

Aby sa s kultúrou počítalo

Zuzana Révészová

Dáta v kultúre

DEPARTMENT OF REGIONAL SCIENCES AND MANAGEMENT,
FACULTY OF ECONOMICS, TECHNICAL UNIVERSITY OF KOŠICE

MEASURING THE UNMEASURABLE?
DATA COLLECTION, ANALYSIS
AND EVALUATION IN CULTURE

NOVEMBER 25, 2020
KOŠICE, SLOVAKIA

Výskumná správa

Publikum kultúry mesta Košice 2020

CREATIVE INDUSTRY
KOŠICE //

Jún 2021

Zuzana Révészová
Creative Industry Košice

Kultúra v štyroch dejstvách

1. VKUS
2. RODINA



3. PAMÄŤ
4. DÓVERA

Adam Gajdoš, Marek Mathias,
Marianna Mrva, Zuzana Révészová,
Michaela Šedovič, Matej Vanoch

Kultúrna politika – dáta a hodnota

Sympóziu

Odbor výskumu a štatistiky
kultúry Národného osvetového
centra, Fond na podporu umenia

OSVETOVÉ
CENTRUM

NÁRODNÉ

u. fond
na podporu
umenia

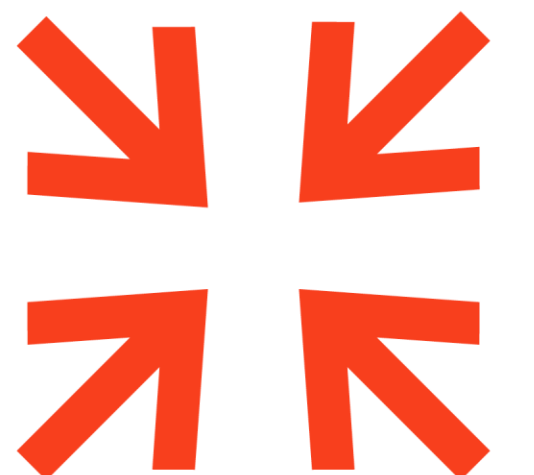


Teoretické východiská

Taylorizmus /industrializácia/ - kreatívny priemysel

Nový verejný manažment /hodnota za peniaze/ -
spravodlivosť pridelovania verejných prostriedkov

Kultúrna demokracia vs Demokratická kultúra
(Hadley)

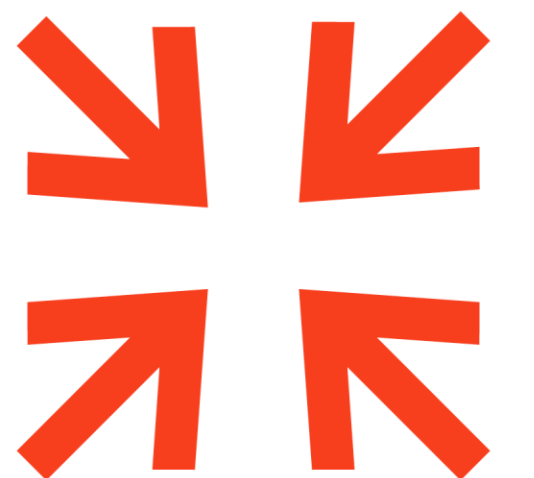


Praktická perspektíva – obhajoba podpory kultúry

Prečo má jedna investícia väčší zmysel ako druhá

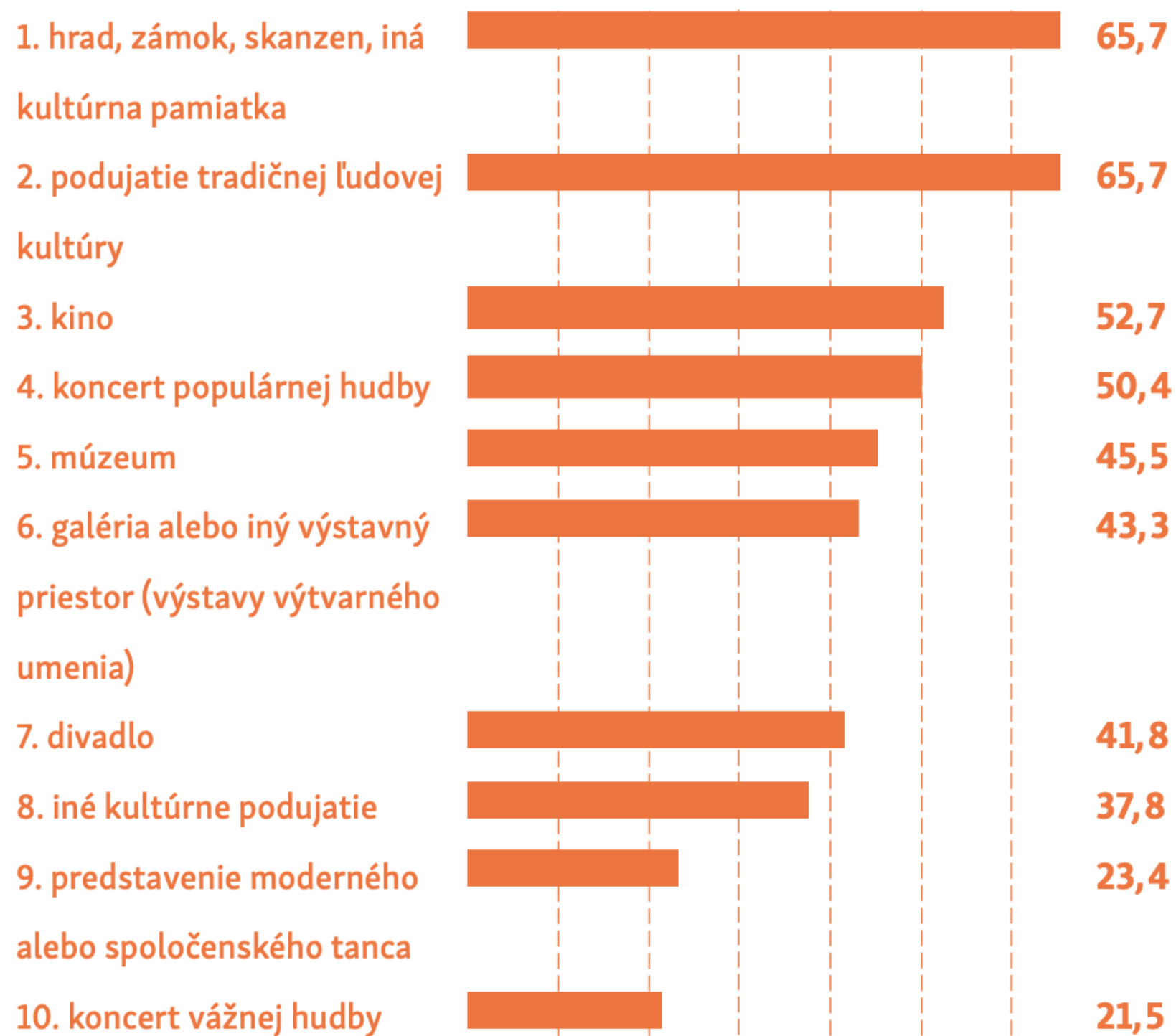
Ako určíme úspešnosť opatrení

A hľadanie spoločného jazyka (peniaze/čísla sú zrozumiteľné)



Výskumy publika

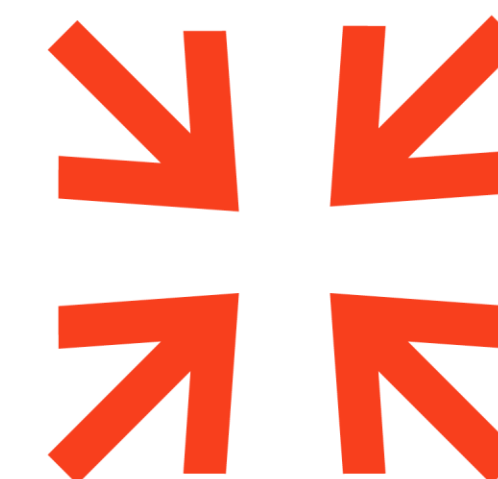
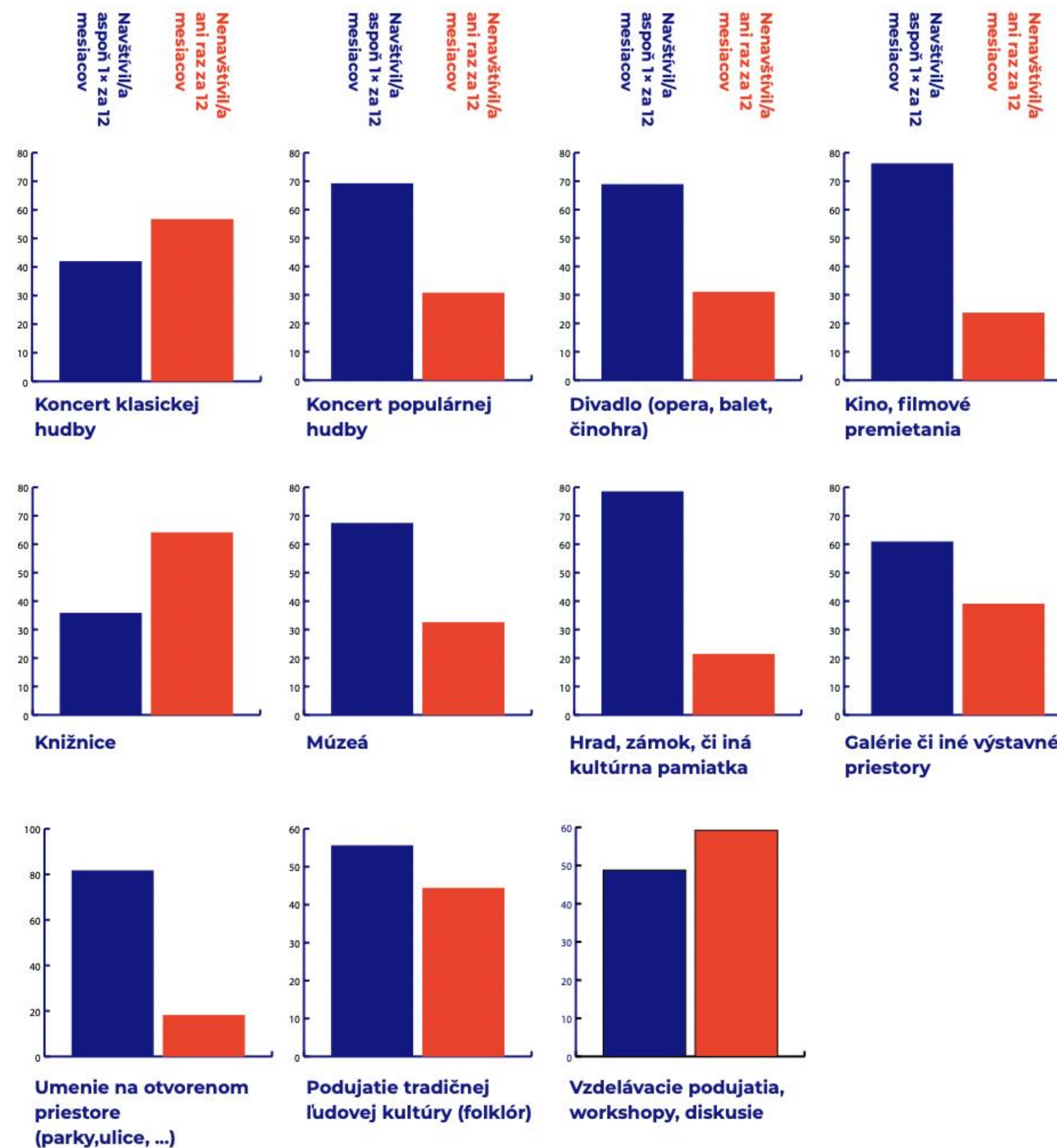
NÁVŠTEVNOSŤ KULTÚRNYCH PODUJATÍ/INŠTITÚCIÍ



GRAF 12

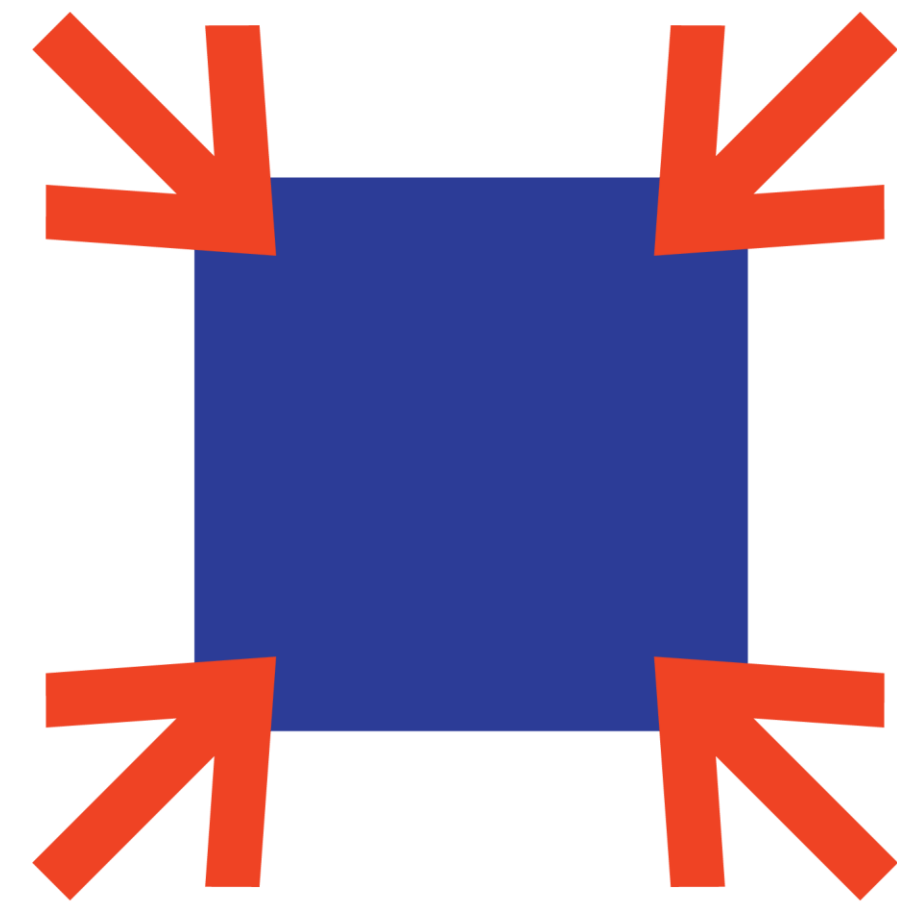
0 10 20 30 40 50 60 70

■ NAVŠTÍVIL ASPOŇ RAZ ZA 12 MESIACOV





Výskumný projekt
Creative Industry Košice



**Ukáž sa
na mape
kultúry!**



Atmosféry

Kultúrnosť a komunita

- Komernčné vs nekomerčné umenie je dôležitým rozlišovacím znakom, spotrebiteľská voľba súvisí s identitou návštevníka – ako sa charakterizuje ako konzument

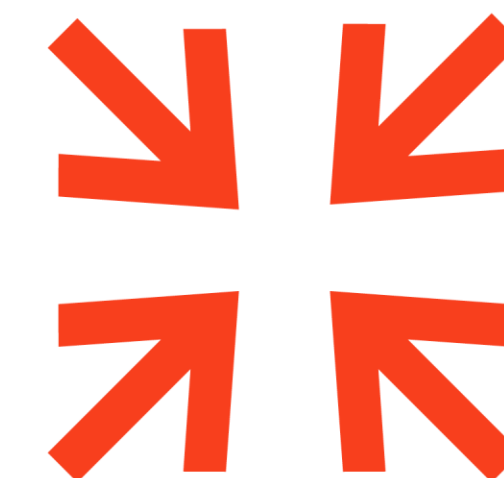
Ja by som doplnila - kultúra nie je len umenie v meste, ale všetko čo sa tu deje. Keď sa rozprávam s kamarátmi z Prešova, Bardejova a pod., stále hovoria že keď prídu do Košíc, tak cítia že je to tu žije inak. Ľudia si tu môžu viac dovoliť, inak si užívať život, aj to je podľa mňa kultúra v Košiciach.

Ja určite súhlasím. Nie som až taký umelecký typ, ale tiež vnímam kultúru ako niečo, čo sa formuje napríklad okolo Tabačky, galérií a podobných inštitúcií. Kultúra u mňa znamená aj tí ľudia a štruktúry a prirodzený sociálny život.

Miera porozumenia kultúrnemu obsahu

- Aj trendy galerijnej/kultúrnej pedagogiky, aj informácie o bariérach a otvorenosti naznačujú, že v Košiciach je veľký priestor pre zlepšenie v type „služieb“ ktoré kultúra ponúka

Je dôležité rozoznávať subjektívne vnímanie kultúry a toho, čo kto z nás považuje za “kultúrne” a čo už je “za čiarou”. *///* Nesúhlasím s tým, aby napríklad piesne s vulgárnym obsahom boli označované za prejav kultúry, oceňuje prínos ľudí zodpovedných za organizáciu Bielej noci. Kultúru spomína ako abstraktný pojem, kde nevieme uniformne zadefinovať čo všetko do nej spadá práve kvôli subjektivite vnímania. Kritizuje určité aspekty umeleckých diel, ktoré v ňom vyvolali čudné pocity a nepochopenie (napríklad osvetlené kondómy na poslednom ročníku Bielej noci).



Bariéry

Fyzické uspořádanie priestoru

- dizajn služieb a celkovo dizajn mesta sú dôležité pre celkovú atmosféru. Mladší respondenti aj vplyvom interfaceov digitálneho prostredia môžu vnímať oveľa viac prekážok vo fyzickom prostredí a „hanbiť sa“

„Niektoré kluby. Nechcem presne menovať (haha), ale sú to také staršie kluby ktoré majú desiatky rokov. Keby som okolo nich niekedy fyzicky neprechádzal, ani by som o nich nevedel.“

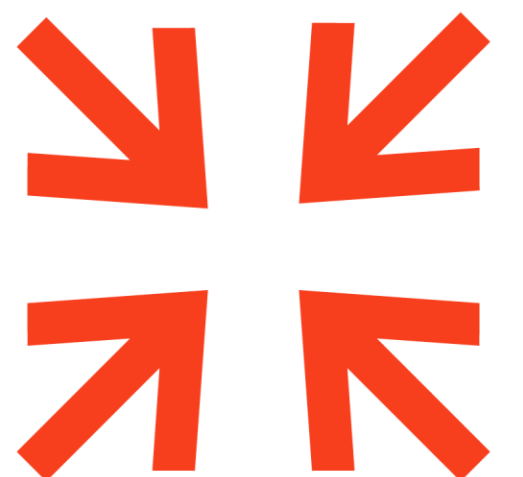
„Ja mám pocit, že to umenie by sa malo ľuďom viac otvoriť. Keď napr. idem v Bratislave cez centrum, vidím že tie galérie sú mierne pootvorené, vidno do nich dnu. Keď zmeškám autobus tak sa idem pozrieť dnu na chvíľu. A už zistím niečo zaujímavé.“

„Vítanosť“

- respondenty a respondenti vnímajú, že kultúra sa musí aktívne snažiť o divákov

„Možno sa ľudia zľaknú, a pomyslia si “čo tam ja budem robiť keď tam budú iní intelektuáli”? Ani ja nechodím všade (haha). Tiež som z tých ľudí, že si netrúfnem ísť všade. Keby ideme viacerí tak možno, ale sama tak tiež rozmýšľam čo sa odo mňa očakáva, či tam nebudem zbytočne.“

„To sa stáva aj mne. Som introvertnejšia, mám rada kultúrne podujatia ale mám voči tomu niekedy taký rešpekt a trochu sa hanbím. Keď neviem presne kde idem, tak mám stres.“



Informačná bariéra

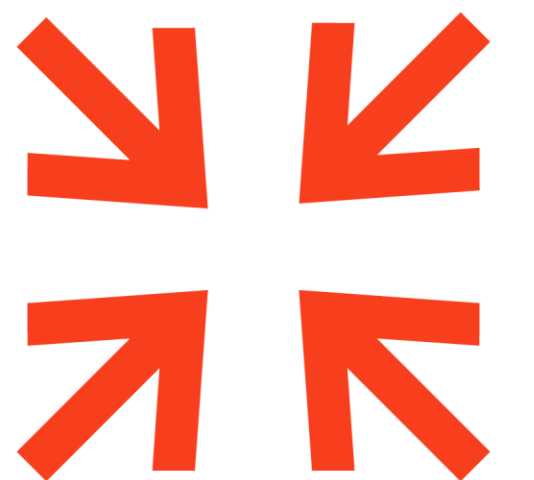
Digitálny obsah

- Digitálne platformy nie sú aktualizované formou a obsahom, súčasné sociálne siete však vytvárajú „algoritmické bubliny“
- Mnoho ľudí digitálny svet nezasiahne vôbec, majú potom zdanie, že je kultúrnej produkcie menej, než bolo v minulosti

Ja teraz zažívam že kamarátka robí pre K13 a iba cez ňu viem že sú v meste nejaké udalosti. Keby ju nemám, tak o tom neviem, nikde by mi to nevyskočilo. Toto je pre mňa nedostupnosť z nevedomosti a pritom stále sledujem galérie a podobne. Niekedy sa to ale ku mne proste nedostane.

Aj viac zmodernizovať už existujúce portály a aplikácie. Mne napríklad chýbajú nejaké sekcie, kde si viem pozrieť udalosti vytriedené podľa žánru ktorý ma zaujíma.

Košice podľa mňa nevedia že TUKE má umeleckú fakultu, máme tu nejakú strednú filmovú školu o ktorej tiež málokto vie. Registrujeme že niečo také existuje, ale nemáme to nejak silnejšie asociované. Rovnako aj konzervatórium.



Hlbší kvalitatívny vhl'ad

Silné stránky:

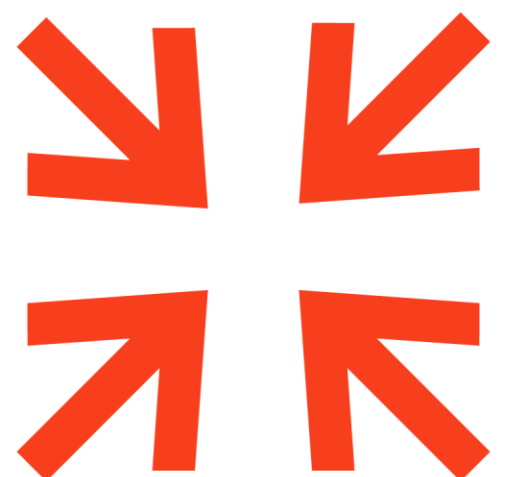
Kultúrna ponuka je veľmi široká
Kultúrne podujatia sú hodnotené pozitívne

Slabé stránky:

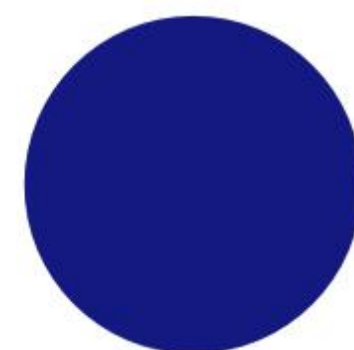
Informovanosť o podujatiach
Vizuálna stránka mesta – vzhľad mesta je stále neprijemný, preto je celý obraz mestskej kultúry nedokonalý

Faktory:

- ❖ Digital divide – nedostupnosť digitálnych technológií pre určité cieľové skupiny
- ❖ Post-socialistický kontext/architektúra/starostlivosť o priestory – aj po 30 rokoch je to veľmi dôležitý faktor
- ❖ Európske hlavné mesto kultúry ako značka nefiguruje často v odpovediach, infraštruktúra (Výmenníky, Kasárne atď. však sú vnímané ako posun)
- ❖ Kultúrne centrá ako Tabačka, Úsmev a Kasárne (spolu s Výmenníkmi) sú vnímaní ako nositelia zmeny



2007
Zdroj Šebová (2016)
N=480



61%
Nižší omnivorní



18%
Vyhranění na populární kultúru



9%
Omnivorní



13%
Neaktivní

2013
Zdroj Šebová (2016)
N=520



49%
Vyhranění na populární kultúru



15%
Omnivorní



16%
neaktivní



20%
Vyhranění na klasickou kultúru

2020
Zdroj Creative Industry Košice
N=651



43,5%
Obyvatelův občasný středný prúd



19,3%
Obyvatelův pravidelná všehochuť



17,9%
Obyvatelův neaktivný/a



12,2%
Obyvatelův ochutnávač/ka



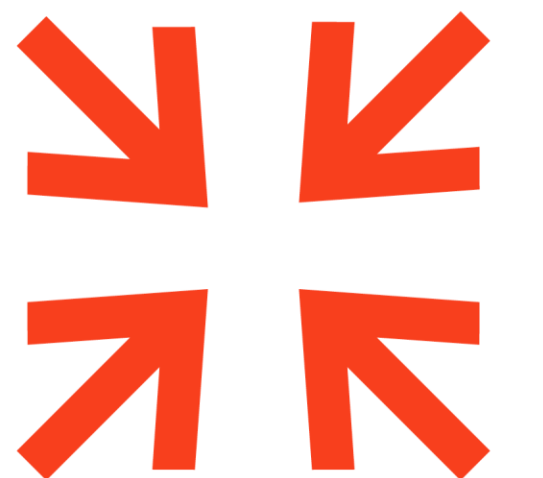
7%
Obyvatelův pravidelná klasika

Budovanie publika

Na jednej strane budovanie národa/spoločnosti (a integrácia do kľúčových kultúrnych hodnôt)

Na druhej strane rozvoj organizácie, dialogická práca a participácia

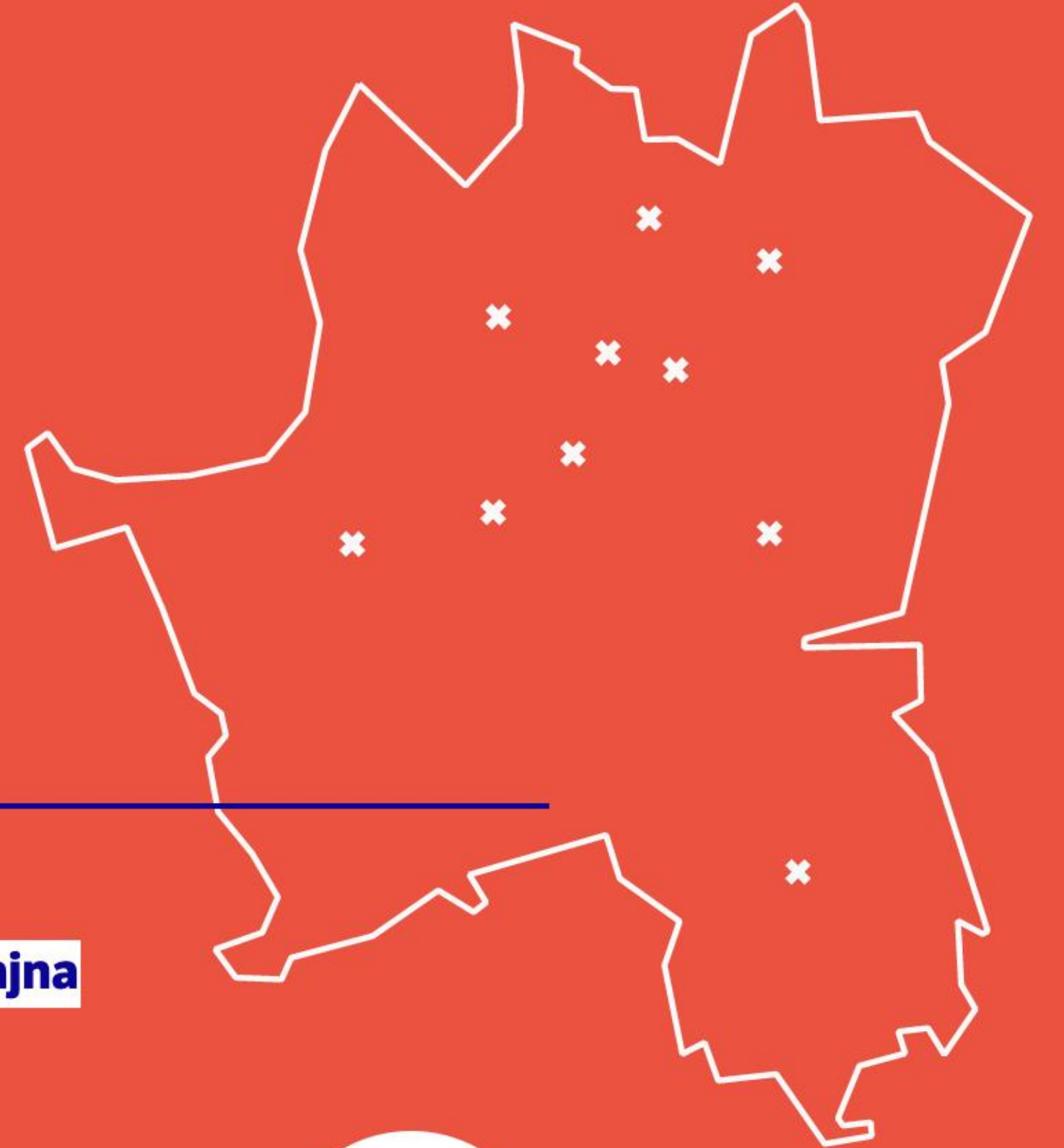
Demokratizácia kultúry vs kultúrna demokracia



Dobra prax

1
4

Geografia kultury



(Nie)dostępna kultura. Komu niewydajna komunikacja utrudnia udział w wydarzeniach?

czytaj >



Living Lab



Living Lab

Vstupné: cena, sprievod, nákup lístkov

Prostredie: vzduch, hluk, vyrušovanie, viditeľnosť (vysokí návštevníci)

Cesta: vzdialenosť, doprava, bariéry na ceste

Spoločnosť, sprievod

Státie v rade

Orientácia v priestore

Východ, únik

Fyzické bariéry: schody, plošiny

Oddychové zóny

Čas

Otváracie hodiny

Informácie: dostupnosť, sumárny prehľad, trvanie, offline informácie

Zrozumiteľný výklad

Špeciálny pedagóg

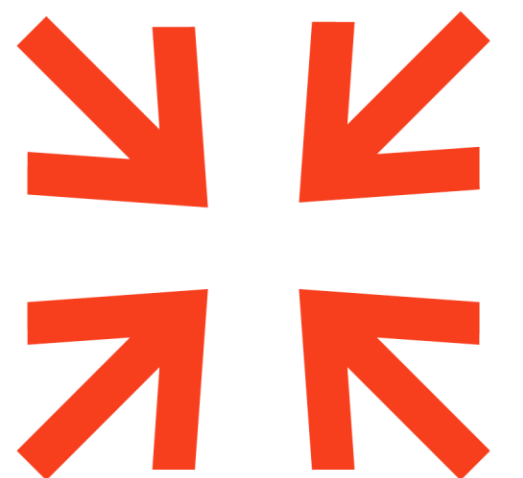
Nezaujímavá ponuka: kvalita programu

Parkovanie: dostupnosť, cena, vyhradené miesta

Počasiе

Titulky

Informácie pre nevidiacich: QR kod, brail. Písmo



Living Lab

Informovanosť a komunikácia:

QR kód na tlačene materiály (Pravý dolný roh)

Označenie špeciálnych/vhodných podujatí pre rôzne skupiny (+ sprievod zdarma)

Opis dostupnosti priestorov na webe

Označenie priestorov

Krabička na spätnú väzbu a anonymné odporúčania

Informácie do Kam do mesta

Šírenie informácií cez lokálne médiá

Spájanie skupín:

Súbeh viacerých skupín na podujatí

Neoddeľovať, integrovať. Napr. miesta pre znevýhodnených v priestore (nie v jednom rade alebo oddelenej zóne)

Pozvať ľudí zo zraniteľných skupín do hľadania riešení: zdieľanie skúseností

Spolupráca na programe: napr. výber filmov o ktoré majú záujem

Sieťovanie organizácií:

Spolupráca malých podujatí s veľkými podujatiami

Spolupráca organizácií a iných skupín: kluby seniorov, soc. Služby, ÚNSS (+ lekári, príbuzní)
pre zisťovanie potrieb

