

TRANSFER: CIRKUS & MANAGEMENT – ETT UTBILDNINGSPROJEKT

Som ett led i forskningsprojektet, och som en utveckling av undervisningen på respektive högskola, beslöt vi att se vad som hände om vi sammanförde cirkusartister med studenter från Handelshögskolan i Stockholm.¹ Vad kunde de lära av varandra?

Vad händer när vi för samman experter på att utgå från höger hjärnhalva med studenter med högsta betyg på vänster hjärnhalva analytiska förmågor? Det talas mycket om vikten av att lära ut entreprenörskap i konstnärliga utbildningar. I regeringens handlingsprogram tas det till exempel upp som en specifik åtgärd för att utveckla kulturella och kreativa näringar och i det sammanhanget blir det här samarbetet också intressant. Det talas också mycket om hur innovativt, kreativt och entreprenöriellt tänkande är avgörande för alla aktörer och delar av samhället. Vi utgick från att konstnärlig, akademisk och praktisk kunskap omsatt i en gränsöverskridande kurs skulle kunna ge mer relevanta läroprocesser kring kreativitet, entreprenörskap och kommunikation, än föreställningen att "näringslivet ska lära kulturen entreprenörskap och kulturen ska ge näringslivet kreativa upplevelser".

Kursen *Cirkus Transfer- kommunikation och entreprenörskap* har genomförts i tre omgångar, 2010, 2011 och 2012, i ett samarbete mellan Handelshögskolan i Stockholm, Dans och Cirkushögskolan och Cirkus Cirkör. Kursen på fem till åtta veckor är uppbyggd kring interaktiva seminarier på teman som risk och möjlighet, kultur och ekonomi, ledarskap och kreativ process (se kursplan och PDF). Kärnan i kursen är workshops som cirkusartisterna skapar för handelsstudenterna utifrån sin kunskap och expertis, och handelsstudenternas motsvarighet i form av utgå från sin kunskap som konsulter till artisterna kring paketering och företagande. Kursledarna och föreläsarna har förankring i både kultur, forskning och näringsliv.

Upplägget

Det första året, 2010, genomförde vi en pilotkurs i skarpt läge och höll det med flit ganska öppet. Cirkusartisterna följde en egen kursplan med seminarier, föreläsningar och handledning i cirkus transfer². Handelsstudenterna hade parallellt förberedande gästföreläsningar på liknande tematik, bland annat kreativt ledarskap och kopplingen mellan konst och företag. Båda grupperna fick en ram, där de visste att de skulle genomföra varsin workshop, för den andra gruppen, samt gemensamt redovisa resultaten i slutet av kursen. Innehållet i respektive workshop fick studenterna i respektive grupp dock bestämma helt på egen hand, liksom vad de skulle redovisa på slutet.

¹ Tre parter drev gemensamt projektet: *Cirkus Cirkör*, som bidrog med såväl kunskap som cirkusartister, *Dans- och Cirkushögskolan*, som för syftet inrättade en speciell vidareutbildningskurs öppen för yrkesverksamma cirkusartister, samt *Handelshögskolan i Stockholm*, vars studenter på masternivå, med inriktning mot Management, deltog.

² Med *cirkus transfer* menas här att förmåga att se, formulera och överföra den expertis och de färdigheter du som cirkusartist har utvecklat genom din träning, artisteri och konstnärskap till andra sammanhang och målgrupper. Sättet att överföra, m.a.o. inspirera, utbilda, medvetandegöra, kan vara genom format som workshop och interaktiv föreläsning.

Efter önskemål från deltagarna, bestämde vi att vi skulle styra upp och sammanföra grupperna mer det andra året, 2011. Istället för att förberedas på varsitt håll, gick bägge grupperna först en gemensam kurs. Därefter fick cirkusartisterna i uppgift att, precis som året innan, organisera var sin en workshop för handelsstudenterna, alltmedan handelsstudenterna fick i uppgift att i konsultgrupper om fyra hjälpa cirkusartisterna att utveckla sitt företagande.

År tre, 2012, har vi fortsatt att utveckla kursen, bland annat genom att förlänga och tidigarelägga den. Eftersom den kursen precis är avslutad, redovisas den dock inte här.

Parallellt med kurserna har handelsstudenterna också blivit ombedda att skriva essäer om sina erfarenheter av samarbetet samt mer generellt om hur konsten och näringslivet kan befrukta varandra. Dessa essäer har utgjort ett värdefullt material för att fånga upp vad de har lärt sig och fått ut av samarbetet och redovisas därför mer utförligt på annat håll. Här följer endast en kort sammanfattning av lärdomarna från bägge håll, utifrån kursutvärderingar, intervjuer, essäer och observationer av de sammanlagt hundratal personer som hittills gått kursen.

Nyttan för cirkusartisterna

Det talas mycket om vikten av att lära ut entreprenörskap i konstnärliga utbildningar. När handelsstudenterna vittnade om att de lärde sig entreprenöriellt tänkande genom artisternas workshops, fick artisterna tydligare syn på att de har ett tanke- och arbetssätt i sitt artistiska liv som de själva kan dra nytta av i sitt företagande.

I den andra och tredje omgången av kursen, när artisterna fick tillgång till ett dedikerat konsultteam från Handelshögskolan, så blev detta också ett av de inslag som artisterna uppskattade mest. Konsultmötet blev en möjlighet att lära sig "vänster hjärnhalvas verktyg och tankesätt från de som är som verkligen lever i den världen", som en artist uttryckte det. I mötet med handelsstudenternas fick de i många fall syn på att deras upparbetade disciplin kring träning och kreativt arbete inte var lika lojal när det gällde "vänster hjärnhalva-uppgifter".

Det är intressant att märka vad det är som gjort handelsstudenternas arbete användbart eller oanvändbart för artisterna. Generellt kan vi säga, att i de fall konsulterna skippar att analysera bakomliggande drivkraft och vision och går direkt till SWOT-analyser och marknadens behov, har artisterna inte kunnat se någon nytta av underlaget de fått. Här blir skillnaden mellan ett entreprenöriellt och marknadsekonomiskt tänkande tydligt. Är verktygen tydligt framtagna för att möjliggöra en idé eller vision eller är de till för att få kontroll inför att ta andelar på en befintlig marknad med en befintlig produkt eller tjänst? I flera positiva exempel har handelsstudenterna börjat utgå från den konstnärligt och entreprenöriellt tänkande kunden/artisten och utgått från vision och drivkraft innan de plockar fram modeller och verktyg. I dessa fall har artisterna fått hjälp som de omsatt direkt.

För konstnärskap så väl som i entreprenörskap är drivkraft, vision, relationer och sammanhang viktiga nycklar till framgång. Att sitta i skolbänken på Handelshögskolan, att arbeta tillsammans med ekonomer, att möta gränsöverskridande föreläsare och

forskare från akademien, konst och näringslivet, och inte minst att möta varandra i ett helt nytt sammanhang vidgade världen för artisterna, och handelsstudenterna, i praktiken. Flera av artisterna och handelsstudenterna fortsätter att arbeta ihop efter kursen, och i några fall också gästföreläsare och artister.

Mötet med oliktankande, som kanske inte var så oliktankande utan mest olik skolade, är något som väckt mycket hos artisterna. De första reflektionerna - "alla klär sig likadant", "de rör inte vid varandra", "de säger att deras största motiv är trygghet och betyg, jag förstår det inte" - gav inspiration till vilka workshops de ville hålla, vad de ville dela med sig av. De har behövt reflektera och formulera sig tydligare i mötet. (läs artistcitat från forskningen här på hemsidan). Artisterna pratar om att de fått både ökad integritet och bredare bas att stå på. "Jag har mer frågor än svar nu, men jag vet mer" som en artist formulerade sig.

Artisterna vittnade efteråt om att en av de största behållningarna från kursen var möjligheten att se, inte bara prata om, vilket värde den egna kunskapen kan ha för andra, och andras kunskap ha för dem. När de fick pröva att formulera och paketera sitt tanke- och arbetssätt, för i detta fall målgruppen ekonomer och managementstudenter, fick de en direkt och utan undantag positiv återkoppling. Flera av artisterna har fortsatt arbeta med sina koncept och workshops, som en kompletterande tjänst och inkomstkälla, men också som ytterligare ett sätt att möta publik med.

Nyttan för ekonomstudenterna

I likhet med cirkusartisterna upplevde handelsstudenterna också att de fick syn på vad de själva kunde. Man kan alltså tolka det som att det i mötet med annan kunskap, blir lättare att få syn sin egen. Den tysta kunskapen kommer helt enkelt till ytan och blir synlig i mötet.

Därmed raderas också en del fördomar, som att cirkusartisterna skulle vara de kreativa och handelsstudenterna de icke-kreativa. Så är det förstås inte, utan flera av handelsstudenterna konstaterar att de i samarbetet upptäcker att de minsann också är kreativa. Skillnaden är snarare att de inte alltid uppmuntras att vara det; speciellt inte i skolan, och att kreativitet därför inte har blivit en del av deras identitet. Att handelsstudenterna ges möjlighet att upptäcka och identifiera sig med sin kreativitet, är förstås värdefullt för framtiden, både för de själva och för samhället.

Än viktigare är dock att det i mötet uppstår många diskussioner av mer existentiell karaktär; om olika drivkrafter, om motivation, om vad man vill med sitt liv, och varför. Många vittnar om hur lite tid som ägnas åt frågor av den här karaktären i resten av utbildningen och, skrämmande nog, hur de upplever att den stora skillnaden mellan ekonomstudenter och cirkusartister är att de förstnämnda styrs av yttre mått på prestationer, som betyg, lön och status, medan de sistnämnda drivs framåt av egen vilja och passion. Enkelt uttryckt kan man säga att många handelsstudenter ser hur de själva är styrda *utifrån*, medan cirkusartisterna är mer styrda *inifrån*.

Andra tar fasta på passionen, avundas artisterna och drömmer om att hitta tillbaka till sin egen passion; den som de en gång hade. En student drömmer sig tillbaka till sin barndom, en annan till idrotten; många menar att de vill försöka hitta passionen i sin framtida yrkesroll och sluta styras så mycket av prestationer. En student påpekar att cirkusen framstår mer som framtidens organisation, just för att den rymmer människor som drivs av passion, söker mening och är sig själva.

Genom att diskutera frågor av mer existentiell karaktär, närmar man sig också entreprenörskapets kärna – på ett sätt man inte alltid gör i ekonommiljö. I den politiska retoriken brukar det ju heta att det är konstnärligt verksamma som behöver lära sig ekonomi och entreprenörskap, men här gick lärdomarna åt andra hållet. Här var det istället ekonomerna som lärde sig entreprenörskap av cirkusartisterna:

Jag tror att workshopen åstadkom något som vanligtvis är mycket svårt för handelshögskolor att uppnå: den förstärkte det entreprenöriella tänkandet.

Egentligen är det inte så konstigt. Entreprenörskap, i form av eget företagande, är mycket vanligare bland artister än bland ekonomer. Dessutom finns det ett släktskap mellan konstnärs- och entreprenörskap, och det entreprenöriella tänkandet ligger förstås närmare ett kreativt förhållningssätt än det ekonomiska gör. Handelsstudenterna vittnar också om att det mesta de har lärt sig handlar om att undvika och inte ta risker:

*Medan artisterna har lärt sig att **använda risk**, verkar vi mest ha lärt oss att undvika risk.*

Även detta skiljer sig från cirkusartisterna. Ännu viktigare kom dock diskussionen om drivkrafterna att bli. Här fanns kanske de största skillnaderna, och mest att lära. Många påpekade att artisterna var mycket mer inifrån-styrda, medan ekonomistudenterna främst styrdes av yttre och gärna kvantifierbara mått på framgång, såsom betyg, lön, bonusar och liknande:

*Jag konstaterade att grupperna använder motsatta strategier när det gäller karriärplanering. Ekonomistuderande använder en utifrån-och-in-strategi: De tittar på arbetsmarknaden och identifierar de jobb eller branscher som är mest attraktiva för dem, av skäl som höga löner, utmanande aktiviteter och goda utvecklingsmöjligheter. Det är ofta branscher som "management consulting" och "investment banking". Utifrån denna analys utvecklar de en strategi som gör det möjligt för dem att uppfylla dessa krav. Det innefattar att välja ett bra universitet, studera mycket, åka på utbyte, lära sig nya språk, engagera sig i massor av fritidsaktiviteter, få praktikplatser, etc. Med andra ord: De blir vad arbetsmarknaden vill att de ska vara. Konstnärerna å andra sidan följer en inifrån-och-ut-strategi. De ser sina **färdigheter, talanger och passioner** - vad de är bra på och vad de vill göra. Sen utvecklar de dessa färdigheter och hoppas att någon gillar vad de gör och att de kommer att kunna överleva på sin konst. Med andra ord: De blir dem som de vill vara, och hoppas att marknaden gillar det.*

Som så ofta i mötet med konst och konstnärer kom diskussionerna alltså att landa i det existentiella, det mänskliga. Kanske är det också där, i själva kärnan, som den största behållningen och utbytesmöjligheterna finns, vilket också tidigare forskning har visat.