende måter, viktig for å ivareta og styrke sosiale relasjoner samtidig som det gir minneverdige opplevelser. Gitaristen i

Kaizers Orchestra, Geir Zahl, har uttalt at festivaler er en blanding av konsert og folkefest. De som artister kan av og til føle seg som en del av kulissene, fordi publikum veksler på å prate med naboen og høre på musikken. På den andre siden er publikum alltid i god stemning, og det er mer givende å spille for festglade folk.

**Størst er ikke** nødvendigvis best når det gjelder festivaler. Quartfestivalen i Kristiansand har tilsynelatende ni liv, men etter årets rekordunderskudd på 30 millioner er dagene mest sannsynlig talte. Til tross for dalende interesse så budsjetterte investoren og oppkjøperen av forrige konkursbo, Arild Buli, med 100 000 deltakere i 2009. Det er langt flere enn i Quartfestivalens glansdager. Initiativ og mot skal applauderes, men eksempelet illustrerer at selv i "take-off"-situasjoner så kan det være greit å ha en viss kontakt med bakken. Det er i møtet mellom artistene og publikum showet skal foregå, ikke i organisasjonen. Realistiske publikumstall må ligge til grunn i planleggingen av en festival. Gjennom kontinuerlig evaluering og forbedring kan det skapes en kvalitetsfestival, med fornøyde deltakere og balanse i økonomien. Da er man blant de beste

likevel, selv om man ikke er størst. For stedet og regionen er dette et mye bedre perspektiv enn et fokus på at det hadde vært plass til 2000 deltakere til.

**Paradokset er at** dette på sikt kan by på en ny utfordring: For mange publikummere. Suksessfestivalen Pstereo i Trondheim velger bevisst å balansere publikumsantallet til omkring 8000 per dag, men hvorfor? Enkelt og greit fordi de fokuserer på kjernen i en festival – å skape møteplasser slik at publikum, musikere, frivillige, arrangører og presse får en best mulig opplevelse. Og i omgivelsene hvor festivalen blir iscenesatt inngår også menneskene. Med tanke på logistikk, trivsel og atmosfære, så er tåleevnen ca 8000 publikummere. I motsetning til kortsiktig økonomisk vinning, så satser man på kvalitet og kontinuitet – til beste for byen og stedets omdømme.

**Stedets næringsliv må** kjenne sin besøkelsestid i slike sammenhenger. En festivalarena kan ikke ses isolert fra stedet og omgivelsene den er en del av. Omgivelsene påvirker ikke bare form og estetikk rundt arrangementet, men definerer også hvilke typer personer som vil investere i festivalen. Fordi kulturtilbud er en attraksjonskraft i forhold til å rekruttere og beholde medarbeidere, så skulle man tro at næringslivsledere på mindre steder var relativt sett mer villig til å investere i det lokale kulturlivet. Dette stemmer imidlertid ikke helt med virkeligheten.

**Festivaler i mellomsjiktet**, det vil si med et hovedsakelig regionalt markedsgrunnlag, kan selvsagt ikke **kreve** økonomisk støtte fra det offentlige, regionalt og lokalt næringsliv. Men de arrangørene som viser evne til å drive i økonomisk balanse **fortjener** slik støtte, og i stor grad er de helt avhengige av det. De fortjener det fordi fokuset til arrangøren er rettet mot å skape verdier på stedet, i motsetning til egen økonomisk vinning. Gjennom arbeidet mobiliserer de engasjement, stolthet og identitet. De bidrar til kulturformidling og ikke minst til å profilere stedet på en positiv måte. I tillegg bidrar de til å fylle bagasjen til ungdom som flytter ut med minneverdige opplevelser. Det kan være gull verd den dagen de snakker om hjemstedet sitt, og vurderer å vende tilbake.

*Denne kronikken sto på trykk i Trønder-Avisa 26. september 2009.*

*Forskningsdagene*

*Forskningsdagene*