

**SURADNIČKI MODELI U
KULTURI U MEĐIMURSKOJ
ŽUPANIJI**

/// ISTRAŽIVANJE JAVNOG MIJENJA

SADRŽAJ

UVOD	3
METODOLOGIJA.....	3
ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA.....	4
DOBNA STRUKTURA ISPITANIKA	4
KATEGORIJE ISPITANIKA	4
POSJEĆENOST KULTURNIH SADRŽAJA	5
ŠTO KAŽU POSJETITELJI?.....	7
ŠTO KAŽU ORGANIZATORI I UMJETNICI?	8
RASPRAVA.....	9
ZAKLJUČAK I PREPORUKE	10

UVOD

Istraživanje javnog mijenja o participativnim modelima, modelima suupravljanja procesima i prostorima u kulturi u Međimurskoj županiji je jedna od analiza u setu analiza koje je Platforma za Društveni centar Čakovec naručila od ACT Grupe u projektu Nove prakse - sudioničko upravljanje zgradom Scheier u okviru poziva Kultura u centru - potpora razvoju javno-civilnog partnerstva u kulturi.

Analize su vezane uz dosadašnje prakse suupravljanja u kulturi, dostupnosti sadržaja, smještaja rezidencijalnih i produkcijskih programa. Analize će Platformi pomoći u daljnjem razvoju zgrade Scheier kao društveno-kulturnog centra te mogućnostima suradnje s drugim akterima u kulturi u Međimurskoj županiji.

Ovaj dokument predstavlja analizu mišljenja posjetitelja kulturnih sadržaja koji su na neki način upoznati ili zainteresirani za suradničke modele. Istraživanje nije provedeno na reprezentativnom uzorku stanovnika Međimurske županije.

Cilj istraživanja je ispitati razumijevanje modela suradnje u kulturi i interes za sudjelovanje u modelima suradnje. Pretpostavili smo da građani i akteri u kulturi, kojima su razumljivi termini suradničkih praksi u kulturi i naišli su na primjere takvih praksi, ipak nisu dovoljno upoznati sa suradničkim modelima, da nema adekvatne ponude takvih modela u Županiji, a ponuda koja postoji nije dovoljno dobro prezentirana.

METODOLOGIJA

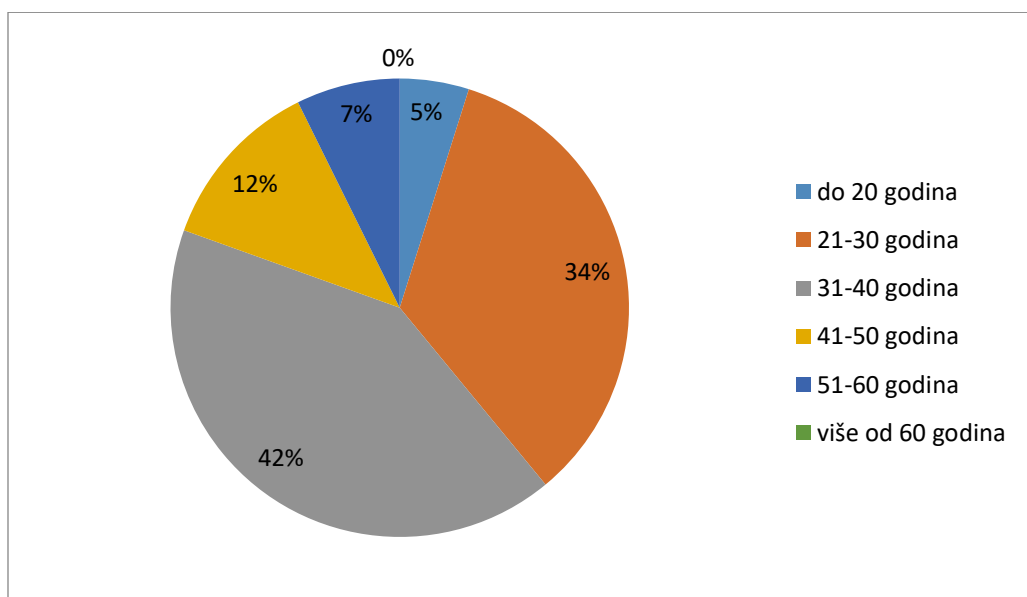
Za istraživanje je korištena anonimna anketa koja se ispunjavala *online*. Poziv za ispunjavanje je odaslan putem Facebook mreža ACT Grupe, Platforme za Društveni centar Čakovec, Centra za kulturu Čakovec, Muzeja Međimurja, Muzeja Croata insulanus i Grada Preloga. Plaćen je i Facebook oglas ACT Grupe prema ciljanoj skupini koji je imao doseg od 3.595 pratitelja s angažmanom njih 168. Nemamo podataka o doseg u objava ostalih navedenih institucija. Anketa je bila dostupna za ispunjavanje od 9. siječnja do 21. siječnja 2019.

ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

U ispitivanju javnog mijenja sudjelovao je ukupno 41 ispitanik. Broj ispitanika je očekivan s obzirom na to da je cilj istraživanja bio dobiti što relevantnije ispitanike, a ne što veći broj.

DOBNA STRUKTURA ISPITANIKA

Većina ispitanika (75%) je dobne skupine od 21 do 40 godina (graf 1.). S obzirom na to da je analiza javnog mijenja bila provedena online, rezultati dobne skupine sukladni su generacijama koje aktivno koriste internet. Evidentan je manji broj ispitanika mlađih od 20 godina. Izostanak te skupine upućuje na to da oni nisu dio mreža i kanala civilnih organizacija i kulturnih ustanova kroz koje se poziv za sudjelovanje širio. Rezultati istraživanja ne ukazuju na značajnu dobnu razliku između organizatora i posjetitelja. Međutim, metodologija ovog istraživanja, a ni cilj, nisu adekvatni za taj tip analize situacije. Za dobnu analizu potreban je puno veći uzorak ispitanika kako bi se dobio uvid u realno stanje životne dobi različitih aktera u kulturi.

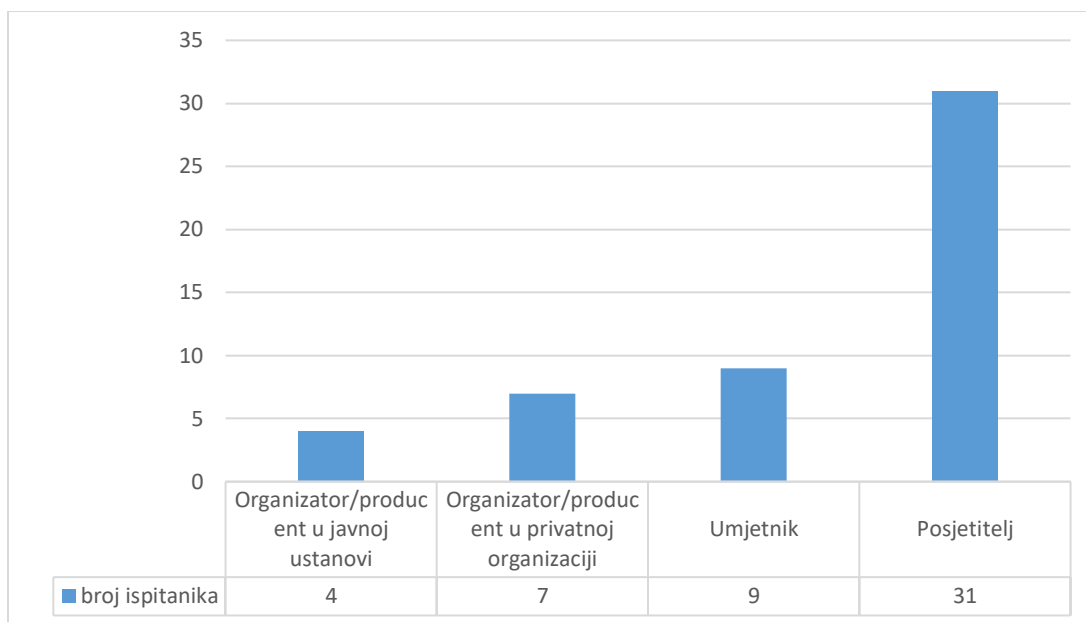


Graf 1. Dobna struktura sudionika u istraživanju javnog mijenja

KATEGORIJE ISPITANIKA

Od ukupnog broja ispitanika polovica su posjetitelji, a polovica organizatori i umjetnici (graf 2.). Ispitanici su se mogli izjasniti kao pripadnici više kategorija. U istraživanju su sudjelovali akteri svih tipova uloga u kulturi što je korisno za svestrano sagledavanje stanja. Većina organizatora i umjetnika također se izjasnilo kao i posjetitelj kulturnih sadržaja, što im daje relevantnost u

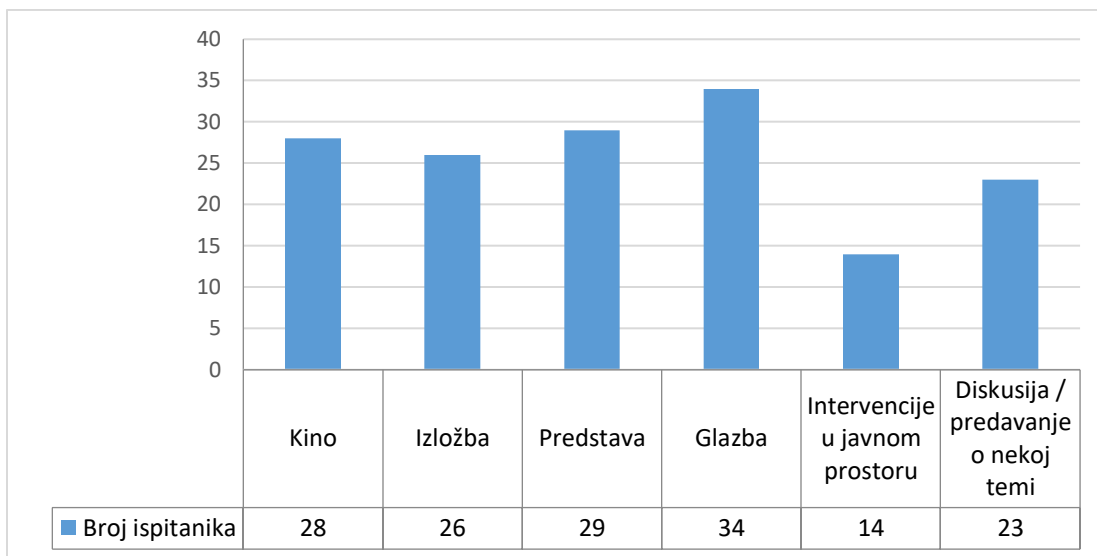
pitanjima vezanima na iskustva o posjećivanju kulturnih sadržaja u drugom dijelu ovog istraživanja.



Graf 2. Kategorije ispitanika

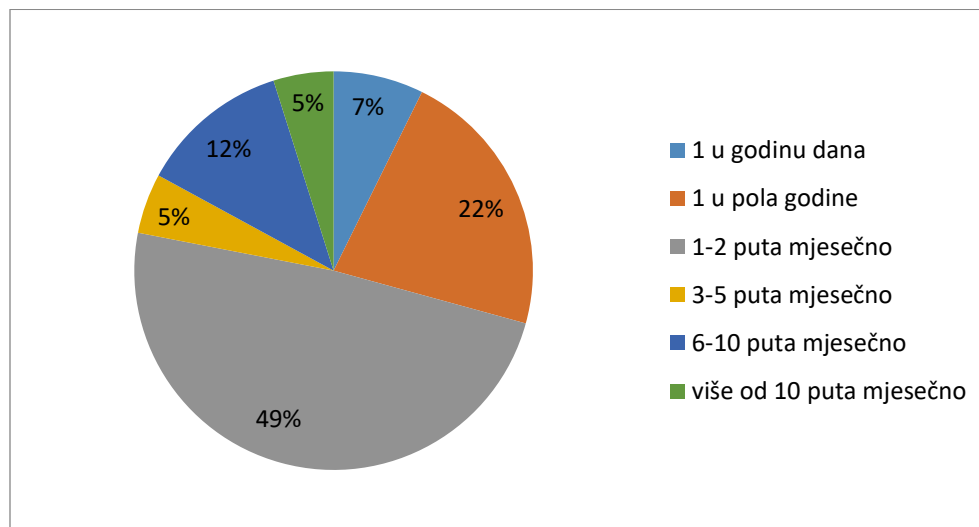
POSJEĆENOST KULTURNIH SADRŽAJA

Iz rezultata tipa kulturnih sadržaja koje posjećuju ispitanici vidljiva je heterogenost sudionika ankete (graf 3.). Niti jedan sadržaj nije dominantan u preferenciji posjetitelja. Za svaki sadržaj svoj interes izjasnilo je prosječno 70% ispitanika. Najviše za glazbu, 83%, a najmanje za intervencije u javnom prostoru, 34%. Intervencija u javnom prostoru je najmanje sadržana, s 14%, međutim s obzirom na skromnu ponudu ovog sadržaja postotak je visok i ukazuje na grupu koja se odazvala popunjavanju ankete.



Graf 3. Preferencija ispitanika spram kulturnim sadržajima

Većina ispitanika kulturne sadržaje posjećuje 1 do 2 puta mjesečno, odnosno 70% ispitanika kulturne sadržaje posjećuje više od 1 puta mjesečno (graf 4.)



Graf 4. Učestalost posjećivanja kulturnih sadržaja

ŠTO KAŽU POSJETITELJI?

Kategorijom posjetitelji smatramo sudionike ankete koji su se izjasnili isključivo kao posjetitelji.

Kao glavni čimbenik koji bi povećao učestalost njihovog posjećivanja kulturnih sadržaja navode vrijeme održavanja te potrebu za boljim oglašavanjem. Primjer te problematike je opisan i komentarem jednog ispitanika. Istaknuta je i problematika raznovrsnosti sadržaja, dok se cijena ulaznica i kvaliteta sadržaja spominju samo sporadično.

“Možda više medijski najaviti pojedine događaje, često se dogodi da o nečem što se događalo nije nigdje bilo najave, već samo osvrt”

Na temu koje sadržaje smatraju oskudnima, odnosno koje bi više posjećivali, u odgovorima posjetitelja ne ističe se niti jedan kulturni sadržaj poimenice. Gotovo svi ispitanici naveli su više od jednog tipa sadržaja ali nema više od dvostrukog ili trostrukog ponavljanja nedostatka nekog sadržaja. Navode se ples, glazba, intervencija u javnom prostoru, općeniti sadržaji na otvorenome, filmovi, performansi, kazališne predstave te predavanja na različite teme.

Gotovo svi posjetitelji odgovorili su da ne daju nikakve povratne informacije o kulturnom sadržaju organizatorima, te se primjećuje učestalost komentara koji aludiraju na to da organizatore to ne zanima. Od ispitanika koji su potvrdno odgovorili većina povratne informacije daje direktno umjetniku ako se nalazi tamo ili na kratke evaluacijske upitnike na licu mjesta. Evaluacija digitalnim putem navedena je samo kod dvoje ispitanika kao preferirana metoda.

“Ne. Ne postoji evaluacija. Organizatore to očito ne zanima”

Samo jedan ispitanik posjetitelj naveo je da poznaje neki model građanskog sudjelovanja u kreiranju sadržaja, su-upravljanju procesima i prostorima zajedno s javnim institucijama. Navedeni ispitanik naveo je Centar za mlade i Laboratorij arhitekture. Unatoč nepoznavanju primjera svi posjetitelji su se izjasnili da smatraju da je takav model suradnje potreban prvenstveno za povećanje interesa šire javnosti za sadržaje ali i mogućnost formiranja sadržaja prema interesu građana. Navodi se i problem informiranosti na ovu temu (*“Potrebni su i ako postoje treba ljude informirati o njima”*) što je i potvrđeno s gotovo apsolutnim nepoznavanjem primjera takvih modela.

Na pitanje bi li htjeli sudjelovati u modelima kreiranja sadržaja, su-upravljanju procesima i prostorima polovica ispitanika iz skupine posjetitelja nije dala odgovor. Druga polovica izjasnila se da bi htjela sudjelovati, uz čestu napomenu da bi sudjelovali ako bi uspjeli naći slobodnog vremena.

ŠTO KAŽU ORGANIZATORI I UMJETNICI?

Kategorijom organizatori i umjetnici smatramo sudionike ankete koji su se između ostalog izjasnili i kao organizator i/ili umjetnik.

Organizatori i umjetnici kao dominantan čimbenik koji bi povećao učestalost njihovog posjećivanja kulturnih sadržaja izrazito dominantno navode potrebu za većom kvalitetom i inovativnošću sadržaja. Sporadično se navode problemi cijene i oglašavanja sadržaja.

Organizatori i umjetnici smatraju da je najoskudnija ponuda modernih kulturnih sadržaja te sadržaja mladih umjetnika. Uz to navodi se i potreba za više sadržaja poput predstava, projekcija, kazališta i suvremenih tematika,

“Sve suvremeno relevantne teme. Dominiraju amaterizam u slikarstvu i kazalištu... Nema tu ni velikog estetskog doživljaja, a bome niti nekih propitivanja suvremene konteksta, reakcija zajednica...”

Povratne informacije o kulturnim sadržajima koje posjećuju umjetnici i organizatori daje otprilike polovica ispitanika. Gotovo svi koji daju povratne informacije to rade usmenim putem direktno prilikom posjete samog sadržaja. Dio ispitanika koji se izjasnio da ne daje povratne informacije, isto kao i posjetitelji navode da ih nitko ni ne traži.

“Uglavnom ne jer ni ne postoji mogućnost. Dajem onima koje poznajem.”

Većina ispitanika upoznata je s nekim modelima građanskog sudjelovanja u kreiranju sadržaja, su-upravljanju procesima i prostorima zajedno s javnim institucijama. Navode se Centar za mlade, Hrvatsko društvo likovnih umjetnika Međimurja, Galerija na otvorenom Štrigova, Centar za kulturu Čakovec, Muzej Međimurja, 3FF, ACT Grupa, Društveni centar Čakovec, sklonište za životinje, Međimurska udruga za ranu intervenciju u djetinjstvu i djelovanje kulturno-umjetničkih društava. Svi organizatori i umjetnici se slažu da za takvim modelima ima potrebe, ali također navode da se uglavnom susreću s nezainteresiranim građanstvom za aktivno sudjelovanje te pasivnošću javnih institucija kod implementacije takvog modela.

Organizatori i umjetnici izjasnili su se jednoglasno da bi htjeli sudjelovati u modelima kreiranja sadržaja, su-upravljanju procesima i prostorima. Glavni razlog želje za sudjelovanjem je ljubav prema kulturi i želja za poboljšanjem ponude.

“Da. Jer mislim da više mladih treba uključiti u organizacije jer znaju što je sada IN i što se više gleda i u što je uprta pozornost.”

RASPRAVA

Iz rezultata istraživanja vidljivo je neslaganje u mišljenju organizatora i umjetnika naspram posjetitelja o faktorima koji bi povećali posjećenost kulturnih sadržaja. Obje skupine posjećuju sve kulturne sadržaje bez većih preferencija ka nekom tipu sadržaja, te se obje skupine slažu da treba povećati kulturne sadržaje u svim tipovima kulture. Međutim, fokus treba usmjeriti na činjenicu da organizatori i umjetnici u većini smatraju da kvaliteta nije dobra te da je to glavni element na kojem treba raditi kako bi se povećala posjećenost. Ni jedan posjetitelj nije spomenuo nedostatak kvalitete što sugerira da organizatori i umjetnici nemaju kvalitetnu komunikaciju s posjetiteljima i nisu upoznati sa stvarnim željama i mišljenjem posjetitelja.

Proučavajući prakse o davanju povratnih informacija nije teško zaključiti zbog čega je i došlo do takve diskomunikacije organizatora i posjetitelja. Rezultati na ovom području su poražavajući. Ne samo da posjetitelji iznose da evaluacije nema ni da ih nitko ne traži evaluaciju, nego i sami organizatori komentiraju jednako. Postavlja se pitanje zašto organizatori, koji sami uviđaju taj problem kad su u ulozi posjetitelja, ne implementiraju modele evaluacije na događajima koje organiziraju? Povratna informacija na licu mjesta kroz razgovor svakako je najdetaljnija i najrealnija evaluacija, ali je često slabo prisutna. Najviše je prakticirana od strane kolega ili čestih posjetitelja, dok upravo nova publika koja treba biti i cilj, biva u potpunosti zakinuta za evaluaciju. Zabrinjavajući je podatak da gotovo da nema spomena evaluacija u digitalnom obliku ni od jedne skupine. S obzirom na to da je anketa provedena preko interneta, svi ispitanici imaju osnovnu informatičku pismenost i možemo pretpostaviti da ne bi trebali imati poteškoća u ispunjavanju online evaluacija ili nekog drugog tipa traženja povratnih informacija. Međutim, one se ne prakticiraju te bi tu tematiku trebalo dodatno istražiti kako bi se utvrdio razlog zašto se ne prakticira. Potrebno je spomenuti da će u posebnom dokumentu biti analizirano prikupljanje povratnih informacija od strane javnih ustanova u kulturi koje redovito navode da to rade preko društvenih mreža gdje prate komentare na pojedine objave. Za nagađati je zašto sudionici ovog istraživanja to nisu prepoznali kao davanje povratnih informacija. Mogući razlozi mogu biti da se takvi komentari ne analiziraju, da se ne daju nižim razinama radnika u kulturi (već su samo u domeni *community managera* i/ili vodstva), da posjetitelji to ne smatraju „ozbiljnim“ davanjem povratne informacije ili nešto drugo. Davanje povratne informacije je uključeno u ovo istraživanje jer ga smatramo početnim oblikom participacije u kreiranju kulturnih sadržaja.

Sudjelovanje u kreiranju sadržaja, su-upravljanje procesima i prostorima zajedno s javnim institucijama jednoglasno je okarakterizirano kao dobar i poželjan model. Organizatori, umjetnici i posjetitelji slažu se da je to model koji može samo doprinijeti razvoju kulture i društva te ga svakako treba poticati. Gotovo svi organizatori i umjetnici čvrsto su se izjasnili da bi htjeli ili već sudjeluju u takvim modelima, dok su posjetitelji nešto suzdržaniji te bi htjeli sudjelovati ali su svjesni da to iziskuje određeno vrijeme za koje nisu sigurni da li ga imaju. Nažalost iznimno pozitivni rezultati na iskazivanju želja poraženi su općim nepoznavanjem

tematike o kojoj se govori. Posjetitelji u velikoj većini nisu upoznati ni s jednim takvim modelom, dok organizatori i umjetnici, uz neke izuzetke, jako površno navode primjere modela. U pravilu navode samo organizacije za koje znaju da su uključene u takve modele. Iz navedenog može se zaključiti da je prije implementacije takvih modela potrebno educirati i organizatore i posjetitelje o načinu njihove uspostave i korištenja. Nadalje, očito je da od strane organizatora koji posjeduju participativne modele ne postoji dobra komunikacija prema javnostima o prirodi i vrijednostima takvih modela te o mogućnostima uključivanja građana.

ZAKLJUČAK I PREPORUKE

Kako bi moglo doći do aktivnog provođenja modela su-upravljanja procesima i prostorima zajedno s javnim institucijama potrebno je osnažiti organizatore, umjetnike i posjetitelje. Iz rezultata istraživanja evidentno je da posjetitelji žele više sadržaja te iskazuju interese za sudjelovanjem u kreiranju istih. Organizatori se također izjašnjavaju da vrlo rado prihvaćaju suradnju s građanima te bi također htjeli implementirati takve modele. Kako bi proveo proces aktiviranja tih modela potrebno je najprije stvoriti komunikaciju organizatora i posjetitelja kroz aktivan rad na dobivanju evaluacije o samim sadržajima od strane posjetitelja. Tako će se potaknuti suradnja i osjećaj doprinosa posjetitelja što je preduvjet za ostvarivanje željenih modela su-upravljanja. Nastavno na navedeno, vidljivo je nepoznavanje tematike o tome što ti modeli konkretno jesu. Potrebne su edukacije o tome kakvi su to modeli, te kako ih implementirati. Edukacije i sustavnu podršku potrebno je provesti prvenstveno s organizatorima i umjetnicima kako bi oni mogli biti nosioci postepenog uključivanja građanstva.