

JUNI 2022 | RAPPORT

invent

EUROPEAN INVENTORY OF SOCIETAL VALUES OF CULTURE AS
BASIS FOR INCLUSIVE CULTURAL POLICIES



Danskernes forståelse af og deltagelse i kultur 2021

Eva Myrczik | Nete Nørgaard Kristensen | Unni From-Andreasen

Designet af Cecilia Arroyo



Indhold

1. OM UNDERSØGELSEN
2. HOVEDRESULTATER
3. HVAD BETYDER KULTUR IFØLGE DANSKERNE?
4. KULTURENS SAMFUNDSMÆSSIGE ROLLE
5. OPBAKNING TIL OFFENTLIG STØTTE TIL KULTUREN
6. KULTUREL DELTAGELSE OG KULTURENS VÆRDI
7. DIGITAL DELTAGELSE OG INTERNETBRUG
8. TILFREDSHED MED DET LOKALE KULTURTILBUD
9. KULTUREN (DER MANGLEDE) I EN TID MED COVID-19

1. OM UNDERSØGELSEN

“Hvad betyder kultur for dig?”

Kultur kan betyde mange forskellige ting for forskellige mennesker. I takt med at samfundet ændrer sig, ændrer vores forståelse af kultur, kulturens rolle i hverdagen og borgernes kulturelle muligheder sig også. Senest har COVID-19-pandemien forandret grundlæggende vilkår i vores liv, fx vores kulturelle vaner, muligheder for kulturel deltagelse og måder at leve på.

Denne rapport præsenterer ny forskningsbaseret viden om danskernes forståelse af, hvad kultur er, deres holdninger til kultur og betydningen af kultur i deres hverdag. Vi anvender ikke en bestemt definition af kultur, men spørger åbent til forskellige aspekter af kultur, såsom danskernes mening om og deltagelse i en bred vifte af kulturelle tilbud, deres internetbrug til kulturelle formål samt deres holdninger til bredere samfundskulturelle forandringer i Danmark og i Europa.

Rapporten er baseret på en større, international undersøgelse om europæernes – herunder danskernes – kulturforståelse, gennemført i foråret 2021 som del af et europæisk forskningsprojekt med titlen INVENT, European Inventory of Societal Values of Culture as a Basis for Inclusive Culture Policies in the Globalizing World. Projektet er finansieret af EU's Horizon 2020 forsknings- og innovationsprogram og omfatter, udover Danmark, Storbritannien, Finland, Frankrig, Holland, Kroatien, Schweiz, Serbien og Spanien. Mere information om projektet findes her: <https://inventculture.eu/>.

Den danske del af undersøgelsen omfatter besvarelser fra i alt 1.666 personer i alderen 18 til 80 år, som er bosat i Danmark og er repræsentative for befolkningen, hvad angår køn, alder, region, uddannelse og minoritetsgrupper. Epinion gennemførte dataindsamlingen som en webbaseret undersøgelse. Den følgende analyse bruger uvægtede data.

2. HOVEDRESULTATER

Centrale pointer fra undersøgelsen

- Danskerne har i udgangspunktet en bred og åben kulturforståelse. Men når de bliver bedt om at uddybe deres svar, afspejler svarene et mere traditionelt syn på kultur som "kunst og kultur".
- Danskerne er generelt glade for de kulturelle aktiviteter og tilbud, som er til rådighed i det område, hvor de bor.
- Danskerne deltager generelt aktivt i kultur. I gennemsnit deltager de mellem én og seks gange om året i kulturbegivenheder, og de deltager i forskellige kulturelle aktiviteter, både hjemme og uden for hjemmet.
- Danskernes mest almindelige og hyppige kulturaktiviteter relaterer til dagligdags kulturforbrug, fx at læse bøger, dyrke sport eller gå på café, bar eller restaurant. De mindst almindelige former for kulturel deltagelse er kreative aktiviteter, såsom at lave musik eller kunst.
- Kultur er en social aktivitet. COVID-19-pandemien har fået danskerne til især at savne kulturelle aktiviteter og begivenheder med en social dimension, såsom at gå på restaurant, rejse og være sammen med venner og familie. Det vil sige aktiviteter, der i høj grad blev begrænset af COVID-19-restriktioner.
- Når danskerne skal sætte værdi på kultur, er denne værdi ikke direkte forbundet med deres egen, kulturelle deltagelsespraksis. Eksempelvis er danskernes opbakning til offentlig støtte til kulturelle initiativer og organisationer større end deres faktiske deltagelse i disse aktiviteter.



3. HVAD BETYDER KULTUR IFØLGE DANSKERNE?

Et hovedformål med undersøgelsen var at finde ud af, hvad folk umiddelbart anser for at være eller tilhøre kultur. Undersøgelsen gav ingen eksempler eller definitioner, men stillede det meget brede og åbne spørgsmål: "Hvad er det første, der falder dig ind, når du tænker på ordet kultur?" De åbne og udførlige svar pegede på en bred vifte af forståelser af kultur. Ordskyen viser essensen af svarene, kondenseret til de ord, danskerne bruger mest til at beskrive, hvad kultur er. De fleste udtrykker en klassisk eller snæver opfattelse af kulturen, da de mest almindelige ord relaterer til kunst, musik, teater, museer og koncerter. Ordskyen viser også, at nogle danskere lægger vægt på det sociale aspekt af kulturen, forbinder kultur med oplevelser, mennesker, samfund, traditioner, værdier og historie og bruger adjektiver, der henviser til både ensartethed og forskellighed. Mangfoldigheden af begreber og ord er udtryk for et åbent syn på kultur, der kobler til ideer om læring, uddannelse og oplysning samt oplevelse og underholdning. Kultur kan betyde kunst, religion, mad, sprog – og det beskrives ofte som en livsstil.

Hvad er det første, der falder dig ind, når du tænker på ordet kultur?



Fig. 1: Ordsky der viser de oftest nævnte ord for, hvad kultur betyder. N = 1604

HVAD HØRER TIL KULTUR?

Undersøgelsen kortlagde også, hvilke områder eller emner danskerne synes hører til kultur – og dermed også, hvilket der ikke gør. Selvom danskernes umiddelbare kulturforståelse er bred og mangfoldig, er der et tydeligt mønster, når man spørger mere direkte til, hvorvidt et bestemt område eller en bestemt aktivitet hører til kulturen eller ej. Historiske monumenter, opera og litteratur – med andre ord klassiske kulturelle områder, eller kultur som kunst – fremhæves oftest som noget, der "bestemt" tilhører kultur. Tre ud af fire danskere ser også folkedans som en del af kulturen, efterfulgt af madfestivaler/markeder og hiphop, hvilket viser en åbenhed over for også populærkulturelle områder.

De områder, som danskerne er mest uenige i i forhold til, om de tilhører kultur eller ej, kobler til populære, kommercielle områder. Størstedelen udelukker indkøbscentre, som noget der tilhører kultur, efterfulgt af reality-shows i TV samt video- og computerspil.

HVAD HØRER TIL KULTUR IFØLGE DANSKERNE?

For hvert af de følgende emner, bedes du angive, om det tilhører kultur efter din mening?

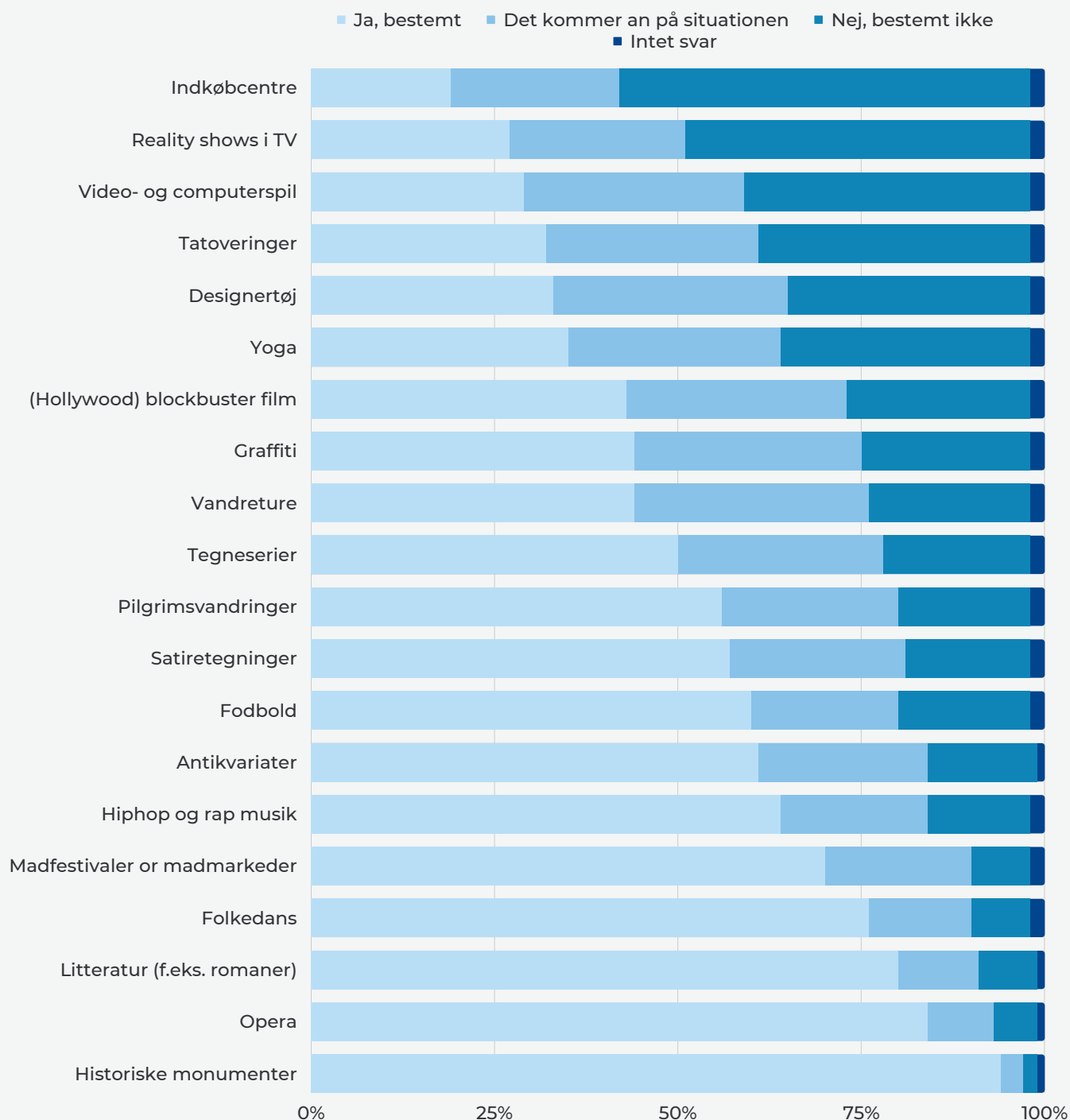


Fig. 2: Danskerne inddrager mange områder som del af kulturen

4. KULTURENS SAMFUNDSMÆSSIGE ROLLE

Som nævnt er kultur ikke kun et produkt, en aktivitet eller underholdning. Kulturens eksistens, tilgængelighed og udtryk har merværdi for både individet og samfundet. Danskernes kulturforståelse udvikler sig konstant, og den spejler deres liv, samfundsopfattelse, og den historie de er del af. Derfor spurgte undersøgelsen til kulturens rolle i forhold til at forbinde mennesker på tværs af forskellige skel. Hovedparten af danskerne er enige i, at "kultur forbinder mennesker og bygger bro mellem politiske, sociale og religiøse skel". Kultur kan knytte mennesker sammen på tværs af forskellige overbevisninger og tilhørsforhold.

I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?

kultur forbinder mennesker og bygger bro mellem politiske, sociale og religiøse skel

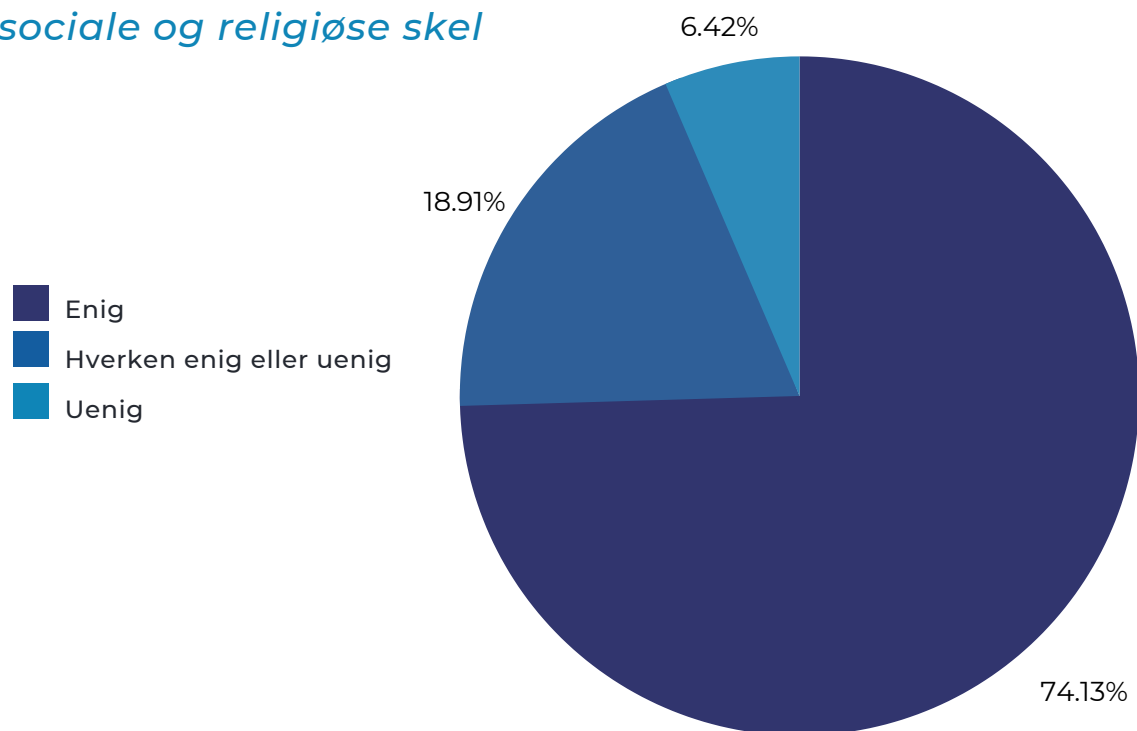


Fig. 3: Kulturens rolle i forhold til at forbinde folk og bygge bro over politiske, sociale og religiøse skel. De oprindelige fem svarkategorier blev lagt sammen til tre:

Enig: Meget enig & (Noget) enig. Hverken enig eller uenig. Uenig: (Noget) uenig & Meget uenig.



5. OPBAKNING TIL OFFENTLIG STØTTE TIL KULTUREN

Dansk og europæisk kulturpolitik har til formål at give alle borgere adgang til kultur. Derfor modtager mange kulturinstitutioner og kulturelle initiativer offentlig støtte fra forskellige organer. Brugen af offentlige midler til konkrete kulturinitiativer værdsættes overvejende positivt af danskerne, da de fleste finder det vigtigt at støtte offentligt op om en række kulturelle områder og aktiviteter - fra kulturarv til mere individualiseret og kommerciel kultur. Svarene viser dog også, at der er et hierarki - kulturinstitutioner såsom museer og biblioteker samt monumenter og historiske steder rangerer øverst, når det kommer til spørgsmålet om, hvor vigtigt det er, at bestemte områder modtager offentlig støtte. Jo længere væk fra traditionelle kulturinstitutioner, og jo tættere på individuelle eller sociale formål, jo mindre vigtig synes danskerne, at den offentlige støtte er. Mindst betydning tillægges støtte til minoritetskulturer, dansk kulturproduktion (f.eks. til danske tv-, film-, spil- eller musikproduktionselskaber) og reklame for kulturtilbud til turister.

Hvor vigtigt eller ikke vigtigt er det efter din mening, at følgende områder modtager offentlig støtte fra det offentlige? (enten på lokalt, regionalt eller nationalt niveau)

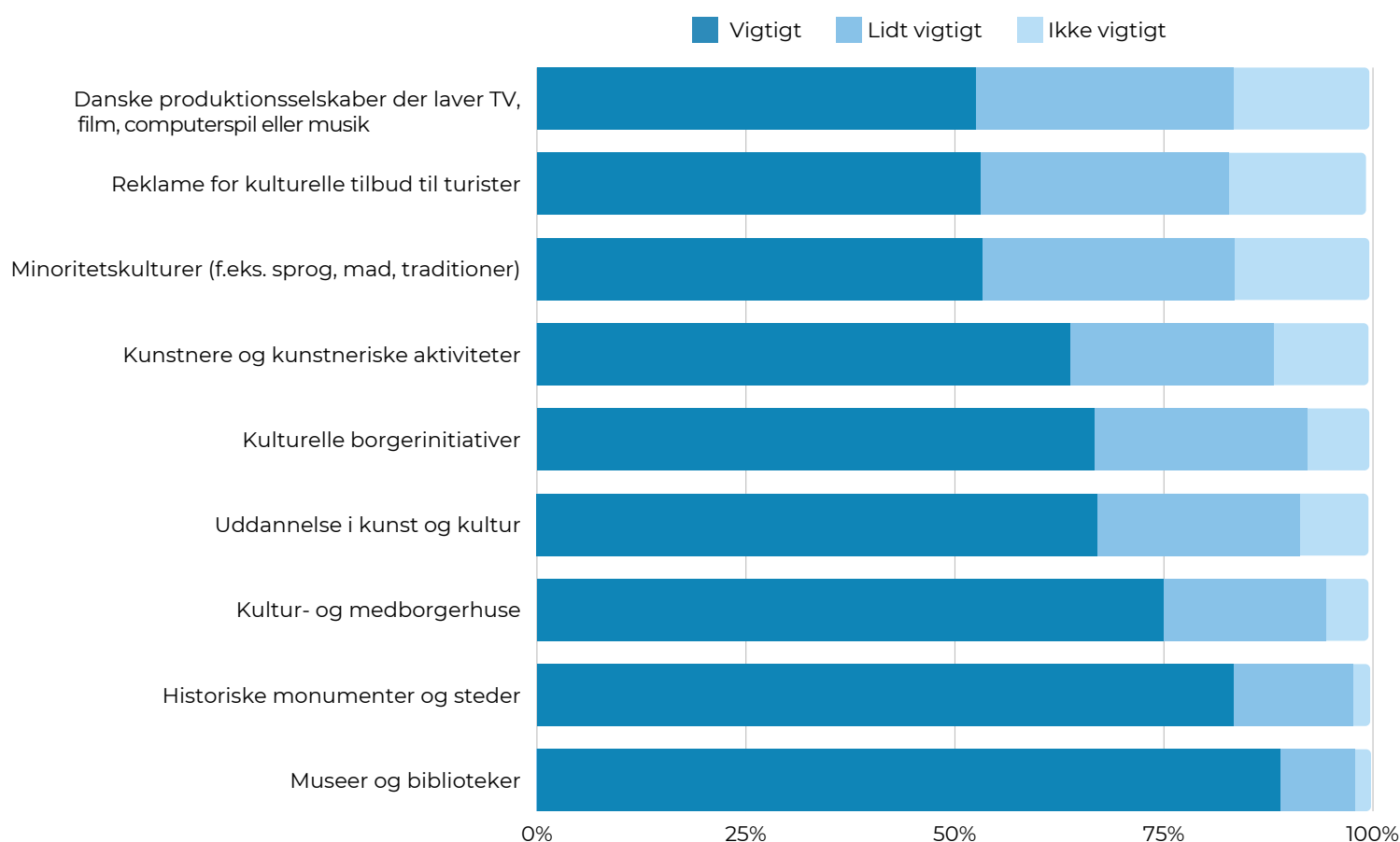


Fig. 4: Danskernes syn på vigtigheden af offentlig støtte til forskellige kulturområder. Note. På grund af afrunding giver procentsatserne ikke nødvendigvis 100 i alt.

6. KULTUREL DELTAGELSE OG KULTURENS VÆRDI

Ud over at give alle danskere adgang til kultur er et andet kulturpolitisk hovedformål at yde støtte til borgernes deltagelse i en bred vifte af kulturtilbud. Som rapporten allerede har vist, knytter danskerne ikke én bestemt betydning til kultur – kultur kan betyde mange ting og spille forskellige roller i folks liv. Så hvilke begivenheder og aktiviteter engagerer danskerne sig faktisk i?

Denne undersøgelse blev gennemført under COVID-19-pandemien, og resultaterne er derfor både direkte og indirekte påvirket af disse ekstraordinære omstændigheder. I forbindelse med spørgemålene om kulturel deltagelse spurgte vi til en situation uden begrænsninger og nedlukninger.

BEGIVENHEDER

De fleste danskere deltager i gennemsnit i kulturelle aktiviteter mellem én og seks gange om året. Meget aktive (klassiske) kulturforbrugere er dog mere sjældne. Et mindretal af danskerne besøger meget ofte et museum, et monument eller et historisk sted, mens næsten hver anden gør det op til seks gange om året. Næsten halvdelen deltager i popkoncerter, klassiske koncerter eller opera-, ballet- eller teaterforestillinger mindst én gang om året. Disse deltagelsesmønstre afspejler karakteren af sådanne kulturbegivenheder, da det typisk ikke er aktiviteter, man deltager i alle ugens dage. Næsten hver anden deltager dog (næsten) aldrig i sådanne arrangementer.

Hvor ofte deltager du typisk i følgende begivenheder eller besøger følgende steder? Svar venligst i forhold til en situation, hvor der ikke er nogle begrænsninger på grund af COVID-19.

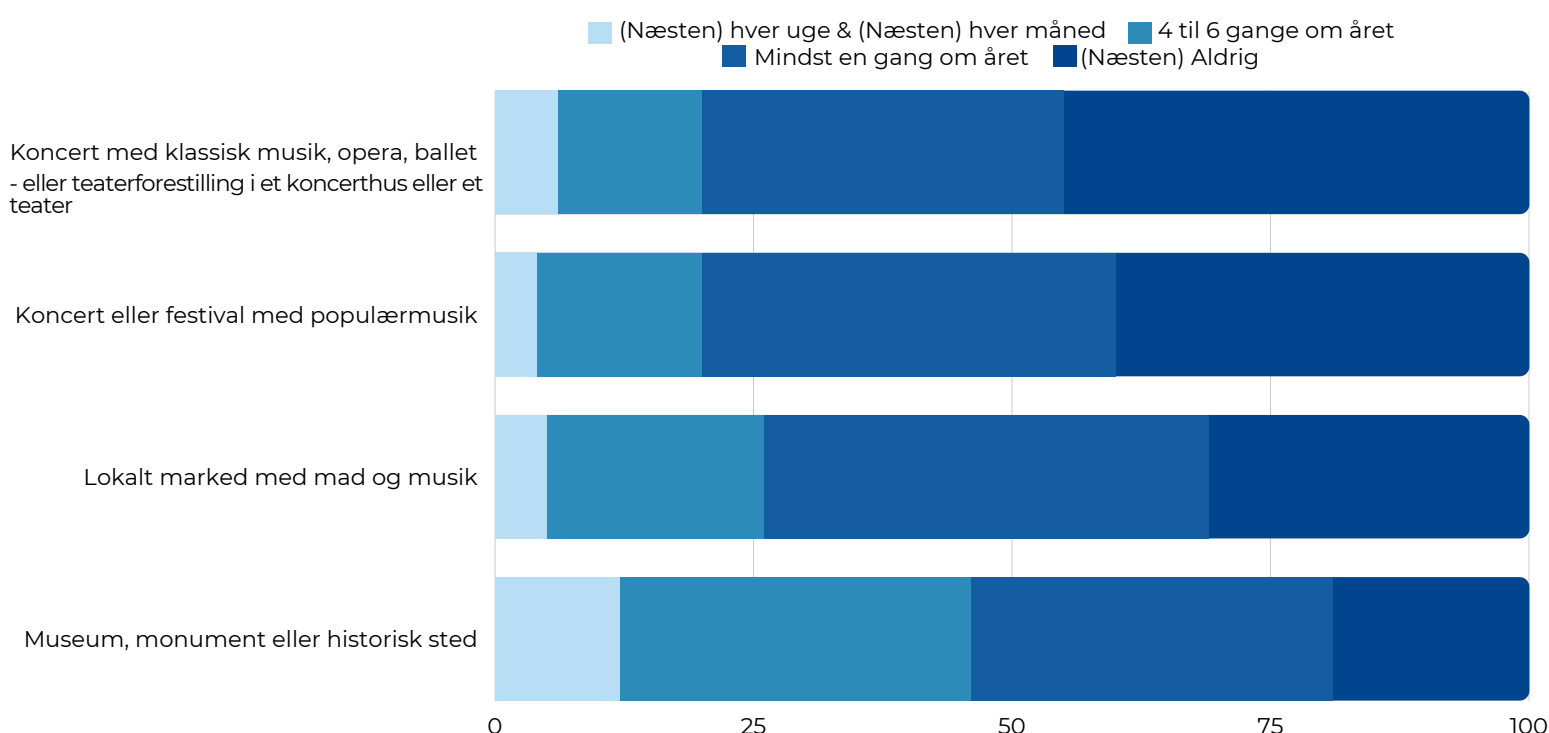


Fig. 5: Danskernes deltagelse i kulturelle begivenheder.

AKTIVITETER

Når det kommer til mere almindelige eller hverdagslige kulturaktiviteter, er danskerne typisk ret aktive og deltager mindst én gang om ugen i en række forskellige aktiviteter. Der er dog en klar forskel på at forbruge og skabe kultur: Det er mere almindeligt at læse bøger, dyrke sport og besøge rekreative områder end at lave kunsthåndværk eller lave musik eller anden kunst.

Hjemlige aktiviteter såsom gør-det-selv aktiviteter (DIY) dækker hele spektret – fra at være en meget hyppig aktivitet til at være en meget sjælden aktivitet. Sociale aktiviteter såsom frivilligt arbejde eller besøg på markeder eller messer forekommer sjældnere. Ved alle kulturelle aktiviteter er der en lille gruppe danskere, som (næsten) aldrig deltager.

Hvor ofte deltager du typisk i følgende begivenheder eller besøger følgende steder? Svar venligst i forhold til en situation, hvor der ikke er nogle begrænsninger på grund af COVID-19.

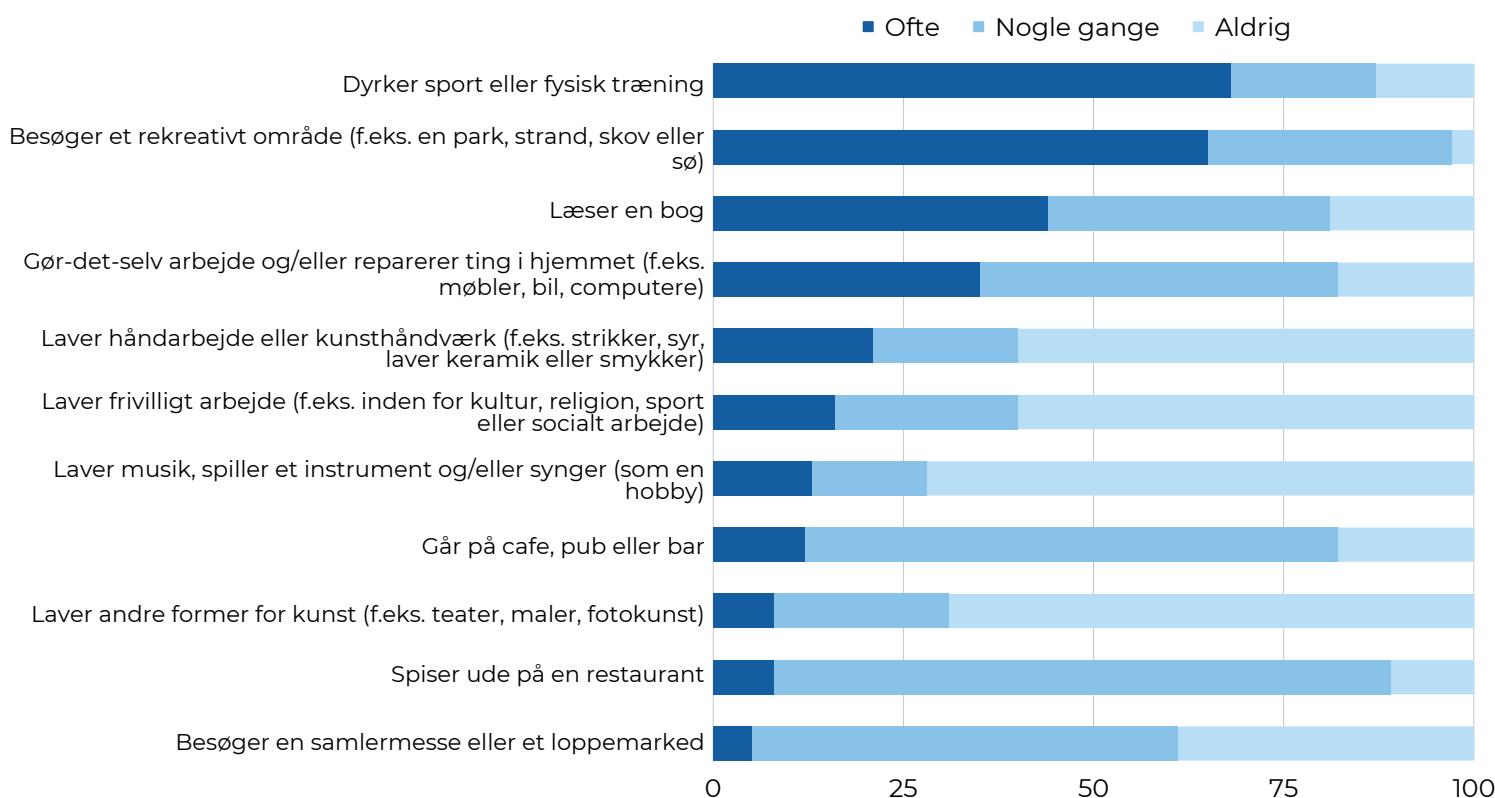


Fig. 6: Kulturel deltagelse i forskellige aktiviteter. De oprindelige fem svarkategorier blev lagt sammen til tre: Hyppigt: (Næsten) dagligt og mindst en gang om ugen. Nogle gange: Mindst én gang om måneden og mindre end én gang om måneden. Aldrig: (Næsten) Aldrig.

KULTURENS TILSKREVNE VÆRDI

Det er interessant, at de kulturaktiviteter, hvor færrest deltager og mindst hyppigt, er de aktiviteter, som nævnes mest, når danskerne bliver spurgt om "hvad hører til kultur", og det er også de områder, som opfattes som mest værdige til at få offentlig støtte, fx museer og monumenter. Der synes altså ikke at være en klar sammenhæng mellem tilskrivning af værdi til kultur, og hvordan kultur praktiseres og leves. Tilstedeværelsen af visse kulturelle tilbud og muligheder synes at være et vigtigt aspekt, når danskerne vurderer værdien af kultur, uafhængigt af den faktiske brugshyppighed.

7. DIGITAL DELTAGELSE OG INTERNETBRUG

Hvor ofte gør du følgende ting på internettet? (enten på en computer, bærbar computer, tablet, smartphone eller smart-tv)

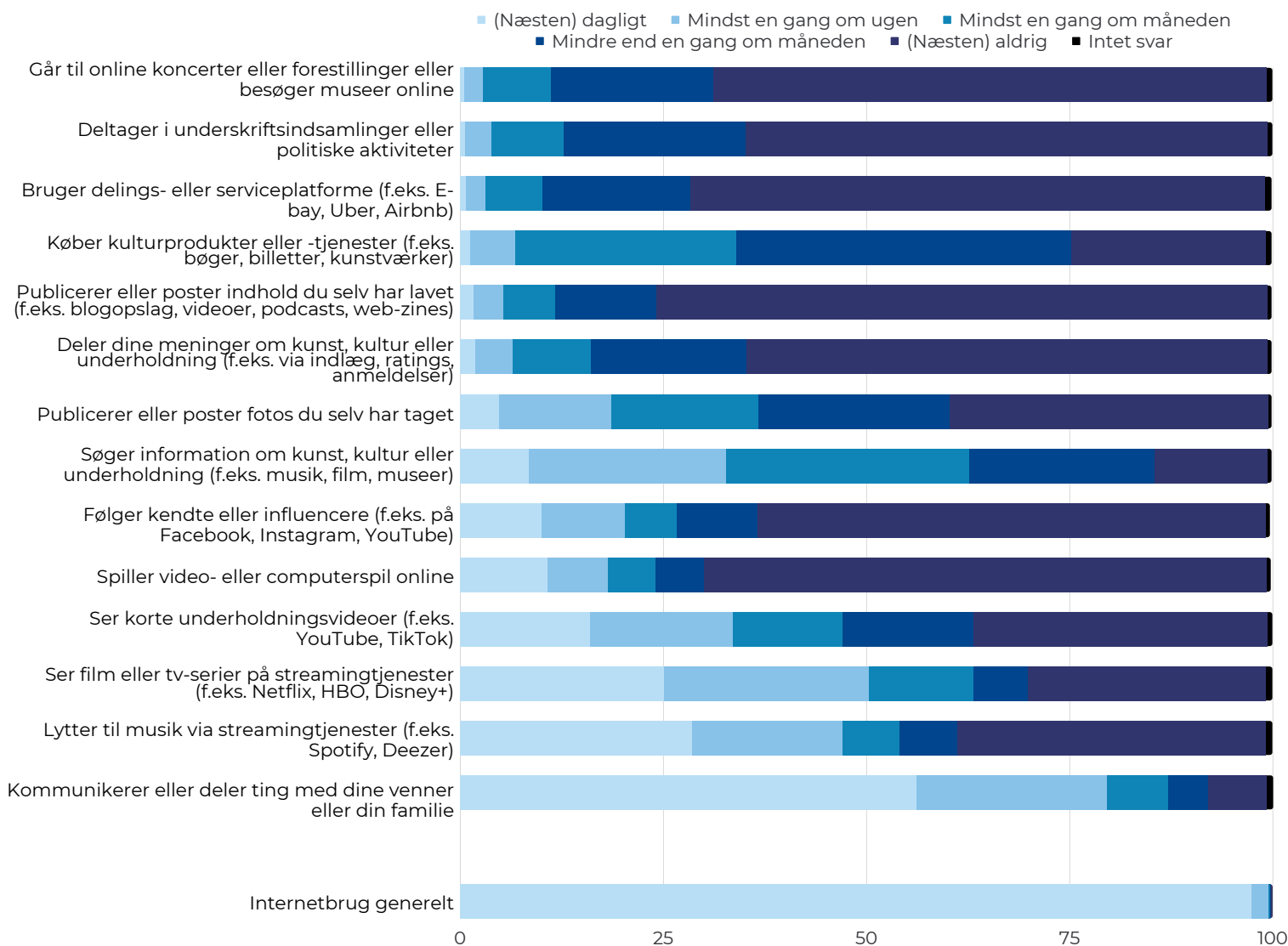


Fig. 7: Danskernes internetbrug og digitale kulturelle deltagelse.

Næsten alle danskere bruger internettet dagligt, og resten bruger det mindst én gang om ugen. Generelt bruger halvdelen af alle danskere internettet til at kommunikere eller dele ting med andre eller lytte til musik mindst én gang om måneden. Adgang til kulturaktiviteter online, såsom at besøge onlinekoncerter, museer eller forestillinger, eller dele meninger om kunst, kultur eller underholdning, er mindre almindeligt sammenlignet med brug af internettet til fx streaming af film eller videoindhold. Dette er også tilfældet, når det handler om at formidle eller poste andet kreativt indhold. Generelt synes brugen af internettet til at få adgang til forskellige kulturaktiviteter at afspejle folks generelle kulturelle deltagelsesmønstre i hverdagskultur og populærkultur, selvom nogle kulturelle aktiviteter også er digitalt fødte (f.eks. at se underholdningsvideoer på TikTok eller Youtube).

8. TILFREDSHED MED DET LOKALE KULTURTILBUD

Størstedelen af danskerne er tilfredse med udbuddet af kulturtilbud der, hvor de bor. Kun 6 % mener, at udbuddet ikke er tilfredsstillende.

Hvor tilfreds eller utilfreds er du med udbuddet af kulturtilbud (f.eks. aktiviteter, festivaler, messer) dér, hvor du bor?

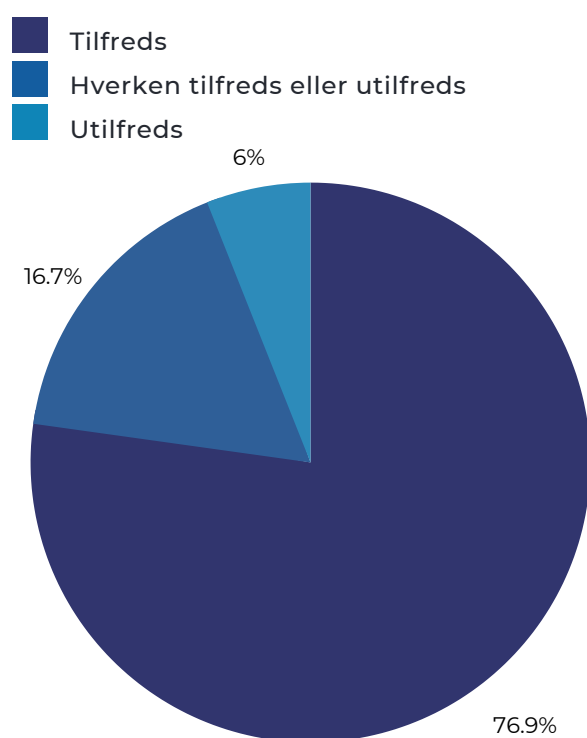


Fig. 8: Danskernes tilfredshed med udbuddet af kulturtilbud på det sted, de bor. De oprindelige syv svarkategorier blev lagt sammen til tre: Tilfreds: Meget tilfreds, tilfreds & noget tilfreds. Hverken tilfreds eller utilfreds. Utilfreds: Noget utilfreds, utilfreds & meget utilfreds.

Når man spørger ind til, hvilke kulturtilbud danskerne savner, der hvor de bor, nævnes især kulturbegivenheder, der har et levende publikum, såsom livekoncerter, teater, festivaler og markeder.

Men faktisk giver de fleste udtryk for, at de ikke savner noget, der hvor de bor. Det kan der være flere årsager til. Nogle danskere bor i storbyer med et stort udvalg af kulturtilbud. De, der bor længere væk fra områder eller byer med et bredt kulturudbud, anser det dog ikke nødvendigvis for et problem at rejse for at kunne deltage i arrangementer eller aktiviteter andre steder. Bopæl er således måske ikke den eneste forklaring på folks tilfredshed med det lokale kulturudbud. De mere uddybende svar tyder på, at bopæl spiller en rolle i den forstand, at folk har tilpasset deres forventninger til omgivelserne og de typer af kulturaktiviteter, der er til rådighed.

Hvilken slags kulturtilbud mangler mest dér, hvor du bor?



Fig. 9: Ordsky med de oftest nævnte ord for de kulturtilbud danskerne mener mangler mest, dér hvor de bor. N= 1221

9. KULTUREN (DER MANGLEDE) I EN TID MED COVID-19

Undersøgelsen blev gennemført et år inde i COVID-19-pandemien, som i perioder medførte nedlukninger og begrænsninger, der dramatisk ændrede borgernes adgang til kulturaktiviteter og -institutioner. For at forhindre spredningen af COVID-19 blev mange kulturelle aktiviteter fx aflyst eller lukket. Disse omstændigheder gav en unik mulighed for at undersøge, hvilke kulturaktiviteter danskerne savnede under den uforudsete krise. Svaret er klart: Folk har savnet kulturens sociale dimension allermest. De mest savnede kultur- og fritidsaktiviteter var at rejse, spise på restaurant og gå til livekoncerter, gå i teatret eller til en festival. Kun få mennesker savnede kreative eller kunstneriske aktiviteter, at spille teater eller musicals med andre eller at gå ud og danse og feste. 6 % svarede, at de ikke savnede noget.

Hvilke fritidsaktiviteter savner / savnede du mest under COVID-19-pandemien? Du kan nævne op til to aktiviteter.



Fig. 10: De mest savnede aktiviteter under COVID-19-pandemien. Det var muligt at angive op til to aktiviteter.



Ordskyen viser alle de åbne svar i kategorien "andet", som folk har anført, at de savnede under COVID-19



A vertical photograph capturing a bustling outdoor cafe scene. In the foreground and middle ground, numerous white patio umbrellas are open, shading tables where people are seated and talking. A wide, paved walkway runs alongside the cafe, filled with pedestrians walking in both directions. In the background, a large, modern building with a grid-like facade of windows and balconies dominates the skyline. A large advertisement is displayed on the building's facade, featuring the word 'Mögeasin' at the top, followed by 'SALE' in bold capital letters. Below this, there is a graphic of a person in a dynamic pose, and the text 'OP TO 50%' is prominently displayed. At the bottom of the ad, it says 'Mögeasin' again. To the left of the main ad, a clock face is visible on the building's facade, also with the 'Mögeasin' logo below it. The overall atmosphere is one of a lively, urban outdoor space.