

Nathalie Lövblad
Klass J3A, Brännkyrka Gymnasium
Projektarbete, Vt. 2006
Handledare: Göran Ingemarsson, Joel Lossmann

Polsk teater i Stockholm

- Hur går det till?
- Är det en lönsam affärsidé?



Sammanfattning

Joanna Janasz och Elzbieta Jakubicka är två entreprenörer som är bosatta i Stockholm och som driver agentur Polart¹. Agenturens affärsidé är att ”importera” polska teater- och kabaréföreställningar till Sverige. Min övergripande frågeställning har varit att visa om denna affärsidé är lönsam och berätta hur arbete kring en uppsättning av en teater går till samt vilka drivkrafter ligger bakom detta arbete.

Jag har intervjuat sakkunniga entreprenörer och genomfört en enkät bland utlandspolacker. En intervju med ordförande för Polska Riksförbundet i Sverige jämte ordförande för Samarbetsorgan för etniska organisationer i Sverige genomfördes också.

Jag inspirerades av tidigare genomförda teaterföreställningar vilka startade i början av 1990-talet fram till den senaste som visades i maj 2006. Att främja den polska kulturen i Sverige kräver inte bara uthållighet utan även en stor portion av idérikedom. Repertoar som presenteras är framför allt komedier.

Resultaten av min analys ledde mig fram till slutsatsen att det inte är någon inkomstbringande verksamhet. Vidare visar min analys att arbetet är mycket krävande och ansvarsfullt - mer som en hobby än lönsam affärsverksamhet.

Arbetet bidrar till att främja den polska kulturen och ge avtryck i det mångkulturella svenska samhället. Det har stor betydelse för utlandspolacker och även för unga människor som är barn till första generationens polska invandrare.

¹ PolArt förkortning från Polska Artister

Innehållsförteckning

Inledning.....	4
1.1.Syfte, frågeställningar och hypotes	4
1.2.Avgränsning	4
2.Metod och material.....	5
2.1.Val av metod	5
2.2.Litteratur	5
3.Resultat	5
3.1.Att sätta upp en teaterföreställning	6
3.1.1.Idéer till nya föreställningar.....	6
3.1.2.Projektets faser.....	6
3.1.3.Planering.....	6
3.1.4.Genomförande.....	7
3.1.5.Avstämning.....	8
3.1.6.Kostnader.....	8
3.1.7.Sponsorer.....	8
3.1.8.Reklam och marknadsföring.....	9
3.1.9.Risker.....	9
3.2.Andra länders kulturutbyte	9
3.2.1.Fördelar och nackdelar med utbyte.....	10
3.3.Syfte med teaterverksamheten	10
3.4.Lönsamhet	10
3.5.Enkät	11
3.6.Olika föreställningar	11
4.Slutsatser och diskussion.....	11
Källor.....	13
Bilagor	13
Bilaga 1: Handlingsplan för projektarbete	13
Bilaga 2: Enkätresultat	13
Bilaga 3: Intervjufrågor Jola Olsson	13
Bilaga 4: Enkätresultat	13

Inledning

Teater - det är en förtrollad värld! Att få bringa glädje i människors vardag och få dem att skratta och glömma bort vardagsbekymmer för en kväll, det är en vägledande stjärna i arbetet för Joanna Janasz och Elzbieta Jakubicka. Teater är en del av vår kultur och berör oss alla. Det är också en viktig del för dem som bor långt borta från sina rötter i grannlandet Polen – utlandspolacker.

Att visa kultur på hög nivå bidrar till att utveckla människor och fördjupa deras relation till sina rötter. Att även kunna tjäna pengar på kulturutbyte verkar vara en strålande idé men är det möjligt?

Kulturutbytet är mångfacetterat och det är viktigt att aktualisera andra kulturuttryck i Sverige säger Joanna Janasz och Elzbieta Jakubicka och att nå en bredare publik än idag.

1.1.Syfte, frågeställningar och hypotes

Syftet med denna uppsats är att undersöka om en uppsättning av polsk teater i Sverige är en lönsam affärsidé. Ger teaterutbytet en ekonomisk vinst eller är det en förlust affär? Syfte var också att undersöka hur mycket arbete som behövs för att förbereda, planera och genomföra en teateruppsättning.

År 2006 är ett mångkulturellt år vilket gjorde mig ännu mer intresserad av området.

Följande frågeställningar:

- Hur sätter man upp en teaterföreställning från Polen här i Sverige?
- Hur ser planeringen och tidsschemat ut?
- Vilka är kostnaderna och vilka är riskerna?
- Hur marknadsför man en föreställning?
- Vad bidrar kulturutbytet till?

Genom att fundera mer ingående i frågan fick jag fram en hypotes om att det måste vara relativt enkel att planera och genomföra en föreställning samt att det borde vara en lönsam affär.

Jag ville få denna hypotes bekräftad genom mina efterforskningar och genom mitt eget deltagande i planeringen och förberedelserna inför teaterpjäsen.

1.2.Avgränsning

Jag valde att göra en avgränsning avseende geografi och tid. Jag koncentrerade mig på ett utbyte mellan två länder: Polen och Sverige och mellan huvudstäderna Stockholm och Warszawa.

Mitt projektarbete omfattar tiden mellan 1992 och 2006 med en fördjupning för läsåret 05/06.

2. Metod och material

2.1.Val av metod

För att kunna svara på mina frågeställningar förde jag inledningsvis en fundering kring vilka metoder som skulle vara lämpliga. En enkätundersökning bland utlandspolacker var relevant då jag ville få svar på frågan om vilken betydelse polsk teater har för dem som bor i Sverige, belysa privatpersoners syn på teaterföreställningar från Polen och ta reda på om dem tycker att det är en lönsam affärsidé.

Jag bestämde mig även för att genomföra intervjuer med sakkunniga på området för att verifiera mina frågeställningar och resultatet av genomförd enkät.

Jag valde att intervjua Joanna Janasz och Ela Jakubicka, båda från PolArt samt Jola Olsson, ordförande för SIOS² tillika ordförande för Polska Riksförbundet i Sverige.

2.2.Litteratur

Jag har använt mig av litteratur om det mångkulturella året i Sverige.

Jag har även sökt i databaserna på Internet och deltagit och assisterat vid en föreställning.

Jag har tagit del av publicerade artiklar i massmedia som var en viktig informationskälla.

3. Resultat

PolArt har bedrivit sin verksamhet i Stockholm sedan 1992 med en affärsidé att sprida polsk kultur i Stockholm. Agenturen drivs av två mycket företagsamma kvinnor, Elzbieta Jakubicka och Joanna Janasz vilka presenterar polsk teater och polska skådespelare -framför allt från teatrar från Warszawa - för stockholmspubliken.

Ofta dyker det upp nya, unga och mycket talangfulla skådespelare som inte är kända bland polacker, som invandrade till Sverige för många år sedan. PolArt vill presentera dessa unga stjärnor för den polska publiken samtidigt som de väletablerade stjärnorna utgör en magnet för teaterpubliken.



Joanna Janasz och Elzbieta Jakubicka

PolArt sätter varje år upp två stycken föreställningar, en på våren och en på hösten. För att sätta upp en föreställning tar det normalt ett halvt år, men vissa större uppsättningar kan kräva upp till två år för förberedelserna.

Oftast direkt efter en genomförd föreställning påbörjas en diskussion om vad nästa projekt blir.

² SIOS – Samarbetsorgan för etniska organisationer i Sverige

3.1.Att sätta upp en teaterföreställning

Föreställningar i Stockholm visas i exakt samma form som i Warszawa, med alla minsta detaljer. Dekorationer fraktas och monteras på plats i Stockholm och kommer direkt från en ursprunglig teater i Warszawa.

Det är betydligt lättare för många att gå på en polsk teater i Sverige än att göra det i Polen. Att få en teaterbiljett i Warszawa till en mycket populär föreställning hör inte till de lättaste uppgifterna, oftast är biljetterna sålda minst en månad i förväg. Det finns en lång tradition i Polen att gå på bio, teater, konserter och därför brukar många föreställningar snabbt vara fullsatta.

Arrangörerna, Joanna och Ela, hyr alltid de mest prestigefyllda teatrar i Stockholm som Folkan, Maxim Teater, Göta Lejon och Vasateatern.

Jag hade möjlighet att delta i planeringen och följa genomförandet av en ny teateruppsättning ”Aj waj” som PolArt tog till Stockholm i maj. Jag gjorde detta med en stor nyfikenhet och på nära håll.

Mina iakttagelser bidrog till att få en uppfattning om vad som krävs och vilken ansträngning som erfordras för ett sådant arrangemang. Detta utgör grunden till detta projektarbete.

3.1.1.Idéer till nya föreställningar

Idéer till nya föreställningar hittar Joanna och Elzbieta i Polen, genom att själva besöka teatrar i Warszawa, läsa polska recensioner, kolla på Internet och höra med bekanta som har sett föreställningar.

Vid val av en ny föreställning som ska visas i Stockholm tar man hänsyn till flera faktorer som t.ex. vilken typ av teater som skall visas, om det finns några kontakter som kan utnyttjas, om föreställning ska vara unik och därmed kanske svårsåld eller möjligen ”kommersiellt”, och eventuellt kan den bringa en bra vinst.

Enda tills nu, under 13 år av sin verksamhet, har Joanna och Elzbieta inte tjäna något och ibland till och med lagt till ur egen ficka om biljettförsäljningen inte har täckt utgifterna. De är dock ändå mycket nöjda och tillfredställda av det resultat de har åstadkommit och söker vidare utmaningar genom att sätta upp teaterpjäser av mycket hög kvalité som t.ex. ”I fadern Strindbergs namn” i regin av nestor i den polska dramaturgin Adam Hanuszkiewicz.

3.1.2.Projektets faser

Att sätta upp en teaterföreställning är som ett projekt som består av flera delar: planering, finansiering, marknadsföring, genomförande (själva föreställningen), avstämning.

3.1.3.Planering

Planering är den viktigaste delen av själva projektet och tar också den längsta tiden.

Efter genomförd marknadsundersökning väljs det ut ca tre stycken förslag. Det är alltid samma kriterier och begränsningar som gäller när man väljer en föreställning. Följande spelar roll: vilken teaterföreställning som är framgångsrik, vilka skådespelare som presterar bäst och vilka nya föreställningar som sätts upp. Det kan inte vara mer än sju aktörer vilket beror på kostnadsbilden.

Publikens ålder varierar vilket gör att man måste ha olika åldrar på aktörerna. Minst två av aktörerna måste därför vara stora polska stjärnor som medverkar i film eller teater, en aktör från ”gamla tider” dvs. 60-70 talet och en som är känd från dokusåpor som visas idag på TV.

Mellan tre-fyra månader innan föreställningen träffas Joanna och Ela och gör upp två planer: en plan om vad som skall göras, när och av vem, och den andra som avser aktiviteter när teatergruppen anländer. De samordnar sina kalendrar.

För att spara pengar gör de själva teaterbiljetter, förbereder och gör affischer. Innan affischerna görs så måste texten vara klar.

All information förbereder Joanna i dator och skickar det till Ela som ordnar allt vidare. Sju till åtta veckor före föreställningen börjar de med marknadsföring.

En vecka före föreställningen träffas Joanna och Ela och tar fram den andra planen som mer detaljerad och avser aktiviteter som ska utföras när teatergruppen anländer. Det handlar om var och vilken tid båten kommer, när man måste hämta skådespelarna och teknikerna med all teknisk utrustning och teaterdekor.

När teknikerna anländer genomförs ett planeringsmöte med dem om vad som ska göras på teatern, sedan tas de till platsen där de ska bo. De anländer alltid på fredagar, lördagar är teknikerna lediga, och det är Joannas uppgift att ta hand om dem. Oftast vill de se Stockholm och gå i butiker. Ela däremot åker runt och hämtar pengarna och biljetterna som inte har blivit sålda.

På eftermiddagen samma dag tar arrangörerna emot aktörerna som kommer med flyg. De genomför ett planeringsmöte med aktörerna om hur handlingsplanen ser ut med tider osv. Sedan tas de till platsen där de ska bo.

3.1.4.Genomförande

Arrangörerna måste se till att teaterscenen har en lämplig storlek (mått) för att all dekor som kommer från Polen måste få plats på den. Eftersom det handlar om en enda föreställning kan de inte flytta på den ordinarie teaterdekoren vilket gör att scenen blir ännu mindre.

Det är inte lätt att hitta en lämplig dag för spelning i Stockholm: måndagar har teatrar i Stockholm en ledig dag, på söndagar får många av teatrar inte spela på grund av de fackliga bestämmelserna. Därför återstår oftast en söndag som kan användas för den polska föreställningen.

Allt måste vara reglerat i minsta detalj – detta görs genom att PolArt tecknar separata avtal med den polska teater respektive den svenska och ytterligare ett med ett transportföretag.

Under spelningsdagen ligger all fokus på föreställningen.

- Klockan 8.00 på morgonen är både Joanna och teknikerna på plats på teatern för att ordna med dekorationer och scenen. Ljudet ska justeras, belysning ska monteras och dekoren ska sättas upp. Dessa aktiviteter pågår ändå fram tills föreställningen börjar. Under dagen agerar Joanna och Ela ofta tolk mellan den polska och tekniska gruppen.
- 18.00 öppnas dörrarna till teatern
- 18.45 släpps folket in i salongen
- 19.00 börjar föreställningen som alltid håller på i 2 timmar.

När sista applåderorna har klingat ut och publiken har gått byter aktörerna om och åker iväg från teatern för att koppla av och träffa inbjudna polacker samtidigt som teknikerna packar ihop all utrustning och dekor. ”Dagen” slutar runt midnatt eller senare.

På måndag åker teknikerna med färja tillbaka till Polen och aktörerna har ledigt och tas om hand i Stockholm. Vissa åker och fiskar, går på museum och andra shoppas. Här gäller då att ordna privata bilar som kan skjutsa och transportera skådespelarna mellan olika platser.

Tisdag morgon åker skådespelarna tillbaka till Polen med flyg.

3.1.5. Avstämning

Efter några dagar görs en avstämning och utvärdering om vad som var bra, vad som var dåligt, vad som kan förbättras och man kollar även om föreställningen har gått ihop ekonomiskt.

Sedan startar en ny planering inför nästa föreställning.

3.1.6. Kostnader

När man väljer en föreställning kontakter man teatrarna och frågar om de är intresserade av att uppföra en teaterföreställning i Stockholm, vilken tid som passar dem och hur mycket de vill ha betalt.

Skådespelarnas almanackor är fyllda av olika bokningar lång tid i förväg. Arrangörerna hyr, oftast lång tid i förväg som t.ex. ett år, en lokal i Stockholm. Redan i november 2005 har man bokat Vasateatern för den föreställning som ska visas den 7 maj år 2006. Att hyra Folkan för ett dygn kostade t.ex. 67 000 kronor men naturligtvis är det mindre föreställningar så bokar man mindre lokaler.

Det är viktigt att alla ska kunna gå på teatern och därför måste biljetterna vara billiga, mellan 200 och 250 kronor per biljett vilket är att jämföra med priset på privat teatern som kostar ca 400 kronor. Även de subventionerade teatrarna i Sverige tar ca 400 kronor. Det intressanta är att det faktiskt är billigare att gå på teater i Sverige jämfört med i Polen. Där kostar en biljett oftast ca 180-200 kronor och för de bästa föreställningarna kan man helt enkelt inte komma över biljetter.

Tyvärr kan man inte utnyttja ATG, program på datorn som används för försäljning och beställning av biljetter, eftersom det skulle höja priset ännu mer.

Varje föreställning kostar mellan 110-160 000 kr som betalas i kontanter.

Till detta tillkommer övernattningar, logi, mat, transporter osv. Ibland bor skådespelarna privat hos t.ex. Joanna eller Elzbieta och ibland kräver de hotell med alla bekvämligheter.

Den tekniska utrustningen kostar och författarnas rättigheter måste också betalas för varje spelning. Ibland tillkommer kostnad för översättning och textning till svenska språket som skall visas på TV-skärmen som t.ex. vid föreställningen av Strindberg.

3.1.7. Sponsorer

För att klara ekonomin söker Joanna och Elzbieta sponsorer.

De skriver brev till sponsorer. Polferries är en polsk färja mellan Gdansk och Nynäshamn som används flitigt av PolArt speciellt till transport av den tekniska personalen och deras bagage. Teknikerna har otroligt mycket bagage med sig vilket gör att det kostar mycket (det handlar om en eller två lastbilar). Tack och lov står Polferries alltid för dessa kostnader.

Boende är en annan fråga som måste lösas. Joanna och Ela hyr oftast platser där aktörerna kan bo. Ibland får aktörerna bo i gästrum på ambassaden, i det polska konsulatet eller får rum vid polska institutet.

En annan typ av sponsorer är alla de frivilliga som utför olika uppgifter, de hjälper t.ex. med biljettförsäljningen, andra kontrollerar biljetterna, säljer programmet på plats och hjälper till att ordna med scenen eller hämtar och skjutsar aktörerna till och från flygplatsen. Sin lön får de i form av gratis inträde till föreställningen.

3.1.8.Reklam och marknadsföring

Arbetet med att marknadsföra föreställningen börjar ca 7-8 veckor före utsatt datum. Reklam görs genom media men framför allt genom informella kanaler.

Information skickas till två polska tidningar och läggs ut på Internet, på www.poloniainfo.se. Därpå hänger de upp affischerna som de har tagit fram själva eller fått från teatern. Det finns ca 35 platser i Stockholm där affischerna sätts upp: i polska mataffärer, på caféer, hos skomakare, i kemptvätterier och även på privata bilar. Affischerna innehåller information om tid, plats, skådespelare m.m..

Arrangörerna använder även mail som skickas ut till ca 250 personer och två veckor dessförinnan skickas sms till ca 1000 polacker. Information delas även ut i polska kyrkor ca en vecka innan föreställningen.

3.1.9.Risker

Det finns risker förknippade med ekonomin och risker för att förlora gott renommé.

För att täcka kostnaderna för en föreställning med fyra till fem skådespelare behöver man sälja ca 550 biljetter. I en teatersalong finns det plats för ca 600 åskådare men det brukar komma maximalt ca 400 personer. Trots att det finns ca tjugo tusen polacker i storstockholm är det svårt att få salongen fylld.

Naturligtvis vore det bästa att ge två föreställningar vid samma tillfälle (under samma dag) med det finns inte tillräckligt mycket publikunderlag för det.

Man måste vara förberedd på oförutsedda händelser.

Det har inträffat att en skådespelerska blev sjuk p.g.a. en olycka och inte hade någon ersättare, föreställningen blev därför inställd, betalda teaterbiljetter återbetalades, betalda flygbiljetter slängdes osv. Förutom den ekonomiska förlusten påverkade det arrangörens goda renommé i någon utsträckning negativt. I en sådan situation är det viktigt med försäkringar men sådana kostar också pengar.

3.2.Andra länders kulturutbyte

Samarbete och ett aktivt utbyte av kultur mellan gränserna bör öka. Det är viktigt med yttringar som gör avtryck av den egna kulturen säger Jola Olsson, ordförande för SIOS,

Samarbetsorgan för Etniska minoriteter i Sverige tillika ordförande för Polska Riskförbundet i Sverige.

Det är dock inte vanligt att man tar in teaterföreställningar till Sverige från andra länder fastslår Jola. Språkbarriären är svår att överbygga. För de minoriteter i Sverige som inte har sitt eget land som t.ex. kurder förekommer det att man har vissa enskilda aktiviteter i Sverige som att bjuda in enskilda författare eller musiker, ge ut böcker, tidningar, producera TV. Men att organisera en hel teaterföreställning är nog Joanna och Ela ensamma om.

3.2.1.Fördelar och nackdelar med utbyte

Det är oerhört viktigt med kulturutbyte. PolArt har en stor ambition att visa teaterföreställningar för polacker på sitt modersmål. De har respekt för publiken och vill därför visa en riktig teater med all rekvisita för att skapa samma känsla som att gå på teater i Warszawa.

”Det finns egentligen bara fördelar med ett sådant utbyte. Detta berikar människor, både gamla och unga. Många väntar på att teatern ska komma till Stockholm. Det skulle vara mycket tråkigt om denna verksamhet inte fanns. Kultur förenar oss, ett exempel är en föreställning baserad på Strindberg som visades hösten 2005 och som hade en svensk textremsa för att även svenskarna kunde följa med och se polsk teater” - fastslår Jola Olsson.

3.3.Syfte med teaterverksamheten

Joanna och Ela betraktar sin verksamhet som hobby och snarare som en ideell än kommersiell syssla.

De har flera tydliga syften med sin verksamhet.

Det första är att så många som möjligt ska kunna komma och besöka teatern för att ”andas in” atmosfären och för att njuta av ett möte med skådespelarna och språket som är så annorlunda från det som man använder till vardags. ”Vi vill göra något som är nyttigt för lokal Polonia³” säger Ela Jakubicka.

Det andra syftet är att ge ungdomar möjlighet till kontakt med polska språket och polska kulturen.

Många äldre människor (de som är första generationen polacker i Sverige) kan inte av hälsoskäl åka till Polen och ett sådant teaterevenemang är för dem den enda möjligheten att ”umgås” med polska språket och levande teater.

Att göra vinst kommer i andra hand och än så länge har de inte lyckats med det. Därför håller de biljettpriserna på en låg nivå men samtidigt är beroende av att behöva sälja många fler platser.

3.4.Lönsamhet

Det är svårt att se någon lönsamhet i PolArt verksamhet. Det är snarare en ideell verksamhet som främjar den polska kulturen i Sverige och bland ”utlandspolacker”.

Ungdomar får t.ex. köpa rabatterade biljetter för att ha möjlighet att gå på teatern vilket gör det ännu svårare att intäkter som täcker kostnaderna. Men PolArt jobbar enligt devisen ”ge

³ Polonia – Polacker boende utomlands kallas Polonia oavsett vilket land de bor i

aldrig upp och svårigheter mobiliserar”. De hittar sin tillfredställelse i att bringa glädje till dem som bor långt ifrån sitt hemland och i det att de kan hjälpa till med bevarande av polska språket bland utlandspolacker.

3.5.Enkät

För att få min hypotes verifierad genomförde jag en enkät bland slumpmässigt valda utlandspolacker.

”Kultur säljer bra” – trodde 44 % av dem som jag har intervjuat. De var övertygade om att arrangörerna tjänade bra med pengar på sin affärsidé medan 20 % inte trodde att det gick att tjäna pengar och 36 % var osäkra.

De flesta polacker som jag intervjuade (83 %) kände till att polska teaterföreställningar äger rum i Stockholm och 80 % av dem hade själv varit och sett en föreställning. Informationen har de oftast fått genom sina bekanta, sms eller sett på stan på affischer.

Utfrågade personer tyckte att det är mycket bra att de får möjlighet till att gå på en polsk teater fast de bor i Sverige, detta ger dem glädje och underhållning och skapar ett bra tillfälle att träffas.

3.6.Olika föreställningar

Under senare år har flera av dem mest populära och renommerade teatrarna från Warszawa besökt Stockholm, som t.ex.:

- Krzysztof Daukszewicz - "[Wielmożny Panie Hrabio](#)"
- Teatr Kwadrat - "[Dwie morgi utrapienia](#)"
- Teatr Kwadrat - "[Złodziej](#)"
- Teatr Kwadrat – "[Po latach o tej samej porze](#)"
- Recital autorski Grazyny Barszczewskiej – "Rozdane pocalunki"
- Teatr Kwadrat – "Wszystko jest względne" (två gånger)
- Teatr Buffo – "W obronie jaskiniowca "
- Teatr Nowy – "[Zazdrość na trzy faxy](#) "
- Kabaret - "[Super Duo](#)"
- Teatr Scena 1 – "Złoto króla Megamona"
- [Zespół Mazowszanki](#)
- Teatr Komedia "[Stosunki na szczycie](#)"
- Teatr Nowy "[W imię Ojca Strindberga](#)"
- Teatr Kwadrat "[Szczególna Propozycja](#)"
- Grupa Rafala Kimity "[Aj Waj!](#)"

4. Slutsatser och diskussion

När jag inledde mitt projektarbete hade jag en föreställning (hypotes) om att PolArts verksamhet var lönsam och att den inbringade stora vinster. Min hypotes blev dock inte bekräftad.

Att bjuda polsk teater till Stockholm kan vara en av flera faktorer som kan bidra till kulturutbyte och berika människor i det mångkulturella samhället, men det finns inget underlag för att det ska vara en lönsam affärsidé.

Intäkterna täcker oftast inte de kostnader som uppstår vid ett sådant arrangemang och man måste hela tiden vara förberedd på oväntade händelser och risker som måste hanteras.

Det behövs riktiga eldsjälar för att ett sådant arbete skall kunna bedrivas. Det är ett hårt arbete som kräver en noggrann planering och mycket tid. Marknadsföring är också viktig och görs med ovanliga metoder.

Glädjen av att se leende människor och deras uppskattning motiverar två entreprenörer Joanna och Ela till att arrangera dessa teaterföreställningar, oftast med risk för en ekonomisk förlust.

Mina slutsatser baserar sig på mitt deltagande i arbetet med att planera, genomföra och sätta upp en föreställning.

Källor

Litteratur

Dana Platter, (2005), Moja nagroda sa rezesmiane twarze publicznosci, Relacje,

Agenda för mångkultur, Programförklaring och kalendarium för mångkulturåret, 2006, Statens Offentliga Utredningar SOU 2005:91, stockholm 2005

Nowa Gazeta Polska, (2005), Warto probowac

Undersökningsmaterial

Enkätundersökning (2006-02-12), slumpvis valda utlandspolacker

”Aj waj” – teaterföreställning i Stockholm, Vasateatern (2006)

Övriga källor

Joanna Janasz, delägare i agenturen PolArt, intervju 2006

Elzbieta Jakubicka, delägare i agenturen PolArt, intervju 2006

Jola Olsson, ordförande SIOS, Samarbetsorgan för etniska organisationer i Sverige tillika ordförande för Polska Riksförbundet i Sverige, intervju 2006-02-26

www.poloniainfo.se , PoloniaInfo

www.polart.se , PolArt

Bilagor

Bilaga 1: Handlingsplan för projektarbete

Bilaga 2: Enkätresultat

Bilaga 3: Intervjufrågor Jola Olsson

Bilaga 4: Enkätresultat

Bilaga 5: Beskrivningar av genomförda teaterpjäser, bilder från teateruppsättningar och artiklar