



Nr. 2004:2

## **Kultur i alle kanaler?**

*En evaluering av Norsk kulturråds kanaler*

# Forord

Norsk kulturråd (forkortet Kulturrådet) bruker i dag en rekke ulike kanaler i sin eksterne kommunikasjon. I 2003 tok Kulturrådet kontakt med Statskonsult for å drøfte mulige undersøkelser av disse. Norsk kulturråd ønsket å få bedre oversikt og kunnskap om hvordan kanalene fungerte i forhold til deres viktigste målgrupper. Kulturrådet valgte selv ut hvilke kanaler som skulle undersøkes. Disse kanalene var Internett, nyhetsbrev, informasjonsbrosjyrer og årsmelding.

Et hovedmål for prosjektet var å generere kunnskap for best mulig å prioritere ressursbruken innen kommunikasjonsfeltet og forbedre kommunikasjonskanalene i tråd med målgruppens ønsker og behov.

Det ble besluttet å gjennomføre kvalitative brukerundersøkelser i form av 4-5 fokusgrupper, satt sammen av representanter fra de viktigste målgruppene, i tillegg til et begrenset antall individuelle intervjuer. Det er hovedfunnene fra disse fokusgruppeintervjuene og individuelle intervjuene som presenteres i denne rapporten.

Rapporten er utarbeidet av rådgiver John Nonseid og seniorrådgiver Sissel Motzfeldt. Vi vil takke prosjektgruppen for mange gode innspill og vurderinger på rapporten.

Oslo, februar 2004

  
Jon Błaalid  
direktør

---

## Innhold

<b>1</b>	<b>FORORD .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>OPPSUMMERING .....</b>	<b>3</b>
2.1	OPPSUMMERING OG ANBEFALINGER.....	3
2.2	OPPSUMMERING GENERELT .....	3
2.3	GENERELL OPPSUMMERING I FORHOLD TIL KANALENE .....	5
2.4	VÅRE ANBEFALINGER .....	6
<b>3</b>	<b>OM PROSJEKTET OG UNDERSØKELSEN.....</b>	<b>9</b>
3.1	BAKGRUNN .....	9
3.2	MÅL .....	9
3.3	ORGANISERING, FREMDRIFT, ANSVAR OG RESSURSER.....	9
3.4	UNDERSØKELSENE .....	10
3.4.1	<i>Fokusgruppene .....</i>	<i>11</i>
3.4.2	<i>Politikere og journalister.....</i>	<i>12</i>
<b>4</b>	<b>RAMMER FOR PROSJEKTET .....</b>	<b>13</b>
4.1	DEN STATLIGE INFORMASJONSPOLITIKKEN .....	13
4.2	KOMMUNIKASJONSSTRATEGIEN 2002-2005 .....	13
<b>5</b>	<b>HOVEDINNTRYKK FRA UNDERSØKELSEN.....</b>	<b>15</b>
5.1	VANER OG RUTINER FOR INNHENTING AV INFORMASJON.....	15
5.2	GENERELT OM NORSK KULTURRÅDS INFORMASJONSARBEID .....	16
5.2.1	<i>Kommentarer til funnene .....</i>	<i>17</i>
5.3	HOVEDINNTRYKK INTERNETT .....	21
5.3.1	<i>Kommentarer til funnene .....</i>	<i>22</i>
5.4	HOVEDINNTRYKK NYHETSBRIVET .....	25
5.4.1	<i>Kommentarer til funnene .....</i>	<i>26</i>
5.5	HOVEDINNTRYKK INFORMASJONSBROSJYRER.....	28
5.5.1	<i>Kommentarer til funnene .....</i>	<i>29</i>
5.6	HOVEDINNTRYKK ÅRSMELDINGEN.....	30
5.6.1	<i>Kommentarer til funnene .....</i>	<i>30</i>
<b>6</b>	<b>DETALJERT GJENNOMGANG AV SVARENE.....</b>	<b>33</b>
6.1	POLITIKERE .....	33
6.1.1	<i>Generelt .....</i>	<i>33</i>
6.1.2	<i>Internett .....</i>	<i>34</i>
6.1.3	<i>Nyhetsbrev .....</i>	<i>36</i>
6.1.4	<i>Informasjonsbrosjyrer .....</i>	<i>37</i>
6.1.5	<i>Årsmelding.....</i>	<i>37</i>
6.2	JOURNALISTER .....	39
6.2.1	<i>Generelt .....</i>	<i>39</i>
6.2.2	<i>Internett .....</i>	<i>41</i>
6.2.3	<i>Nyhetsbrev .....</i>	<i>42</i>
6.2.4	<i>Informasjonsbrosjyrer .....</i>	<i>43</i>
6.2.5	<i>Årsmelding.....</i>	<i>43</i>
6.3	FOKUSGRUPPE 1 BERGEN (VESTLANDET) .....	44

---

6.3.1	<i>Generelt</i> .....	44
6.3.2	<i>Internett</i> .....	44
6.3.3	<i>Nyhetsbrev</i> .....	45
6.3.4	<i>Informasjonsbrosjyrer</i> .....	45
6.3.5	<i>Årsmelding</i> .....	46
6.3.6	<i>Annet</i> .....	46
6.4	FOKUSGRUPPE 2 TRONDHEIM (MIDT- NORGE) .....	48
6.4.1	<i>Generelt</i> .....	48
6.4.2	<i>Internett</i> .....	48
6.4.3	<i>Nyhetsbrevet</i> .....	49
6.4.4	<i>Informasjonsbrosjyrene</i> .....	50
6.4.5	<i>Årsmeldigen</i> .....	50
6.4.6	<i>Annet</i> .....	51
6.5	FOKUSGRUPPE 3 OSLO .....	53
6.5.1	<i>Generelt</i> .....	53
6.5.2	<i>Internett</i> .....	53
6.5.3	<i>Nyhetsbrev</i> .....	54
6.5.4	<i>Informasjonsbrosjyrer</i> .....	55
6.5.5	<i>Årsmelding</i> .....	55
6.5.6	<i>Annet</i> .....	56
6.6	FOKUSGRUPPE 4 OSLO .....	57
6.6.1	<i>Generelt</i> .....	57
6.6.2	<i>Internett</i> .....	57
6.6.3	<i>Nyhetsbrev</i> .....	58
6.6.4	<i>Informasjonsbrosjyrer</i> .....	58
6.6.5	<i>Årsmelding</i> .....	59
6.6.6	<i>Generelle råd</i> .....	59
6.7	FOKUSGRUPPE 5 TROMSØ (NORD-NORGE).....	61
6.7.1	<i>Generelt</i> .....	61
6.7.2	<i>Internett</i> .....	62
6.7.3	<i>Nyhetsbrev</i> .....	63
6.7.4	<i>Informasjonsbrosjyrer</i> .....	63
6.7.5	<i>Årsmelding</i> .....	64
6.7.6	<i>Generelle råd</i> .....	64

---

## 2 Oppsummering

Vi vil innledningsvis kort oppsummere funnene fra undersøkelsene, samt foreslå noen anbefalinger for å følge opp disse. En rekke synspunkter har kommet frem i undersøkelsene. Det nytter ikke å ta hensyn til alle eller imøtekomme ethvert ønske. Vi har derfor begrenset oss til å gi noen anbefalinger i forhold til de mest sentrale funnene. Vi tror disse anbefalingene vil støtte opp under Kulturrådets troverdighet, legitimitet og omdømme i målgruppene.

### 2.1 Oppsummering og anbefalinger

Et funn i undersøkelsen er at de ulike målgruppenes svar, enten de er fanget opp i fokusgruppene eller enkeltstående intervjuer, ikke skiller seg nevneverdig fra hverandre. Det er altså ikke store forskjeller mellom de ulike målgruppenes syn på kanalene til Kulturrådet. Det er heller ikke funnet store forskjeller mellom regionene Oslo, Vestlandet, Midt-Norge og Nord-Norge. Vi har likevel i noen grad forsøkt å skille mellom hva de ulike gruppene har lagt vekt på i sine svar. I oppsummeringen under har vi skilt mellom generelle funn og funn knyttet til de fire kanalene.

### 2.2 Oppsummering generelt

#### **Norsk kulturråds informasjonsarbeid og informasjonskanaler får positive tilbakemeldinger**

De fleste er godt fornøyd med det informasjonsarbeidet som gjøres av informasjonsavdelingen og av de enkelte saksbehandlere.

#### **Informasjon og kommunikasjon viktig for alle målgrupper**

Mange av informantene sier at Norsk kulturråd snarere bør satse mer enn mindre av ressursene på informasjon. Dette betyr ikke nødvendigvis at Kulturrådet ansetter flere informasjonsarbeidere, men at ledere og saksbehandlere i Kulturrådet, hvis mulig, bruker mer av sin tid til å informere og kommunisere. Større vekt på informasjon og kommunikasjon til videreformidlere og grupper som kan søke midler er spesielt viktig for å beholde et godt og profesjonelt omdømme og i tråd med strategien til Kulturrådet. Ideen om at de som kan søke midler selv må ta kontakt, er noe passé i følge flere av informantene. Prinsippet om aktiv informasjon i informasjonspolitikken understreker også at forvaltningsorganer har en særlig plikt til å påse at informasjon om folks rettigheter og plikter når fram til målgruppen.

#### **Norsk kulturråd oppfattes av noen som sentralistisk i sin kommunikasjon**

Vi ser også en forskjell mellom informantene som kommer fra regionene fra henholdsvis Vestlandet, Midt-Norge, Nord-Norge og Oslo. Informantene utenfor Oslo mener Kulturrådet er sentralistiske i sin kommunikasjon. De ønsker at Kulturrådet besøker regionene noe mer enn i dag og åpner for mer kommunikasjon med målgrupper utover i landet.

---

Informantene fra Oslo mener også at Kulturrådet kan bli flinkere til å kommunisere og lytte til målgruppene, men de bruker aldri betegnelsen sentralistisk kommunikasjon om Kulturrådet.

Flere trekker frem konferansene som et godt virkemiddel. Samtidig understreker gruppen behovet for møter hvor dialogen står mer i fokus. Flere trekker frem Jean-Yves Gallardos<sup>1</sup> måte å informere og kommunisere på som et eksempel på hvordan det kan gjøres. Vi anbefaler Kulturrådet å diskutere hvordan de kan bli mindre avsenderstyrt og bedre kan komme i dialog med sine viktige målgrupper.

### **Noen føler seg ”utenfor”**

Flere i fokusgruppene tror det er mange grupper som ikke nås av Kulturrådet. Grupper som nevnes er nye kunstnergrupper, de som er i ferd med å etablere seg og de som aldri har følt seg innenfor, men som er godt etablerte. De som har vært i kontakt med Kulturrådet er godt fornøyde, men mange tar aldri kontakt fordi de føler seg ikke som en del av målgruppen. Noen stiller spørsmål om hvem som egentlig er målgruppen til Kulturrådet.

### **Informasjon når ikke frem**

Punktet henger sammen med punktet foran. Representanter i fokusgruppene mener det er mange kunstnere som ikke får informasjon. Flere mener Kulturrådet bør opprette eller styrke sitt kontaktnett av videreformidlere, som for eksempel kulturansatte i kommunene.

### **Mer debatt om ordningene etterlyses**

Flere ønsker mer debatt rundt Norsk kulturråd. De vil at Kulturrådet som viktig samfunnsaktør skal være mer synlig, og mer tydelig i forhold til visjon, satsing og kriterier for tildeling. De mener at debatten rundt kulturstøtten burde synliggjøres bedre og at det vil bidra til å styrke Norsk kulturråds integritet. Det foreslås bruk av flere kanaler til dette, både Internett, Nyhetsbrevet, møter nevnes som egnede kanaler til debatter.

### **Flere mener kriteriene for å få støtte er uklare og kompliserte**

Statskonsult har ingen formening om hvordan kriteriene bør være. Kanskje må de være kompliserte, men flere i målgruppen mener det er vanskelig å forstå kriteriene. Noen mener også at søknadsprosedyrene krever for mye av en som har sitt talent i å skape kunst, ikke i å fylle ut søknadspapirer. Dette punktet nevnes ikke av mange, men vi mener likevel det er viktig å trekke frem. Det kan tenkes at flere relevante kunstnere eller kunstnergrupper faller fra fordi de rett og slett ikke makter selve søknadsprosedyren. Kulturrådet burde undersøke hvorvidt det er noe i dette eller ikke, fordi denne undersøkelsen verken bekrefter eller avkrefter en slik påstand.

### **Informasjon under saksbehandlingen**

Noen av informantene gir uttrykk for at saksbehandlingen trekker noe ut i tid, og at informasjonen underveis kunne være mangelfull. Vi anbefaler Kulturrådet å se på rutinene de har for å informere søkere under saksbehandlingen.

---

<sup>1</sup> Ansvarlig for veiledning om EUs kulturprogram  
Statskonsult, rapport 2004:02

---

Forvaltningsloven § 11a sier at et organ skal gi foreløpig svar dersom saksbehandlingen tar langt tid.

### **Oversikt over fordeling av midlene**

Oversikten er populær i alle målgrupper. Informantene ønsker en søkbar oversikt lagt ut på Internett som viser fordelingen av midlene på regioner, kunstretninger og over år. Flere mener den bør oppdateres kontinuerlig gjennom hele året.

## **2.3 Generell oppsummering i forhold til kanalene**

### **De enkelte informasjonskanalene er gode, men kan forbedres**

Når det gjelder de enkelte informasjonskanalene, mener flere at det er et forbedringspotensial. Vi ser et mulig skille mellom de som representerer forvaltning og institusjonaliserte institusjoner og gruppen som kan søke midler fra Kulturrådet i synet på kanalene. Førstnevnte gruppering er mer tilfreds med kanalene enn sistnevnte gruppering. Dersom kanalene først og fremst er utformet med tanke på første gruppering, har Kulturrådet lykket, men dersom Kulturrådet ønsker å tilpasse kanalene til dem som skal søke midler, må kanalene videreutvikles. Dette er i tråd med intensjonene i Kommunikasjonsstrategien. Tilbakemeldingene sier at kanalene bør målrettes bedre, bli mindre avsenderstyrt, lives mer opp gjennom bilder, illustrasjoner, friskere i form og innhold. Noen har tenkt på den yngre aldergruppen og i en av fokusgruppene ble følgende sagt av en av deltakerne:

*”Kulturrådet har en byråkratisk formidlingsstil, de skriver slik at mange ikke forstår det som faktisk står der. Mange under 25 år kommer til meg for å få hjelp etter at de har lest brosjyren.”*

Det ble fra informantene i liten grad etterlyst bruk av andre kanaler.

### **Papirformat er best, men legg også publikasjonene tilgjengelig på Internett i søkbart format**

Det er et klart ønske fra samtlige målgrupper at nyhetsbrevet, informasjonsbrosjyrer og årsmeldingen fortsatt gis ut på papir. Samtidig ønsker flere også elektroniske versjoner. Den viktigste kanalen å beholde i papirformat er årsmeldingen, deretter informasjonsbrosjyrene og til slutt nyhetsbrevet. Flere understreker at mange kunstnere enten ikke har tilgang til Internett, eller av andre grunner ikke bruker nettet. Mange av de spurte sier også at de helst vil lese publikasjoner som disse på papir, da lesbarheten til sammenligning er dårlig på Internett. Flere tror ikke de vil lese for eksempel nyhetsbrevet, dersom det kun kommer på e-post, da de ikke nødvendigvis tar frem publikasjonen når de er på jobben, men hjemme på sofaen, på bussen etc.. Dersom Kulturrådet også gjør dette elektronisk tilgjengelig i søkbart format, vil kanskje flere etter hvert lese de elektroniske versjonene. Det kan derfor tenkes at slike publikasjoner kan gjøres tilgjengelig kun på Internett etter hvert, men informantene i undersøkelsene mener den dagen ikke har kommet.

---

### **Flere ønsker bedre og mer treffende overskrifter: liv opp med bilder, bruk kunsten dere støtter i publikasjonene**

Mange taler for at Kulturrådet liver opp sine publikasjoner. Samtidig liker mange også den rolige fremtoningen kanalene har. Kulturrådet må forsøke å finne en balanse mellom disse ønskene. Alle tror overskriftene kan bearbeides. Noen bruker ord som å spisse overskriftene, noen mener overskriftene ikke er treffende nok, at de ikke beskriver hva artikkelen handler om, og at dette fører til at flere gode artikler ikke blir lest. Flere ønsker mer bruk av bilder og at den kunsten Kulturrådet støtter blir mer brukt i publikasjonene.

### **Forbedre distribusjonen**

Vi har fått et klart bilde av at Kulturrådets kanaler er populære i målgruppen, men at mange ikke får publikasjonene. Kulturrådet må forsøke å forbedre ordningen med distribusjonen slik at de som vil ha publikasjonene får dem. Mange vil ha publikasjonene direkte hjemsendt på sitt navn. Mange tror også flere eksemplarer av publikasjonene burde sendes kontaktpersoner i kommuner eller andre veiledende organisasjoner slik at disse kan formidle publikasjonene videre.

### **Informasjonsbrosjyrene får positiv omtale, men forstås de av søkerne?**

Mange av informantene understreker at de liker informasjonsbrosjyrene. Når vi graver litt dypere sier mange at de kanskje er litt generelle, og at de likevel vil ta en telefon til Kulturrådet for å sikre seg at de har forstått budskapet. Sistnevnte kan nok ikke unngås uansett hvor gode brosjyrene blir. Flere av de informantene som kan kategoriseres som veiledere mener brosjyrene passer bedre for dem, enn for de som skal søke direkte. Dersom det var målsetningen har Kulturrådet lykkes, hvis ikke bør brosjyrene utvikles med tanke på dem som skal søke midler.

## **2.4 Våre anbefalinger**

Undersøkelsene viser at Kulturrådet har utfordringer og rom for forbedringer på flere områder. Mange av utfordringene er sammenfallende med de utfordringene som Kommunikasjonsstrategien beskriver. Nedenfor presenterer vi noen anbefalinger:

- 1. Kulturrådet bør: forsøke å finne ordninger som styrker forholdet med de som er videreformidlere av informasjon og veiledere for kunstnere som skal søke støtte**
  - a. Dersom det er usikkert, kartlegge hvem som har denne funksjonen
  - b. Utnytte nettverket av videreformidlere eller veiledere for kunstnere mer aktivt
  
- 2. Kulturrådet bør: bruke mer ressurser på å oppsøke ulike målgrupper og invitere til dialog**
  - a. Arranger årlige/halvårlige møter med målgrupper i de store regionene. Kommunikasjon må stå i sentrum og man må gi plass for tilbakemeldinger fra målgruppene. Saksbehandlere og ledere av Kulturrådet må stille på slike møter, ikke



---

informasjonsenhetens ansatte alene. Temaer kan være veiledning i forhold til ordningene, erfaringer i forhold til ordningene, nye satsinger osv.

- b. Benytt situasjoner hvor Kulturrådet er ute på ulike oppdrag til å møte målgrupper og invitere til dialog.
- c. Gjennomfør jevnlig fokusgruppemøter med utvalgte representanter fra målgruppene

### **3. Kulturrådet bør: invitere mer til debatter om mål, strategier, kriterier og begrunnelser**

- a. Det kan gjøres gjennom konferanser som holdes sentralt og regionalt, gjennom bruk av medier og ikke minst i egne kanaler som Internett. Både ledere og medlemmer av de styrende organene i tillegg til egne krefter, bør kunne brukes i dette arbeidet.
- b. Samarbeid med andre virksomheter innenfor kulturområdet for å få debatt, slik at nedslagsfeltet blir større og effekten øker.

### **4. Videreutvikle kanalene generelt i samarbeid med målgruppen**

- a. Konkretiser mål, målgruppe og innhold for de forskjellige kanalene (gjelder særlig informasjonsbrosjyrene).
- b. Vurder om det er områder som det finnes for lite informasjon om
- c. Vurder elektroniske søkbare versjoner
- d. Gi rom for forsøk, vær mer dristig og journalistisk i formen. Utnytt i større grad det potensial som ligger i de prosjektene som har mottatt støtte.

### **5. Forbedringer av hver enkelt kanal**

#### **a. Internett**

- i. Rydd sidene – gjøre skillet mellom nyheter og aktualiteter tydeligere
- ii. Forbedr søkbarheten
- iii. Spiss sakene mer, lag mer treffende overskrifter
- iv. Vurder design og brukervennlighet
- v. Liv opp sidene, kanskje med litt mer bruk av bilder og illustrasjoner
- vi. Få frem hvor presseklipp ligger på sidene
- vii. Legg ut fordelingen over søknadsmidler på Internett, oppdater kontinuerlig

#### **b. Nyhetsbrevet**

- i. Lag mer treffende overskrifter, spiss sakene mer
- ii. Bruk mer bilder og illustrasjoner
- iii. Inviter til mer debatt/problematiseringer

#### **c. Informasjonsbrosjyrer**

- i. Konkretiser brosjyrene mer
- ii. Publisert disse på Internett i tillegg til papirversjon og oppdater disse fortløpende ved endringer

#### **d. Årsmeldingen**

- i. Skriv litt mer om refleksjon, ettertanke, hvordan har året gått, hva satser Kulturrådet på videre.

- 
- 6. Videreutvikle oversikt over fordeling av midlene**
    - a. Se på mulighetene for å systematisere oversikten ut fra regioner, kunstretninger og over år
    - b. Legg oversikten ut på Internett i søkbart format
    - c. Oppdater oversikten kontinuerlig
  
  - 7. Klargjøre kriteriene for å motta støtte, eventuelt vurder større åpenhet rundt kriteriene.**
    - a. Se på mulighetene for å gjøre kriteriene klarere, trekk gjerne inn kunstnerorganisasjoner og andre nettverk i dette arbeidet.
    - b. Skap debatt om kriteriene
    - c. Synliggjør i større grad sammenhengen mellom støtteordningene (kriteriene) og resultatene (prosjektresultatene).
  
  - 8. Målgrupper Kulturrådet bør intensivere informasjonsarbeidet mot**
    - a. Media
    - b. Nye kunstnergrupper / de ”utenfor” – se foran 1.2
  
  - 9. Gjennomgå rutinene for distribusjon**
    - a. Opparbeide seg mer aktivt nettverk av videreformidlere
    - b. Forbedre bestillingsfunksjonen på Internett
    - c. Gjennomgang av distribusjonslister
  
  - 10. Informasjon under saksbehandling**
    - a. Forvaltningsloven § 11a sier at et organ skal gi foreløpig svar dersom saksbehandlingen tar langt tid

---

## 3 Om prosjektet og undersøkelsen

### 3.1 Bakgrunn

Norsk kulturråd (forkortet Kulturrådet) bruker flere ulike kanaler i sin eksterne kommunikasjon. I 2003 tok Kulturrådet kontakt med Statskonsult for å drøfte mulige undersøkelser av disse. Norsk kulturråd ønsket å få bedre oversikt og kunnskap om hvordan kanalene fungerte i forhold til deres viktigste målgrupper. Kulturrådet valgte selv ut hvilke kanaler som skulle undersøkes. Disse kanalene var Internett, nyhetsbrev, informasjonsbrosjyrer og årsmelding.

Brakerundersøkelsene av kanalene er en oppfølging av Kulturrådets kommunikasjonsstrategi, som ble utviklet i samarbeid med Statskonsult, og er en prioritert oppgave i virksomhetsplanen for informasjon. Et hovedmål for prosjektet var å generere kunnskap for best mulig å prioritere ressursbruken innen kommunikasjonsfeltet og forbedre kommunikasjonskanalene i tråd med målgruppenes ønsker og behov.

Det ble besluttet å gjennomføre kvalitative brukerundersøkelser i form av 4-5 fokusgrupper, satt sammen av representanter fra de viktigste målgruppene, i tillegg til et begrenset antall individuelle intervjuer.

### 3.2 Mål

Målet for prosjektet har vært å gi Kulturrådet kunnskap om hvordan de prioriterte målgruppene opplever Kulturrådets allmenne kommunikasjonskanaler (Internett, nyhetsbrev, informasjonsbrosjyrer og årsmelding). Undersøkelsene skal ta utgangspunkt i målgruppenes erfaringer og informasjonsbehov. Kunnskapen skal gi Kulturrådet et best mulig grunnlag for å prioritere ressursbruken innen kommunikasjonsfeltet og forbedre kommunikasjonskanalene i tråd med målgruppenes ønsker og behov.

Dette skulle skje ved hjelp av

- fokusgruppeundersøkelse av representanter fra de viktigste målgruppene til Norsk kulturråd
- noen få intervjuer av utvalgte journalister fra nyhetspresse
- noen få intervjuer av utvalgte politikere
- rapport med oppsummering og anbefalinger basert på resultatene fra undersøkelsene og innspill fra referanse- og styringsgruppen

### 3.3 Organisering, fremdrift, ansvar og ressurser

Arbeidet har vært organisert som et prosjekt. Oppdragsgiver var direktør Ole Jacob Bull. Det ble opprettet en mindre arbeidsgruppe med to deltakere fra Kulturrådet og to fra Statskonsult. Det ble ikke opprettet en egen styringsgruppe for prosjektet. Man valgte å rapportere og konferere direkte med ledelsen i Kulturrådet ved behov.

Fra Statskonsult:

Prosjektleder: seniorrådgiver Sissel C. Motzfeldt

---

Prosjektmedarbeider: rådgiver John Nonseid.

Prosjektansvarlig er fungerende avdelingsdirektør Egil Jacobsen

Fra Kulturrådet

informasjonssjef Christian Lund og Jean-Yves Gallardo.

### **Statskonsults rolle og ansvar**

Statskonsult hadde ansvar for å forberede og gjennomføre undersøkelsene. Statskonsult utviklet også intervjuguider, laget utskrift av samtaler og analyserte resultatene. Som et tillegg til analysen har Statskonsult gitt noen anbefalinger til hvordan undersøkelsen bør følges opp.

### **Kulturrådets rolle**

Kulturrådets rolle var å tilrettelegge for de kvalitative undersøkelsene, og bidra med nødvendig faglig underlag. Kulturrådet innkalte og forberedte deltakerne til fokusgruppene og intervjuene, og foretok nødvendige praktiske bestillinger som reise, møterom osv. Kulturrådet var observatør under samtalen.

## **3.4 Undersøkelsene**

Det ble tidlig bestemt at det skulle gjennomføres kvalitative undersøkelser. De kvalitative undersøkelsene gir ikke gi representative svar på hva målgruppene mener om hver av kanalene. Kvalitative undersøkelser gir derimot mulighet til å utforske noen problemstillinger i dybden, og få frem svar/synspunkter på hvorfor målgruppene mener det de gjør. En kvalitativ tilnærming får altså mer nyanserte og grundige tilbakemeldinger fra målgruppene på kanalene og bruken av dem.

Statskonsult har selv gjennomført undersøkelsene som ble gjort i november og desember 2003.

Intervjuobjektene (informantene) ble lovet anonymitet av Statskonsult i den forstand at deres svar ikke skal kunne spores tilbake til den enkelte. Dette ble gjort for å sikre åpenhjertige og relevante uttalelser fra den enkelte. Statskonsult ble godt mottatt av informantene og mange roser Kulturrådet for å gjennomføre denne typen prosjekter.

De fleste synspunkter som er gjengitt i rapporten er uttrykt av flere informanter. Det fremgår i teksten dersom kun en person har hatt et synspunkt. Vi bruker av og til betegnelser som "alle mener", "flere mener" og "noen mener". Det er ikke foretatt en kvantitativ måling av antallet utsagn bak synspunktet. Betegnelsen er brukt mer for å få frem hvor stor grad av enighet det er mellom informantene innad i den enkelte fokusgruppen.

Svarene som presenteres i denne rapporten representerer informantenes personlige syn på Kulturrådet. Objektivt sett er svarene verken "riktige" eller "gale". Svarene er ikke nødvendigvis representative for målgruppene, men de markerer hver for seg sterke synspunkter på temaet.

---

### 3.4.1 Fokusgruppene

Fokusgruppemetoden har som styrke at flere er til stede og kan assosiere og få ideer av de andre i gruppen. Tanken er at dynamikken hjelper de enkelte å memorere og komme med kreative innspill. Vi la vekt på å få alle til å fremme sine synspunkter, for å unngå at en eller to "taleføre" dominerte seansen.

Kulturrådet har åtte prioriterte målgrupper som i størst mulig grad ble dekket inn. Av praktiske årsaker var det vanskelig å komponere fokusgrupper som kun bestod av representanter fra en enkelt målgruppe. De fleste fokusgruppene var derfor sammensatt av representanter fra flere målgrupper. Det man kan forvente å få frem ved en slik blanding er først og fremst generelle holdninger og synspunkter på kanalene, og ikke klare forskjeller mellom de ulike gruppene. Hadde vi valgt å sette sammen mer ensartede fokusgrupper ville det vært mulig å differensiere mellom målgruppene og sette deres preferanser opp mot hverandre. Hensynet til geografisk spredning, men også tilgjengelighet av representanter fra de ulike målgruppene, gjorde en ensartet sammensetning vanskelig.

Temaene i undersøkelsen ble utarbeidet i prosjektgruppen og godkjent på ledermøte i Kulturrådet. Temaene var henholdsvis:

- Generelle vaner og rutiner for innhenting av informasjon
- Hovedinntrykk av Norsk Kulturråd og deres informasjon
- Internett, erfaringer, synspunkter på form og innhold, tematiske ønsker
- Nyhetsbrev, erfaringer, synspunkter på form og innhold, tematiske ønsker
- Informasjonsbrosjyrer, erfaringer, synspunkter på form og innhold, tematiske ønsker
- Årsmelding, erfaringer, synspunkter på form og innhold, tematiske ønsker

Følgende målgrupper hadde en eller flere representanter til stede i fokusgruppene:

- kunstnergrupper eller kunstnere (også med lokal forankring)
- ikke-institusjonaliserte kunstmiljøer
- kulturinstitusjoner
- kunstmiljøer med både lokal og sentral forankring
- forskningsmiljøer
- fylkeskommuner
- Kultur – og kirke departementet (KKD)
- institusjoner underlagt KKD og andre departementer

Samlet hadde fokusgruppene representanter fra alle fagområder innen Kulturrådet som billedkunst, scenekunst, musikk, litteratur, kulturvern, barn og unge og kunstnere med minoritetsbakgrunn. Det var godt oppmøte på alle fokusgruppene. Alle gruppene var mer eller mindre blandet av representanter fra flere enn en målgruppe. I rekrutteringen ble det også lagt vekt på en jevn fordeling mellom kjønn og alder. For å få frem bredden av målgruppenes synspunkter, la vi vekt på å gjennomføre fokusgrupper på forskjellige steder i landet, henholdsvis Bergen, Trondheim, og Tromsø i tillegg til Oslo.

---

### **Fokusgruppe 1 Bergen**

7 informanter, ikke-institusjonaliserte kunstliv, kulturinstitusjoner, kommune

### **Fokusgruppe 2 Trondheim**

11 informanter, fylkeskommune, kommune, forskning, kulturinstitusjoner

### **Fokusgruppe 3 Oslo**

7 informanter, forvaltning og kulturinstitusjoner

### **Fokusgruppe 4 Oslo**

9 informanter, ikke institusjonalisert kunstliv, kunstnergrupper

### **Fokusgruppe 5 Tromsø**

10 informanter, institusjonalisert kunstliv, fylkeskommune, råd, kunstnergrupper

Stillingsbenevnelsen/funksjonen på de som deltok i fokusgruppene var enten leder, direktør, prosjektleder, konservator, konsulent og produsent.

#### **3.4.2 Politikere og journalister**

Kulturrådet ønsket også å få ut noen synspunkter fra målgruppene politikere og medier. Vi valgte å bruke enkeltstående intervjuer av representanter fra disse gruppene først og fremst av praktiske årsaker. Disse to målgruppene skiller seg også klart ut fra de øvrige målgruppene.

Vi intervjuet fire journalister som arbeidet i henholdsvis, VG, Bergens Tidende, NRK Hordaland, Adresseavisen og fire politikere, tre på kommunenivå i Tromsø, Trondheim og Oslo, samt en stortingspolitiker.

---

## **4 Rammer for prosjektet**

### **4.1 Den statlige informasjonspolitikken**

Den statlige informasjonspolitikken<sup>2</sup> er hovedgrunnlaget for Statskonsults kommunikasjonsrådgivning. Informasjonspolitikken, som består av mål, prinsipper og normer for gjennomføring av statlig informasjonsvirksomhet, ble vedtatt av regjeringen i 1993 og revidert i 2001. Målet for informasjonspolitikken er at befolkning, næringsliv og organisasjoner skal

- ha lik og alminnelig tilgang til å delta aktivt i den demokratiske prosessen
- få informasjon om sine rettigheter, plikter og muligheter
- ha reel tilgang til informasjon om det offentliges aktiviteter

Informasjonspolitikken består av følgende fem prinsipper:

#### **Kommunikasjonsprinsippet**

#### **Prinsippet om aktiv informasjon**

#### **Helhetsprinsippet**

#### **Linjeprinsippet**

#### **Prinsippet om informasjon som lederansvar**

Norsk kulturråd er for øvrig godt kjent med den statlige informasjonspolitikken gjennom arbeidet med Kommunikasjonsstrategien 2002-2005.

### **4.2 Kommunikasjonsstrategien 2002-2005**

Kommunikasjonsstrategien til Norsk kulturråd har vært plattformen for undersøkelsene. Det er med utgangspunkt i strategien at målgrupper og problemstillinger er valgt. I vår analyse har vi også lagt vekt på intensjonene i strategien og sett spesielt på hva som fungerer bra og hva som ikke fungerer like bra i forhold til disse.

---

<sup>2</sup> Arbeids- og administrasjonsdepartementet: *Informasjonspolitikk for statsforvaltningen. Mål, prinsipper og konsekvenser*. Revidert utgave 2001





---

## 5 Hovedinntrykk fra undersøkelsen

I dette kapittelet legger vi frem hovedinntrykkene fra fokusgruppeintervjuene og de enkeltstående intervjuene. For hvert tema i undersøkelsen presenterer vi først i en tabell svarene fra de ulike målgruppene. Deretter kommenterer vi kort de ulike funnene på et generelt nivå. For de som ønsker en mer detaljert og grundig gjennomgang av de ulike fokusgruppene og intervjuene viser vi til vedlegg 1 bak i rapporten. Strukturen i dette kapittelet er som følger:

- 4.1 Generelle vaner og rutiner for innhenting av informasjon
- 4.2 Generelt om Norsk kulturråds informasjonsarbeid
- 4.3 Funn knyttet til Norsk kulturråds Internett
- 4.4 Funn knyttet til Norsk kulturråds nyhetsbrev
- 4.5 Funn knyttet til Norsk kulturråds informasjonsbrosjyrer
- 4.6 Funn knyttet til Norsk kulturråds årsmelding

### 5.1 Vaner og rutiner for innhenting av informasjon

#### - Internett først, så telefonen

Vi stilte spørsmålet om vaner og rutiner for å innhente informasjon generelt og om Norsk kulturråd. De fleste svarer at de først forsøker å finne informasjon på Internett, og så følger opp med en personlig samtale som regel via telefon. Noen svarer motsatt, at de ville ha ringt først, og deretter gått inn på nettet for å finne de konkrete opplysningene. Internett egner seg for å finne enkel basisinformasjon, men de fleste har behov for å verifisere og avklare forhold med en saksbehandler direkte. De fleste opplyste at de generelt brukte Internett mye.

#### - Personlig nettverk

Mange understreker betydningen av personlige nettverk, blant annet i Norsk kulturråd. Flere av informantene sier at de ofte ringer en i nettverket med en gang, det vil si før de oppsøker andre kilder. Flere mener bruk av det personlige nettverket uansett er den raskeste og beste måten å få nødvendig og korrekt informasjon på.

#### - Nyhetsbrev, informasjonsbrosjyrer, årsmelding og Internett

De allmenne kanalene til Norsk kulturråd leses først og fremst for å holde seg oppdatert om hva som skjer. Nyheter om Norsk kulturråd derimot, får de fleste enten vi e-post fra informasjonsseksjonen, eller via andre kilder (kollegaer, nettverk, andre internettsider innenfor området kunst og kultur).

#### - Kanalene har forskjellige egenskaper

Informantene understreker at kanalen Internett egner seg godt når målgruppen aktivt søker etter informasjon. Internett egner seg imidlertid ikke like godt for å sende ut informasjon til målgruppen når det er informasjon som Kulturrådet synes er viktig å få fram til målgruppen. Da er kanaler som e-post, brev, nyhetsbrev eller møter mer effektive.

## 5.2 Generelt om Norsk kulturråds informasjonsarbeid

<b>Fellestrekk</b> Kulturrådets informasjonsvirksomhet er bra De som har vært i kontakt med Norsk kulturråd er fornøyd med kommunikasjonen Alle utenfor Oslo mener Kulturrådet burde besøke regionene mer Kulturrådet bør styrke kommunikasjon med målgruppene Informantene ønsker mer involvering, lytte mer til målgruppens behov Det er viktig å ta vare på og følge opp tilbakemeldinger fra målgruppene Kulturrådet burde informere bedre om kriterier for å motta støtte Debatten rundt Norsk kulturråd burde synliggjøres bedre Kulturrådets informasjon er avsenderstyrt, mye enveiskommunikasjon Kulturrådet burde opprette kontakter/nettverk av videreformidlere i regionene Kulturrådet bør styrke kontakten med kunstnere Ikke behov for nye kanaler Noen reiser spørsmålet om alle potensielle mottakere av støtte får nødvendig informasjon? Distribusjonen fungerer ikke tilfredstillende De fleste i fokusgruppene er tidvis avhengig av informasjon fra Kulturrådet Statistikken over fordeling av midler er svært populær, mange vil ha oversikt over fordeling på regioner og kunstretninger De fleste mener publikasjonene fortsatt må trykkes på papir, men flere ønsker seg også elektroniske versjoner (på Internett, i e-post) som et supplement	
<b>Gruppe 1 Bergen</b> Flinke og ryddige En åpen organisasjon Klare og tydelige Saksbehandlerne informerer godt Benytter kanalene veldig bra Kanskje best i klassen når det gjelder Internett Ønsker mer informasjon om saksbehandlingsrutiner	<b>Gruppe 2 Trondheim</b> Flinke, ryddige og skikkelige Vil ha mer debatt Mer informasjon om kriterier Mer om søknadsfrister Kan virke litt opphøyet og fjern Flere tror informasjonsarbeidet må intensiveres, Kulturrådet når ikke alle med informasjonen
<b>Gruppe 3 Oslo</b> Informasjon preges av regelmessighet Ryddige ordentlige Mye er estetisk lekkert Tror noe informasjon kunne vært litt mer tilpasset målgruppen De fleste er ikke avhengig av informasjon Anbefaler temaseminarer	<b>Gruppe 4 Oslo</b> Solid Saklig Nøytrale Rapport og evalueringsmaterialet er viktig Bør bli en mer levende aktør Bør styrke kontakt med kunstnere Si litt mer om visjoner
<b>Gruppe 5 Tromsø</b> Flinke, ryddige Hvorfor blir ikke alle invitert på konferanser? Informasjon om støtte kommer sent Bør informere bedre om rutiner for saksbehandling Viktig å inkludere de unge i prosessen	<b>Journalister</b> Viktig kilde som gir god service Litt byråkratiske i formen Litt uklare Skriver litt kjedelig Bør markere seg mer i forhold til det de støtter Preget av forsiktighetskultur Rapporter og formidling av forskning fra

Politikere Politikere i regionene – savner kommunikasjon, dialog Mer debatt Presseklipp god ide Anonyme/lite tydelige Synliggjøre kriteriene for støtte Bli mer kjent blant målgruppene	kulturområdet er veldig bra og viktig Varsler for sent om nyheter Kan legge praktiske forhold bedre til rette for journalister Kan virke som de informerer for å rapportere Bruke mer av kunsten de fremmer i sine kanaler Husk muntlig og ikke bare skriftlig kommunikasjon til pressen (radio, tv) Kulturrådet må bli flinkere til å spisse sakene i sine publikasjoner
---	---

### 5.2.1 Kommentarer til funnene

#### - Norsk kulturråds informasjonsarbeid og informasjonskanaler får mange positive tilbakemeldinger

Flere understreker at Norsk kulturråds informasjonsarbeid fremstår som godt og profesjonelt. Mange blir overrasket i positiv forstand da vi orienterte om at informasjonsseksjonen kun bestod av tre personer.

Norsk kulturråds informasjonskanaler får mye positiv omtale. Særlig populær er årsmeldingen, men mange mener også at nyhetsbrevet, brosjyrene og Internett er relativt gode informasjonskanaler. Samtidig mener mange at noe kan bli bedre og at kanalene slik de fremstår i dag er mer tilpasset forvaltningen og videreformidlerne enn de som skal søke midler fra Kulturrådet.

De fleste informantene signaliserer at Norsk kulturråd snarere bør satse mer enn mindre av ressursene på informasjon. Nedenfor følger noen av svarene på hvordan Norsk kulturråd kunne forbedre sin informasjonsvirksomhet:

#### - Noen mener Norsk kulturråd er sentralistisk i sin kommunikasjon

Det uttrykkes særlig blant fokusgruppene og politikerne utenfor Oslo, at Norsk kulturråd virker ”fjerne” og lite opptatt av å innhente kunnskap og meninger fra regionene. Flere sier Norsk kulturråd burde bruke mer av sine ressurser på å oppsøke distriktene. Dette vil kunne motvirke målgruppens oppfatning om at Norsk kulturråd er sentralistisk i sin kommunikasjon. Det kan skje på flere måter, enten ved å knytte kontakter i hvert enkelt distrikt eller ved at saksbehandlere avlegger besøk. Flere viser til Jean Yves prosjekt om EU-midler til norsk kultur som en vellykket måte å kommunisere på. Det ble også foreslått å legge konferanser og seminarer utenfor Oslo i større grad enn det gjøres i dag.

#### - Flere mener Norsk kulturråds informasjon er avsenderstyrt

Punktet over må sees i sammenheng med dette punktet. I tillegg til å virke sentralistisk i betydningen fjern i sin kommunikasjon, virker Norsk kulturråd også avsenderstyrt. Enveis informasjon blir vektlagt i for stor grad på bekostning av toveis kommunikasjon. Både informantene i fokusgruppene fra Bergen, Trondheim og Tromsø, informantene i fokusgruppene fra Oslo og politikerne uttrykker et slikt behov. De ønsker å kommunisere mer med KR enn i dag. Dialog/samtalen er viktig blant annet for å fange opp misforståelser, motta innspill fra målgruppen, diskutere kriteriene for støtten osv. Flere er altså fornøyd med mye av informasjonen de får, samtidig er de misfornøyd med mangelen på kommunikasjon/dialog. Noen utsagn som beskriver dette:

---

*”Kulturrådet bør reise mer rundt på møter og kommunisere med oss, fange opp ønsker og behov, diskutere løsninger og så videre.” ”Kulturrådet er en nasjonal organisasjon, og da må den ut mest mulig til folk der de bor.” ”Jeg kan tenke meg flere modeller på det, flere burde reise rundt og bygge opp nettverk – jo mer sentralisert jo vanskeligere er det å få kontakt.”*

- **Noen mener at Norsk kulturråd henvender seg til de som allerede er ”innenfor”**

Det var flere som reiste spørsmålet om hvem som er målgruppene for Kulturrådets informasjonsvirksomhet. Er det de kulturinteresserte, de utøvende kunstnerne? Eller er det også meningen å nå grupper i befolkningen som i utgangspunktet ikke er så opptatt av kunst og kultur. Hvis det siste er tilfelle så trodde flere at informasjonen fra Norsk kulturråd neppe fengte disse, da måtte Kulturrådet finne en annen form.

I en av fokusgruppene ble følgende sagt: *”Generelt tror jeg at nye aktører sliter med dårlig informasjon, mens de som har vært inne lenge får god informasjon. Det er kanskje en informasjonskløft mellom nye og gamle institusjoner.”*

- **De som har vært i kontakt med Norsk kulturråd er fornøyd med kommunikasjonen**

En del har hatt representanter fra Norsk kulturråd på besøk. Disse uttrykker tilfredshet med kvaliteten på den informasjonen de har fått og understreker at kommunikasjonen har vært god. Ut fra dette kan vi langt på vei konkludere med at det ikke er noe galt med kvaliteten på informasjon og kommunikasjon når først representanter fra Norsk kulturråd møter de forskjellige målgruppene. De to første punktene må derfor først og fremst sees i lys av mangelen på tilstedeværelse og kommunikasjon.

- **De som har vært i kontakt med Norsk kulturråd sier saksbehandlerne er åpne, ærlige, tilgjengelige og gir gode svar**

De fleste som har vært i kontakt med Norsk kulturråd mener kommunikasjonen fra saksbehandlerne er preget av åpenhet, ærlighet og at kvaliteten på informasjonen er god. Noen mener saksbehandlerne kunne vært mer tilgjengelige, men de fleste er også fornøyd med dette.

- **Hvor ofte informantene bruker kanalene er situasjonsbestemt**

Hvor ofte informantene bruker kanalene er avhengig av den situasjonen de er i. I eksempelvis søknadsperioder bruker de Norsk kulturråd ofte. Noen understreker at bruk av kanalene ikke nødvendigvis sier noe om viktigheten av kanalene. For flere detaljer se under i punkt 3.1.

- **Adjektiver som ofte brukes om informasjon fra Norsk kulturråd**

De intervjuede ble bedt om å karakterisere Norsk Kulturråds informasjon generelt med adjektiver. Byråkratisk – solid – nøytral – ryddig – diffus – generell – er ord som brukes av flere. Noen mener stilen i for stor grad er tilpasset forvaltningen og de som skal veilede aktører i søknadsprosessen, enn de som faktisk kan søke støtte, altså sluttbrukerne.

- 
- **Noen tror nye kunstnere sliter mer enn gamle når det gjelder informasjon om støtteordninger**  
Noen mener stilen (hvordan informasjonen er utformet) til Norsk kulturråd kan føre til at viktige grupper ikke får informasjon om støtteordningene. Disse mener ikke nødvendigvis at Norsk kulturråd skal endre stil, men at de i større grad enn i dag bør inngå et tettere samarbeid med videreformidlere.
  - **Flere savner synliggjøring av debatten rundt Norsk kulturråd**  
Noen mener Norsk kulturråd ikke synliggjør debatten rundt kulturstøtte. Debatten pågår kontinuerlig og flere mener en slik synliggjøring (enten på Internett eller andre steder) ville styrket Norsk kulturråds integritet. Det er imidlertid også de som mener at dette ikke er Norsk kulturråds oppgave.
  - **Noen etterspør også informasjon om hvem som ikke får støtte**  
I dag finnes det oversikt over hvem som mottar støtte fra Norsk kulturråd. Flere informanter, særlig fra politikere og de som tilhører eller representerer grupper som kan søke om midler, mener at det burde finnes en oversikt over hvem som ikke mottar støtte.
  - **Flere mener de får for lite informasjon i forhold til behandlingstid og noen mener tilbakemeldingene på avslag kunne vært bedre**  
Flere mener begrunnelsene som gis til de som får avslag er for snever. En grundig begrunnelse for avslaget vil gi viktig veiledning i hvordan prosjektet bør planlegges og søknaden utformes neste gang. Det er også svært viktig for søkerne å vite når søknadene behandles, og hvor lang tid behandlingstiden er.
  - **“Nice too know” versus “need too know”**  
Mye av informasjonen fra Norsk kulturråd er såkalt ”nice to know” for mange av informantene. En del informasjon er imidlertid ”need to know”, særlig for de informantene som kan søke midler på vegne av seg selv, sin organisasjon eller andre de representerer. Informasjon om frister, veiledning og mulige nye områder blir særlig løftet frem som ”need to know”.
  - **Noen mener overskrifter og innhold kan bli noe generelt og at Norsk kulturråd kan virke litt utydelige**  
Både politikerne og representantene i fokusgruppene, mener overskriftene og innholdet i informasjonen, særlig i nyhetsbrevet og på Internett, bør spisses og bearbeides mer journalistisk.
  - **Noen mener manglende åpenhet rundt kriteriene for å få støtte er et problem**  
Flere ønsker mer informasjon om hvem som mottar støtte og mener at Norsk kulturråd bør bli flinkere til å forklare hvorfor noen får støtte, mens andre ikke får det. Flere ønsker mer informasjon om hvilken retning Norsk kulturråd går i og hva som ligger til grunn for valg av retningen.
  - **Noen reiser spørsmålet om alle som er potensielle mottakere av støtte får nødvendig informasjon**  
Noen reiser spørsmålet om Norsk kulturråd gjør nok for å sikre seg at alle som er potensielle mottakere av støtte, får nødvendig informasjon om

---

støtteordningen. Skal hovedprinsippet være at alle som ønsker støtte selv må oppsøke Norsk kulturråd for å få støtte, eller skal hovedprinsippet være at Norsk kulturråd aktivt skal forsøke å informere alle som har en viss mulighet til å få støtte? Hvilke samarbeidspartnere vil Norsk kulturråd eventuelt satse på for å nå et slikt mål?

- **Distribusjonen fungerer ikke tilfredstillende**

Flere representanter i fokusgruppene, blant journalistene og politikerne, mottar verken nyhetsbrev, brosjyrer eller årsmelding. Nær alle ønsker disse utgivelsene, men svarene varierer når det gjelder hvordan de ønsker å motta utgivelsene (se under i punktet elektronisk informasjon). Et flertall ønsker å få utgivelsene tilsendt på navn og ikke generelt adressert arbeidsstedet.

- **Papir foretrekkes**

De tre informasjonskanalene nyhetsbrev, årsmelding og brosjyrer, ønskes av et flertall av deltakerne i fokusgruppene og politikerne på papir. Også noen av journalistene leser disse kanalene på papir i betydningen ”skanner”, men her er meningene noe mer delte. Mange tar vare på årsmeldingen. Nesten alle ønsker årsmelding på papir og bruker den som oppslagbok. Flere understreker at den ikke så lett leses elektronisk.

- **Flere er imponert over forskningsrapportene**

Noen stiller spørsmålet hvorfor ikke disse ble evaluert i undersøkelsen. Flere mener disse er svært viktige.

### 5.3 Hovedinntrykk Internett

<p><b>Fellestrekk</b>  Sidene er ryddige og oversiktlige  Det er et godt utvalg av temaer  Savner en egen nyhetsdel  Tror presseklipp ville ført til at de brukte sidene mer  Sakene burde spisses mer  Mer bilder og illustrasjoner  Mer og kontinuerlig oppdatering av statistikk over fordeling av søknadsmidler  Nettet egner seg for de som er på jakt etter informasjon  Andre kanaler må tas i bruk for å aktivt formidle informasjon til målgruppene  Nesten samtlige reagerer negativt på boksene på åpningssiden  En del døde linker på nettet.  Kulturrådet må få tak i flere domenenavn – for eksempel norsk.kulturrad.no, kulturradet.no  Flere savner organisasjonskart, savner generell oversikt over støtteordninger, savner aktivitetskalender, savner aktiv høyremarg, savner historikk</p>	
<p><b>Gruppe 1 Bergen</b>  Alle bruker sidene  Noen bruker sidene ofte, andre sporadisk  Tydelige og klare  Godt utvalg av temaer  Noen vil ha informasjon på e-post, andre får for mye som det er</p>	<p><b>Gruppe 2 Trondheim</b>  Nesten alle bruker sidene  Månedlig bruk, mye i søknadsperioder  Ryddig og skikkelig  Noen ønsker mer nyhetsstoff, andre ikke  Ikke tilpasset dem som målgruppe  Mer debatt på Internett  Mer om kriterier  Mer om søknadsfrister</p>
<p><b>Gruppe 3 Oslo</b>  De fleste bruker sidene  Nøkternt og ryddig  Noen sier gode søkemuligheter, god navigasjon  For mange døde linker  Finner det de er ute etter  Fakta er viktigst  Feil i sidene over Statens kunstnerstipend må rettes opp  Noen ønsker skreddersydd nyhetsbrev på e-post  Sammenblanding av nyheter og aktualiteter  Savner kontaktinformasjon, organisasjonskart, oversikt saksbehandlere  Mener debatten må føres av andre</p>	<p><b>Gruppe 4 Oslo</b>  Noen har ikke vært på sidene  Besøker sidene rundt søknadsfristene  Språket er litt diffust og vanskelig  Byråkratisk og litt kjedelig  Må ringe i tillegg til å lese sidene  Bør utvikle bevilgningsdelen  Få frem mer om kriteriene  Ønsker mer informasjon om fordeling</p>
<p><b>Gruppe 5 Tromsø</b>  Få bruker Internett fast eller regelmessig  Saklig  Godt organisert  Fungerer i forhold til formålet  Litt sen oppdatering  Savner oversikt saksbehandlere</p>	<p><b>Journalister</b>  De fleste besøker sidene flere ganger i måneden.  Ryddig og oversiktig  Tilpasset kulturarbeideren  Savner nyhetsdel  Nyheter må publiseres umiddelbart  Savner presseklipp  Publikasjonene er viktig bakgrunnstoff  Ønsker alle publikasjoner lagt ut på Internett i</p>

<p>Politikere Besøker ikke Internett som en fast rutine Fleste godt fornøyd, nøkternt og greitt organisert, en misfornøyd, virker rotete Innholdet får mer skryt enn måten Internettet er organisert Vil ha mer statistikken over midlenes fordeling Statistikken burde oppdateres jevnlig På jakt etter saklig og konkret informasjon, mye bra av dette her Kortfattet informasjon er viktig Ønsker mer debatt på sidene Mer nyhetsstoff</p>	<p>søkbart format Ønsker mer debatt på sidene Behov for å live opp sidene, mer bilder, mer illustrasjoner Ønsker e-postliste for nyheter Bør spisse sakene mer, jobbe med overskrifter</p>
---	--

### 5.3.1 Kommentarer til funnene

#### - De fleste bruker Internett mye

De fleste bruker generelt Internett svært mye. Det er et klart funn uansett målgruppe at Internett fremstår som en av de viktigste kildene dersom man søker etter en bestemt type informasjon. Mange understreket på den annen side at det var grupper av kunstnere som ikke var Internett brukere.

#### - Nesten alle har vært inne Norsk kulturråds Internettsider

Selv om de fleste er hyppige brukere av Internett, så betyr ikke det at de bruker Norsk kulturråds Internettsider ofte. Se under.

#### - Hvor ofte de bruker Norsk kulturråds Internett er avhengig av behov

Sidene brukes mer i søknadsperiodene enn ellers. De fleste sier de bruker sidene månedlig. Noen få sier de aldri har vært inne på sidene. Noen understreker at lav hyppighet ikke sier noe om kanalens viktighet.

#### - Flere savner en nyhetsdel på førstesiden og mener det vil innby til hyppigere bruk

Det er særlig journalister og informanter fra utøverorganisasjonene i fokusgruppene som mener dette. De er ikke så begeistret for strukturen, og journalistene nevnte som eksempler på gode Internettsider de sidene som nyhetsmiljøene selv tilbyr.

#### - Noen savner presseklipp

Noen savner også en side (eventuelt kolonne på førstesiden) med presseklipp, dvs. linker til viktige nyheter som angår Norsk kulturråd. Det vil bidra til å synliggjøre debatten rundt Norsk kulturråd, se punktet under.

#### - Noen mener Internett burde synliggjøre debatten rundt Norsk kulturråd

Norsk kulturråd fremheves av mange som en svært viktig aktør med mye makt. Som viktig samfunnsaktør ønsker flere at debatten rundt Norsk kulturråd synliggjøres mer enn i dag.

#### - Flere mener sidene i større grad burde synliggjøre hva prosjektmidlene brukes til

Flere mener Kulturrådet burde vise frem prosjektene som mottar støtte på sine Internettsider. Dette forteller noe om hvilke type prosjekter som mottar støtte,



---

hva Norsk kulturråd satser på. Det vil også gjøre sidene mer interessante å besøke for målgruppene.

- **Flere mener at statistikken bak i årsmeldingen burde legges ut på Internettet, og at den burde oppdateres fortløpende**

Dette er et ønske fra så å si samtlige informanter. Statistikken er svært etterspurt og informantene ønsker å gjøre søk ut fra regioner og kunstretninger. Dette er fullt mulig dersom Kulturrådet legger denne typen informasjon inn i en database. Flere ønsker også statistisk oversikt over hvem som har søkt og ikke mottatt støtte.

- **Virker nøkternt, ryddig, oversiktlige og godt organiserte og det er mye god faktainformasjon**

Særlig informantene fra forvaltningen, men også informanter fra organisasjoner og politikere uttrykker at Internett inneholder mye bra faktainformasjon om Norsk Kulturråd, og det er det de ønsker å finne på sidene.

- **Informasjonen på Internett kan virke for generell og lite spisset**

Noen uttrykker at informasjonen på sidene er for lite spisset og for generelt. Mange av disse tror ikke sidene nødvendigvis skal endres, det er avhengig av målet med sidene, og hvem som er målgruppe. Dersom en målgruppen først og fremst er "de som skal søke støtte" og målet blant annet er at sidene skal oppsøkes hyppig av målgruppene, så må innholdet spisses mer og tilrettelegges mer i retning av veiledning og informasjon om hvem som mottar og hvem som ikke mottar støtte.

- **Virker litt byråkratisk**

Noen av informantene i fokusgruppene, særlig de fra organisasjonene for utøvende kunstnere (ikke-institusjonalisert kunstliv), mener sidene kan virke litt byråkratiske. Samtidig sier noen av disse at det kanskje er bra. "Sidene gir god informasjon og ikke bare masse fiks faks".

- **Noen mener Internett bør lives opp med mer bruk av bilder eller illustrasjoner**

Flere tror sidene vil bli mer etterspurt dersom bilder og illustrasjoner tas i bruk på Internettet. Mange tror dette er et av mange tiltak som får Kulturrådet til å fremstå som litt mindre byråkratisk.

- **Noen få sier språket er forskjellig innenfor de forskjellige fagområdene, at det ikke er en klar fortellerstemme**

Stilen spriker i flere retninger, ikke bare i forhold til utformingen av innholdet, men også når det gjelder hvilke temaer og i forhold som de enkelte fag hva som vektlegges.

- **Ingen av utgivelsene kan erstattes av elektroniske versjoner, men mange vil ha elektroniske utgaver i tillegg**

Det er særlig journalister som ønsker seg elektroniske versjoner i tillegg. Elektroniske versjoner er også et ønske fra ikke-institusjonalisert kunstliv dersom de får informasjonen skreddersydd. Det vil si, de som arbeider med

---

musikk, ønsker først og fremst informasjon angående musikk, de som jobber med billedkunst ønsker informasjon om billedkunst etc..

- **Nær alle er enige i at boksene på åpningssiden bør bort**

Boksene skaper forventninger som ikke innfrir, de har ingen funksjon og bør fjernes

- **Norsk kulturråd burde kjøpe flere domenenavn**

Flere mener kulturraad.no ikke er et logisk konstruert domenenavn. For å øke sjansene for treff bør Norsk kulturråd også kjøpe domenenavn som forslagsvis norsk.kulturraad.no og kulturraad.no. Til orientering har Norid, virksomheten som er ansvarlig for domenenavn, meddelt i en pressemelding at de fra 1. februar åpner for å bruke æ, ø og å i domenenavn. Det vil si at Kulturrådet også kan søke om å få hete kulturraad.no.

- **Flere ønsker seg et organisasjonskart på Internettssidene**

Flere ønsker seg et organisasjonskart på Internettssidene slik at man raskt finner ut hvem som er ansvarlig for hva.

- **Noen ønsker en generell oversikt over støtteordninger**

Noen få sier de savner en generell oversikt over støtteordninger. I dag ligger det oversikter om de enkelte fagområder på sidenes enkelte fagområder.

## 5.4 Hovedinntrykk nyhetsbrevet

<p>Fellestrekk Saklig og ryddig Mange temaer De fleste er mer fornøyd med innholdet enn formen Overskriftene bør spisses, blir for generelle Litt kjedelig, kan lives opp med bilder og illustrasjoner Ønsker litt mer problematisering Ønsker både elektronisk og papirversjon av nyhetsbrevet</p>	
<p><b>Gruppe 1 Bergen</b> Ikke alle får det tilsendt Flere vil ha nyhetsbrevet direkte på navn De fleste leser nyhetsbrevet Kjapt ute med nyhetene Litt mye skrift, få bilder Konsist kortfattet og godt skrevet Gir et fint overblikk Noen ønsker mer debatt Mer informasjon rundt kriterier for støtte Ønsker nyhetsbrevet i papirformat</p>	<p><b>Gruppe 2 Trondheim</b> Ikke alle får nyhetsbrevet De som får det skanner det kjapt Ryddig og skikkelig Litt tørt, litt som en utredning For lite spisset, fenger for lite Flere savner bilder, illustrasjoner Noen savner meninger/debatter Mange kunne tenke seg elektronisk format Flere ønsker samtidig papirformat</p>
<p><b>Gruppe 3 Oslo</b> Alle får det, ikke alle leser det Ikke et nyhetsbrev, mer aktualiteter Overskriftene er for generelle Veldig saklig, frodigheten forsvinner Noen tror målgruppen kunstnere ikke leser brevet fordi det er for byråkratisk i formen De som leser det er fornøyd med innholdet</p>	<p><b>Gruppe 4 Oslo</b> Ikke alle får det De som leser det skummer igjennom Godkjennes Nøkternt og litt tungt Burde lives opp, bilder, illustrasjoner, bedre overskrifter Både nyheter og aktualiteter Fint med det tverrfaglige Både Internettversjon og papirformat</p>
<p><b>Gruppe 5 Tromsø</b> Flere leser det jevnlig, noen arkiverer det Noen får det ikke, men ønsker å få det Bra form, oversiktlig og fint Faglig godt nyhetsbrev Litt mer problematisering Kan ikke erstattes elektronisk Noen ønsker elektronisk i tillegg, eventuelt med teasere, eller korte og presise overskrifter</p>	<p><b>Journalister</b> Nyhetsbrevet brukes ikke av alle Litt kjedelig Innbyr ikke til lesning Klarer ikke fange oppmerksomheten Må spisse sakene For generelle overskrifter Mer fornøyd med innholdet enn formen De fleste mener det kan erstattes av elektronisk nyhetsbrev</p>

Politikere De fleste kjenner til nyhetsbrevet Kortfattet og konsist Kan spisses noe mer Her er litt mer av debatten som savnes på Internett Både mye nice og need to know Nyttige temaer, god leder Alle vil ha det på papir, men gjerne også Internett.	
---	--

#### 5.4.1 Kommentarer til funnene

- **Nyhetsbrevet får mange gode tilbakemeldinger både på form og innhold, men flere uttrykker også klare behov for forbedringer**

Som for de andre kanalene får også nyhetsbrevet mye positiv omtale.

Meningene er imidlertid delte. Flere sier nyhetsbrevet er veldig bra, noen mener det blir litt kjedelig og at det ikke fenger nok.

- **Flere mener nyhetsbrevet ikke først og fremst inneholder nyhetsstoff men aktualitetsstoff**

Ikke alle mener at det burde bli mer nyhetsstoff enn det allerede er. Mange leser nyhetsbrevet for å holde seg generelt orientert om hva Norsk kulturråd har gjort i det siste, og at fokus på aktualiteter er bra for denne typen utgivelser. Flere av informantene mener imidlertid det motsatte. Nyhetsbrevet ville bli lest mer grundig dersom artiklene ble vinklet mer mot nyhetsstoffet. Disse ønsker en dreining fra det generelle til det spesifikke.

- **De fleste sier de skanner nyhetsbrevet, og leser hele artikler dersom det virker spennende**

Funnet understreker behovet for å spisse eller lage mer dekkende og fengende overskrifter til artiklene. Det vil føre til at flere leser artiklene. En foreslår også å utheve ord eller setninger i teksten som er dekkende for innholdet.

- **Flere ønsker mer informasjon om hvem som mottar støtte**

Mange av informantene ønsker at Kulturrådet mer direkte dekker de områdene som får støtte i nyhetsbrevet.

- **Flere ønsker mer informasjon om hvilken retning Norsk kulturråd går i og begrunnelser for valg av retningen**

Noen mener denne informasjonen passer bedre i årsmeldingen. Hovedpoenget er at Kulturrådet kommenterer og klargjør hvilke mål de har med satsningen, og dersom det skjer endringer i kriteriene, hvilken retning man går i.

- **Flere tror nyhetsbrevet ville blitt bedre med mer billedbruk og illustrasjoner**

Flere mener det er behov for å live opp nyhetsbrevet for å forbedre leseropplevelsen. Bilder og illustrasjoner vil hjelpe.

---

- **De fleste mener overskriftene er for generelle.**

Særlig journalister, men også flere fra de andre målgruppene gir uttrykk for dette. De vil gjerne ha mer spissede overskrifter, titler som fenger og som dekker det faktiske innholdet.

- **Gruppen er delt i synet på hvorvidt nyhetsbrevet kan legges ut på nett.**

De fleste sier at det hadde vært bra med en nyhetsbrev per e-post som linket til nyheter til Norsk kulturråds Internetsider. Dersom en slik løsning velges må overskriftene spisses. Mange av disse mener nyhetsbrevet fortsatt bør komme på papir, men kan legges ut på Internett i tillegg

- **Mange mener imidlertid at nyhetsbrevet absolutt ikke kun må legges på Internett**

Dette er en utgivelse mange liker å ta med seg på bussen, sitte i stua eller ta en "pause" fra pc og jobb for å lese. Flere av politikerne var veldig tydelige på at de ønsket å beholde papirutgaven.

- **Distribusjonen fungerer ikke tilfredsstillende.**

Dersom Norsk kulturråd ønsker at flere skal lese brevet, bør de sende det på personnavn og ikke organisasjon.

- **Flere får ikke nyhetsbrevet tilsendt selv om de ønsker det**

Flere av respondentene hadde ikke sett nyhetsbrevet og ville veldig gjerne ha dem. Noen mottok for mange eksemplarer og viste ikke hva de skulle gjøre med opplaget.

## 5.5 Hovedinntrykk informasjonsbrosjyrer

<p>Fellestrekk          Gode brosjyrer          Litt generelle, kan bli mer konkrete          Brosjyrene er mer for de som skal veilede enn for de som skal søke          Brosjyrene bør legges ut på Internett          De må oppdateres ved endringer          Mange som ikke mottar brosjyren</p>	
<p><b>Gruppe 1 Bergen</b>          Ikke alle mottar brosjyren          Alle ønsker det          Godt fornøyd med formen          Fornøyde med innholdet          Relevant          Viktige for formidling av Kulturrådet          Vanskelige å erstatte elektronisk, gjerne begge deler</p>	<p><b>Gruppe 2 Trondheim</b>          Flere får ikke brosjyren          Flere ønsker disse lagt ut på Internett, men mener også at papirformatet må beholdes          Litt byråkratiske i formen          Litt for generelle, fungerer mer for veilederen enn for de som skal søke          Etterspør brosjyre for unge/nye kunstnere</p>
<p><b>Gruppe 3 Oslo</b>          Ikke alle får brosjyrene tilsendt          Viktig for videreformidlere          Positive til formen          Godt fornøyd med innholdet          Savner brosjyre hvor ordninger fra hele forvaltningen er sammenstilt          En sier brosjyrene ikke avhjelper telefonen          Burde oppdateres i elektronisk versjon</p>	<p><b>Gruppe 4 Oslo</b>          Nesten alle har sett dem          Brosjyrene er viktige          Bra å lese, forståelige          Vil ringe i tillegg til å lese brosjyrene, få forklart nærmere og sjekke om de har forstått          Mangler brosjyre på området musikk          Brosjyrene må oppdateres når regelverk eller kriterier endres          Flere tror papirversjonen kan erstattes av en elektronisk versjon</p>
<p><b>Gruppe 5 Tromsø</b>          Usikre på om brosjyren fungerer for de som skal søke støtte          Mener brosjyrene må være laget for veilederen          Nyttig innhold, dekker områdene bra          Etterlyser brosjyre om Statens kunstnerstipend</p>	<p><b>Journalister</b>          Ikke i målgruppen for brosjyrene          Ikke så nyttig for dem          Kan tjene som bakgrunnsinformasjon, og i så måte må det ligge søkbart på Internett</p>
<p><b>Politikere</b>          De fleste har ingen mening om disse          Kan legges på Internett i tillegg til papirversjon          Alle mener dette er svært viktige utgivelser          Må gjøres så enkle som mulig          Kriteriene må tydelig frem</p>	

---

### 5.5.1 Kommentarer til funnene

- **Noen mener stilen er mer tilpasset forvaltningen og de som skal veilede aktører i søknadsprosessen, mer enn de som faktisk skal søke støtte.**

Flere informanter tror brosjyrene er bedre tilpasset de som skal veilede søkere, enn de som skal søke direkte. Noen mener dette gjelder spesielt de unge som ikke har erfaring med eller vært i kontakt med virksomheter som Norsk kulturråd tidligere.

- **Brosjyrene får mange gode tilbakemeldinger både på form og innhold, men flere uttrykker også klare behov for forbedringer**

Noen sier de er kjempebra, andre mener de er helt ok. Det er delte meninger, men stort sett er de fleste positive til brosjyrene. Ikke alle føler seg som en målgruppe (verken søker selv eller veileder andre i å søke) og ønsker derfor ikke å kommentere innhold og form.

- **Noen mener brosjyrene kommer litt sent**

Noen mener brosjyrene kommer litt sent fordi man trenger god tid på å planlegge en søknad innenfor et område. Flere kjente ikke til brosjyren om EU-midler, og poengterte i den forbindelse at ordningen egentlig var opphørt i dag. Representanten fra Norsk kulturråd kunne fortelle at ordningen fortsatte helt frem til 2006, noe brosjyren ikke informerte om.

- **Noen mener brosjyrene burde oppdateres hyppigere**

Noen mener brosjyrene ikke oppdateres ofte nok. Oppdateringene må ikke nødvendigvis skje ved at nye opplag trykkes, men man kan legge ved oppdateringene på eget ark. Det viktige er at oppdateringene kommer ut.

- **Distribusjonen fungerer ikke tilfredsstillende**

Viktige videreformidlere som blant annet kulturarbeidere i kommunene burde få flere eksemplarer enn de får i dag. Distribusjon er spesielt viktig i forhold til disse publikasjonene da disse forteller hvor det er mulig å søke midler, og hvordan en bør gå frem for å få støtte. Flere mener Norsk kulturråd burde samarbeide mer enn i dag med videreformidlere for å sikre at alle som skal ha informasjon får det.

- **Det mangler en brosjyre på området musikk**

De fleste kunstretningene Kulturrådet dekker har en brosjyre, men noen informanter savner en brosjyre innenfor området musikk.

## 5.6 Hovedinntrykk årsmeldingen

<p><b>Fellestrekk</b> Populær årsmelding Godt stoff og godt skrevet Forteller om hva Kulturrådet satser på Leses for å forstå ”stammens språk” Flere savner litt mer refleksjon og ettertanke, hvordan har det gått, hva satser Kulturrådet på videre. Alle vil ha årsmeldingen på papir</p>	
<p><b>Gruppe 1 Bergen</b> Fornøyd med formen Fin som en oppsummering av året Flere savner litt refleksjon rundt hvorfor de prioriterer som de gjør Viktig verktøy for å lære seg ”stammens språk” Ønsker årsmeldingen på papir</p>	<p><b>Gruppe 2 Trondheim</b> Flere får ikke årsmeldingen, alle vil ha den Veldig populær Godt stoff, interessant Noen savner litt refleksjon rundt året som har gått, om målene er nådd, planer for det nye året, hva satser Kulturrådet på videre.</p>
<p><b>Gruppe 3 Oslo</b> De fleste har lest den Meget god årsmelding Statistikken er populær Flere er usikre på om årsmeldingen er interessant for andre målgrupper Ønsker papirversjon</p>	<p><b>Gruppe 4 Oslo</b> Fin, artig å lese, interessant Det de trenger minst Viktigere med brosjyrer og nyhetsbrev Vil ikke lese den i elektronisk format</p>
<p><b>Gruppe 5 Tromsø</b> Veldig god årsmelding Fin form, fine temaer Savner litt mer informasjon rundt fordeling av midler. Hvem får ikke støtte? Hva skal det satses på? Kan ikke erstattes av elektronisk versjon</p>	<p><b>Journalister</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Flere har sett årsmeldingen</li><li>• Få leser den</li><li>• Når de først leser den, finner de mye interessant</li><li>• Bør ut på Internett i søkbar form</li><li>• Statistikken er svært interessant</li><li>• Ønsker mer informasjon om trender, nye prosjekter, hva skjer fremover</li></ul>
<p><b>Politikere</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• En god årsmelding</li><li>• Bra statistikk, mer av det, bør oppdateres kontinuerlig på Internett</li><li>• Fint om den kom ut tidligere</li><li>• Kan ikke erstattes elektronisk</li></ul>	

### 5.6.1 Kommentarer til funnene

#### - Årsmeldingen er populær

Veldig mange leser den og tar vare på den. Årsmeldingen leses ikke nødvendigvis fra a til å, men brukes som et oppslagsverk. Politikere, journalister og utøvere er spesielt opptatt av den statistiske oversikten over hvem som har mottatt støtte.



- 
- **Flere sier form og innhold virker interessevekkende og oversiktlig**  
Årsmeldingen får mye positiv omtale både fordi den virker interessevekkende og inspirerende, den tar opp interessante temaer og den er oversiktlig. Flere leser årsmeldingen fordi den viser i hvilken retning Norsk kulturråd går. Noen mener årsmeldingen kunne sagt mer om nye prosjekter og nye trender. En foreslår at Norsk kulturråd bør diskutere sin egen virksomhetsplan i årsplanen, hva ønsket vi å gjøre, hva har vi gjort, og hvor går vi nå.
  
  - **Ingen synes årsmeldingen har en overdådig form eller gir inntrykk av sløsing**  
Informasjon fra Kulturrådet er svært viktig for noen av målgruppene. Flere av informantene både i fokusgruppene, blant politikere og journalister, sier at informasjon og kommunikasjon er en viktig forutsetning for at Norsk kulturråd ivaretar sin funksjon på en forsvarlig og god måte.
  
  - **Vil ha årsmeldingen på papir**  
Flere understreker at årsmeldingen ikke vil bli lest dersom den kun legges ut på Internett. Årsmeldinger har et innhold og en form som ikke egner seg å lese på Internett.
  
  - **Statistikken bør også publiseres på Internett og oppdateres fortløpende**  
Flere mener at statistikken bak i årsmeldingen, bør legges ut på Internett og oppdateres fortløpende. Flere informanter, både fra fokusgruppene, journalistene og politikerne, ønsker også at statistikken skal brettes ut i flere retninger. Flere ønsker for eksempel at statistikken viser fordelingen av midler fordelt på geografi og kunstform.
  
  - **Noen mener årsmeldingen kommer ut for sent**  
Noen mener årsmeldingen kommer for sent ut, og at arbeidet med årsmeldingen bør startes opp tidligere.
  
  - **Noen savner litt mer refleksjon og ettertanke**  
Noen sier Norsk kulturråd burde bruke årsmeldingen til å reflektere litt mer over sine vurderinger og prioriteringer. Andre mener imidlertid at akkurat det ikke er Kulturrådets oppgave.



---

## Vedlegg 1

### 6 Detaljert gjennomgang av svarene

I dette kapittelet vil vi trekke frem svarene til den enkelte fokusgruppe, journalistene og politikerne.

I fokusgruppene (5) var det tatt med representanter fra de fleste av målgruppene til Kulturrådet:

- kunstnergrupper eller kunstnere (også med lokal forankring)
- ikke-institusjonaliserte kunstnermiljøer
- kulturinstitusjoner
- kunstmiljøer med både lokal og sentral forankring
- forskningsmiljøer
- fylkeskommuner
- Kultur- og Kirke departementet (KKD)
- institusjoner underlagt KKD

De ulike fokusgruppene bestod i regelen av representanter fra flere av målgruppene. Det var derfor svært vanskelig å skille på svarene fra de forskjellige målgruppene. Av den grunn har vi ikke skilt på svarene der det ikke fremgår tydelig at svaret var spesielt eller unikt for akkurat den målgruppen.

De enkeltstående intervjuene var med henholdsvis fire politikere (en stortingspolitiker og tre kommunepolitikere) og fire journalister.

#### 6.1 Politikere

##### 6.1.1 Generelt

###### **Vaner og rutiner for innhenting av informasjon generelt**

Tre av fire politikere sier de bruker Internett ”mye” eller ”mer og mer” når de leter etter informasjon generelt. Mange tar direkte kontakt når det gjelder forhold av mer intrikat karakter. En leser mest aviser både i papirformat og på Internett, men forholder seg ikke til Internett som sådan. E-post tas også i bruk og noen har også rådgivere som kan skaffe informasjon til veie.

###### **Hovedinntrykk av Norsk Kulturråd og deres informasjon**

Alle er stort sett godt fornøyd med informasjonen fra Kulturrådet. Når vi graver dypere er det forhold som de i varierende grad er fornøyd med. Her kommer noen momenter som trekkes frem:

###### **- Anonym/lite tydelige**

En sier Kulturrådet er ”ganske anonym” og mener også at ”administrasjonen” også skal være det. Vedkommende mener at det valgte styret burde være mer ”synlig i debatten”. En annen sier ”de kunne vært mer synlige i debatten, som jeg mener er en naturlig rolle for Kulturrådet. De er ikke så tydelige og fremtredende som de burde være i forhold til den potten de skal fordele.” En annen igjen sier ”.. kommunene oppfatter det som et problem at Kulturrådet avventer budsjettprosessen i kommunene, når kommunene ønsker å avvente

---

Kulturrådet.” ”Kompetansen om politiske budsjettforhold bør inn i Kulturrådet. Det er viktig at de forstår de politiske beslutningsprosessene.”

- **Synliggjøre kriterier for tildeling av midler**

Flere av politikerne sier at Kulturrådet kan synliggjøre kriteriene bedre enn i dag. ”Det burde gis mer informasjon i forhold til fordeling av midlene”. ”De er litt stat i staten, mye makt som det er vanskelig å kontrollere, det er vanskelig å få klare begrunnelser eller vite hva slags kriterier som legges til grunn. Dette gjør det lite etterprøvbart.” ”Noen får støtte år etter år etter år, noen får aldri, hva er det for slags kriterier som ligger til grunn, hvem er det som bestemmer dette her, det blir en usynlig utøvelse av makt, som er lite etterprøvbart og lett å misbruke”. Vedkommende hadde imidlertid ingen mistanke om at makten i seg selv ble misbrukt.

- **Bli bedre kjent i målgruppene**

Flere av politikerne mener at Kulturrådet bør gå litt bredere ut. Bli mer kjent i alle målgruppene.

- **Sentralistiske i sin kommunikasjon**

Det som kanskje kjennetegner politikere i regionene (Tromsø og Bergen) er vurderingen av Kulturrådet som sentralistiske i sin kommunikasjon. Følgende utsagn illustrerer hvordan det tenkes. ”Det hadde jo vært ålreit at de hadde møtt kulturliv og kulturpolitikere andre steder enn akkurat i Osloområdet. De inviterer jo til audiens, det er jo nærmest sånn. Jeg tenker ikke sånn at de nødvendigvis skal besøke meg, men samle noen mennesker på et møte her. Det er viktig for oss at de er mer synlige, får jo et forhold til de da, og det må jo også være en styrke for Kulturrådet.” En annen sier ”.. litt mer involvering hadde vært bra, regionale konferanser kunne kanskje vært en ide.” Politikerne som ble intervjuet i Oslo er ikke spesielt opptatt av dette.

- **Oversikten over fordeling av midlene er bra, men...**

Alle er opptatt av å få en enkel oversikt over hvem som får støtte, fordelt på regionene og eventuelt hvis mulig på de forskjellige kunstnerretningene. Flere sier det også kunne være en ide å lage en oversikt over hvem som søker og ikke får støtte.

**Avhengighet av informasjon fra Kulturrådet**

Ingen av politikerne er direkte avhengig av informasjon for Kulturrådet, men noen kategoriserer likevel deler av informasjonen til å være av arten ”need to know”. Alle sier for eksempel at Kulturrådet er svært viktig i deres kulturarbeid. En understreker behovet for mer samarbeid ”.. Generelt burde vi samarbeide mer med staten, for lite koordinering, samarbeid, felles satsning mellom kommunen og Kulturrådet.”

**6.1.2 Internett**

En sier han ”aldri” har brukt eller vil bruke Kulturrådets Internettsider. De andre informantene har vært inne på sidene, men er det kun etter behov. Det er altså ingen fast foreteelse. Hyppigheten varierer fra månedlig til noen ganger i løpet av året.

---

## Form

Flere av politikerne skjønner ikke poenget med boksene på åpningssiden. "Boksene på førstesiden er litt mystiske. Jeg sitter å venter på hva som skal skje, men så skjer det ingenting."

De fleste virker fornøyd med organiseringen av sidene. En sier imidlertid at sidene "virker litt rotete, uoversiktlige". Flere etterspør domenenavn som norsk.kulturråd, kulturrådet. Til orientering har Norid, virksomheten som er ansvarlig for domenenavn, meddelt i en pressemelding at de fra 1. februar åpner for å bruke æ, ø og å i domenenavn. Det vil si at Kulturrådet også kan søke om å få hete kulturrådet.no .

Flere understreker også at det er bra med lite ".. dill dall og grafikk som tar bort oppmerksomheten fra informasjonen som vi jo er ute etter."

## Innhold

De fleste mener innholdssiden av Internett er bedre enn organiseringen. En sier at "brukergrensesnittet er relativt greit, det er nøkternt og godt organisert, og det virker ryddig. Det er ikke ekstremt gode Internettsider, men det er mye bra på innholdssiden."

Flere sier at de er på jakt etter saklig og konkret informasjon. Det er mye bra av dette på Kulturrådets sider. Noen understreker at de har svært dårlig tid og derfor ".. vil komme raskt ned i selve lesingen, få tak i det faglig interessante.". Flere understreker også at de ønsker ".. kortfattet informasjon.". En sier ".. formen er god, når man har mye å gjøre så bør man se fort hva det handler om, ellers blir man utålmodig og går videre".

### - Mer debatt og lettere tilgjengelig nyhetsstoff

Flere av politikerne mener debatten rundt Kulturrådet kunne vært mer synlig på internettsidene. Flere sier også at de ville lest en ".. presseklippside som viser hva som skjer rundt Kulturrådet.". En annen sier "det kunne vært en ide å opprette et presseklippesenter på Internett."

### - Statistikken over fordeling av midlene er veldig viktig

Statistikken rundt hva som tildeles er veldig viktig. En sier denne ".. bør oppdateres fortløpende ..". En er ute etter å se hvordan midlene er fordelt i forhold til sektorer eller kunstretninger. Politikerne i regionene er også ute etter å se hvordan midlene fordeler seg på regionene.

### - Savner organisasjonskart

En savner organisasjonskart som viser hvem som jobber hvor. Vedkommende ønsker raskt å finne en saksbehandler.

### - Savner generell oversikt over støtteordninger

Flere savner også en generell oversikt over støtteordninger som ".. ikke lå på det enkelte fagområdet, men som lå samlet sentralt på Internettsidene, og som viser all støtte man kan få av Kulturrådet."

### - Savner aktivitetskalender/oversikt

---

En mener ”det kan være vanskelig å få oversikt over når ting foregår, første tildeling, andre tildeling etc.”, og videre at det kanskje kunne være en ide å ”koble aktivitetsskalender og tildelingsoversikt sammen slik at leser får mer oversikt.”

- **Savner aktiv venstremarg**

En uttrykker et behov for aktiv ”venstremarg”.

- **Savner litt historikk**

Et par av politikerne mener sidene kunne inneholdt litt mer historikk når det gjelder tildelingene.

**Abonnement epostliste**

Bare en uttrykker seg klart positivt til å stå på en e-postliste for nyheter fra Kulturrådet. Dette har lite med Kulturrådet som sådan å gjøre, men mer med den flommen av e-post som eksisterer allerede. En sier ”.. jeg er mer skeptisk til dette enn før da jeg nærmest blir bombet av informasjon og e-post.”

**6.1.3 Nyhetsbrev**

**De fleste kjenner til nyhetsbrevet**

En sier nyhetsbrevet var den eneste kilden vedkommende hadde vært borte i fra Kulturrådet. En annen har aldri vært borte i nyhetsbrevet. En tredje kjenner nyhetsbrevet godt er også godt fornøyd. En fjerde sier vedkommende kjenner til det men ikke får det.

**Form**

Noen sier at formen ikke er så viktig for om de leser nyhetsbrevet. ”for meg er formen ikke viktig. Jeg bryr meg mer om det innholdsmessige, om det er relevant for meg å lese.” ”Substans betyr alt.” En annen sier ”det er bra nyhetsbrevet er kortfattet og konsist.”

Det er et ønske om at viktige ting i teksten kan utheves, for eksempel i lederen. Jeg vil bare skanne nyhetsbrevet raskt for å se om det er noen artikler som kan interessere meg. Da kunne det hjelpe om overskriftene blir mer spisset, en setning i en artikkel sier ofte hovedpoenget, denne kunne man ha merket eller utvidet. Da ville jeg kanskje ha lest hele artikkelen.”

Flere av politikerne svarer at formen er bra som den er i dag. En sier det er ”.. bra med veksling mellom forskjellige genre og temaer.”

**Innhold**

Flere uttrykker at nyhetsbrevet har litt mer av debatten de savner på Internett. ”Dette skulle man forsøkt å gå litt bredere ut med, forsøkt å nå flere, men jeg skjønner jo at det er vanskelig.” ”Bra med intervjuer og at flere folk slipper til, men kanskje burde man også finne andre måter å slippe til folk på.”

De fleste er fornøyd med innhold og temaer i nyhetsbrevet. ”Her er det både mye nice to know, men også mye need to know.” ”

---

En ønsker mer stoff om nye rapporter og litt mer om hva Kulturrådet gir støtte til.

Andre utsagn om temaet er ”dette er temaer som er nyttige, også lederen er fin.” ”Skal du først ha en bulleteng, så er det greitt med et så bredt spekter av temaer.”

### **Elektronisk format**

De fleste mener nyhetsbrevet ikke kan erstattes av Internett. En sier ”Dette er bra, dette leser jeg, men jeg vil ha det på papir.” En annen sier ”.. nyhetsbrevet er for meg meget hendig, det kan ikke erstattes av Internett. Jeg ville heller ikke ha lest det dersom det ble sendt på e-post.” En annen er bare delvis enig, ”dette kunne blitt bedre på Internett for meg, men det er ikke det viktigste, det viktigste er at de sender det ut. Kanskje burde de sende nyhetsbrevet på navn direkte hjem til folk.” En annen sier ”i og med at dette ikke er nyhetsstoff, så tviler jeg på om jeg hadde lest det på Internett.

#### **6.1.4 Informasjonsbrosjyrer**

Flere har ikke mottatt informasjonsbrosjyrene tidligere.

Informantene er derfor knappe i svarene de gir. ”Ikke så relevant for meg.” ”Har sett brosjyrene før men jeg er antakeligvis ikke målgruppen her.”

### **Papir eller Internett**

De er delte i synet på om brosjyrene kan erstattes med elektronisk utgave. En sier ”Mye av dette kunne vært lagt på Internett. Samtidig er det ikke alle i målgruppen som har tilgang på Internett.”

”Dette kunne godt vært lagt ut på Internett, men jeg vet ikke om det burde erstatte papirversjonen.”

”Dette kan ikke erstattes med en elektronisk versjon.

### **Viktig utgivelse**

Svarene indikerer at politikerne mener utgivelsene er svært viktige. ”Disse har absolutt en verdi, særlig på saksbehandlerplan og for søkeren.”

”De burde gjøres så enkle som mulig, kriteriene bør mer frem.”

#### **6.1.5 Årsmelding**

Alle kjenner til årsmeldingen, men ikke alle har mottatt den. Flere tror dette burde vært sendt ut til flere. De fleste sier at denne ville de tatt vare på og at det er en god årsmelding.

### **En god årsmelding**

De fleste sier den er informativ og godt laget. ”Jeg synes dette er en god årsmelding.” ”Denne vil jeg spare på.” ”Innbydende”

### **Kan ikke erstattes elektronisk**

”Når det blir såpass omfattende tror jeg det er best at det foreligger på papir.” ”Burde ikke erstattes elektronisk, men gjerne begge deler.”

---

**Statistikken er viktig**

Statistikken som viser fordelingen av midler er viktig. "Viktig at tallmaterialet er med." "Bruker særlig siste del. Bruker den som et oppslagsverk." "Fint hvis den hadde kommet tidligere ut. Det vil si statistikken, men den kan vel oppdateres kontinuerlig på Internett."



---

## 6.2 Journalister

### 6.2.1 Generelt

#### **Vaner og rutiner for innhenting av informasjon generelt**

I jakten på stoff bruker journalistene Internett mye, men får også mye tips fra enkeltpersoner og institusjoner. Noen sjekker nyheter ukentlig. Noen sier pressemeldingene er ok, mens en sier han ikke ser i pressemeldinger lenger. Noen sier de bruker NTB mye for å hente stoff om Kulturrådet.

#### **Hovedinntrykk av Norsk Kulturråd og deres informasjon**

De fleste sier at Kulturrådet er en viktig kilde for dem og at Kulturrådet gir dem god service. ”Når det gjelder informasjon om kultur, så er Kulturrådet viktig for meg. Informasjonsenheten gir veldig god service.” ”Når det gjelder service og tilgjengelighet, har vi ingen ting å klage på.” ”Det kan imidlertid gå lange perioder før det skjer noe konkret ”..men så kommer viktige bevilgninger og da er det jo interessant.”

#### **- Litt byråkratisk i formen**

Flere understreker at Kulturrådet er litt byråkratisk i formen. ”De er veldig saklige og objektive, og de er åpne når de har noe på hjertet, men når vi kommer er de ikke så veldig åpne.” ”Departementalt språk, ikke spesielt medierettet og heller ikke spesielt publikumsrettet. En sier Kulturrådet har en litt ”.. mekanisk måte å formidle på. Bruker konsekvent sånne fellesmail. Det hender sjelden vi får spesielle nyhetsmail til oss. Det hender av og til at vi får spesielle henvendelser fra en saksbehandler, men det er sjelden.” ”Det er flott med brede gode presentasjoner, men de må være mer spisset i en konkret nyhetssak for at du skal hoppe på den.” ”De må bli flinkere til å se de journalistiske poengene” ”De må bli flinkere til å vinkle saker mot distriktene”.

#### **- Litt uklare, de bør markere seg mer i forhold til de som får støtte**

”Kulturrådet har ikke noe klar image. De kan godt bli litt mer tydelige og synlige. De kunne ha gjort litt mer ut av det når kulturorganisasjoner eller andre får støtte.” ”Vi vinkler oss nok mer mot de som får støtte, og ikke Kulturrådet direkte.”

”Kultur for oss dreier seg mye om lansering.” ”Kanskje informasjon fra Kulturrådet blir litt for passiv og mekanisk da alt blir gjort på samme måte uansett hva det gjelder. Hadde det ikke vært bedre om de tok en telefon dersom en fri teatergruppe som hadde fått midler skulle fremføre noe.” ”Hvorfor kulturinstitusjoner ikke bruker mer av den kunsten de er med på å fremme er en gåte.”

Samtidig understreker noen av journalistene at ”Kulturrådet ikke skal søke legitimitet ved å telle presseoppslag. De må jobbe med saken sin.”

#### **- Preget av forsiktighetskultur**

”Kulturrådet er preget av forsiktighetskultur. De er åpne når vi tar kontakt med dem, men det er høy terskel for å ta kontakt med oss for å uttale seg.”

---

Noen mener Kulturrådet skriver litt ”kjedelig”, ”litt mye talerør”, ”festtaler”, ”kunne problematisert mer”. En annen skriver ”det blir mye ensrettet informasjon til tider, de formidler hva Kulturrådet mener, hva de har gjort, ment, det burde være litt mer debatter, hva mener andre om det Kulturrådet har gjort, hvordan de forvalter regelverket.”

- **Rapporter og formidling av forskning fra Kulturrådet er svært viktig**

Rapporten og den forskningen som formidles gjennom Kulturrådet er viktig. Derfor er det viktig at den er lett tilgjengelig, god søkbarhet og elektronisk tilgjengelig. Det har blitt bedre, men mange rapporter av litt eldre årgang ligger ikke ute på nettet.

- **Muntlig kommunikasjon**

”Kommentarer er viktige, men husk muntlige kommentarer og kommunikasjon er også viktig, særlig for radio.”

- **Rettferdiggjøring av fordeling av midler**

Flere sier Kulturrådet kan bli flinkere til å synliggjøre hvorfor midlene fordeles som de gjør. ”De burde formidle forskjellige bakenforliggende årsaker til at noen får midler, hvorfor hvem får hva.”

- **Kulturrådet kan godt invitere seg inn**

Det er ikke uvanlig at virksomheter inviterer seg inn i redaksjoner for å fortelle om sin virksomhet. Flere av journalistene forteller om virksomheter som har vært på frokostmøte eller lunsjmøte i redaksjonen, og at det ofte gjør det enklere å skrive om saker i etterkant. Det er ingen garanti for at noe blir trykket i avisen, men det åpner opp dialog og øker forståelsen. Møter i Kulturrådet der en redaksjon inviteres sammen med flere er ikke det samme.

- **Vi varsles for sent om nyheter**

Flere journalister mener informasjon kan komme på et tidligere tidspunkt. Journalistene trenger noen dagers varsel slik at de kan forberede saken. ”Når det kommer en rapport eller liknende kan de ikke sende den til oss samme dag som den blir publisert, vi trenger tid til å forberede stoffet.” ”Det varsles stort sett for sent, dersom vi skal skrive om en sak bør vi enten få det noen dager i forveien, eller veldig tidlig samme dag sånn rundt 0800.”

### **Praktiske forhold**

Viktig at det ligger ved informasjon om saksbehandler/kontaktperson, mobiltelefon eller telefonnummer, e-postadresse eller andre forhold som gjør det enkelt for oss å forfølge sakene.

”Ofte når de presenterer for eksempel hvem som har mottatt pris eller midler (snakket om prisen til Jon Fosse), kunne de ha lagt ut litt mer om personen, hva han har gjort, en lenke, og en adresse eller kontaktperson som gjør det enklere for oss å følge opp saken.”

### **Distribusjon**

---

Dersom de ulike publikasjonene skal nå frem, er det viktig enten at de sendes på navn til en eller flere journalister, eventuelt til ansvarlig redaktør for kultur eller på en eller annen måte merkes med "kultur". Hvis ikke går publikasjonene inn i den store mølla, og da råder tilfeldighetene i følge flere av journalistene.

### **Andre kulturkilder**

Kulturtidsskrift som Ballade, Billedkunst, kampanje og pressemeldinger er også viktige kilder, ved siden av Kulturrådets Internettsider.

### **6.2.2 Internett**

De fleste er inne på Kulturrådets sider flere ganger i måneden.

#### **Form**

Flere er godt fornøyd med organiseringen og strukturen på Internettet.

"God og oversiktlig struktur, men mer fiks enn funksjonelt med de kvadratene."

"Ryddig og oversiktlig."

"Hvis Kulturrådet ønsker å forbedre seg når det gjelder Internett, bør de se til aviser som Aftenposten og Dagbladet. Det er vanskelig å søke på de fleste kulturnettsteder, og søkbarhet er veldig viktig for oss. Flash og design bare irriterer."

En sier at Internett er tilpasset kulturarbeideren, "Sidene er laget veldig for kulturarbeideren, ikke til nyhetsmedier. Sidene er også mer brukerrettet enn medierett, noe de også kanskje må være."

En journalist sier de ikke markedsfører sidene sine godt nok. Kulturrådet kan markedsføre Internettsidene i teaterprogram, i konsertprogram til virksomheter som mottar støtte eller liknende.

#### **Innhold**

"Bilder er greit nok, men jeg skjønner ikke hvorfor ikke kulturinstitusjoner bruker mer av den kunsten de fremmer i sine kanaler." Internettsidene kunne i følge flere inneholde mer grafikk og illustrasjoner, det er behov for å live opp sidene litt. Noen ser også behovet for å forbedre søkbarheten og få bort alle døde linker.

Nesten alle ønsker nyhetsside eller et avsnitt der det legges inn nyheter fra Norsk kulturråd. "Nyheter må legges ut umiddelbart. Det kunne vært lagt ut en egen nyhetsinngang for eksempel." "Kulturrådet bør skille ut en mediedel som er beregnet på pressen."

Flere ønsker også presseklipp. "Presseklipp på Internettet, hva andre sier om Kulturrådet eller hva Kulturrådet sier, ville gjort sidene bedre og litt mer levende."

"Det hadde vært enklere å fange opp stoff dersom det hadde vært ordnet litt mer etter regioner." Noen mener også ikke fordypningsmulighetene ved Internett ikke er godt nok utnyttet. Da tenker de fleste på statistikken som ligger bak i

---

årsmeldingen. Flere ønsker at man kan foreta søk i denne og blant annet skille mellom regioner og kunstretninger.

Forventer at rapporter, bevilgninger, utredninger og vedtak ligger ute på Internett. Kriterier for å motta støtte, hva Kulturrådet mener, mer om meldinger eller hva som er på gang.

En savner særlig aktivitetskalender.

Journalistene savner også diskusjon og debatt på Internettssidene.

Statistikken over hvem som tildeles midler er svært viktig for journalistene. De ønsker seg bedre søkbarhet i forhold til statistikken og at den oppdateres kontinuerlig.

Alle vil at publikasjoner som gis ut fra Kulturrådet (nyhetsbrev, årsmelding, informasjonsbrosjyrer og annet) skal legges ut i søkbart format på Internett. Mye av det Kulturrådet gir ut er viktig bakgrunnstoff for journalistene, samtidig tar de ikke vare på papirversjonene. Da er det viktig at journalistene har muligheten til å søke i stoff og publikasjoner på nettet.

### **E-post om nyheter**

Noen kunne godt tenke seg å stå på en epostliste for nyheter, andre ikke. Eventuelt er det svært viktig at det er nyheter som presenteres og ikke aktualiteter. En sier ”jeg er svært fornøyd med epostene jeg får fra Kulturrådet i dag. Strømmen av e-post er ganske stor, men e-posten fra Kulturrådet leser jeg faktisk.”

”Sakene må spisses mer, overskriftene er litt for generelle og forteller ofte ikke hva som virkelig er nyheten i artikkelen. Stoffet er ellers faglig relevant og sakelig.”

”Nyhetene kommer for sent ut, og da er det ikke nyheter mer. Nyheter er den viktigste grunnen til at jeg går på Internett ikke bakgrunnstoff og oppdateringer.”

### **6.2.3 Nyhetsbrev**

Nyhetsbrevet brukes ikke av alle. Noen har aldri sett det før. En sier ”jeg har aldri fått det, men ville nok brukt det dersom det ble sendt til meg på mitt navn.” En annen sier ”vi får så mye av den slags, vi kaster et raskt blikk over det, men det blir sjelden noe nyhetsstoff ut av det i avisen.”

### **Form**

”Litt kjedelig, innbyr ikke akkurat til lesning, men så er vel ikke jeg målgruppen heller.” ”Hvor blir det av bildene, illustrasjonene?” ”De må fange vår oppmerksomhet, være litt mer konkret, henlede oppmerksomheten mot noe spesifikt som passer vår egenart. .... (en virksomhet vi ikke kan nevne med navn) gjør mye bra, de sender oss bilder, tekst, rammer det inn for oss så det er lett å gjøre noe ut av det, og så gir de det til oss eksklusivt.” ”Nyhetsbrevet slik

---

det er i dag virker mer som et behov for å vise fram eller melde fra om hva de gjør, derfor oppleves det ikke som nyheter.” En annen sier ”det må levedegjøres mer, Kulturrådet må ut å spørre brukerne hva de mener om støtte til den og den.” Flere sier med andre ord at det bør gjøres mer for å gjøre stoffet innbydende for pressen dersom det skal genereres artikler. Forbedringspotensialet ligger særlig i overskriftene, de er for generelle og ”bomullaktige”. Kulturrådet bør spisse sakene mer sier flere. Dette særlig fordi de fleste journalistene skanner over slike utgivelser fort, og da er det viktig at lesestoffet fanger oppmerksomheten lett.

### **Innhold**

Flere er mer fornøyd med innholdet enn formen.

### **Kan erstattes med elektronisk nyhetsbrev**

Flere av journalistene sier nyhetsbrevet kan erstattes med et elektronisk nyhetsbrev. Dette brevet bør være svært kortfattet med enkle, spissede overskrifter som med lenker viser til artikler på Kulturrådets Internetsider. ”Dette kunne heller kommet på mail mer tilpasset pressens behov.” En annen mener det er bra å få dette på papir. ”Det virker mer eksklusivt å få nyhetsbrevet på papir.”

### **6.2.4 Informasjonsbrosjyrer**

Flere sier at de ikke har sett brosjyrene tidligere.

Flere sier at dette ikke er spesielt nyttig for dem, men så er kanskje ikke journalister målgruppen heller. Deler av brosjyren kan tjene som bakgrunnsinformasjon. Da er det spesielt nyttig for journalister å finne denne typen informasjon på Internett. I så måte er søkbarheten svært viktig.

### **6.2.5 Årsmelding**

Flere har sett denne publikasjonen. Det er imidlertid så som så med lesingen. En sier ”.. det er ingen som leser en årsmelding fra a-å, men dersom noen sender meg en årsmelding med en gul lapp her eller der, og henleder min oppmerksomhet til noe som kunne passe for min avis, så vil jeg lese det.”

Noen mener årsmeldingen også burde ut på Internett i søkbar form, ikke i pdf som i dag. Ingen av journalistene har noen særlig mening om en elektronisk versjon vil kunne erstatte papirversjonen.

Når journalistene leser årsmeldingen, sier flere at de finner mye interessant her og der. En sier ”tallene bak i årsmeldingen er svært viktig for oss. Det kunne stått litt mer om tendenser, hva skjer fremover, hva satser Kulturrådet på. Nye prosjekter og nye trender.”

---

## 6.3 Fokusgruppe 1 Bergen (Vestlandet)

Gruppen var en blandet gruppe som i hovedsak bestod av kunstnergrupper eller kunstnernetverk primært fra samtidskunstmiljøet, men også noen få representanter fra henholdsvis kunstinstitusjoner og kommunen.

### 6.3.1 Generelt

#### Vaner og rutiner for innhenting av informasjon generelt

Internett – de fleste bruker Internett som førsteinngang, så telefonen eller personlig kontakt. Det å kjenne noen er en veldig effektiv kanal. Derfor forsøker flere å bygge opp et nettverk av kontakter, også i Kulturrådet.

#### Hovedinntrykk av Norsk kulturråd og deres informasjon

”Flinke”, ”Benytter kanalene veldig bra.”, ”Kanskje best i klassen når det gjelder Internett” ”Ryddige” er adjektiver som brukes. En sier det er forskjell mellom det generelle og spesifikke informasjonsarbeidet. Når det gjelder det generelle mener vedkommende at Kulturrådet er veldig flinke, mens på det spesifikke er det vanskeligere. Flere av de andre understreker at de ikke er enige i dette.

#### Avhengig av informasjon fra Kulturrådet

De fleste sier de er avhengig av informasjon fra Kulturrådet. En sier at vedkommende ikke er direkte avhengig av Kulturrådet.

#### Andre kulturkilder

Nettverk, Internett, personlige kontakter er andre kilder som tas i bruk ved siden av Kulturrådets kilder.

### 6.3.2 Internett

Alle bruker Kulturrådets Internett, noen svært ofte, andre mer sporadisk. Internett brukes mest i søknadsperioder. Brukes også en del for å undersøke hvilke kriterier som gjelder.

#### Form

Generelt innbyr Internett til bruk. Når det gjelder kvaliteten på det språklige svarer informantene at de er svært fornøyde. ”Kulturrådet er tydelige og klare” og ”Veldig bra” er noen av svarene vi får på dette spørsmålet.

Boksene på inngangssiden er i følge flere ”bare noe tull”.

Noen av informantene i gruppen er usikre på om prosjektstøtte er en overordnet ordening eller en sidestilt. Informasjon om dette kan kanskje utformes klarere.

#### Innhold

Flere mener Kulturrådet er en åpen organisasjon. At de operer med et godt utvalg av temaer, og at de informerer raskt.

#### E-postlister

Gruppen er delt i synet på e-postlister. Noen sier de får for mye e-post. Andre mener en skreddersydd e-post, hvor informasjon om de ulike fagområdene

---

sendes til sine respektive målgrupper, ville vært fint. Kulturrådet må imidlertid i så tilfellet være veldig selektive.

Ingen av informantene er interessert i å betale spesielle abonnenttjenester eller motta skreddersydd informasjon. Flere sier at det vil være prinsipielt galt av Kulturrådet som en statlig instans. Ut fra svarene her fant ikke Statskonsult grunn til å stille dette spørsmålet til de andre gruppene.

### **6.3.3 Nyhetsbrev**

Ikke alle informantene får nyhetsbrevet. Flere ønsker å få det tilsendt direkte hjem til seg eller jobben på sitt navn. Noen får det i mange eksemplarer og på flere steder.

De fleste leser nyhetsbrevet ved å skanne raskt igjennom. Stopper opp her og der hvor de finner saker av interesse.

#### **Form**

Flere av informantene sier Kulturrådet er alltid er kjapt ute med informasjon, og at de er flinke til å informere om sine avgjørelser. Noen liker at det er mye informasjon, andre sier det kan bli litt mye skrift og litt lite bilder og illustrasjoner. ”Det er mye tekst, men det er konsist, kortfattet og godt skrevet.”

#### **Innhold**

Flere sier nyhetsbrevet gir et fint overblikk, at det har mange interessante artikler. Noen leser det for å få et bilde av hvor Kulturrådets fokus er i dag, hva de er opptatt av nå, hva som skjer.

Noen få ønsker mer debatt i nyhetsbrevet eller i andre fora Kulturrådet gir ut (Internett). ”Det burde gjenspeile noe av den debatten som eksisterer rundt Kulturrådet.” Andre mener det er andres oppgave å drive en slik debatt.

De fleste er enige om at det burde vært mer informasjon rundt kriterier for støtte. ”Hvorfor valgte de som de gjorde, i det hele tatt litt mer refleksjon rundt valg av retning.”

#### **Elektronisk format**

De fleste ønsker nyhetsbrevet i papirformat. ”Det er kjempebra at vi får nyhetsbrevet i papirformat, det åpner for at man kan lese det utenom jobbtiden, ta det med hjem eller lese det på bussen for eksempel.” ”Mer slitsomt å lese denne typen utgivelser på skjerm.” ”Det er fint å ha det liggende i institusjonen.” ”Hadde jeg fått denne på e-post ville jeg ha skrevet den ut.”

Noen få sier nyhetsbrevet også bør ligge ute på Internett.

### **6.3.4 Informasjonsbrosjyrer**

Heller ikke alle informantene får informasjonsbrosjyrene. De som ikke får det ønsker å motta dem. Flere i gruppen mener det ”er riktig av Kulturrådet å bruke en del penger på design og form. Dette er viktig informasjon, og formen signaliserer både kvalitet og tydelighet.”

---

## **Form**

De fleste er svært godt fornøyd med formen.

## **Innhold**

De fleste er også svært godt fornøyd med innholdet. ”Veldig bra hovedinntrykk, dette er relevant.” ”Brosjyrene er viktige for vår formidling av Kulturrådet også.”

## **Elektronisk format**

Alle mener dette er vanskelig å erstatte elektronisk, samtidig som de fleste er enige om at det hadde vært en fordel også å ha dette lagt ut i elektronisk format.

### **6.3.5 Årsmelding**

#### **Form**

De fleste er fornøyd med formen. Flere sier at årsmeldingen er fin å ha som en oppsummering av året som gikk.

#### **Innhold**

Flere savner litt mer refleksjon om hvorfor Kulturrådet gjør som de gjør. Andre i gruppen mener det ikke er Kulturrådets oppgave. ”Det er noen andre som får avgjøre hvorvidt Kulturrådet prioriterer riktig eller galt.”

Årsmeldingen er ”viktig for å finne ut hvilken retning Kulturrådet går i, hva de sier eller hvordan de formulerer seg kan hjelpe oss i arbeidet med å utforme søknadene.” ”Årsmeldingen er et viktig verktøy for å lære seg stammens språk.”

#### **Elektronisk format**

Alle i gruppen vil ha årsmeldingen i papirformat. Flere tar vare på årsmeldingen. Noen mener den i tillegg kan legges ut i elektronisk format, men at det ikke vil erstatte behovet for å lese denne typen tekster på papir.

### **6.3.6 Annet**

Flere mener Kulturrådets saksbehandlere informerer godt og er imøtekommende.

En er usikker på hva som skjer i systemet etter at søknaden er sendt. Informasjonen rundt prosedyrene for behandling av søknader og når søker kan forvente å få svar er litt uklare for denne søkeren.

#### **Kommunikasjon**

Flere eller nesten alle i gruppen setter stor pris på Jean-Yves Gallardos måte å informere om EUs prosjektmidler. De mener saksbehandlerne på de ulike feltene burde følge hans eksempler å reise mer rundt i regionene og kommunisere mer med målgruppen for søknadsmidlene. Flere sier Kulturrådet satser for mye på enveisinformasjon og burde satse mer på toveiskommunikasjon.

#### **Generelle råd til slutt**

En understreker betydningen av avisannonser.



---

Følgende sitat illustrerer hva flere i gruppen sa avslutningsvis: ”den generelle informasjonen fra Kulturrådet er veldig bra, men en del ting kan bli bedre som mer synlighet og kanskje at de problematiserer mer rundt sin egen rolle.”

Når informantene får høre om at det bare er 21/2 personer i informasjonsseksjonen mener alle at Kulturrådet gjør en meget god jobb.

---

## 6.4 Fokusgruppe 2 Trondheim (Midt- Norge)

Gruppen bestod i hovedsak av representanter fra lokal, fylkeskommunal forvaltning, forskningsmiljøer og kulturinstitusjoner.

### 6.4.1 Generelt

#### Vaner og rutiner for innhenting av informasjon generelt

De fleste bruker Internett og telefon (direktekontakt) når de innhenter informasjon.

#### Hovedinntrykk av Norsk kulturråd og deres informasjon

Flere understreker at saksbehandlerne er de viktigste formidlerne av informasjon fra Kulturrådet. ”Det er mye fint å finne i brosjyrene og på nettet, men hvorfor har jeg aldri fått dette før.”

Betydningen av å få informasjon i tide, er svært viktig. ”Det er viktig å få informasjon så tidlig som mulig når man skal legge inn en søknad.”

Flere understreker betydningen av dialog med målgruppene. ”Kulturrådet må bli flinkere til å komme ut i distriktene å snakke med oss.” Flere bruker Jean-Yves Gallardos måte å informere som et eksempel på det de vil ha mer av.

Flere uttaler seg positivt om konferansene Kulturrådet arrangerer. I den forbindelse ønsker en at deltakerlisten sendes ut i forkant. Mange kommer til konferansen også for å vedlikeholde nettverket og da er det viktig å vite hvem som kommer.

Flere understreker at det er ”viktig å bruke penger på informasjon, på brosjyrer, nyhetsbrev, årsmelding og Internett. De bruker jo egentlig veldig lite penger på dette i forhold til hvor viktig dette er.”

Noen mener design og layout kunne vært gjort enklere, være mer målrettet sortert mer ut fra type tilknytning man har til kulturområdet.

#### Avhengig av informasjon fra Kulturrådet

Ikke alle er direkte avhengig av informasjon fra Kulturrådet.

#### Andre kulturkilder

Andre kilder som tas i bruk er Museumsnytt, kulturnett.no, billedkunst.no, ballade.no, teaternytt.no.

### 6.4.2 Internett

Noen få bruker aldri Internett. De fleste bruker Internett månedlig eller sjeldnere. Noen få mye i korte perioder, da særlig i søknadsperiodene.

#### Form

Nesten alle irriterer seg over boksene på åpningssiden. De fleste vil bli mer informert om nyheter. Flere mener også at Kulturrådet må bli flinkere til å

---

fenge leseren. ”Det blir litt gjennomgående for det her at Kulturrådet spisser sakene sine lite. Stoffet er veldig ryddig og skikkelig, men..”

Flere mener Kulturrådets Internett mer er utviklet for videreformidlere av informasjon enn til brukerne direkte. ”Kulturrådet ønsker vel ikke å være en åpen institusjon. Hvis det skal oppleves som et sted som er tilgjengelig for eksempel ungdom da, eller la oss si folk flest, så er Internett design og layout, språk og omfang helt feilslått. Så jeg har forstått det som om Kulturrådet skal være en organisasjon bak der, som en institusjon som opererer gjennom andre, og at vi som sitter her representerer et filter. Ut fra det synes jeg informasjon langt på vei fungerer. Kulturrådet oppleves litt opphøyet og fjern, både innholdet i informasjonsmaterieell og i stilen.”

### **Innhold**

De fleste er godt fornøyd med innholdet på Internettet.

Noen ønsker presseklipp og et større fokus på hva som sies om Kulturrådet. ”.. det vil føre til at vi bruker sidene oftere.” Andre mener det ikke er Kulturrådets jobb, at Kulturrådet har som ansvar å forvalte kulturmidler og ikke drive nyhetsformidling.

### **Eksempler til etterfølgelse**

Noen sier de ville ha brukt Kulturrådets Internett mer ved noen små forbedringer. De viser til eksempler til etterfølgelse som ballade.no, scenekunst.no og museumsnett.no.

En sier følgende: ”Sitter og tenker på at det er 273 millioner som skal forvaltes av Kulturrådet. Norge er et veldig spesielt land, veldig store avstander, jeg har i hvert fall en følelse av at det er veldig sentralisert. Oslo opplever at man er Norge. Er det et innslag på dagsrevyen fra Møre, avslutter de med å si ”så hjem igjen” studio i Oslo. Jeg sier ikke at Kulturrådet skal ha en ansatt i hvert fylke, men på lang sikt burde de vurdert å ha noen kontakter i hvert fylke. For da hadde det blitt et helt annet informasjonsflyt, tilpasset regionen. Og det er veldig viktig siktemål i Norge at man skal ha ta hensyn til de forskjellige regionenes forskjellige behov og særpreg.” Flere er enige i denne påstanden.

### **Elektronisk versjon**

Flere mener papirformatet er viktig å fortsette med, samtidig ser mange en fordel i at flere av publikasjonene til Kulturrådet blir å finne på Internett.

Noen understreker at mange fortsatt ikke har tilgang til Internett. Det gjelder kanskje særlig gruppen kunstnere, hvorav informantene i gruppen kjenner mange som nesten aldri har vært på Internett.

#### **6.4.3 Nyhetsbrevet**

De som får nyhetsbrevet skanner det kjapt. Ikke alle får nyhetsbrevet. Få leser det med en gang.

---

### **Form**

Flere mener det som står der er for generelt. ”Det er veldig ryddig og skikkelig, men spisset for lite”. Noen sier også at overskriftene er lite ”informative”, og at det kan bli litt ”kjedelig og tørt” eller ”konservativt og tørt”. ”Minner meg litt om ”nytt fra teledirektoratet”, veldig sånn tørt og offentlig utredning.” En ser ikke noe galt i nyhetsbrevet, men savner ”meninger og debatter”. Flere savner bilder og illustrasjoner. Flere påpeker også at det ikke er samsvar mellom navnet nyhetsbrev og innhold. Det er mye mer et fagtidsskrift enn et nyhetsblad.

### **Innhold**

Flere sier stoffet er viktig. Mange interessante temaer som tas opp. Nyhetsbrevet er nyttig for å holde seg oppdatert om hva som skjer på området. Noen mener sakene er litt gamle, at de allerede har fått høre om sakene fra andre kilder.

### **Elektronisk format**

Det er mange i gruppen som kunne tenke seg elektronisk nyhetsbrev der overskriftene var mer spisset enn i dag og sakene mer nyhets saker. Flere sier samtidig at de også ønsker papirformat, så elektronisk nyhetsbrev bør ikke erstatte papirversjonen.

## **6.4.4 Informasjonsbrosjyrene**

De fleste i gruppen får ikke informasjonsbrosjyren. Flere håper denne informasjonen kan legges ut på Internett.

### **Form**

”Brosjyrene er litt byråkratisk skrevet og skrevet slik at jeg ikke skjønner helt om dette er noe for meg, så da ringer jeg heller en saksbehandler og spør.”

Flere er usikre på hvem som er målgruppen for brosjyrene og flere tror brosjyrene er for generelle. ”Kulturrådet har en byråkratisk formidlingsstil, de skriver slik at mange ikke forstå det som faktisk står der. Mange under 25 år kommer til meg for å få hjelp etter at de har lest brosjyren.” ”Ikke god nok rettleiding til kunstnere og søkere generelt, man trenger veiledning i tillegg til disse.” ”Dette er vel mer for veilederen enn den enkelte søker.” ”Jeg får ikke formidlet dette videre, det er så generelt, ikke noe direkte galt, men jeg vet ikke hva jeg skal formidle videre.” Flere mener altså at brosjyrene må utvikles mer mot de som skal søke.

En etterspør en brosjyre for ”nye eller unge kunstnere”. ”Dette er en gruppe som ikke har noen informasjon eller kunnskap om Kulturrådet.”

### **Elektronisk format**

Flere mener brosjyren både må legges ut på Internett og utgis i papirformat.

## **6.4.5 Årsmeldigen**

Noen av informantene har fått årsmeldingen, andre ikke. Alle vil gjerne ha årsmeldingen.

---

Her er noen sitater fra informantene; ”denne leser jeg virkelig”, ”veldig skikkelig og fint laget”, ”oversiktlig og fin”. ”Årsmeldingen er alltid interessant og den gir et godt bilde av hva aktiviteten er, og du får et kulturpolitisk overblikk av å lese den.” Ingen mener årsmeldingen er for påkostet eller har et overdådig format.

### **Innhold**

Flere sier det er mange interessante temaer. ”Vi ser også hvilke temaer som opptar Kulturrådet, og sånn gir årsmeldingen oss også et styringssignal.” En sier at ”årsmeldingen burde synliggjøre programerklæringer.”

### **Elektronisk format**

Flere mener årsmeldingen både må legges ut på Internett og utgis i papirformat.

## **6.4.6 Annet**

### **Videreformidler**

Flere som ser seg selv i rollen som videreformidler, ønsker mer ”konkret søkehjelp til den enkelte.” Flere av informantene har ikke det som sin formelle rolle å formidle informasjon om støtteordninger, men gjør det likevel. Det er ”helt ok det, men jeg har søkt å fått prosjektstøtte flere ganger, kan godt forklare hvordan man setter opp en søknad, men jeg ønsker meg litt mer konkret hjelp i form av informasjonsmateriell, som kan hjelpe den enkelte kunstner støtte. Jeg har veldig god erfaring med at Kulturrådet kommer og forteller når jeg ber dem komme, det er de veldig gode til, men de har ikke materiale som er godt nok altså.”

Noen mener Kulturrådet må bruke mer av det nettverket som eksisterer i hvert fylke. ”Jeg reiser spørsmålet om ikke KR burde hatt et ledd i hvert fylkeskommune som hadde hatt den oppgaven som du spør om vi tilfeldigvis gjør. Jeg veileder mange musikere bare for at jeg kan litt om det, men det er jo bare fordi man er generelt interessert i musikk, ikke fordi man får informasjon eller har en direkte oppgave for KR. Da tror jeg at man hadde fått en mer offensiv regional kulturpolitikk”.

### **Annonser**

Flere mener Kulturrådet må annonsere i flere kanaler for å nå alle målgruppene. Her nevnes blant annet tidsskrift, skoleverket, aviser.

### **Generelle råd fra informantene**

Flere er enige i vedkommende som sier ”følg Jean-Yves sitt konsept”. De ønsker seg en mer offensiv modell med vekt på kommunikasjon. Det bør arrangeres årlig informasjonsmøter hvor også tilbakemeldinger fra brukerne får plass. Kulturrådet bør vektlegge kommunikasjon mer, for lite dialog. Brukere forventes å ta kontakt for å få støtte, mens det egentlig burde være en slags forpliktelse fra Kulturrådets side å informerer flest mulig av de menneskene som kan tenkes å ha en mulighet for å få midler. Her sier noen informanter at de også selv må være aktive, det er også opp til brukeren å finne denne typen informasjon.

---

”Det virker som om det er litt tilfeldig hvem som får hva slags informasjon. Det er utrolig viktig at man forsøker å nå alle de målgruppene som kan få støtte.”

Noen mener Kulturrådet bør ”kartlegge hvem som er ambassadører for KR her i landet, bruke videreformidlere mer systematisk og aktivt. Mer samarbeid er naturlig.”

En sier ”Kulturrådet kan virke litt arrogant til tider. Mer aktivt samarbeid med naturlige samarbeidspartnere ville hjulpet. Det er lite brukerdiallog og få som kommer å spør oss om arbeidsmetodikk og metode.” ”Kulturrådet kan fort oppfattes som arrogant, man sitter på en måte toppen av en kjempediger pengesekk, og forventer at folk skal skaffe seg informasjon om de pengene som er oppe i sekken, om hvordan man skal få det og hva skal innfris videre, og jeg savner derfor også et mer aktivt arbeid fra KR, for ikke bare å informere om pengene, men samarbeid med organisasjoner og etater og miljøer osv. som er de naturlige brukergruppene, oppsøke konferanser og arenaer som fins og se på mulighetene til samarbeid før man på en måte lyser ut pengene. Man sitter med store brukergrupper, korpsbevegelsen sitter med fryktelig mange medlemmer som naturligvis søker om støtte til de og de typer konserter osv. og da er det kun informasjon det går på. For oss er det en arrogant måte å forholde seg til den kulturelle skolesekken på, fordi vi representerer nesten alle kommunene i Norge som har muligheten til å gjøre noe for det. Det har ikke så mye med informasjon å gjøre, men mer med arbeidsmetodikken og hvilken rolle de har.”

Noen tror ikke informasjonen når ut til alle. ”KR må intensivere informasjons- og kommunikasjonsarbeidet. Jeg opplever at det er noen store grupper som ikke får noe informasjon.” ”Man trenger en mer spesialisert informasjon. Dynamisk bruk av websider, styrke nyhetsbrev og sånn, tror jeg er en god vei å gå. I tillegg så ønsker jeg meg personlig en ny sånn informasjonsbrosjyre fra KR, som er til unge nyutdannede kunstnere, ”Hei velkommen som kunstner, sånn og sånn kan du gjøre.” Den brosjyren hadde hjulpet oss veldig, og på kunstfeltet er det jo yngre kunstnere faktisk som i veldig stor grad er igangsettere av ting.”

”Kulturrådet bør bruke flere som ambassadører for kulturlivet. Det er litt tilfeldig hvem som blir informert. Jeg hadde ikke hørt om det EU programmet, jeg altså.”

”Viktig ikke å bruke ordet informasjon, men kommunikasjon. Kommunikasjon er budskap som er forstått etter en dialog mellom to parter.” Informasjon må være basert på en dialog med brukere, brukerne må være med mer og involveres mer slik at man ikke bare spyr ut informasjon”.

”Poenget er jo at en skal få det som har fortjent det mest mulig, ikke at en skal vinne i lotto.”

”Når det gjelder kunst og ny teknologi så har KR gått i dialog og kommunikasjon med brukermiljøene, gjennom flere møter, konferanser, postlister og forskjellig. Der har det fungert. Der synes jeg de gjorde det bra.”

---

## 6.5 Fokusgruppe 3 Oslo

Gruppen bestod i hovedsak av representanter fra sentralforvaltningen, og institusjoner underlagt Kultur – og kirke departementet og andre departementer.

### 6.5.1 Generelt

#### Vaner og rutiner for innhenting av informasjon generelt

Flere bruker Internett og e-post, men de fleste i kombinasjon med telefon. En sier ”går det mer enn et kvarter på Internett, så gidder jeg ikke mer og da ringer jeg.” Et par bruker først og fremst sitt nettverk, det går mye raskere.

#### Hovedinntrykk av Norsk kulturråd og deres informasjon

Flere trekker frem adjektivet regelmessig, det ”kommer stadig drypp fra Kulturrådet.” Noen sier det er ”estetisk lekkert det de lager”. Andre sier at Kulturrådet virker ”ryddige og ordentlige”, ”godt organiserte” og at informasjonen er ”bearbeidet og systematisk formulert”. En sier at ”papirflommen tar helt overhånd, og det virker som KR har tatt tak i det.” Flere mener at Kulturrådet er flinke til å dekke bredden av fagområder i sin virksomhet. Noen mener at informasjonen er litt avsenderstyrt. ”Det er litt mange informasjoner som ikke er relevante for alle, det gjelder særlig e-post.” En annen sier at informasjonen kunne vært ”mer tilpasset infobehov i målgruppen”.

#### Avhengig av informasjon fra Kulturrådet

Ikke alle er direkte avhengig av informasjon fra Kulturrådet. En sier ”avhengighet er et sterkt ord, men vi ønsker støtte, og sånn sett er det viktig”. En sier virksomheten ikke er direkte avhengig av informasjon, men at virksomheten hadde tjent på litt mer samarbeid og samordning. ”Det er en del svarteperspill, dere får støtte hvis kommunen går inn. Kommunikasjon er viktig i den sammenheng.”

#### Andre kulturkilder

Andre kilder som tas i bruk er Museumsnytt, kulturnett.no, billedkunst.no, ballade.no, teaternytt.no.

### 6.5.2 Internett

De fleste har vært inne på Kulturrådets Internettsider, samtidig bruker de det ikke så veldig ofte. Noen av informantene er der daglig eller ukentlig, resten månedlig eller sjeldnere. En sier at sidene ”brukes som en langsom nyhetsformidler, en gang annenhver måned.” Flere understreker at hvor ofte de besøker sidene, ikke nødvendigvis sier noe om viktigheten. Noen sier at sidene bør oppdateres litt oftere enn i dag, ”sidene er ikke godt nok oppdatert, informasjon om æresprisen som ble utdelt i oktober ligger enda ikke ute på nettet.”

#### Form

Mange sier det virker nøkternt og ryddig, samtidig som man får en forvaltningsorganfølelse. Flere sier at det er ”vel også riktig”. Flere mener at

---

Kulturrådet kunne brukt mer bilder og kunst for å underbygge, synliggjøre hva midlene brukes til, ”.. det kunne vært lagt inn noen elementer av mer visuell eller audiovisuell karakter av kunst.” Ingen liker boksene som på førstesiden. Noen skryter også av søkefunksjonen og at det er lett å navigere rundt.

Flere understreker at det er for mange ”døde” linker. En annen sier linkene fungerer bra, særlig i forhold til EU, nesten bedre enn å favorittmerke dem.

### **Innhold**

Flere er enige i at de finner det de er interessert i og ”det er fakta, fakta og fakta.” En sier ”jeg finner det jeg er ute etter, og det er bra presentert.” En har noe å utsette på sidene som omhandler Statens kunstnerstipend, ”Et grovt stygt avvik, statens kunstnerstipend, disse sidene er veldig dårlige, hører innunder Kulturrådet og de må det gjøres noe.”

### **Sammenblanding av nyheter og aktualiteter**

En sier ”det er ikke på disse sidene man henter nyheter på kulturområdet. Da kan det bli litt dobbelt opp, kan ta bort en av tingene, enten nyheter eller aktualiteter.” Det kan virke som om mange mener at man får for mye informasjon, og at Kulturrådet kan velge bort noe. Noen sier de får inntrykk av at det ikke er prioritert mellom nyheter og annet stoff, ”det er en sammenblanding av nyheter og aktualiteter, ikke en klar nok profil.”

### **Andre internettsider som tas i bruk**

Ballade.no og Museumsnett.no.

### **Elektronisk format**

På spørsmål om de kunne tenke seg nyhetsbrev eller liknede i elektronisk format (e-post), svarer flere at de kunne tenke seg det dersom brevet var skreddersydd ut fra målgruppens behov. Andre svarer at de får for mange e-poster som det er.

### **6.5.3 Nyhetsbrev**

De fleste får nyhetsbrevet. Flere sier de burde lest det oftere, men det blir ikke tid. Noen sier imidlertid at de gjerne leser det, og at det er veldig fint for å få en generell oversikt over hva som skjer. En sier ”for meg er dette nyheter, og hjemmesiden er dårligere oppdatert enn dette”.

### **Form**

Flere mener ordnet ”nyhetsbrev” er misvisende. ”Dette har jeg jo lest før, så dette er ingen nyhet”. En sier nyhetsbrevet er ”..litt menighetsbladaktig”. Flere mener det like godt kan ligge på Internett. Noen av informantene er imidlertid svært uenige i dette og understreker at verdien ved å ha det på papir er at du leser det (lesbarhet) og tar vare på det.”

Flere snakker om at titlene virker tilfeldige. Eksempelvis kunne hovedoverskriften, ”den kulturelle skolesekken”, like godt stått foran et annet nyhetsblad, da det skrives like mye om det i de andre artiklene. ”Titlene treffer egentlig ikke, titlene er misvisende, det er ofte ikke det handler om.” ”Overskriftene sier en ting, artikkelen en annen.”



---

## **Innhold**

Flere er fornøyd med innholdet i nyhetsbrevet, samtidig mener noen at brevet kanskje favner litt mange temaer. En sier ”det er bra det som står skrevet, samtidig er det mye hummer og kanari, men de har jo mange målgrupper.”

Noen tror temaene og måten det er skrevet på fører til at viktige målgrupper ikke leser utgivelsen. En sier ”Jeg tviler på om kunstnere leser nyhetsbrevet, og det må jo være poenget.” En annen sier, ”Det er veldig saklig, og det gjør at frodigheten forsvinner.” En tredje mener ”overskriftene burde vært mer spisset for å fenge flere målgrupper.”

### **6.5.4 Informasjonsbrosjyrer**

De fleste har sett informasjonsbrosjyrene, men ikke alle får dem tilsendt. Noen sier denne typen publikasjoner er viktige for virksomheten. ”Disse er viktig for oss på mange måter, de øker samarbeidet, det er sånn vi kan dele ut.” For flere er denne publikasjonen mindre viktig, noe som kanskje ikke er så rart med tanke på deltakerne i gruppen.

#### **Form**

Mange har mye positivt å si om formen på publikasjonen. ”Det er en pen publikasjon.” ”Det er bra at informasjonen er kortfattet og konsentrert om et tema.” ”Den gir klare anvisninger, og gir henvisninger til videre utdypning.” ”Litt bruksanvisning og det er bra.”

Noen få er ikke fullt så imponert. ”Den er litt kjedelig, kunne vært brukt litt mer bilder og illustrasjoner.”

## **Innhold**

De fleste er godt fornøyd med innholdet. Samtidig mener noen at brosjyrene eller andre utgivelser burde sammenstilt eller samordnet ordninger mellom Kulturdepartementet, Kulturrådet, Kommuner og andre ordninger rundt omkring fra forvaltningen.

En sier ”.. brosjyrene avhjelper ikke telefonene, jeg opplever den motsatt, synes dette var interessant, men får også mange spørsmålene ved å lese den og da vil jeg ringe.. ”

### **6.5.5 Årsmelding**

Alle sett den, men ikke alle har lest den.

#### **Form**

Flere sier årsmeldingen er kjempe god. Den er godt redigert, prosatekst og kalde fakta kombineres fint og det er ikke selvskryt. Statistikken til slutt er meget populær.

#### **Innhold**

Gruppen er stort sett enige om at årsmeldingen er viktig for alle de som har et bred fokus som kommuner, fylkeskommuner, departementer etc.. Flere er imidlertid usikre på om årsmeldingen er viktige for andre grupper.

---

### **Elektronisk format**

Flere ønsker fortsatt papirformat. Mange sier de tar vare på årsmeldingen. Noen sier de vil ha begge dele, både en på Internett og en i papirformat.

”Boka fungerer bra når man skal ha oversikt, og da må man ha papirversjon.”

### **6.5.6 Annet**

En understreker at såkalte temaseminarer er en fin ting.

Flere understreker at det er viktig med fora hvor Kulturrådet og naturlige samarbeidspartnere treffes. Det er naturlig at Kulturrådet driver dette.

Flere understreker videre at det er viktig for alle målgrupper med dialog. En sier ”Det er litt farlig med den gode samtalen også da, man sier flere feil enn man skriver, det man sier binder, hva har saksbehandler sagt som ikke direktøren vet om. Samtalen dreier fort over på policydiskusjon, og det er jo litt problematisk.” Vedkommende får til svar, ”Jo, men policyutvikling er jo det vi og Kulturrådet gjør hele tiden.”

Flere understreker viktigheten av rapportene og utredningene. ”Hvorvidt det er Kulturdepartementet eller Kulturrådet som skal drive det vet jeg ikke, men det er viktig at noen samler kunnskap.” ”Jeg er imponert over forskningsrapportene, de er kjempe bra.”

Når informantene får høre om antallet personer i informasjonsseksjonen mener alle at Kulturrådet gjør en meget god jobb.

---

## 6.6 Fokusgruppe 4 Oslo

Gruppen bestod i hovedsak av representanter fra ikke-institusjonaliserte kunstnermiljøer.

### 6.6.1 Generelt

#### Vaner og rutiner for innhenting av informasjon generelt

Neon sier de bruker Internett først av alt. Andre ringer først og har et nettverk som de bruker. Noen få ser i publikasjoner og tidsskrifter.

#### Hovedinntrykk av Norsk kulturråd og deres informasjon

Dette er ord som brukes om Kulturrådet, ”solid”, ”tenker nyhetsbrev”, ”påkostet men litt dempet, dempet layout”, ”saklig”, ”nøytralt” og ”elegant og konservativt”.

#### Avhengig av informasjon fra Kulturrådet

Alle i gruppen er på en eller annen måte avhengig av informasjon fra Kulturrådet. Flere sier også de har behov for å bli oppdatert ofte.

#### Andre kulturkilder

Andre kilder som tas i bruk er Museumsnytt, kulturnett.no, billedkunst.no, ballade.no, teaternytt.no.

### 6.6.2 Internett

En sier hver uke, noen har ikke vært inne i det hele tatt, og noen sier vår og høst og rundt søknadsfristene. Ingen er daglig inne på Internett.

#### Form

Flere reagerer negativt på boksene på førstesiden, de sier de venter på at noe skal skje. En sier Internett er ”litt vanskelig, liten skrift, finner ikke ting, viktige ting bør ligge langt foran.” En annen sier ”Det er ikke alltid like pirrende, og det er ikke en nyhetsside.”

En påpeker at ”når man går videre fra førstesiden og videre inn på sidene, så er layouten borte.”

Flere mener språket kan virke litt diffust og vanskelig. ”noen ganger lurer jeg på hva det egentlig dreier seg om. Når det gjelder søknader så ringer jeg ofte, hvis sidene hadde vært bedre, ville man kanskje ikke ha ringt.” En annen sier ”jeg ringer alltid først uansett”. En tredje sier ”språket er veldig forskjellig, ikke en som har skrevet alt, ingen klar fortellerstemme.” En reagerer på dette og sier ”synes ikke det gjør noe, Kulturrådet har mange fagområder og en person kan jo ikke sitte å skrive alt dette på egen hånd.” En er opptatt av at ikke setninger og meldinger blir for lange. ”Liker stutte og korte meldinger, er ikke opptatt av å sitte å kose meg med dette her.”

#### Innhold

En sier ”det er litt tåkete, savner åpenhet og detaljrikhet i forhold til visjoner og hvilken retning Kulturrådet går i, en tydeligere strategi.”

---

En mener bevilgningsdelen burde utvikles på Internett, ” man må få vite hvem som får penger, når frister går ut etc..”

En annen mener Kulturrådet burde lage en oversikt som gjør det mulig å se ”når frister som angår mitt fagfelt går ut.”

Noen sier de savner informasjon om innkjøp av billedkunst eller kunstverk. En sier han ”ønsker mer informasjon om det som skjer, og hvorfor det skjer, mer om hva Kulturrådet står for og hva de mener.” En ønsker mer informasjon om ”.. begrunnelser. Jeg skjønner problemet med kunstnerisk skjønn, men det kan vel sies noe mer om hvilke kriterier man legger vekt på.”

En annen ønsker mer informasjon rundt saksbehandling og saksbehandlingstid, ”Du tror du får 15000, men så får du de ikke, eller du får pengene fire måneder og må i mellomtiden ta opp lån.”

En sier Kulturrådet bør få ”opp mer informasjon om fordeling, og hvordan dette blir tatt i bruk, viser til eksemplene, hva foregår i prosjektene, vise frem hva man gir penger til, og hvordan de brukes.”

Oversikt over verk og kunstnere som får støtte er lagt ut, men oppdateres bare årlig. Flere ønsker kontinuerlig oppdatering av dette.

### **6.6.3 Nyhetsbrev**

Ikke alle får nyhetsbrevet. De som leser det skummer igjennom.

#### **Form**

Alle godkjenner nyhetsbrevet, men det kan oppfattes som noe nøktern og tungt å lese av alle. Flere opplever det som både nyheter og aktualitetstoff.

Flere mener Kulturrådet må lage noe som er litt mer stimulerende, og som fanger oppmerksomheten. Flere sier det kunne vært gjort noe mer ut av det journalistmessig, kanskje litt mer bilder og illustrasjoner.

En sier ”Kulturrådet må tørre, må våge, se til andre land som England, selv om det spriker og frustrerer der, så inspirerer det.” En annen sier ”Nyhetsbrevet representerer kunstsynet slik det er i Norge, tørt og kjedelig.”

Andre mener nyhetsbrevet er bra som det er, at det er bra at nyhetsbrevet kommuniserer nøkternhet. Noen liker det litt rolige. ”Vi lever i en verden hvor det flyter over av informasjon, og da er noe som dette behagelig å ha.”

#### **Innhold**

”Alt som handler om penger er jo interessant”. ”Det som angår meg, har jeg kanskje hørt om allerede når det kommer, men det blir til at man leser det litt, men det faller litt mellom tre eller fire stoler.” ”Fint det med det tverrfaglige – dekker over mange områder.”

#### **Elektronisk format**

Flere vil at nyhetsbrevet skal legges ut på Internett, samtidig som de fleste vil ha det på papir. ”Synes det har en ekstraverdi at det er på papir, lettere å lagre.” ”Mange kunstnere har ikke Internett.” ”Lettere å lese på papir.”

### **6.6.4 Informasjonsbrosjyrer**

Nesten alle har sett brosjyrene.

---

## **Form**

En bruker ord som ”akvarellklubben” for å beskrive designet på brosjyren. En annen sier at dette ”ikke så veldig tiltalende.”

De fleste synes dette er bra å lese, noen tar vare på den, noen ikke, men alle synes brosjyrene er viktige.

## **Innhold**

De fleste er fornøyd med innholdet. Samtidig er det noe som sier at de vil ringe i tillegg for å følge opp det som står i brosjyren.

Det mangler en brosjyre på området musikk.

Flere mener brosjyrene bør oppdateres når kriterier eller regelverk endres. Dette kan eventuelt gjøres bedre dersom brosjyrene legges ut på Internett.

## **Elektronisk format**

Flere tror papirversjonen av brosjyrene kan erstattes med et elektronisk format.

### **6.6.5 Årsmelding**

Flere synes den er fin, interessant og artig å lese. Noen mener den også er oversiktlig. Noen mener designet er litt rolig, at det kan bli litt dempet og kjedelig. Noen sier det blir litt som å lese en kunsthåndbok.

På den andre siden sier flere at årsmelding er det de trenger minst. En sier ”Litt typisk, her legges det ned mye penger, men for det som er viktig for oss, brosjyrer og nyhetsbrev spares det.” En sier imidlertid at årsmeldingen kan være nyttig å lese fordi man da kan danne seg et bilde av hvordan Kulturrådet tenker, hva slags profil de har, hva de satser på.

## **Elektronisk format**

Nesten alle vil ha denne i papirformat, og de fleste sier de ikke vil lese den dersom den kun fantes i elektronisk format.

### **6.6.6 Generelle råd**

En sier ”materialet fungerer bra for meg som videreformidler” Flere sier at materialet Kulturrådet lager er nyttig, mange videresender det.

Noen understreker at rapport og evalueringsserien er veldig bra.

De som tar kontakt med Kulturrådet er godt fornøyd. Noen understreker at hun som tar imot telefonen på Kulturrådet er veldig flink. ”Hun er viktig for hvordan du føler huset tar imot en.” En sier at ”de ringer alltid tilbake selv om det kan ta litt tid.”

Når informantene får høre om antallet personer i informasjonsseksjonen mener alle at Kulturrådet gjør en meget god jobb.

---

Flere trekker fram årskonferansen som en bra kanal der man treffer mange kjente og får en del nyttig informasjon. Noen sier de føler at det er mange gode intensjoner med konferansene, men at det ikke alltid kommer like mye ut av det.

”Det man diskuterer, også på møter etc, renner oftest ut i sanden. Mye utforskertrang, ikke alltid de lykkes med sine intensjoner. Kan skyldes at agendaen er lite spisset. Kanskje for mye diskusjon og for lite målfokus.

Noen mener Kulturrådet kunne blitt en litt mer levende aktør og vært mer i kontakt med kunstnere. ”Det hadde vært fint, hvis konsulentvirksomheten kunne utvides til andre aktiviteter slik at Kulturrådet kunne blitt en mer levende aktør, og ikke så mye bank som tar i mot kredittsøknader. Åpenheten burde formaliseres, de burde si litt mer om visjoner slik at kunstnere kan komme med innspill. For eksempel, nå snakkes det mye om kunst og teknologi, derfor virker det riktig å sette denne typen kunst på dagsorden, så nå støtter Kulturrådet denne typen kultur. Det kan virke litt tilfeldig sånn sett. Det ville vært fint om Kulturrådet hadde nærmere kontakt med folk i felten, for å formulere målsettingene.”

---

## 6.7 Fokusgruppe 5 Tromsø (Nord-Norge)

Gruppen bestod i hovedsak av representanter fra kunstmiljøet, gjerne med lokal forankring

### 6.7.1 Generelt

#### Vaner og rutiner for innhenting av informasjon generelt

De fleste sier de går på nettet først og deretter dialog – telefonisk eller på annen måte. Noen vil ta telefon først for å spare tid, så eventuelt inn på nettet for å få konkrete opplysninger. Flere understreker at menneskelig kontakt er vesentlig. Da opprettholdes også nettverket. Internett er imidlertid veldig viktig for å undersøke, finne rett person etc.. Noen sier ”I den grad man vet hva man er ute etter, så er nettet veldig greit.” Andre sier ”Nettverket er godt å bruke for å spare tid og bli satt over og satt over og satt over.” ”Think locally og act globally Vi må lære oss stammespråket, og da må man snakke med folk, nettet vil ikke si noe om det.”

Informantene legger vekt på at det er forskjell på å få informasjon og lete etter informasjon. Nettet egner seg ikke for å gi informasjon direkte til målgruppen. Noen trekker frem e-post som arbeidsbesparende fordi man da slipper å vente på svaret som kommer etter hvert.

#### Hovedinntrykk av Norsk kulturråd og deres informasjon

De fleste har et godt inntrykk av Norsk kulturråd.

Flere av informantene har også et godt inntrykk av konferansene Kulturrådet arrangerer, men ikke alle har vært tilstede. Noen lurer på hvorfor de ikke var invitert, ”hvorfor nådde Kulturrådet ikke frem til sånne som oss?”.

Flere understreker også at for å bli et godt kulturråd må Kulturrådet bli bedre på å la motparten få komme til ordet. Kommunikasjon eller dialogen er viktig uansett hvor mye Kulturrådet informerer.

For noen er det viktig å ikke få altfor mye informasjon da de opplever å få for mye informasjon. Noen bruker ordet ”informasjonshelvete” for å beskrive situasjonen.

Noen mener Kulturrådet i for stor grad krever aktive informasjonsinnhentere. Noen mener også at Kulturrådet må jobbe mer for å bli kjent i utøvmiljøene. ”Jeg hadde 20 band til stede på et møte, to av dem visste hva Kulturrådet var for noe, og det forteller meg at de driver for lite aktiv informasjonsvirksomhet imot andre enn videreformidlere.”

Noen tror at nye aktører sliter langt mer enn gamle aktører med informasjon fra Kulturrådet. ”Generelt tror jeg at nye aktører sliter med dårlig informasjon, mens de som har vært inne lenge får god informasjon. Det er kanskje en informasjonskløft mellom nye og gamle institusjoner.”

En tar litt selvkritikk overfor noen av de andre, ”vi må være litt mer aktive, vi må sørge for at Kulturrådet sender oss informasjon som vi ønsker.”

---

Flere mener liknende møter som dette (altså fokusgruppen) kan erstatte mange av de konferansene som arrangeres.

### **Avhengig av informasjon fra Kulturrådet**

Ikke alle er avhengig av informasjon fra Kulturrådet. Noe informasjon er imidlertid helt nødvendig, men mye er såkalt "nice to know". En sier at "Mye av det som er "nice to know", er faktisk nødvendig på sikt for å finne ut hvilken retning Kulturrådet beveger seg i eller se nye muligheter."

### **Distribusjon**

Flere understreker mangelfull distribusjon. Flere har ikke sett brosjyrene eller nyhetsbrevet før de kom til møtet. Det er veldig viktig for informantene å få slike utgivelser av mange grunner, blant annet fordi det skaper kreative prosesser hos andre. Det er viktig at disse utgivelsene fortsetter å være på papir, informantene ønsker å lese det til kaffen eller på sofaen.

Noen sier de får brosjyrer og årsmeldinger, men ikke nyhetsbrev og at det er litt merkelig. Noen mener for få eksemplarer sendes til Kulturetaten i byene, og at det i hvert fall må sendes 20 til Tromsø. Det er også viktig å informere om at disse må videredistribueres til relevante folk.

## **6.7.2 Internett**

De fleste har vært inne på Internett. Hvor ofte de er inne er situasjonsbestemt, de fleste bruker det "når de trenger det". Ingen bruker det fast eller regelmessig.

### **Form**

De fleste finner kjapt og greit frem. Noen savner tekster på nynorsk. De fleste er enige om at det fungerer godt ut fra den funksjonen Kulturrådet har, men at det ikke akkurat innbyr til daglig bruk. Ord som "saklig" tas i bruk for å beskrive Internettet.

Flere sier oppdateringene skjer litt sent.

Noen savner oversikt over saksbehandlere på de ulike feltene/regionene.

### **Innhold**

"Det som jeg har lest av materialet er veldig bra. En del gamle historier som ligger på nettet, burde gjøre en jobb der for å freshe opp siden litt i forhold til nyheter".

Informantene hadde en del spesifikke faglige eller tematiske ønsker. "Det å kunne komme i kontakt med aktører kunne vært nyttig." "Det deles ut ærespris til dyktige kandidater hvert år, det står en liste fra 1998 – men det står ingenting om disse – vil gjerne lese litt om disse." "Alle kjenner verdien til et godt adressearkiv – basisinformasjon fra ulike organisasjoner – ville vært kjempefint." "Tips om faglitteratur – en oppdatert liste over hva slags ny type faglitteratur med linker til de sidene som distribuerer litteraturen."



---

### 6.7.3 Nyhetsbrev

Flere av informantene leser nyhetsbrevet og samler på det i etterkant. Flere sier det er interessant å lese. Noen sier det blir litt tilfeldig om de leser det, og at det avhenger av hva som står på førstesiden.

Noen har også aldri sett nyhetsbrevet tidligere. Disse sier at Nyhetsbrevet bærer med seg veldig interessant informasjon, og at de gjerne vil ha dette. ”Det er inspirerende å se hva som prioriteres, hvilke andre som har fått støtte.”

#### Form

Flere er enige om at Kulturrådet har funnet et bra format. En vil ha det enda kortere, mer presist. ”Dette er ikke fordypningsstoff, her skal man få oversikt.” En ble veldig glad for at det fantes, og mener ”det er veldig bra at tekstene er så lange som de er.” ”Kulturrådet kunne diskutert om man skulle hatt et mer spennende /debattpreget blad – man bør alltid stille kritiske spørsmål, det skal være debatt om hvem som får midler.” ”Kunne ha problematisert litt sårn i kortform her også enn de gjør.”

De fleste reagerer ikke på at nyhetene er litt gamle, ”vi jobber innenfor en profesjon som er langsom.”

Noen mener nyhetsbrevet virker mer som et faglig ”nyhetsbrev”. Dersom det er målet så er det bra. Flere mener at utøvere og kunstnere kanskje ikke ville likt dette brevet like godt, men så er det kanskje ikke skrevet for disse gruppene heller.

#### Elektronisk nyhetsbrev

Ingen mener et elektronisk nyhetsbrev kan erstatte papirversjonen. Samtidig mener mange at et elektronisk brev i tillegg som er tilpasset ulike brukere, og som sendes ut på de tidspunkter hvor det relevant ville vært fint. ”Meldinger per e-post er veldig lurt, men det må bare komme når det er noe!” ”Fordelen ville vært at man bare måtte kaste et kort blikk på det, og så visste du om det var noe relevant der eller ikke.” ”En teaser om hva som skjer ville vært veldig hyggelig.”

### 6.7.4 Informasjonsbrosjyrer

Noen mener informasjon om støtte kommer litt sent, særlig i forhold til billedkunst. Veldig frustrerende å få informasjon etter at man har kunnet søke. ”Er du ikke på distribusjonslista for informasjonsbrosjyrene kommer informasjonen for sent, derfor er distribusjon er så viktig.”

#### Form

Mange av informantene er usikre på å brosjyrene fungerer som direkteinformasjon til de som skal søke. En sier, ”noe vil kunne fungere som direkte informasjon til søkere, men veldig mye vil egentlig være en brosjyre til veilederen. Mange av oss har faktisk en slags funksjon som videreformidlere.” Noen av informantene mener det kanskje må tydeligere frem at denne typen brosjyrer i hovedsak gjelder veiledere.

---

## **Innhold**

Flere sier innholdet er nyttig og at de dekker områdene bra.

## **Annet**

Flere nevner Jean-Yves Gallardos måte å informere på. Det er veldig bra med direkte informasjonsmøter og flere ønsker seg mer av dette.

En etterspør en brosjyre som samler statens kunstnerstipend.

### **6.7.5 Årsmelding**

#### **Form**

Noen sier årsmeldingen har en fin form og en passende informasjonsmengde. Flere sparer også på årsmeldingen. Flere sier det er inspirerende lesning. ”Jeg har veldig stor nytte av den.” ”den er veldig informativ, veldig god å lese og et viktig dokument for å se hva Kulturrådet satser på.”

#### **Innhold**

Noen savner litt mer informasjon rundt fordelingen av midler. En sier ”det må stilles veldig klare krav til en sånn organisasjon – hva med geografisk tildeling av midler – en oversikt over det ville vært fint.” En annen sier ”de må legge frem alle tallene på riktig måte.” Noen mener dette mer er en oppgave for forskere.

Flere etterlyser mer informasjon om hvem som ikke får støtte. Flere ønsker også litt mer informasjon om hvor mange det er som søker fra hver enkelt region, gjerne også sortert på områder, og hvor mange av disse igjen som får støtte.

Noen understreker at Kulturrådet burde gi ut mer informasjon om hva det skal satses på. Det er naturlig at det skrives om dette i årsmeldingen, men det kan også stå andre steder som for eksempel på Internett.

#### **Elektronisk format**

Ingen tror det er fornuftig å erstatte papirutgaven med et elektronisk format. En sier, ”det er bra den er på papir, da er det lett å gjøre den tilgjengelig for andre på museet.”

### **6.7.6 Generelle råd**

En har noen råd å komme med når det gjelder saksbehandling. ”Når man har sendt søknad, skal Kulturrådet fortelle at de har mottatt søknaden, hvem som sitter på den, telefonnummer til vedkommende og når man kan regne med å få svar.”

Kulturrådet burde satse mer på dialog med målgruppene, kanskje særlig viderefremidlere. Flere mener de får for dårlig tilbakemelding på ting. ”Kulturrådet bør reise mer rundt på møter og kommunisere med oss, fange opp ønsker og behov, diskutere løsninger og så videre.” ”Kulturrådet er en nasjonal organisasjon, og da må den ut mest mulig til folk der de bor.” ”Jeg kan tenke meg flere modeller på det, flere burde reise rundt og bygge opp nettverk – jo mer sentralisert jo vanskeligere er det å få kontakt.”

---

Flere tror også Kulturrådet kan opprette kontakter i regionene, som er en slags videreformidlere eller kontaktperson som kan representere Kulturrådet.

Noen tror det er viktig å ta med de unge i prosessen. ”Jeg har jobbet lenge som kulturarbeider og vil slå et slag for de unge. Det er de unge som virkelig kommer med de gode nye friske ideene. Disse må Kulturrådet passe veldig godt på, få frem deres synspunkter.

---

## REFERANSER

**Tittel:**

**Forfatter(e):** John Nonseid og Sissel Motzfeldt

**Statskonsults rapportnummer:** 2004:2

**Prosjektnummer:** 9922

**Prosjektnavn:** Norsk kulturråds kommunikasjonskanaler – brukerundersøkelse

**Prosjektleder:** Sissel Motzfeldt

**Oppdragsgiver(e):** Norsk kulturråd

**Resymé:** Kvalitativ undersøkelser av Norsk Kulturråds kanaler. Undersøkelsene, som er en oppfølging av deres kommunikasjonsstrategi, skal tjene som grunnlag for å utvikle kanalene bedre.

**Arbeidsområde:**

- Styring og resultatorientering
- Omstilling og organisasjonsformer
- Informasjonsteknologi
- Kommunikasjonsutvikling
- Internasjonalisering
- Lederskapsutvikling

**Emneord:** Kanaler, kanalvalg, brukerundersøkelse, kultur, kulturformidling

**Dato:**

**Sider:**

**Utgiver:**

Statskonsult  
Postboks 8115 Dep  
0032 OSLO