

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

SEBASTIJAN SEČKAR

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**ODNOS ŠTUDENTOV DO KULTURNIH PRIREDITEV
V OKVIRU VISOKE KULTURE**

Ljubljana, junij 2007

SEBASTIJAN SEČKAR

IZJAVA

Študent Sebastijan Sečkar izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Irene Vida in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 6.6.2007

Podpis _____

Kazalo

1. Uvod.....	1
2. Področje kulture	2
2.1. Definicije kulture.....	3
2.2. Vrste kulture.....	4
2.2.1. Visoka in popularna kultura	4
2.3. Kulturne organizacije	5
2.4. Kulturni proizvod	6
3. Teorija o udeleževanju v kulturi.....	7
3.1. Ekonomski pristopi	8
3.2. Ostali konceptualni pristopi in teorija o prostem času	9
3.3. Kritika na teorijo o udeleževanju v kulturi.....	13
3.3.1. Neustreznost konceptualnih pristopov	14
4. Obstoječe raziskave o javnem udeleževanju v kulturi ter o javnem udeleževanju na nekaterih drugih področjih družbenega življenja v prostem času.....	16
4.1. Raziskava SPPA in ostale koristne raziskave	16
4.2. Merjenje udeleževanja v kulturi.....	17
4.2.1. Opredelitev udeleževanja v kulturi	17
4.2.1.1. Oblike udeleževanja v kulturi	17
4.2.1.2. Umetniške oblike v kulturi.....	18
4.2.1.3. Populacija.....	18
4.3. Izsledki obstoječih raziskav	18
4.3.1. Pogostost udeleževanja v prostočasnih aktivnostih	19
4.3.2. Trendi gibanja udeleževanja v visoki kulturi skozi čas.....	20
4.3.3. Korelacije znotraj udeleževanja v visoki kulturi.....	22
4.3.4. Oblike udeleževanja v visoki kulturi.....	22
4.3.5. Motivi za udeleževanje v visoki kulturi	23
4.3.6. Ovire za pogostejše udeleževanje v visoki kulturi	24
5. Raziskava o odnosu študentov do kulturnih prireditev v okviru visoke kulture.....	24
5.1. Raziskovalni problem ter cilji raziskave	25
5.2. Načrt raziskave.....	25
5.2.1. Predstavitev raziskovalnih hipotez.....	26
5.2.2. Predstavitev anketnega vprašalnika	27
5.3. Analiza podatkov.....	28
5.3.1. Vzorčenje in predstavitev vzorca	29
5.3.2. Zanesljivost in veljavnost merjenja.....	31
5.3.3. Univariantna analiza.....	32
5.3.4. Analize raziskovalnih hipotez	36
5.3.4.1. Hipoteza 1: Pogostost udeleževanja v visoki kulturi izven okvira visokošolskega izobraževanja in spoznavanje z visoko kulturo v času otroštva.....	36
5.3.4.2. Hipoteza 2: Kvaliteta kulturnih prireditev v okviru visoke kulture in pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja.....	37
5.3.4.3. Hipoteza 3: Pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja in pridobivanje kulturno-umetniške izobrazbe na eni izmed visokošolskih ustanov Univerze v Ljubljani	38

5.3.4.4. Hipoteza 4: Priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja in spol anketiranca.....	39
5.3.5. Ostale ugotovitve raziskave	40
5.3.5.1. Priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja in starost anketiranca	40
5.3.5.2. Pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja in regija stalnega bivališča anketiranca	41
5.3.6. Omejitve in možne napake	41
6. Sklep.....	43
Literatura	46
Viri	48
Priloge	

1. Uvod

V današnjem času ljudje živimo v hitro spreminjajočem se okolju. Ker je tempo življenja vse večji, nam zmanjkuje prostega časa za takšne in drugačne prostočasne aktivnosti. Ob dejstvu, da zaradi hitrejšega tempa življenja ljudje delamo vse več, vse bolj živimo pod stresom in posledično tudi hitreje zbolimo. Zato je pomembno, da si znamo vzeti čas zase. Prostočasne aktivnosti naj bi bile namenjene sproščanju, zabavi, osebnemu razvoju, krepitvi telesa in duha, itd. Vse z namenom pozabiti in odmisлити vsakodnevnih tegob in težav, ki nas spremljajo v življenju. Med prostočasne aktivnosti uvrščamo tudi udeleževanje v kulturi. Ljudje se lahko udeležujemo v kulturi v različnih oblikah kot so: obiskovanje kulturnih prireditev v živo, aktivno udejstvovanje v kulturi ter spremljanje kulturnega programa preko medijev. Potem lahko izbiramo med prireditvami v okviru bodisi visoke kulture bodisi popularne kulture. Znotraj omenjenih dveh kategorij pa se lahko udeležujemo v številnih kulturno-umetniških oblikah, kot je na primer klasična glasba v okviru visoke kulture ter na primer kino v okviru popularne kulture. Želje in potrebe se razlikujejo od posameznika do posameznika, zato je težko ugotavljati njihove odločitve glede udeleževanja v kulturi. Številne kulturne organizacije, predvsem tiste, ki delujejo na področju visoke kulture, se ubadajo z zmanjševanjem števila obiskovalcev oziroma iščejo poti do povečanja zanimanja za njihove prireditve in posledično do večjega obiska na le-teh. Za pritegnitev večjega števila obiskovalcev pa je potrebno bolje poznati obstoječe in potencialne porabnike. Na ta način lahko v večji meri zadovoljijo njihove potrebe in želje. Ker pa je posameznik vsak zase precej kompleksna osebnost, kulturne organizacije nimajo lahke naloge.

Na podlagi že narejenih raziskav ter tudi na podlagi podatkov iz Statističnega urada Republike Slovenije je razvidno, da je v zadnjih letih prisoten trend padajočega zanimanja za visoko kulturo (bodisi v živo bodisi aktivno bodisi preko medijev). Kar se tiče obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo, se je število obiskovalcev vizualne umetnosti, kamor uvrščamo tudi muzeje in galerije, v Sloveniji od sezone 1990 naprej gibalo v amplitudah. V določenih sezonah je zaslediti padec števila obiskovalcev, v določenih sezonah se je število le-teh spet povečalo. Podobno velja za kulturne prireditve v okviru uprizoritvene umetnosti, kamor uvrščamo tudi gledališke prireditve ter prireditve s klasično glasbo po Sloveniji, kjer je stanje podobno (Statistični letopis RS, 2006, str. 170–172). Zanimiv je tudi podatek, da se je v kulturni sezoni 2003/2004 število obiskovalcev kulturnih prireditev zmanjšalo glede na prejšnjo kulturno sezono (Kultura in šport 10, 2006, str. 1).

Številne svetovne organizacije proučujejo obnašanje posameznika oziroma njegove odločitve glede udeleževanja v kulturi s ciljem bolje razumeti posameznika ter se lažje prilagajati njegovim potrebam in željam. Od tega imajo kulturne organizacije zagotovo korist, saj na ta način lažje snujejo strategije za pritegnitev večjega števila obiskovalcev na svojih programih. O udeleževanju v kulturi obstajajo različne teorije. Najbolj obsežna je ekonomska literatura o udeleževanju v kulturi s strani posameznikov, ki razlaga pristope na področju odločanja

posameznika glede udeleževanja v kulturi (Heilbrun, Gray, 1993). Večina teorij o udeleževanju v kulturi znotraj ostalih socioloških ved predstavlja dopolnilo k ekonomskim pristopom o udeleževanju v kulturi. Literatura o prostočasnih aktivnostih je ena izmed teh in ne razlaga obnašanja v udeleževanju v kulturi na obširen način, ponuja pa več pomembnih vpogledov v to obnašanje (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 22). Interdisciplinarno delo o prostočasnih aktivnostih predstavlja zelo uporabno literaturo o udeleževanju v kulturi (Kelly, 1987). Omenjena literatura zajema številne pomembne koncepte za razumevanje posameznikovih odločitev glede udeleževanja v kulturi. Poleg tega delimo študije o udeleževanju v kulturi na opisne in teoretične. Opisni pristop je bolj značilen za študije v okviru socioloških znanosti, teoretični pristop pa je bolj značilen za študije v okviru ekonomskih znanosti (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 22). Imajo pa omenjeni pristopi tudi svoje pomanjkljivosti, ko gre za razlaganje udeleževanja v kulturi.

Namen mojega diplomskega dela je predstaviti različne teorije udeleževanja v kulturi oziroma pristope, ki razlagajo odločanje posameznika glede udeleževanja v kulturi. Poleg tega je moj namen tudi proučiti odnos študentov do udeleževanja v visoki kulturi, predvsem glede obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo. Torej ugotoviti pogostost njihovega udeleževanja v visoki kulturi, predvsem z vidika obiskovanja kulturnih prireditev v živo – tudi glede na druge prostočasne aktivnosti, njihov odnos do kulturnih prireditev, njihove motive za obiskovanje kulturnih prireditev v živo ter ovire, ki preprečujejo pogostejše obiskovanje kulturnih prireditev v živo. Cilj mojega diplomskega dela je preveriti zastavljene hipoteze ter tako bolje spoznati odnos študentov do kulturnih prireditev v okviru visoke kulture.

Diplomsko delo je sestavljeno iz šestih poglavij in je razdeljeno na dva dela. Prvi del je teoretični in se začne z uvodom. Nato sledi drugo poglavje, v katerem povzemam definicije kulture, vrste kulture, opisujem kulturne organizacije in kulturni proizvod. V tretjem poglavju povzemam različne teorije udeleževanja v kulturi, ki razlagajo pristope na področju odločanja posameznika glede udeleževanja v kulturi ter pomanjkljivosti znotraj teorij o udeleževanju v kulturi. V četrtem poglavju povzemam ugotovitve različnih raziskav, koristnih za moje diplomsko delo. Drugi del je praktični in zajema lastno raziskavo o odnosu študentov do kulturnih prireditev v okviru visoke kulture. V tem delu so v poglavju pet predstavljene raziskovalne hipoteze, anketni vprašalnik, vzorec ter rezultati v obliki podatkov, zbranih na podlagi narejene statistične analize. Diplomsko delo zaključim s poglavjem šest, ki zajema sklep.

2. Področje kulture

V pričujočem poglavju razlagam pojem kulture. Osredotočam se na kulturo kot umetnost, saj se tematika mojega diplomskega dela nanaša na visoko kulturo kot del kulturne umetnosti. Poleg povzemanja definicij kulture opisujem še vrste kulture, kulturne organizacije ter kulturni proizvod.

2.1. Definicije kulture

Pojem kulture se v širšem smislu nanaša na vse stvari oziroma dogodke, ki jih ustvarja družba, in sicer z namenom posredovanja določenih kulturnih vrednot (Kolb, 2000, str. 4). Pod pojmom kultura se nahaja tudi razlaga, da gre za razvoj človeka v njegovi ustvarjalni dejavnosti. Iz nje pa izvira pridobitev in vrednota (Verbinc, 1987, str. 393). Pomen besede kultura se je v zadnjih 40 letih zelo spremenil. Beseda kultura ni več povezana samo z obdelovanjem zemlje in rastlin, ampak je njena definicija razširjena in razlaga tudi sestavo družbe. Znotraj družbe obstaja več kultur, ki se med seboj lahko močno razlikujejo. Obstajajo številne definicije kulture, ki so se spreminjale skozi čas. Uporaba besede kultura izhaja iz latinske besede »cultura«, ki pomeni obdelovanje. Prvi prevodi v angleški jezik so se začeli leta 1430. V angleškem slovarju Websters Dictionary je bilo leta 1958 zapisano, da beseda kultura pomeni obdelovanje zemlje ter vzgajanje, izboljševanje in razvijanje posamezne rastline, živali ali proizvoda. Sredi 20. stoletja so se v slovarjih pojavile nove definicije latinske besede »cultura« kot na primer razvijanje uma, okusov in manir. Ta definicija danes opredeljuje visoko kulturo (Barthorpe, Duncan, Miller, 2000, str. 336).

Britanski antropolog Edward Tylor je v 19. stoletju opredelil moderno definicijo kulture, ki je opredeljevala človeško razmišljanje in obnašanje. Leta 1952 sta ameriška antropologa Alfred Kroeber in Clyde Kluckhohn objavila spisek 160 različnih definicij besede kultura. Waterbury (1993) je uredil Kroeber–Kluckhohnove definicije kulture v štiri razširjene modele. Prvi je predstavljal kulturo kot umetniško izražanje, drugi je predstavljal kulturo kot celotno negenetsko človeško obnašanje, tretji je predstavljal kulturo, sestavljeno iz običajev in vrednot posameznih ljudi, četrti pa je predstavljal kulturo kot dimenzijo socio-kulturnega sistema. Večina ljudi besedo kultura intuitivno definira kot umetniško izražanje, kamor med drugim uvrščamo grafično umetnost, oblikovno umetnost, kjer se pri delu uporablja umetne in naravne mase (glina), jezikovno umetnost, uprizoritveno umetnost itd. Pod pojem kultura se pa ne uvršča aktivnosti kot sta na primer plavanje ali gradnja zgradbe – čeprav je arhitektura na nek način povezana s kulturo (Barthorpe, Duncan, Miller, 2000, str. 336).

Bodley (1994) in Giddens (1989) sta menila, da ima kultura dve pomembni kvaliteti. Prva pomeni učenje kulture, druga pa delitev kulture z drugimi. Brez kulture ne bi bilo človeške družbe. Ljudje so ljudje zato, ker delijo kulturo z drugimi. Kulturo, ki vsebuje eksponate kulturne in zgodovinske vrednosti, ki so nastali s strani še živečih ljudi in njihovih prednikov (Giddens, 1987). Kultura vsebuje navade kot so oblačenje, zakonske navade, družinsko življenje, vzorce dela, religiozne obrede in priložna pravila (Giddens, 1989).

Po Lewisovem (1982) mnenju ima vsaka kultura tri osnovne vidike, in sicer tehnološkega, sociološkega in ideološkega. Tehnološki vidik kulture vsebuje materiale, orodja, tehnike in delovne stroje. Sociološki vidik kulture vsebuje medsebojne odnose med ljudmi, predvsem na delovnem mestu in v okviru družine. Ideološki vidik kulture vsebuje verovanja, rituale, magije, umetnost, etiko, religiozne obrede in mite.

Proces, ki pomeni učenje kulture, se imenuje socializacija in skozi proces socializacije se učimo o normah in vrednotah naše kulture. Primarna socializacija, verjetno najpomembnejša, vključuje začetno razvojno fazo v otroštvu, običajno v okviru družine. Sekundarna socializacija vključuje inštitucije v okviru izobraževalnega sistema. Brez tega procesa posamezniki ne bi pridobivali znanja o kulturi in bi imeli zelo malo podobnih lastnosti z drugimi ljudmi, ki veljajo za normalne glede na standarde naše družbe (Haralambos et al., 1990).

2.2. Vrste kulture

Kulturo lahko razvrstimo po mnogih kriterijih. Za vrste kulture avtorji uporabljajo različne izraze kot so elitna in množična kultura, profesionalna in ljubiteljska kultura, visoka in nizka kultura ter visoka in popularna kultura. V svojem diplomskem delu bom uporabljal izraza visoka in popularna kultura, ki sta povzeta po Kolbovi (2000, str. 21).

2.2.1. Visoka in popularna kultura

Na kulturo se lahko gleda kot na kontinuum, saj je na enem koncu umetnost, ki se usmerja na visoko kulturo, na drugem koncu pa umetnost, ki se usmerja na popularno kulturo. Posameznikom pa je med tema dvema skrajnostima omogočena velika možnost izbire (Kolb, 2000, str. 40).

Visoka kultura je usmerjena na notranje cilje ter končni proizvod umetnika. Umetnost je proizvod notranje vizije umetnika, zato je v visoki kulturi poudarek na umetnikovi edinstveni stvaritvi. Le-ta se ne ukvarja s potrebami in željami obiskovalcev. Prav tako ne podreja umetnosti temu, kar bi porabniki želeli kupiti. Obiskovalci sami odkrivajo in poskušajo razumeti pomen umetnikove vizije. Zaradi tega zahtevajo umetniške oblike visoke kulture velikokrat precejšnje poznavanje umetnosti. Šele v tem primeru lahko obiskovalci uživajo v njej. Umetniške oblike visoke kulture kot so klasična glasba, balet, gledališče, muzeji oziroma galerije ipd., pritegnejo majhno število obiskovalcev. Profil tovrstnega obiskovalca pa vsebuje visok socialni status, visoko izobrazbo in visok osebni dohodek.

Visoka kultura ni zanimiva za množice ljudi, temveč le za ožji krog porabnikov v kulturi. Množičen obisk tudi ni cilj kulturnih organizacij, ki delujejo na področju visoke kulture. Le-te si prizadevajo povečevati število obiskovalcev, vendar ne na račun kakovosti njihovih kulturnih prireditev. Poleg tega morajo proizvajati in tržiti visoko umetnost tako, da pritegnejo tudi kulturne porabnike, ki so prežeti z duhom popularne kulture. Pri tem pa naj ne bi spreminjali vizije umetnika (Kolb, 2000, str. 30).

Za visoko kulturo se smatra, kot da je nekaj posebnega. Vrednost umetniškega objekta ne izhaja le iz samega objekta, ampak tudi iz njegove redkosti. Če je umetniški objekt masovno proizveden, so stroški nižji in s tem postane dostopen številnim posameznikom z nižjo

izobrazbo in z nižjimi dohodki. Na ta način se izgubi redkost umetniškega objekta in ne velja več za visoko umetnost. Nekateri posamezniki si lahko privoščijo razpolaganje z originalnim proizvodom. Rezultat njegove originalnosti in redkosti sta predvsem ekskluzivnost in elitizem, kamor pa kopij ne uvrščamo (Čepulič, 2003, str. 30).

Popularna kultura je usmerjena na porabnika in porabo kulturnega proizvoda. Predvsem so pomembne potrebe in želje porabnika. Če se le-te spremenijo, bodo porabniki začeli iskati nov kulturni proizvod, ki bo ustrezal njihovim potrebam in željam. Porabniki popularne kulture niso več mnenja, da je visoka umetnost vedno cenjena in da ima popularna kultura vedno vulgaren prizvok. Obiskovalci popularne kulture hrepenijo po umetnosti, ki ima lahko razumljivo sporočilo in izraža njihove vrednote. Za njih je značilno, da so nižje izobraženi in imajo večkrat občutek omejevanja s strani družbenih pravil. Prav tako ne marajo dvoumnosti in nejasnosti, ampak sporočila, ki ustrezajo njihovim prepričanjem. Poleg tega želijo zadovoljiti potrebo po udeleževanju v kulturi z umetnostjo, ki vsebuje uživaške vsebine (Čepulič, 2003, str. 31). Obiskovalci popularne kulture spremljajo tisto, kar jim umetnost v popularni kulturi lahko ponuja (Frith, 1996). Umetniki v popularni kulturi ne proizvajajo umetnosti zase, temveč za obiskovalce (Čepulič, 2003, str. 31). Popularna kultura, v katero spadajo popularna glasba, film in druge oblike zabave, ki se masovno tržijo na tržišču, predstavlja tako produkt kot inspiracijo za tržnike. Tovrstne oblike zabave predstavljajo aktivnosti, ki se dotaknejo mnogih. Porabniki si bodo lažje zapomnili in prepoznali fiktivne like kot je na primer Ronald McDonald kot na primer resnične kulturne umetnike (Solomon, Bamossy, Askegaard, 2002, str. 16).

Popularna kultura se ne more uporabljati kot statusni simbol na enak način kot visoka kultura (Kolb, 2000, str. 25). Visoka umetnost pritegne samo določeno število ljudi. To pomeni, da zanjo ni večjega zanimanja.

2.3. Kulturne organizacije

Pojem kulturna organizacija vključuje vse organizacije, ki se ukvarjajo z aktivnostmi s področja kulture. Kulturne organizacije se delijo na profitne in neprofitne. Le-te se med seboj razlikujejo po poslanstvu. Neprofitne organizacije delujejo v interesu javnosti. Njihov namen je trajno zagotavljati proizvode in storitve, ki predstavljajo pogoj za uspešno delovanje družbe kot celote, njenih podsistemov in posameznika (Trunk, Širca, Tavčar, 2000, str. 3). Neprofitne kulturne organizacije si prizadevajo dvigovati raven kakovosti kulturnih prireditev in splošno kulturno raven prebivalstva (Kovač, 1997, str. 7). V neprofitnih kulturnih organizacijah je oteženo objektivno merjenje rezultatov poslovanja. Neprofitne organizacije v primerjavi s profitnimi niso ustanovljene zaradi ustvarjanja dobička. Lahko ga tudi ustvarjajo, vendar se mora porabiti za nadaljnji razvoj organizacij in dejavnosti znotraj le-teh.

Kulturne organizacije, ki se ukvarjajo s popularno kulturo, so večinoma profitne. Nasprotno velja za kulturne organizacije, ki se ukvarjajo z visoko kulturo. Le-te so večinoma neprofitno

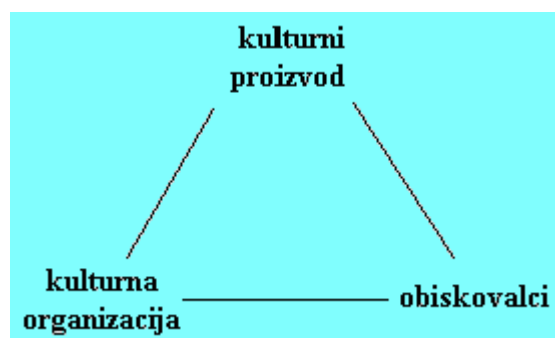
naravnane. Porabniki se dandanes zanimajo tako za popularno kot za visoko kulturo. Kulturne organizacije pa se borijo za njihovo naklonjenost, pozornost, čas in denar (Čepulič, 2003, str. 5). Pri organizacijah obstaja želja, da bi obiskovalci njihovih prireditev postali oboževalci oziroma entuziasti, vendar jih večina to ne postane in ostajajo samo obiskovalci kulturnih prireditev (Kolb, 2000, str. 47). Zaposleni v kulturnih organizacijah težko razumejo, da se veliko obiskovalcev njihovih prireditev ne želi izobraževati na področju kulturne umetnosti, niti se čustveno navezati na specifično umetniško obliko (Kolb, 2000, str. 50). Večino zaposlenih v teh organizacijah predstavljajo posamezniki, ki so tudi sami oboževalci kulturne umetnosti in ima le-ta pomembno vlogo v njihovem življenju.

2.4. Kulturni proizvod

V kulturi so pomembni medsebojni odnosi med kulturno organizacijo, kulturnim proizvodom ter obiskovalci. Kulturno organizacijo sem že opredelil v poglavju 2.3.. Obiskovalci predstavljajo porabnike kulturnih storitev. Proizvod pa predstavlja vse, kar se lahko ponudi posamezniku oziroma skupini posameznikov, da se zadovolji njihove potrebe oziroma želje. Proizvod je torej blago ali storitev. Kulturni proizvod prav tako predstavlja blago (knjiga, zgoščanka, itd.) ali storitev (gledališke prireditve, koncerti, itd.), zato je pri opredelitvi kulturnega proizvoda mišljeno oboje (Klein, 2001, str. 19).

Na Sliki 1 je prikazan medsebojni odnos med kulturnim proizvodom, kulturno organizacijo ter obiskovalci. Med elementi v trikotniku gre za medsebojno odvisnost. Kulturna organizacija ponuja obiskovalcem kulturni proizvod, medtem ko za kulturne storitve velja, da brez obiskovalcev ne morejo obstajati. Bistven je odnos, ki nastaja med izvajalci in obiskovalci (Čepulič, 2003, str. 6).

Slika 1: Medsebojni odnos med kulturnim proizvodom, kulturno organizacijo ter obiskovalci



Vir: Kolb, 2000, str. 5.

Ljudje ne kupujejo proizvodov, ampak koristi, ki jih od proizvodov dobijo. Če kulturni proizvodi ne bodo kakovostni, se ne bodo dobro prodajali. V današnjem času kakovost kulturnega proizvoda ne predstavlja več garancije za dobro prodajo. Za dobro prodajo so

potrebne tudi dodatne koristi (Klein, 2001, str. 26). Kupci gledajo na storitev kot celoto, zato je za njih pomemben skupek vseh pri nakupu pridobljenih koristi. Tega se morajo zavedati tudi kulturne organizacije, saj je za njih pomembno, da delujejo na način usmerjenosti k porabniku. Za doseganje svojih ciljev morajo v veliki meri uresničevati porabnikove potrebe in želje (Čepulič, 2003, str. 6).

Med značilnosti kulturnega proizvoda sodi tudi preobrazba kulturne storitve v kulturno blago. Kulturna prireditve je kulturna storitev, posnetek kulturne prireditve pa je kulturno blago. Porabniki ga lahko kupijo in uporabljajo. Razlika med obiskom kulturne prireditve v živo in izdelkom je v medsebojnih odnosih. Pri obisku kulturne prireditve v živo so prisotni medsebojni odnosi med obiskovalci in izvajalci ter med samimi obiskovalci. Omenjeni odnosi ustvarijo enkratno izkušnjo. Izvajalec na koncertu ne more izločiti čustvenega vpliva. Zato se izvajanje koncerta v živo in predvajanje posnetka razlikujeta (Kotler, Andreasen, 1996, str. 378).

3. Teorija o udeleževanju v kulturi

Teorija o udeleževanju v kulturi je precej manj obsežna kot literatura, ki ima empirično podlago. Sociološka znanost do sedaj še ni bila preveč uspešna v postavljanju teorij, ki naj bi razlagale obnašanje posameznikov, ki se udeležujejo v kulturi. Najbolj obsežne študije daje ekonomska literatura o udeleževanju v kulturi s strani posameznikov, ki razlaga pristope na področju odločanja posameznika glede udeleževanja v kulturi s pomočjo splošnega modela o obnašanju porabnikov (Heilbrun, Gray, 1993). Večina teorij o udeleževanju v kulturi znotraj ostalih socioloških ved lahko predstavlja dopolnilo k ekonomskim pristopom o udeleževanju, in sicer z osredotočanjem na determinante individualnih okusov. Literatura o pristočasnih aktivnostih ne razlaga obnašanja v udeleževanju v kulturi na obširen način, ponuja pa več pomembnih vpogledov v to obnašanje.

Glavna metodološka razlika med opisno in teoretično literaturo o udeleževanju je v njihovih pristopih. Opisne študije se na začetku osredotočajo na podatke in želijo na podlagi pridobljenih podatkov identificirati vzorce o obnašanju posameznikov, ki se udeležujejo v kulturi ter njihove medsebojne korelacije. Pristop s strani teoretičnih študij pa temelji na modelu, s katerim želijo razlagati vzorce o udeleževanju na podlagi teorije. V praksi je glavna razlika med študijami, ki izhajajo iz opisne literature in študijami, ki izhajajo iz teoretične literature, da se opisni pristopi osredotočajo na značilnosti, ki naj bi razlagale okuse posameznikov oziroma preference znotraj udeleževanja v kulturi. Teoretične študije pa okuse obravnavajo enostavno kot en dejavnik, ki vpliva na odločitve posameznikov glede udeleževanja v kulturi. Opisni pristop je bolj značilen za študije v okviru socioloških znanosti, teoretični pristop pa je bolj značilen za študije v okviru ekonomskih znanosti (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 22).

3.1. Ekonomski pristopi

V tradicionalnem ekonomskem pristopu glede obnašanja posameznikov na področju udeleževanja, so posamezniki obravnavani kot racionalni porabniki, ki težijo k maksimizaciji zadovoljstva (koristnosti). Izbirajo tisto stopnjo udeleževanja v kulturi, ki zadovoljuje njihove preference znotraj udeleževanja. Posameznik se odloča tako pod vplivom dohodka kot cene (Heilbrun, Gray, 1993). Za preference oziroma okuse posameznikov se predvideva, da so fiksni in odvisni od številnih lastnosti posameznikov, tako od socio-demografskih kot od psiholoških dejavnikov.

Dohodek in cena predstavljata glavno vlogo v tem modelu. V splošnem velja, če se cena udeleževanja dvigne, se posamezniki udeležujejo v kulturi v manjši meri. Cena je tu mišljena kot cena udeleževanja v kulturi in cena spremljajočih aktivnosti (stroški vstopnine, prevoz, nega in skrb za otroka) ter cena alternativnih prostočasnih aktivnosti, ki predstavljajo substitute aktivnostim, povezanim s kulturo. Stopnja udeleževanja v kulturi je odvisna od cene udeleževanja v kulturi, relativno glede na ceno alternativnih prostočasnih aktivnosti (Vogel, 2000).

Nasprotno velja, če se dohodek poveča, naj bi se povečalo udeleževanje. Neposredni učinek povečanega dohodka je lahko delno kompenziran z oportunitetnimi stroški udeleževanja – posameznik se raje en dan odreče zaslužku v službi in se tisti dan udeležuje v kulturi. Menjava med neposrednim in pozitivnim učinkom dohodka in posrednim ter negativnim učinkom oportunitetnih stroškov variira med preferencami posameznikov znotraj udeleževanja v kulturi, relativno glede na ostale prostočasne aktivnosti in s stopnjo dohodka posameznika. Boljši kot je okus posameznika znotraj udeleževanja v kulturi, večja je verjetnost, da bo prevladoval učinek dohodka. Za konec velja omeniti, da učinek oportunitetnih stroškov prevladuje predvsem pri posameznikih z nižjim in srednjim dohodkom, medtem ko učinek dohodka prevladuje pri posameznikih z višjim dohodkom. Ta vzorec torej pomaga razlagati višje stopnje udeleževanja s strani posameznikov z višjim dohodkom in višjo izobrazbo (Felton, 1992).

Stigler in Becker (1997) ponujata preoblikovan tradicionalni ekonomski model. Avtorja razlagata, da zadovoljstvo in ugodje posameznika, ki izhajata iz udeleževanja v kulturi, nista odvisna samo od dohodka, cene in okusov, ampak tudi od dejavnikov kot so predhodne izkušnje glede udeleževanja v kulturi, pridobljeno znanje iz področja kulture, izobrazba in družinske navade. Omenjeni dejavniki omogočajo posameznikom, da postanejo bolj učinkoviti porabniki znotraj kulture. Z drugimi besedami, več kot ima posameznik izkušenj znotraj kulture in večje kot je njegovo poznavanje kulture, večje ugodje lahko doseže na določeni stopnji porabe kot porabnik kulture.

Literatura, ki obravnava ekonomske pristope, omenja dva pomembna vpogleda v odločitve posameznikov glede udeleževanja v kulturi. Prvi vpogled je izpostavitve vloge, ki jo praktični

dejavniki kot so cena, dohodek, informacije in prosti čas predstavljajo v odločitvah posameznika glede udeleževanja v kulturi. Za primer, če se cena udeleževanja v kulturi dvigne bodisi neposredno v obliki dražje vstopnine bodisi posredno v razmerju z ostalimi prostočasnimi aktivnostmi, bo udeležba v kulturi padla. Prav tako velja, da več kot porabniki pridobijo informacij o razpoložljivosti in cenah posameznih kulturnih aktivnosti, relativno glede na razpoložljivosti in cene ostalih prostočasnih aktivnosti, se bo delež tistih, ki se udeležujejo v kulturi, spremenil. Smer spremembe je odvisna od rezultata primerjave informacij. Pomembna je tudi ugotovitev, da se bodo določeni posamezniki, v primeru naraščajočega števila alternativnih prostočasnih aktivnosti, začeli izogibati aktivnostim, ki so povezane s kulturo. To velja za tiste posameznike, ki so naklonjeni večji izbiri prostočasnih aktivnosti (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 23).

Drugi vpogled je ideja, da bolj kot so ljudje kulturno izobraženi, z večjim zadovoljstvom se udeležujejo v kulturi. Razlog je v tem, da kulturno bolj izobraženi ljudje dobivajo več zadovoljstva in ugodja na določeni stopnji porabe kot ljudje, ki so manj kulturno izobraženi. Omenjeni učinek ponuja potencialno razlago, zakaj delež tistih, ki se udeležujejo v kulturi, tako močno variira med redkimi, občasnimi in pogostimi porabniki v kulturi. Pomaga pa tudi razlagati, zakaj določeni posamezniki uporabljajo termin »zasvojenost« z ljubeznijo, ki jo gojijo do kulture oziroma do udeleževanja v kulturi. Pravijo jim navdušeni oboževalci kulturne umetnosti (ang. art aficionados). To so tisti posamezniki, ki imajo radi kulturno umetnost oziroma se nad njo navdušujejo (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 24). Angleška beseda aficionado pomeni izraz za osebo, katera je navdušena nad nečem, ima to rada in veliko ve o tem (English Dictionary, 1995, str. 31).

Veblen (1989) opisuje različico ekonomskega pristopa, ki domneva, da zadovoljstvo, ki ga posamezniki dobijo z udeleževanjem v kulturi, izhaja iz materialnih koristi v okviru udeleževanja v kulturi in iz neposrednega ugodja. Ta pristop domneva, da je primarni razlog za udeleževanje v kulturi, da posamezniki zaznavajo porabo kulture kot značilnosti višjega ekonomskega razreda. Torej je udeleževanje v kulturi način izkazovanja socialnega statusa. Ta pristop prikazuje delo sociologa Bourdieuja (1984), ki je videl udeleževanje v kulturi kot mehanizem za prenašanje kulturnega kapitala – kot ključni element v večrazredni strukturi razvite družbe.

3.2. Ostali konceptualni pristopi in teorija o prostem času

Neekonomske študije o udeleževanju v kulturi so bolj primerne za uporabljanje opisnih kot teoretičnih pristopov. Omenjene študije se lahko uporabljajo kot dopolnilo k ekonomskemu pristopu z osredotočanjem na empirične korelacije znotraj udeleževanja. Delo sociologov, ki se osredotočajo na takšne socio-demografske korelacije o udeleževanju kot so na primer izobrazba, družinske navade, spol in etnična pripadnost, je lahko namenjeno za identificiranje sekundarnih značilnosti, ki določajo okuse posameznikov. Podobno je delo psihologov, ki se osredotočajo na osebnost in sorodne značilnosti posameznika, lahko namenjeno pojasnjevanju

psiholoških dejavnikov, ki lahko vnaprej določajo posameznike, ki se udeležujejo v kulturi (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 24).

Verjetno je najbolj uporabna opisna literatura o udeleževanju, interdisciplinarno delo o prostočasnih aktivnostih (Kelly, 1987). Omenjena literatura zajema številne pomembne koncepte za razumevanje posameznikovih odločitev glede udeleževanja v kulturi. Literatura o prostem času v prvi vrsti identificira količino in naravo prostega časa, ki sta na razpolago posamezniku, pri čemer količina in narava prostega časa predstavljata glavni del posameznikove izbire o prostem času. Posameznikov čas je lahko sestavljen iz treh oblik (Robinson, Godbey, 1997). Prva oblika predstavlja delo in delu sorodne aktivnosti (prevoz na delo, itd.), druga oblika predstavlja osnovne življenjske potrebe (spanje, prehranjevanje, oblačenje, itd.), tretja oblika pa predstavlja prosti čas oziroma aktivnosti v prostem času. Glede na to, da je količina časa v dnevu fiksna, velja, da več časa kot posameznik porabi za eno obliko preživljanja časa, manj časa mu ostane za ostali dve obliki preživljanja časa. Ker je količina časa, ki jo posameznik porablja za osnovne življenjske potrebe, relativno fiksna, se čas v dnevu razporeja predvsem med delo in prosti čas. Študenti se v prostem času ukvarjajo s številnimi aktivnostmi, tudi kulturnimi. In ravno odnos študentov do prostočasnih aktivnosti, konkretno do udeleževanja v visoki kulturi oziroma do obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture, želim tudi sam raziskati v empiričnem delu diplomskega dela. V svojem diplomskem delu delim čas v dnevu v grobem med delo in prosti čas, čeprav obstajajo različne definicije o prostem času, ki so nastale na podlagi različnih avtorjev. Mobily (1989) je med dijaki v eni izmed srednjih šol izvedel raziskavo o razumevanju definicije prostega časa. Dijaki so prosti čas povezovali predvsem z zabavo, veseljem in uživanjem. Med prosti čas so dijaki uvrščali predvsem pasivne aktivnosti (gledanje televizije, branje, sproščanje, počitek). Podobne rezultate je v svoji raziskavi dobil tudi Shaw (1985), ki je ugotovil, da so sodelujoči v raziskavi v največji meri prosti čas povezovali s svobodo izbire, z notranjimi motivi, uživanjem in sproščanjem.

Količina in sestava časa neposredno vplivata na to, kako posameznik porablja svoj prosti čas. Če količina prostega časa pade, bodo oportunitetni stroški tega časa narasli in posameznik bo postal bolj selektiven. Če postane posameznikov prosti čas močno razdrobljen, bodisi zaradi nerednega delovnega urnika bodisi zaradi družinskih obveznosti, bo postal močno selektiven pri določanju, kako porabiti prosti čas, ki mu je na voljo. Prostočasne aktivnosti, ki se ne skladajo z delovnim urnikom posameznika, bodo odpadle, medtem, ko bodo prostočasne aktivnosti, ki se prilagajajo delovnemu urniku posameznika, postale bolj popularne. Robinson in Godbey (1997) obravnavata ta pojav kot prosti čas po dogovoru (ang. leisure by appointment) in predlagata uporabnost omenjene besedne zveze.

Glavni razlog za ta vzorec je lahko spreminjajoča se razpoložljivost in naraščajoča razdrobljenost prostega časa znotraj ameriške družbe. Čeprav je bila v večjem delu 20. stoletja med Američani prisotna rast prostega časa in uživanje v prostočasnih aktivnostih, to za določene segmente v populaciji kasneje ne velja več. Robinson in Godbey (1997) se strinjata,

da imajo Američani zdaj toliko razpoložljivega prostega časa kot so ga imeli v preteklosti. Večina raziskovalcev se strinja, da je sestava prostega časa postala bolj razdrobljena, in sicer kot rezultat naraščajočih nerednih delovnih urnikov zaposlenih Američanov (Vogel, 2000). Ta pojav velja predvsem za višje izobražene posameznike, ki predstavljajo največje porabnike v kulturi.

Putnam (2000) pravi, da sta zmanjšanje zmanjšanje prostega časa in naraščajoče osredotočanje na prostočasne aktivnosti znotraj doma posameznika, povzročila naraščajočo tekmovalnost predvsem med obiskovanjem kulturnih prireditev in ostalimi prostočasnimi aktivnostmi. Pritisk prostega časa vpliva na izbiro med udeleževanjem v kulturi in udeleževanjem v ostalih prostočasnih aktivnostih ter tudi na izbiro med različnimi umetniškimi oblikami v kulturi. Razlike v deležu obiskovanja lahko nastanejo na podlagi prilagodljivosti posameznih aktivnosti. Posameznik, ki obišče muzej oziroma galerijo, se lahko sam odloči, kdaj ga bo obiskal, koliko časa bo porabil za obisk in kaj si bo v muzeju oziroma galeriji ogledal in česa ne.

Posameznik, ki obišče kulturno prireditev oziroma prireditev v živo, nima takšne možnosti izbire kot v primeru obiska muzeja oziroma galerije. Prireditve v živo se običajno odvijajo ob točno določenem času, trajanje prireditve je običajno časovno določeno oziroma omejeno in program prireditve je običajno ustaljen.

V nasprotju z ekonomsko literaturo, ki razlaga pojav oboževalcev kulturne umetnosti v obliki naraščajočega zadovoljstva, ki je rezultat naraščajočega poznavanja kulture, predstavlja literatura o prostem času bolj psihološki nivo razlage. Majhen delež udeležencev v prostočasnih aktivnostih postaja za nekoga, ki mu specifična aktivnost predstavlja izpolnitev samega sebe, manj pomemben (Stebbins, 1992). Kot sta že Kelly in Freysinger (2000) izpostavila, je ta pojav značilen za veliko število prostočasnih aktivnosti, v katerih se razvija zaupanje v posamezno aktivnost. Ko zaupanje raste, posamezniki opredeljuje same sebe znotraj posamezne aktivnosti. Posameznik tu in tam postane del skupnosti posameznikov, v kateri večina le-teh uživa v določeni prostočasni aktivnosti. Tovrstno obliko skupnosti je obravnaval tudi Putnam (2000) kot glavno potrebo v sedanji ameriški družbi.

Zadnji pomembni vpogled znotraj literature o prostem času obravnava dejavnike, ki vplivajo na posameznikovo odločitev glede oblike udeleževanja v prostočasnih aktivnostih. Posameznik se lahko udeležuje v kulturi bodisi preko obiskovanja v živo bodisi preko medijev bodisi preko aktivnega udejstvovanja. Eden izmed predlogov iz literature je obravnavati dve različni dimenziji posameznikovih možnosti. Prva dimenzija je, ali posameznik išče razvedrilo ali izpolnitev samega sebe. Druga dimenzija je, ali se posameznik želi udeleževati sam ali z drugimi (Kelly, Freysinger, 2000). Za prvo velja razločevanje med aktivnostmi, katerih primarna naloga je razvedriti posameznika – lep primer je gledanje televizije (Robinson, Godbey, 1997) in aktivnostmi, za katere velja, da obogatijo posameznika oziroma ga izpolnijo – Stebbins (1992) je poimenoval tovrstne aktivnosti kar

resen prosti čas (ang. serious leisure time). Druga dimenzija je primerna za obravnavo socialne tematike kot na primer ali je socialna izkušnja enako ali bolj pomembna kot aktivnost sama, ali je posameznikova glavna motivacija vase usmerjena in ali je posameznik primarno zainteresiran za razvijanje sposobnosti znotraj aktivnosti.

Združitev iz prejšnjega odstavka omenjenih dveh dimenzij predstavlja podlago za razločevanje med različnimi tipi udeležencev v kulturi (glej Tabelo 1). Znotraj skupine posameznikov, ki primarno iščejo razvedrilo, bodo vase usmerjeni posamezniki bolj nagnjeni k spremljanju kulturnega programa preko medijev (poslušanje posnete glasbe, gledanje kulturne prireditve po televiziji, itd.). Tisti, ki iščejo socialno izkušnjo, to so t.i. občasni obiskovalci (ang. casual attendees), bodo bolj nagnjeni k obiskovanju kulturnih prireditev v živo. Znotraj skupine posameznikov, ki primarno hrepenijo po notranji obogatitvi in osebni izpolnitvi, bodo vase usmerjeni posamezniki nagnjeni k aktivnemu udejstvovanju v kulturi. Posamezniki, ki iščejo socialno izkušnjo, pa bodo predstavljali obiskovalce, ki obožujejo udeleževanje v kulturi oziroma t.i. oboževalce kulturne umetnosti.

Tabela 1: Klasifikacijska shema za razlago oblik udeleževanja v kulturi

		kaj posameznik išče	
		<i>razvedrilo</i>	<i>izpolnitev</i>
preferenca v udeleževanju	<i>razvijanje sposobnosti (usmerjenost v samega sebe)</i>	udeleževanje preko medijev	aktivno udejstvovanje
	<i>socialna izkušnja</i>	obisk (občasen)	obisk (oboževalci)

Vir: McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 27.

Posamezniki, ki se uvrščajo v točno določeno celico znotraj klasifikacijske sheme, niso izključeni iz ostalih oblik udeleževanja. Tisti, ki se udeležujejo v kulturi primarno preko medijev, lahko obiskujejo tudi kulturne prireditve v živo, kot to velja tudi za tiste posameznike, ki se aktivno udeležujejo v kulturi. Posamezniki lahko izbirajo, v kakšni kulturno-umetniški obliki se bodo udeleževali v kulturi bodisi v okviru visoke bodisi v okviru popularne kulture. Klasifikacijska shema predstavlja koristen pripomoček za prepoznavanje razlik med posameznikovimi motivi za udeleževanje in posameznikovimi prevladujočimi oblikami udeleževanja v kulturi.

Te razlike so koristne predvsem za kulturne organizacije, ki iščejo možnosti za povečevanje obiska na kulturnih prireditvah, ki jih organizirajo v živo. Tabela 1 razlaga, da trg za kulturne prireditve v živo zajema dve različni skupini obiskovalcev – občasni obiskovalci in oboževalci kulturne umetnosti. Občasni obiskovalci se od oboževalcev kulturne umetnosti ne razlikujejo samo po motivih, ampak tudi po številu, znanju o kulturi in okusih. Oboževalci kulturne umetnosti predstavljajo pogoste obiskovalce kulturnih prireditev. So majhna, selektivna skupina posameznikov, ki želi pridobivati znanje znotraj kulturne umetnosti in je zainteresirana za različne oblike zadovoljstva. Občasni obiskovalci so, nasprotno, veliko bolj

številčni in manj zainteresirani za različne oblike udeleževanja v kulturi. Privlači jih načrtovanje, ki je bolj tradicionalno oziroma veliko bolj sovпада z njihovim vsakdanjim življenjem (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 27).

Omenjene ugotovitve so prav tako pomembne za kulturne organizacije, da se le-te lažje odločajo, ko razvijajo strategije za povečevanje obiska na njihovih kulturnih prireditvah. Organizacije morajo biti pozorne na to, kako se njihove aktivnosti vključujejo v urnike posameznikov, ki predstavljajo ciljno populacijo. Zavedati se morajo tudi, da imajo potencialni obiskovalci na izbiro številne prostočasne aktivnosti – tako kulturne kot nekulturne, zato morajo kulturne organizacije vedeti, kakšno ponudbo imajo v primerjavi z ostalimi organizacijami, ki ponujajo druge možnosti. Prav tako velja, da, če se potencialnim udeležencem omeji prosti čas in poveča možnosti za razvedrilo, morajo kulturne organizacije določiti naravo ciljne skupine, njihove motive in kako je načrtovanje organizacij povezano z njihovimi motivi. Iz zgoraj povzetega je razvidno, da bodo potrebne zelo različne strategije glede odnosa med kulturnimi organizacijami in njihovimi ciljnim skupinami. Predvsem to velja za organizacije, ki želijo povečevati obisk na svojih kulturnih prireditvah, in sicer s strani tistih, ki se redko (če sploh kdaj) udeležujejo v kulturi, s strani tistih, ki se občasno udeležujejo in s strani tistih, ki se pogosto udeležujejo v kulturi. Kulturne organizacije morajo spoznati, da je proces preoblikovanja posameznika od redkega udeleženca v kulturi do občasnega udeleženca v kulturi in od občasnega udeleženca v kulturi do pogostega udeleženca v kulturi, dolgotrajen (Morrison, Dalgleish, 1987). Ko pride do prehoda posameznika iz ene oblike v drugo, lahko ti posamezniki postanejo del skupnosti kulturnih organizacij in mogoče ne bodo več samo navadni obiskovalci, ampak tudi prostovoljci, donatorji in člani odbora.

3.3. Kritika na teorijo o udeleževanju v kulturi

Kljub številnim informacijam in dinamiki obnašanja posameznikov glede udeleževanja v kulturi, je literatura o udeleževanju pomanjkljiva in ne daje najbolj relevantnih napotkov kulturnim organizacijam, ki želijo povečati obisk na svojih programih, ki jih nudijo obiskovalcem. Kompleksnost v odločitvah posameznika glede udeleževanja predstavlja organizacijam velik problem in otežuje oblikovanje pravih strategij. Zelo malo je znanega, zakaj se posameznik odloča za eno kulturno-umetniško obliko in ne za drugo in zakaj se odloča za eno obliko udeleževanja v kulturi in ne za drugo (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 28).

Literatura o udeleževanju v kulturi ponuja rešitev za poglobitev stopnje posameznikove vpletenosti v kulturo, tako, da se v posamezniku vzbudi potrebo po večji naklonjenosti do udeleževanja v kulturi, in sicer, da bi le-to postalo osrednji del njega samega (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 29).

3.3.1. Neustreznost konceptualnih pristopov

Organizacije zelo težko pridobivajo popolne informacije, na katerih bi temeljile njihove odločitve. Največja napaka teoretičnih pristopov je v tem, da želijo razlagati kompleksnost procesov, skozi katere gredo posamezniki, kadar se odločajo ali se bodo udeleževali v kulturi ali ne (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 29).

Empirična literatura, ki jo v nadaljevanju povzemam v poglavju štiri, izpostavlja to kompleksnost na različne načine. Različnost v deležih udeleževanja v kulturi tako glede na obliko udeleževanja v kulturi kot glede na posamezno umetniško obliko znotraj kulture se pojavlja zaradi tega, ker dejavniki, ki povzročajo različnost v deležih udeleževanja, niso enostavni. Udeleževanje v kulturi je lažje razloženo, če so udeleženci v kulturi razdeljeni v tri že večkrat omenjene glavne skupine, in sicer na tiste, ki se redko (če sploh kdaj) udeležujejo v kulturi, na tiste, ki se občasno udeležujejo v kulturi in na tiste, ki se pogosto udeležujejo v kulturi. Socio-demografski dejavniki so v šibki korelaciji z razlikami v pogostosti udeleževanja v kulturi. Omenjene tri skupine z vidika obnašanja posameznikov se med seboj razlikujejo. Ne samo, da so razlogi za odločitve posameznikov glede udeleževanja v kulturi različni, ampak so tudi kompleksni. Socio-demografski dejavniki ne igrajo velike vloge v razlaganju, zakaj se na primer pogosti obiskovalci pogosteje udeležujejo v kulturi kot ostali (Schuster, Davidson, 1991). To najbolj velja za socio-demografski dejavnik izobrazba, ki pa ga zaradi specifičnosti ciljne skupine v okviru mojega diplomskega dela (segment – študenti) v analizi nisem uporabil.

V vprašalnikih v okviru tovrstnih raziskav bi bilo možno uporabljati nominalne lestvice za ugotavljanje odločitev posameznika glede udeleževanja v kulturi – ali se posameznik udeležuje v kulturi ali ne. Vendar se zaradi različnosti odgovorov posameznikov glede njihovih odločitev za udeleževanje v kulturi to ne dogaja. Posamezniki gredo čez niz različnih možnosti, ko se odločajo za to, ali se bodo udeleževali v kulturi. Najprej se poraja vprašanje, kaj jim udeleževanje v kulturi lahko ponudi. Potem se poraja vprašanje o koristih, ki jih lahko dobijo z udeleževanjem v kulturi in o tem, kje lahko najdejo te koristi. Nato verjetno sledi razmišljanje o različnih priložnostih za udeleževanje v kulturi kot sta na primer obisk kulturne prireditve ali obisk muzeja oziroma galerije. V primeru udeleževanja posameznikov v kulturi sledi ocenjevanje njihovih izkušenj z udeleževanjem v kulturi in analiziranje pričakovanj glede koristi zaradi udeleževanja v kulturi.

Seveda vsak posameznik razmišlja in odloča po svoje, kar pomeni, da ne gredo vsi posamezniki na isti način skozi vse zgoraj omenjene korake. Razlika v obnašanju med tremi različnimi skupinami posameznikov – redki, občasni in pogosti udeleženci v kulturi izhaja iz verjetnosti, da se te tri skupine posameznikov nahajajo na različnih stopnjah v procesu odločanja glede udeleževanja v kulturi. Pogosti obiskovalci so mnenja, da je za njih zelo pomembno udeleževanje v kulturi, zato se osredotočajo na to, katero prireditev bodo izbrali. Za tiste posameznike, ki se redko udeležujejo v kulturi, odločitev glede izbora prireditve za

njih ni tako pomembna, razen če so prepričani, da jim udeleževanje v kulturi lahko res kaj ponudi. Problem v odločitvah posameznikov se poraja tudi pri tistih posameznikih, ki se udeležujejo v kulturi samo zato, ker so jih povabili prijatelji ali sorodniki, sami pa nimajo ravno interesa, da bi se samoiniciativno udeleževali v kulturi. Njihove odločitve imajo manj zveze z udeleževanjem v kulturi kot z odnosom do tistih posameznikov, ki so jih povabili.

Glavna nit torej niso koraki v odločitvah posameznikov glede udeleževanja v kulturi, ampak vpletenost več kot ene odločitve. Različni dejavniki določajo rezultat za vsako posamezno odločitev in vpliv teh dejavnikov verjetno ne bo prisoten, če proces ne bo razdrobljen. Najboljši primer pomembnosti razdrobljenosti procesa je precejšnja variacija glede ekonomskih pritiskov kot na primer vpliv cen vstopnic na obnašanje posameznikov. Če so cene vstopnic pomembne samo za posameznike, ki nameravajo obiskati kulturno prireditev, potem bo ocenjevanje vpliva cen na udeleževanje v kulturi glede na celotno populacijo dajalo nenatančno sliko učinka cen (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 30).

Če se proces o odločitvah posameznika preveč poenostavi, potem se teorija o dajanju napotkov kulturnim organizacijam, katere strategije naj uporabljajo za povečevanje števila obiskovalcev, ne obnese. Pomembno vprašanje je, katere taktike so primerne za posamezno ciljno skupino – za tiste, ki se že udeležujejo v kulturi, za tiste, ki se nagibajo k udeleževanju v kulturi, pa tega še ne počnejo ter za tiste, ki se ne nagibajo k udeleževanju v kulturi in kdaj uporabiti te taktike. Prilagajanje cen vstopnic za tiste posameznike, ki niso nagnjeni k udeleževanju v kulturi, z namenom povečanja števila obiskovalcev, ni preveč učinkovito. Učinkovita taktika je, da organizacije pokažejo tovrstnim posameznikom, kakšne koristi jim ponujajo v primeru udeleževanja.

Drugi problem, ki ga literatura omenja, je primarno osredotočanje na socio-demografske dejavnike v smislu razlaganja obnašanja posameznikov glede udeleževanja v kulturi. Kot sem že omenil v omenjenem poglavju, socio-demografski dejavniki ne razlagajo, zakaj se nekateri posamezniki z danimi značilnostmi uvrščajo med pogoste obiskovalce v kulturi in drugi ne. Vseeno pa socio-demografski dejavniki v primerjavi z dejavniki, ki motivirajo udeležence v kulturi, nudijo majhno pomoč kulturnim organizacijam. Kulturne organizacije imajo zelo malo ali nič vpliva na dejavnike, vključno z izobrazbo.

Z izpostavitvijo socio-demografskih dejavnikov daje konceptualni model dve manjši pozornosti na razlike v obnašanju posameznikov glede udeleževanja v kulturi. V mnogih smereh bi lahko predstavljali ključ do razumevanja obnašanja posameznikov glede udeleževanja v kulturi. Z osredotočanjem na značilnosti, na podlagi katerih imajo organizacije manjše sposobnosti za prilagoditev, konceptualni modeli odvrnejo pozornost od smiselnih dejavnikov, katere lahko organizacije prilagodijo – načini, kako oglašujejo svoja sporočila, tipi programov, ki jih ponujajo in taktike, ki jih uporabljajo za povečevanje števila obiskovalcev (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 31).

4. Obstoječe raziskave o javnem udeleževanju v kulturi ter o javnem udeleževanju na nekaterih drugih področjih družbenega življenja v prostem času

V pričujočem poglavju opisujem empirične podatke glede udeleževanja v kulturi ter koristnost različnih tipov podatkov iz raziskave, ki je bila izvedena v ZDA leta 1997 – The Survey of Public Participation in the Arts – SPPA (raziskava o javnem udeleževanju v kulturi, izvedena s strani organizacije National Endowment for the Arts – v nadaljevanju NEA). Poleg definicij in merjenj udeleževanja v kulturi s strani ameriškega prebivalstva povzemam še glavne ugotovitve empirične raziskave o javnem udeleževanju v kulturi – SPPA. Poleg tega omenjam še ostale raziskave, koristne za moje diplomsko delo.

4.1. Raziskava SPPA in ostale koristne raziskave

Raziskave o javnem udeleževanju v kulturi so narejene tako, da merijo pogostost in oblike individualnega udeleževanja v kulturi. Iz raziskav niso razvidne samo natančne informacije o pogostosti in oblikah udeleževanja, ampak tudi socialne in ekonomske značilnosti posameznikov, ki so sodelovali v raziskavi. Tovrstne raziskave pogosto omogočajo tudi primerljive informacije o udeleževanju posameznika v pristočasnih dejavnostih, katere niso povezane s kulturo. V raziskavah je prav tako razvidno, kako so se vzorci obiskovanja spreminjali skozi čas (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 4).

Raziskava o javnem udeleževanju v kulturi – The Survey of Public Participation in the Arts (SPPA) je bila prvič izvedena leta 1982 kot odziv na potrebe po sistematični nacionalni raziskavi o javnem udeleževanju v kulturi (Peterson, 1977) ter nato tudi v kasnejših letih.

Raziskava SPPA daje napram ostalim podobnim raziskavam najbolj obsežne in zanesljive podatke za ocenjevanje vzorcev udeleževanja v kulturi na nacionalni ravni. Na podlagi omenjene ugotovitve sem se odločil, da bo moja raziskava izhajala iz raziskave SPPA. Vprašalnik iz omenjene raziskave, ki je bila izvedena z metodo telefonskega anketiranja in vsebinsko zajema predvsem udeleževanje v visoki kulturi, mi služi kot osnova za oblikovanje vprašalnika v okviru moje raziskave. Pri oblikovanju vprašalnika sem si pomagal tudi z vprašalniki iz drugih raziskav, ker vprašalnik iz raziskave SPPA ne vsebuje trditev za merjenje stališč anketirancev do neke problematike. V svojo raziskavo sem želel vključiti predvsem vprašanja v obliki Likertovih lestvic. Raziskava SPPA je oblikovana specifično za zbiranje informacij o nacionalnem udeleževanju v kulturi, kar pomeni, da pridobljeni podatki vsebujejo natančne informacije o vzorcih udeleževanja (oblike udeleževanja glede na kulturno-umetniške oblike) ter o korelacijah med vzorci. Raziskava vsebuje tudi specifična vprašanja v zvezi z udeleževanjem v umetniških oblikah visoke kulture kot so klasična glasba,

opera, jazz, balet, ostali plesi (etno, moderni), vizualna umetnost (muzeji, galerije) ter literarna umetnost (leposlovje, poezija).

S strani koalicije PARC (The Performing Arts Research Coalition) je bil oblikovan anketni vprašalnik z naslovom Pittsburg Audience Survey (Cuesta, Gillespie, Schaefer, 2002), s katerim so raziskovalci želeli ugotoviti mnenja obiskovalcev glede njihovih izkušenj v zvezi z obiskovanjem kulturnih prireditev v okviru visoke kulture. Vprašanja za svojo raziskavo sem prav tako črpal iz omenjenega anketnega vprašalnika.

V raziskavi *Young people and free time in Ljubljana: A psychosocial analysis of needs and possibilities for their realisation* (2004) so raziskovalci ugotavljali, v katerih prostočasnih aktivnostih se mladi udeležujejo v Ljubljani. Ker me zanima pogostost udeleževanja študentov v visoki kulturi napram ostalim popularnim prostočasnim aktivnostim v Ljubljani, sem črpal vprašanja za svojo raziskavo tudi iz omenjene raziskave.

V knjigi avtorice Sadarjeve (1991) z naslovom *Moški in ženske v prostem času: Socialne in psihološke dimenzije načinov preživljanja prostega časa*, so poleg teorije o prostem času povzeti tudi rezultati študije o vlogi spola pri stališčih, aktivnostih in željah glede prostočasnih aktivnosti. Rezultati raziskave glede razlik med spoloma na področju kulture oziroma preživljanja prostega časa znotraj kulturnih aktivnosti so se mi zdeli zanimivi, saj je tudi mene zanimala razlika med spoloma glede obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture.

Yousof Al-Thibiti (2004) je proučeval odnos športnih navdušencev do obiskovanja športnih prireditev. V raziskavi *A Scale Development for Sport Fan Motivation* (2004) je ugotavljal stališča anketirancev do obiskovanja športnih prireditev. Raziskava se mi je zdela zanimiva tudi za mojo raziskavo.

4.2. Merjenje udeleževanja v kulturi

V tem poglavju opredeljujem udeleževanje v kulturi, in sicer katere oblike udeleževanja sestavljajo udeleževanje v kulturi, katere kulturno-umetniške oblike so upoštevane in kako je populacija opredeljena.

4.2.1. Opredelitev udeleževanja v kulturi

4.2.1.1. Oblike udeleževanja v kulturi

Udeleževanje v kulturi je včasih lahko mišljeno samo kot oblika obiska kulturne prireditve ali muzeja oziroma galerije, vendar se ljudje udeležujejo v kulturi na različne načine. Za nekatere pomeni udeleževanje v kulturi aktivno udejstvovanje v kulturi kot na primer igranje inštrumenta, petje, risanje slike, pisanje pesmi itd. Za druge pomeni udeleževanje v kulturi obisk kulturne prireditve v živo, obisk muzeja oziroma galerije. Za nekatere pa pomeni

udeleževanje v kulturi poslušanje kulturnega programa po radiu, gledanje kulturnega programa po televiziji oziroma poslušanje ali gledanje posnetka kulturne prireditve preko nosilca zapisa zvoka ali slike. Če povzamem, udeleževanje v kulturi pomeni aktivno udejstvovanje, obiskovanje v živo in spremljanje preko medijev (McCarthy, Ondaatje, Zakaras, 2001, str. 6).

4.2.1.2. Umetniške oblike v kulturi

Raziskovalci, ki so empirično preverjali javno udeleževanje v kulturi, so med drugim morali razvrstiti kulturno-umetniške oblike bodisi med visoko kulturo bodisi med popularno kulturo. Opredelitev visoke kulture, kamor so uvrstili klasično glasbo, jazz, opero, ples (balet, moderni plesi, etno plesi) in gledališče, med raziskovalci ni bila sporna. Do nesoglasja med raziskovalci pa je prihajalo predvsem pri opredelitvi popularne kulture, kamor so uvrstili film, radio in televizijo. Kljub opredelitvi omenjenih dveh kategorij pa je do razlik prihajalo tudi znotraj njiju, saj se je število umetniških oblik v posamezni kategoriji (visoka kultura; popularna kultura) med posameznimi raziskavami razlikovalo. Walker et al. (2000) je izpostavil, da, bolj kot je razširjena posamezna kulturno-umetniška oblika, v večji meri se je ljudje udeležujejo.

4.2.1.3. Populacija

Glede na pogostost udeleževanja v kulturi je bila populacija v raziskavi razdeljena v tri glavne kategorije: na tiste, ki se redko udeležujejo v kulturi, na tiste, ki se občasno udeležujejo v kulturi in na tiste, ki se pogosto udeležujejo v kulturi (McCarthy et al., 2001). Glede na potrebe moje raziskave oziroma glede na strukturiranost mojega anketnega vprašalnika sem kategorije v pogostosti udeleževanja razširil oziroma le-te bolj natančno opredelil.

4.3. Izsledki obstoječih raziskav

V raziskavi SPPA so bili obdelani različni vidiki udeleževanja v visoki kulturi, kot so pogostost udeleževanja v visoki kulturi in spremembe v pogostosti udeleževanja v visoki kulturi skozi čas, korelacije med socio-demografskimi dejavniki glede udeleževanja v visoki kulturi, vzorci udeleževanja v visoki kulturi in točno določene kulturno-umetniške oblike, oblike udeleževanja v visoki kulturi ter dejavniki, ki vplivajo na posameznika, da se začne zanimati za udeleževanje v visoki kulturi.

Z raziskavo SPPA so raziskovalci želeli ugotavljati, kdo, kaj in kako se posamezniki udeležujejo v visoki kulturi, bolj kot zakaj se posamezniki obnašajo tako kot se. V raziskavi tudi niso želeli ugotavljati, zakaj se posameznik odloči za udeleževanje v kulturi oziroma zakaj se odloči za posamezno obliko udeleževanja v kulturi ali za posamezno kulturno-umetniško obliko. V nadaljevanju povzemam rezultate iz raziskave SPPA. Podatki iz omenjene raziskave, ki je bila narejena v ZDA, veljajo kot najbolj zanesljivi na področju

merjenja javnega udeleževanja v kulturi. Poleg tega je v raziskavi zbranih tudi največ informacij o značilnostih udeležencev, oblikah njihovega udeleževanja ter okoliščinah pri udeleževanju v visoki kulturi. Prav tako vsebuje omenjena raziskava najbolj natančno analizo obravnavane tematike.

4.3.1. Pogostost udeleževanja v prostočasnih aktivnostih

Raziskovalci so ugotovili, da je udeleževanje v visoki kulturi popularna prostočasna aktivnost za veliko število ljudi. V vzorec so zajeli 12.349 oseb, starih 18 let ali več – anketirani je bil posameznik v okviru gospodinjstva, ki je imel rojstni dan najbližje dnevu izvedbe anketiranja. Anketiranci so se med seboj razlikovali glede na spol, starost in regijo. Razlikovali pa so se tudi glede na dejavnike kot so rasa, dohodek in izobrazba, ki pa jih nisem vključil v lastno raziskavo. Na podlagi podatkov iz raziskave SPPA iz leta 1997 (SPPA, 1998, str. 14) je bilo ugotovljeno, da je ocenjena polovica polnoletnih oseb oziroma 97 milijonov različnih ljudi v ZDA obiskalo kulturno prireditev v okviru sedmih kulturno-umetniških oblik visoke kulture kot so jazz, klasična glasba, opera, muzikal/opereta, gledališče, balet in ostali plesi (etno, moderni) ali obiskalo muzej oziroma galerijo v zadnjem letu pred izvedbo raziskave. Za potrebe svoje raziskave sem se odločil, da določene kulturno-umetniške oblike izločim iz raziskave, saj v Sloveniji še niso tako prisotne. Pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru omenjenih kulturno-umetniških oblik je manjša kot v nekaterih drugih prostočasnih aktivnostih, kot so aktivno ukvarjanje s športom ali obiskovanje kino predstav. V raziskavi SPPA so delali tudi primerjave med udeleževanjem v prostočasnih aktivnostih na eni strani in udeleževanjem v aktivnostih, povezanih z visoko kulturo, na drugi strani. Rezultati raziskave so pokazali, da je najpopularnejša prostočasna aktivnost spremljanje radia in televizije. Obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture se ne nahaja med najpogostejšimi oblikami udeleževanja v prostem času, je pa bolj popularno od obiskovanja športnih prireditev.

V raziskavi z naslovom *Young people and free time in Ljubljana: A psychosocial analysis of needs and possibilities for their realisation* (2004) so raziskovalci med drugim ugotavljali pogostost udeleževanja mladih v zunanjih prostočasnih aktivnostih kot so ukvarjanje s športom, druženje s prijatelji, obiskovanje zabav, izleti, obiskovanje kulturnih prireditev ter v nekaterih notranjih prostočasnih aktivnostih, ki pa jih v svoji raziskavi nisem zajel. Zanimala me je predvsem primerjava med obiskovanjem kulturnih prireditev v okviru visoke kulture ter ostalimi zunanjimi prostočasnimi aktivnostmi. Zunanja prostočasna aktivnost zahteva od posameznika, da zapusti zavetje svojega doma. Prednost notranje prostočasne aktivnosti pa je takojšnja razpoložljivost le-te. V omenjeni raziskavi se mladi najbolj pogosto aktivno udeležujejo v športu, medtem, ko bistvenih razlik v pogostosti med ostalimi prostočasnimi aktivnostmi ni opaziti. V svojo raziskavo sem vključil zunanje prostočasne aktivnosti iz omenjene raziskave, saj predstavljajo prostočasne aktivnosti v Ljubljani, v katerih se mladi udeležujejo, boljše podlago za svojo raziskavo. Dodal sem še zunanji prostočasni aktivnosti kot sta obiskovanje športnih prireditev ter prostovoljno delo iz raziskave SPPA. Pogostost

udeleževanja s strani ameriškega prebivalstva v omenjenih dveh prostočasnih aktivnostih ni bila visoka. Me je pa zanimalo, kakšni rezultati se bodo pokazali na vzorcu študentov Univerze v Ljubljani. Obiskovanje športnih prireditev sem vključil zato, ker športne prireditve posamezniku predstavljajo alternativo kulturnim prireditvam in so namenjene med drugim tudi zabavanju ljudi. Obiskovalcem pa prinašajo tudi druge koristi, primerljive s tistimi na kulturnih prireditvah. Nenazadnje sem si pri oblikovanju anketnega vprašalnika pomagal tudi z raziskavo o motivih za obiskovanje športnih prireditev. Zanimalo me je tudi, koliko svojega prostega časa študenti namenjajo prostovoljnemu delu ter s tem prinašajo koristi sebi in drugim.

Sadar (1991) v knjigi z naslovom Moški in ženske v prostem času: Socialne in psihološke dimenzije načinov preživljanja prostega časa, pripisuje ženskam večji pomen kulturnim in socialnim nagnjenjem v prostem času, kot so gledališče, film, prostovoljno delo itd.. V omenjeni knjigi so predstavljeni tudi rezultati študije o vlogi spola pri stališčih, aktivnostih in željah glede prostočasnih aktivnosti. V raziskavi iz leta 1974 so sodelovali dijaki ter zaposleni mladi. Ženske so se v večji meri kot moški strinjale, da naj bi bil prosti čas namenjen kulturno-umetniškim aktivnostim. Ena izmed ugotovitev je tudi bila, da se specifika ustvarjalnih aktivnosti med spoloma razlikuje. Ženske so bolj pogosto usmerjene v umetniške aktivnosti kot moški.

4.3.2. Trendi gibanja udeleževanja v visoki kulturi skozi čas

V zadnjih nekaj desetletjih se je število obiskovalcev kulturnih prireditev v živo v okviru kulturno-umetniških oblik visoke kulture (uprizoritvena umetnost) v ZDA povečevalo, predvsem zaradi rasti prebivalstva in rasti števila posameznikov z višjo izobrazbo (McCarthy et. al., 2001). Stabilna rast je bila beležena tudi za obiskovanje muzejev oziroma galerij in sicer vse od leta 1982, ko je organizacija NEA prvič izpeljala raziskavo SPPA. Zaradi ponavljajočega izvajanja raziskave SPPA so lahko raziskovalci delali primerjave med leti, pa čeprav je bilo potrebno upoštevati tudi to, da se je število prebivalcev iz leta v leto povečevalo, deloma se je spreminjala tudi struktura vprašalnika, deloma tudi sama metodologija raziskave, čas (meseč) izvedbe raziskave ter tudi sponzoriranje raziskave. Že narejene raziskave SPPA v letih 1982, 1992, 1997 ter 2002 kažejo na to, da se delež polnoletnih posameznikov, ki so v zadnjem letu vsaj enkrat obiskali kulturno prireditev v okviru umetniških oblik visoke kulture, kot so klasična glasba, jazz, opera, balet, ostali plesi (etno, moderni), gledališče, muzeji in galerije, ni spreminjal kaj dosti (to velja za obisk v okviru vsake izmed omenjenih umetniških oblik visoke kulture posebej). Leta 1997 se je delež le-teh povečal v vsaki izmed umetniških oblik visoke kulture glede na leto 1982, še posebej pa glede na leto 1992 (leta 1992 se je delež glede na leto 1982 v nekaterih umetniških oblikah visoke kulture zmanjšal). Leta 2002 pa se je delež glede na leto 1997 zmanjšal v vseh omenjenih umetniških oblikah visoke kulture (SPPA, 1998, str. 15; SPPA, 2004, str. 12). Ugotovitve iz raziskav iz leta 1997 in leta 2002 nakazujejo na to, da se je zanimanje za visoko

kulturo v omenjenem obdobju iz leta v leto zmanjševalo (trend padajočega zanimanja za visoko kulturo).

Prav tako je iz raziskav iz leta 1997 in 2002 razvidno, da je delež žensk, ki so vsaj enkrat v zadnjem letu obiskale kulturno prireditev v okviru visoke kulture, večji v primerjavi z deležem pri moških (to velja za obisk v okviru vsake izmed izbranih umetniških oblik visoke kulture posebej). To pomeni, da več žensk kot moških v enem letu vsaj enkrat obiše kulturno prireditev v okviru visoke kulture, in sicer v okviru vsake izmed izbranih umetniških oblik visoke kulture posebej (izjema so le koncerti jazz glasbe v letu 1997, kjer je delež večji pri moških kot pri ženskah). Iz raziskave iz leta 2002 je razvidno, da se je v primerjavi z letom 1997 zmanjšal delež moških, ki so vsaj enkrat v zadnjem letu obiskali kulturno prireditev v okviru visoke kulture, in sicer v okviru vsake izmed izbranih umetniških oblik visoke kulture posebej. Podobno velja tudi za ženske (izjema so jazz koncerti, kjer se je delež v letu 2002 povečal v primerjavi z letom 1997) (SPPA, 1998, str. 16; SPPA, 2004, str. 16). Torej se je zanimanje za visoko kulturo v omenjenem obdobju v splošnem zmanjšalo, ne glede na spol.

Glede na rezultate raziskave SPPA v letih 1997 (SPPA, 1998, str. 18) in 2002 (SPPA, 2004, str. 14) je bilo izmed vseh obiskovalcev več žensk kot moških, ki so vsaj enkrat v zadnjem letu obiskali kulturno prireditev v okviru visoke kulture, in sicer v okviru vsake izmed izbranih umetniških oblik visoke kulture posebej (izjema so koncerti jazz glasbe). Od vseh posameznikov, ki so vsaj enkrat v zadnjem letu obiskali kulturno prireditev v okviru visoke kulture, se je delež žensk napram deležu moških povečal v letu 2002 glede na leto 1997 (v okviru vsake izmed izbranih umetniških oblik visoke kulture, razen pri operi). Iz tega lahko sklepam, da je zanimanje za obiskovanje omenjenih prireditev pri ženskah v omenjenem obdobju v splošnem naraščalo, pri moških pa padalo.

Iz raziskave SPPA za leto 1997 je razvidno, da je delež posameznikov, starih med 18 in 24 let, ki so vsaj enkrat v zadnjem letu obiskali kulturno prireditev visoke kulture, večji v primerjavi z deležem posameznikov, starih med 25 in 34 let (to velja za obisk v okviru vsake izmed izbranih umetniških oblik visoke kulture posebej). Podatki iz leta 2002 pa kažejo na to, da je delež posameznikov, starih med 18 in 24 let, ki so vsaj enkrat v zadnjem letu obiskali kulturno prireditev v okviru visoke kulture, manjši v primerjavi z deležem posameznikov, starih med 25 in 34 let (to velja za obisk v okviru vsake izmed izbranih umetniških oblik visoke kulture posebej, razen pri gledališču in ostalih plesih (etno, modernih)). Poleg tega je iz omenjenih raziskav razvidno, da se je delež posameznikov, starih med 18 in 24 let, ki so vsaj enkrat v zadnjem letu obiskali kulturno prireditev v okviru visoke kulture, zmanjšal v letu 2002 primerjavi z letom 1997 (to velja za obisk v okviru vsake izmed izbranih umetniških oblik visoke kulture posebej). Podobno velja tudi za obiskovalce, stare med 25 in 34 let. Omenjene ugotovitve nakazujejo na zmanjševanje zanimanja za visoko kulturo med mladimi (SPPA, 1998, str. 16; SPPA, 2004, str. 16).

Raziskavi sta prav tako pokazali, da je bilo izmed vseh obiskovalcev več posameznikov, starih med 25 in 34 let, ki so vsaj enkrat v zadnjem letu obiskali kulturno prireditev v okviru visoke kulture kot posameznikov, starih med 18 in 24 let. To velja za vsako umetniško obliko visoke kulture posebej. Se je pa delež obiskovalcev v omenjenih starostnih skupinah zmanjšal napram ostalim starostnim skupinam (v splošnem se je obisk pri ostalih starostnih skupinah povečal, predvsem pri starejših od 44 let). Iz tega lahko sklepam, da se je zanimanje za visoko kulturo v omenjenem obdobju med mladimi zmanjševalo (SPPA, 1998, str. 18; SPPA, 2004, str. 14).

4.3.3. Korelacije znotraj udeleževanja v visoki kulturi

Praktično v vseh raziskavah o udeleževanju v kulturi so prisotne analize o značilnostih posameznikov, ki se udeležujejo v kulturi. Tovrstne analize so namenjene ugotavljanju razlik v udeleževanju posameznikov v kulturi skozi cel niz socio-demografskih dejavnikov (Robinson, 1993). V raziskavi SPPA so bili za analizo uporabljeni dejavniki kot so starost, spol, rasna in etnična pripadnost, regija, osebni dohodek, izobrazba, poklic in pridobljena izobrazba na področju kulture. Za potrebe lastne raziskave sem uporabil dejavnike, kot so spol, starost, regija stalnega bivališča ter pridobljena izobrazba na področju visoke kulture. V lastni raziskavi me je zanimal odnos med omenjenimi spremenljivkami in pogostostjo obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture s strani študentov Univerze v Ljubljani.

Spremenljivki spol in starost dajeta zadovoljive rezultate glede razlik v udeleževanju v kulturi. Spremenljivka starost ne kaže izrazitih razlik pri obiskovanju kulturnih prireditev v okviru visoke kulture (Peters, Cherbo, 1996).

V raziskavi so ugotavljali tudi korelacijo med udeleževanjem v visoki kulturi in spremenljivkama, kot sta izobrazba na področju visoke kulture in stik z visoko kulturo v času otroštva (Bergonzi, Smith, 1996; Orend, Keegan, 1996). Pri obeh spremenljivkah je bila prisotna močna pozitivna povezanost z udeleževanjem v visoki kulturi. Orend in Keegan (1996) predpostavljata, da je učinek socializacije v kulturi – preko pridobivanja izobrazbe na področju visoke kulture v učilnicah in večjega stika z visoko kulturo izven okvira šolskega izobraževanja, pomemben pri ugotavljanju razlik v udeleževanju v visoki kulturi pri posameznikih z nižjo stopnjo izobrazbe na področju visoke kulture. Tudi mene je v okviru lastne raziskave zanimalo, kako vpliva spremenljivka »stik z visoko kulturo v času otroštva« na pogostost udeleževanja v kulturi s strani študentov Univerze v Ljubljani.

4.3.4. Oblike udeleževanja v visoki kulturi

Posamezniki se ne udeležujejo v visoki kulturi zgolj preko obiskovanja kulturnih prireditev v živo ali obiskovanja muzejev oziroma galerij, ampak tudi preko medijev (spremljanje kulturnega programa preko televizije, poslušanje kulturnega programa preko radia,

spremljanje kulturnega programa, posnetega na nosilcu zapisa zvoka in slike) ali preko aktivnega udejstvovanja v kulturi kot je igranje inštrumenta, pisanje knjige ali pesmi, risanje slike itd. (Gray, 1995). Za potrebe lastne raziskave me je zanimala pogostost udeleževanja v visoki kulturi na splošno (bodisi aktivno, bodisi v živo bodisi preko medijev) ter pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo. Kot že rečeno, sem se osredotočil predvsem na odnos študentov do kulturnih prireditev v okviru visoke kulture z vidika obiskovanja v živo.

4.3.5. Motivi za udeleževanje v visoki kulturi

Za vse naše odločitve obstajajo številni in raznovrstni razlogi (Solomon, Bamossy, Askegaard, 2002, str. 91). Tako imamo ljudje različne motive oziroma razloge, ki nas motivirajo za udeleževanje v pristočasnih aktivnostih.

Najbolj obsežna študija razlogov, ki so jih posamezniki navajali kot odločitev za udeleževanje oziroma neudeleževanje v kulturi, je bila narejena leta 1974 s strani organizacije Ford Foundation (Ford Foundation, 1974). Študija navaja motive, kot so kvaliteta kulturne prireditve, cena, atmosfera in narava izkušenj za najpomembnejše dejavnike, ki vplivajo na pogostost obiskovanja.

Študije o motivih za udeleževanje posameznikov izpostavljajo dejavnike, kot so dohodek, cena, razpoložljivost, informacije, razporejanje časa za aktivnosti itd. Ti dejavniki ženejo posameznika k individualnim odločitvam glede udeleževanja (Robinson, 1993). Pomembnost posameznega dejavnika je odvisna od tega, kako pogosto se posameznik udeležuje v kulturi. Tisti posamezniki, ki se pogosto udeležujejo v kulturi in bi se radi še več, so v večji meri navajali omenjene dejavnike za udeleževanje v kulturi. Za tiste posameznike, ki se ne udeležujejo pogosto v kulturi, so zgoraj naštetih dejavniki manj pomembni (Schuster, Davidson, 1991). Iz omenjenih ugotovitev je razvidno, da obstajajo različni dejavniki, ki motivirajo posameznike, da se le-ti udeležujejo v kulturi (tako tiste posameznike, ki se pogosto udeležujejo v kulturi kot tiste, ki se manj pogosto udeležujejo v kulturi).

Empirična literatura vsebuje študije individualnih odločitev, ki želijo razlagati spremembe glede udeleževanja v kulturi (Butsch, 2000). Dejavnike so razdelili v štiri skupine, s katerimi so razlagali spremembe v udeleževanju – spremembe v velikosti prebivalstva in strukturi, spremembe v okusih ljudi glede udeleževanja v kulturi, spremembe v dejavnikih, kot so razpoložljivost, dohodek, cena in čas, ki vplivajo na posameznikovo sposobnost ugotavljanja želja glede udeleževanja v kulturi in spremembe v pridobljenem znanju na področju kulture. Ti dejavniki vplivajo na udeleževanje posameznikov v kulturi na različne načine. Udeleževanje v kulturi se poveča na račun rasti prebivalstva, na račun rasti stopnje izobrazbe, kadar postane udeleževanje v kulturi bolj razpoložljivo oziroma cenejše v relativnem razmerju z ostalimi pristočasnimi aktivnostmi in takrat, ko se poveča izpostavljenost ljudi v kulturi v času otroštva oziroma znotraj šolskega sistema.

V raziskavi z naslovom »A scale development for sport fan motivation« je Al-Thibiti (2004) proučeval motive za obiskovanje športnih prireditev s strani športnih navdušencev. Ker je obiskovanje športnih prireditev prav tako ena izmed možnih oblik preživljanja prostega časa med študenti in na nek način podobna obiskovanju kulturnih prireditev (podobnosti lahko iščemo v vstopninah za ogled prireditve, trajanju prireditve, opazovanju nastopajočih, druženju z ostalimi prisotnimi na prireditvi, osebnem doživljanju prireditve itd.), se mi je uporaba trditev iz Likertove lestvice iz omenjene raziskave o motivih za obiskovanje športnih prireditev zdela sprejemljiva tudi za mojo raziskavo. Avtor je ugotavljal pomembnost posameznih motivov (kvaliteta športnih prireditev, pobeg, izogibanje dolgčasu, socialna izkušnja, zabava, atmosfera na športnih prireditvah) glede udeleževanja v športu oziroma obiskovanja športnih prireditev s strani športnih navdušencev. Tako sem med drugim v lastni raziskavi ugotavljal, kateri motivi v večji meri vplivajo na obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture in kateri v manjši meri.

4.3.6. Ovire za pogostejše udeleževanje v visoki kulturi

V raziskavi SPPA so tudi ugotavljali ovire, ki preprečujejo posamezniku, da bi obiskoval kulturne prireditve v okviru visoke kulture v večji meri, kot jih sicer obiskuje. Rezultati so pokazali, da pomanjkanje časa predstavlja največjo oviro za pogostejše obiskovanje omenjenih prireditev. Med večje ovire spadajo še pomanjkanje kulturnih prireditev v domačem okolju, neprimerna lokacija kulturne prireditve ter previsoke cene vstopnic (SPPA, 1998, str. 26).

5. Raziskava o odnosu študentov do kulturnih prireditev v okviru visoke kulture

Drugi del mojega diplomskega dela je empirične narave. Naredil sem raziskavo o odnosu študentov do kulturnih prireditev v okviru visoke kulture. Raziskav iz področja visoke kulture v Sloveniji ni veliko. Še posebej glede udeleževanja v visoki kulturi v različnih oblikah, kot so aktivno udejstvovanje, obiskovanje v živo ter spremljanje preko medijev, kot sta na primer radio in televizija, in sicer v prostem času. Zasledil sem nekaj raziskav z omenjenega področja v ZDA, kjer so različne organizacije ugotovljale predvsem pogostost udeleževanja ameriškega prebivalstva v visoki kulturi. Niti v Sloveniji niti v drugih državah nisem zasledil nobene raziskave, ki bi se ukvarjala samo s problematiko obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture.

Najprej sledi opredelitev namena ter ciljev raziskave. Nato sledi predstavitev načrta raziskave, kjer predstavljam raziskovalne hipoteze ter anketni vprašalnik. Empirični del mojega diplomskega dela zaključujem z analizo podatkov, kjer je predstavljen tako vzorec kot ugotovitve raziskovalnih hipotez ter druge ugotovitve raziskave.

5.1. Raziskovalni problem ter cilji raziskave

Razkorak v obiskovanju kulturnih prireditev v okviru visoke kulture na eni strani in obiskovanju kulturnih prireditev v okviru popularne kulture na drugi strani, je precejšen. Lep primer je resna glasba, ki jo uvrščamo pod visoko kulturo, za katero je vse manj zanimanja. Za popularno glasbo, ki jo uvrščamo pod popularno kulturo pa vse več. Popularna glasba je lahkotna, enostavna, njen namen pa je predvsem zabavati. Posamezniku niti ni potrebno vložiti veliko truda v poznavanje in znanje, da bi razumel vsebino neke kulturne prireditve v okviru popularne kulture. Še posebej mlajše generacije iščejo znotraj kulturnih prireditev predvsem zabavo, druženje in sprostitve (Jupp, Lawson, 1997). Prireditve v okviru visoke kulture pa za razumevanje zahtevajo poznavanje vsebine kulturne prireditve in nosijo v sebi globlje sporočilo. Na ta način so za mlajše generacije manj zanimive.

Kulturne organizacije, ki se ukvarjajo z visoko kulturo, nimajo lahke naloge. Za pritegnitev obiskovalcev, ki so vzgajani večinoma v duhu popularne kulture, morajo znati proizvajati in tržiti visoko umetnost. Pri tem pa morajo še paziti, da ne spreminjajo vizije umetnika (Kolb, 2000, str. 30).

Cilj moje raziskave je poiskati motive za obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v prostem času in ovire, ki preprečujejo večji obisk na omenjenih prireditvah, ugotoviti stališča študentov do obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture in nenazadnje ugotoviti pogostost obiskovanja omenjenih prireditev v prostem času tudi v primerjavi z ostalimi popularnimi zunanjimi pritočasnimi aktivnostmi ter vpliv udeleževanja v visoki kulturi v otroških letih na sedanje udeleževanje v visoki kulturi.

Poznavanje ovir za večje obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture, motivov za obiskovanje omenjenih prireditev ter stališč študentov do obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture, bi lahko koristilo kulturnim organizacijam pri oblikovanju strategije za večjo pritegnitev študentske populacije.

5.2. Načrt raziskave

Preden sem se lotil izdelave kvantitativne raziskave (opisne narave), sem postavil temelje za nadaljnje delo v obliki preiskovalne raziskave. Za večje razumevanje problematike oziroma globlji vpogled v naravo problema sem poiskal in analiziral strokovno literaturo ter ostale sekundarne podatke. Po opravljeni analizi strokovne literature in sekundarnih podatkov sem nato postavil raziskovalne hipoteze ter oblikoval anketni vprašalnik. Z uporabo metode anketiranja sem s pomočjo anketnega vprašalnika pridobil primarne podatke ter jih analiziral s pomočjo statističnega orodja SPSS 13.0.

5.2.1. Predstavitev raziskovalnih hipotez

V tem poglavju predstavljam preiskovalne hipoteze, ki sem jih postavil na podlagi ugotovitev nekaterih raziskav ter povzete literature.

H1: Študenti, ki so se spoznavali z visoko kulturo že v času otroštva, se izven okvira visokošolskega izobraževanja bolj pogosto udeležujejo v visoki kulturi kot študenti, ki se v času otroštva niso spoznavali z visoko kulturo.

Bergonzi in Smith (1996) ter Orend in Keegan (1996) so ugotavljali korelacijo med pogostostjo udeleževanja v visoki kulturi in spoznavanjem z visoko kulturo v otroških letih. Ugotovili so, da je udeleževanje v visoki kulturi v času otroštva močno povezano s pogostejšim udeleževanjem v visoki kulturi. Bolj kot se je posameznik spoznaval z visoko kulturo v otroških letih, bolj pogosto se udeležuje v visoki kulturi. Omenjeno raziskovalno hipotezo sem postavil, ker me je zanimalo, če to velja tudi za študente Univerze v Ljubljani.

H2: Študente, ki se izven okvira visokošolskega izobraževanja udeležujejo v visoki kulturi preko obiskovanja kulturnih prireditev vsaj enkrat na mesec, kvaliteta kulturnih prireditev v večji meri motivira za obisk le-teh kot študente, ki se izven okvira visokošolskega izobraževanja udeležujejo v visoki kulturi preko obiskovanja kulturnih prireditev manj pogosto.

Love (1995) je v svoji študiji trdil, da je eden izmed najpomembnejših motivov za udeleževanje v visoki kulturi tudi kvaliteta kulturnih prireditev.

Študije o motivih za udeleževanje posameznikov izpostavljajo vrsto dejavnikov, kot so dohodek, cena, razpoložljivost, informacije, razporejanje časa za aktivnosti itd. Ti dejavniki ženejo posameznika k individualnim odločitvam glede udeleževanja (SPPA, 1998; Robinson, 1993). Pomembnost posameznega dejavnika je odvisna od tega, kako pogosto se posameznik udeležuje v visoki kulturi. Tisti posamezniki, ki se pogosto udeležujejo v visoki kulturi in bi se radi še več, so v večji meri navajali omenjene dejavnike za udeleževanje v visoki kulturi. Za tiste posameznike, ki se ne udeležujejo pogosto v visoki kulturi, so omenjeni dejavniki manj pomembni (Schuster, Davidson, 1991). Ker me je zanimalo, če tudi pri študentih Univerze v Ljubljani kvaliteta kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v večji meri motivira za obisk tiste, ki omenjene prireditve obiskujejo vsaj enkrat mesečno kot tiste, ki prireditve obiskujejo v manjši meri kot enkrat mesečno, sem se odločil postaviti omenjeno hipotezo.

H3: Študenti, ki si pridobivajo kulturno-umetniško izobrazbo na eni izmed visokošolskih ustanov Univerze v Ljubljani, bolj pogosto obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture v živo izven okvira visokošolskega izobraževanja kot študenti, ki si ne pridobivajo

kulturno-umetniške izobrazbe na visokošolski ustanovi Univerze v Ljubljani, ki jo obiskujejo.

Bergonzi in Smith (1996) ter Orend in Keegan (1996) so podobno kot za spoznavanje z visoko kulturo v času otroštva v raziskavi ugotovili tudi močno korelacijo med kulturno-umetniško izobrazbo in udeleževanjem v visoki kulturi. To pomeni, da večja kot je kulturno-umetniška izobrazba posameznika, bolj pogosto se posameznik udeležuje v kulturi (bodisi v živo bodisi aktivno bodisi preko medijev). Odločil sem se, da s postavljeno raziskovalno hipotezo tudi sam to preverim na študentih Univerze v Ljubljani.

H4: Obiskovanje kulturnih prireditev v živo v okviru visoke kulture je izven okvira visokošolskega izobraževanja med ženskami bolj priljubljeno kot med moškimi.

Sadar (1991) trdi, da ženske pripisujejo večji pomen kulturnim in socialnim nagnjenjem v svojem prostem času, kot so gledališče, film, prostovoljno delo itd., v primerjavi z moškimi. V raziskavi iz leta 1974 so se ženske v večji meri kot moški strinjale, da naj bi bil prosti čas namenjen aktivnostim v okviru kulturne umetnosti. Poleg tega je bilo tudi ugotovljeno, da se specifična ustvarjalnih aktivnosti razlikuje med spoloma. Ženske so bolj pogosto usmerjene v umetniške aktivnosti kot moški. Zanimalo me je, če to velja tudi za študente Univerze v Ljubljani. Zato sem se odločil postaviti tudi to raziskovalno hipotezo.

5.2.2. Predstavitev anketnega vprašalnika

V svojem diplomskem delu sem za pridobivanje primarnih podatkov za potrebe lastne raziskave uporabil metodo anketiranja s pomočjo anketnega vprašalnika. Vprašalnik je strukturiran, namen raziskave pa neprikrit.

Za sestavo anketnega vprašalnika sem uporabil vprašanja iz več tujih raziskav, saj nobena že narejena raziskava ni vsebovala vprašalnika, ki bi ustrezal mojim željam. Največ vprašanj sem uporabil iz raziskave o udeleževanju v kulturi – Survey of Public Participation in the Arts oziroma SPPA (1998). Iz omenjene raziskave sem črpal vprašanja o pogostosti udeleževanja v visoki kulturi, o udeleževanju v visoki kulturi v času otroštva ter o ovirah za pogostejše obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo. Iz povzetka raziskave o preživljanju prostega časa mladih v Ljubljani z naslovom »Young people and free time in Ljubljana: A psychosocial analysis of needs and possibilities for their realisation« sem črpal najbolj pogoste zunanje prostočasne aktivnosti mladih v Ljubljani in oblikoval vprašanja o pogostosti udeleževanja anketirancev v najbolj pogostih zunanjih prostočasnih aktivnostih. Vprašanja o priljubljenosti obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo sem črpal iz anketnega vprašalnika, ki ga je oblikovala koalicija PARC (The performing Arts Research Coalition). Vprašanja o motivih za obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo pa sem črpal iz raziskave o motivih za obiskovanje športnih prireditev s strani

športnih navdušencev »A scale development for sport fan motivation«, ki jo je izvedel Al-Thibiti (2004).

Anketni vprašalnik vsebuje 53 vsebinskih vprašanj ter štiri demografska vprašanja. Vprašanja so zaprtega tipa, saj anketiranec bodisi obkroži oziroma označi zelen odgovor bodisi označi stopnjo strinjanja s trditvijo na petstopenjski Likertovi lestvici in na ta način izrazi svoje mnenje. Samo vprašanje o starosti anketiranca je odprtega tipa. Vsebinska vprašanja v anketnem vprašalniku so v večji meri sestavljena v obliki petstopenjskih Likertovih lestvic. Zaradi večje razumljivosti in lažjega reševanja anketnega vprašalnika sem za spremno besedo podal tudi razlago štirih besednih zvez.

Anketni vprašalnik je sestavljen iz sedmih sklopov vprašanj. Prvi sklop vprašanj se nanaša na pogostost udeleževanja v visoki kulturi na splošno (aktivno bodisi v živo bodisi preko medijev). Pri prvem sklopu anketiranec obkroži zelen odgovor. Drugi sklop vprašanj se nanaša na spoznavanje z visoko kulturo v času otroštva. Vprašanja v drugem sklopu so sestavljena v obliki petstopenjskih Likertovih lestvic. Tretji sklop vprašanj se nanaša na pogostost udeleževanja v najbolj pogostih zunanjih pristočasnih aktivnostih. V tem sklopu vprašanj anketni vprašalnik vsebinsko prehaja iz udeleževanja v visoki kulturi na splošno na obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo. Vprašanja so v tretjem sklopu oblikovana v obliki petstopenjskih lestvic, kjer anketiranec označi stopnjo pogostosti udeleževanja v posamezni zunanji pristočasni aktivnosti. Izjema je vprašanje, ki se nanaša na pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture. Omenjeno vprašanje je oblikovano tako, da anketiranec obkroži zelen odgovor. To vprašanje sem v anketi oblikoval na drugačen način zato, ker v diplomskem delu analiziram odnos študentov do kulturnih prireditev v okviru visoke kulture. Na ta način sem želel zagotoviti večjo pozornost anketirancev na omenjeno vprašanje pri izpolnjevanju anketnega vprašalnika. Četrty sklop vprašanj se nanaša na motive za obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo. Peti sklop vprašanj se nanaša na priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo. Šesti sklop vprašanj se nanaša na ovire za pogostejše obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo. Vprašanja v četrtem, petem in šestem sklopu so sestavljena v obliki petstopenjskih Likertovih lestvic. Sedmi sklop vprašanj se nanaša na demografske značilnosti anketirancev. V tem sklopu vprašanj ugotavljam spol, starost, fakulteto ter regijo stalnega bivališča anketiranca.

5.3. Analiza podatkov

Podatke, ki sem jih zbral s pomočjo anketnega vprašalnika preko metode anketiranja, sem obdelal v operacijskem sistemu Windows s pomočjo statističnega orodja SPSS 13.0. V nadaljevanju sledi prikaz vzorčenja in predstavitev vzorca, zanesljivost in veljavnost merjenja, univariantna analiza, ugotovitve raziskovalnih hipotez, ostale ugotovitve raziskave, ter omejitve raziskave in možne napake.

5.3.1. Vzorčenje in predstavitev vzorca

Ciljno populacijo predstavljajo študentje Univerze v Ljubljani, ki so bili v študijskem letu 2005/2006 redno ali izredno vpisani na katero izmed naslednjih visokošolskih ustanov: Akademija za gledališče, radio, film in televizijo, Akademija za glasbo, Akademija za likovno umetnost, Pravna fakulteta, Ekonomska fakulteta ter Fakulteta za družbene vede. Vzorčno enoto predstavlja študent, ki je bil v študijskem letu 2005/2006 bodisi redno bodisi izredno vpisan na katero izmed omenjenih visokošolskih ustanov. Za oblikovanje vzorca sem uporabil značilnosti neverjetnostnega kvotnega vzorca.

Anketiranje sem izvajal na izbranih visokošolskih ustanovah v okviru Univerze v Ljubljani, in sicer vsak dan od ponedeljka, 6. novembra do vključno srede, 8. novembra 2006 od 9. ure zjutraj do 13. ure popoldne. V ponedeljek je anketiranje potekalo na Ekonomski fakulteti, v torek na Fakulteti za družbene vede ter na Pravni fakulteti, v sredo pa na Akademiji za gledališče, radio, film in televizijo, na Akademiji za glasbo ter na Akademiji za likovno umetnost. V pošteve so prišli vsi študentje, ki so se v času anketiranja nahajali na izbranih visokošolskih ustanovah. Zadrževali so se bodisi na hodnikih bodisi pred učilnicami. Anketiranim študentom sem delil ankete, ki so jih nato samostojno reševali. Ves čas reševanja sem jim bil na voljo za morebitna dodatna pojasnila v primeru nerazumljivosti določenih vprašanj, vendar moje pomoči skoraj nič niso potrebovali. To pomeni, da je bilo testiranje anketnega vprašalnika uspešno opravljeno. Stopnja odziva je bila na zadovoljivi ravni, in sicer 92-odstotna. Vrnjenih je bilo 167 anket. Od tega sem sedem anket izločil iz analize, saj nekaj anket ni bilo izpolnjenih v celoti, pri ostalih izločenih anketah pa je bila opazna neresnost študentov pri reševanju anketnega vprašalnika.

V Tabeli 2 je podan seznam visokošolskih ustanov, v katerem je navedeno število anketiranih po posamezni visokošolski ustanovi.

Tabela 2: Število in delež vpisanih ter število in deleži anketiranih študentov v vzorcu po izbranih visokošolskih ustanovah

Visokošolska ustanova	Število redno in izredno vpisanih študentov v študijskem letu 2005/2006	Delež znotraj vzorca visokošol. ustanov glede na število vpisanih (%)	Število anketiranih študentov	Delež anketiranih študentov (%)
Ekonomska fakulteta	8429	52,2	54	33,7
Fakulteta za družbene vede	4827	29,9	38	23,7
Pravna fakulteta	1925	11,9	24	15,0
Akademija za likovno umetnost	428	2,7	18	11,3
Akademija za glasbo	423	2,6	16	10,0
Akademija za gledališče, radio, film in televizijo	105	0,7	10	6,3
Skupaj	16137	100	160	100

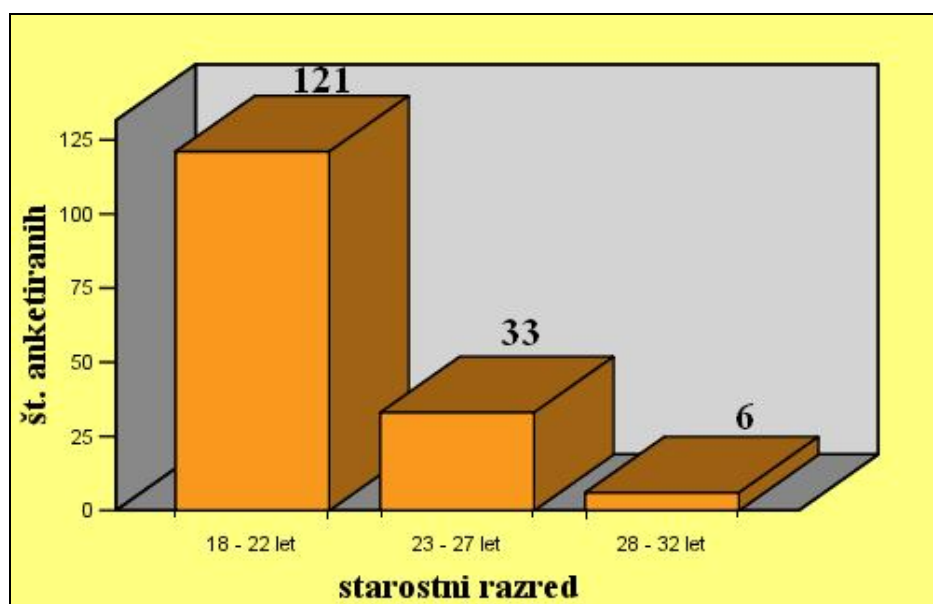
Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Anketirani študentje se med seboj razlikujejo tudi po spolu, starosti ter regiji stalnega bivališča. Vzorec anketiranih študentov je v nadaljevanju pri demografski spremenljivki spol prikazan v tekstovni obliki, pri demografskih spremenljivkah starost in regija pa v tekstovni ter grafični obliki. Predstavitev vzorca v tabelarični obliki je po omenjenih demografskih spremenljivkah prikazana v Tabeli 1 v Prilogi 2.

Anketiranih je bilo 87 žensk (54,4%) ter 73 (45,6%) moških.

Anketirani študenti se med seboj razlikujejo tudi po starosti. Najmlajši anketiranec je star 18 let, najstarejši pa 30 let. Razdelil sem jih v tri starostne razrede. Prvi starostni razred sestavljajo študentje, stari od 18 do 22 let, drugi starostni razred sestavljajo študentje, stari od 23 do 27 let, tretji starostni razred pa sestavljajo študentje, stari od 28 do 32 let. V prvi starostni razred spada 121 (75,6%) anketiranih študentov, v drugi 33 (20,6%) anketiranih študentov, v tretji pa 6 (3,8%) anketiranih študentov. Struktura vzorca po starosti je prikazana na Sliki 2.

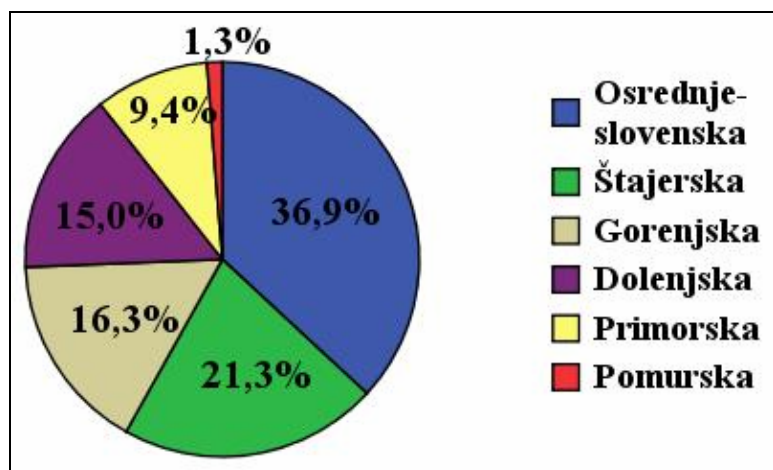
Slika 2: Struktura vzorca po starosti



Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Anketiranci se med seboj razlikujejo tudi po regiji stalnega bivališča. Največ, 59 (36,9%) jih prihaja iz osrednje Slovenije. Sledijo ji Štajerska s 34 (21,2%) anketiranci, Gorenjska s 26 (16,2%) anketiranci, Dolenjska s 24 (15%) anketiranci, Primorska s 15 (9,4%) anketiranci, najmanj anketirancev pa je prihajalo s Pomurja, in sicer dva (1,3%). Število anketiranih študentov po regijah stalnega bivališča je prikazano na Sliki 3 na strani 31.

Slika 3: Delež anketiranih študentov po regijah stalnega bivališča



Vir: Lastna raziskava, november 2006.

5.3.2. Zanesljivost in veljavnost merjenja

Zanesljivost merjenja pomeni, v kolikšni meri dobimo enake rezultate, če z izbranim merskim postopkom ponavljamo merjenja na istih enotah (Ferligoj, Leskošek, Kogovšek, 1995, str. 11). Veljavno pa je tisto merjenje, ki meri dejansko tisto, kar smo sami želeli meriti (Ferligoj, Leskošek, Kogovšek, 1995, str. 64).

Vprašanja dva, pet in šest, ki so bila oblikovana v obliki petstopenjskih Likertovih lestvic, je bilo potrebno najprej testirati. Trditve znotraj omenjenih vprašanj sestavljajo kompleksne spremenljivke. Pri tem sem uporabil Cronbach alfa test (metoda notranje konsistentnosti). Z metodo Cronbach alfa sem ugotavljal korelacijo med spremenljivkami (trditvami), katere so sestavljale vprašanja dva, pet in šest. Koeficient Cronbach alfa lahko zavzame vrednosti med 0 in 1. Spremenljivka velja za zanesljivo, če je vrednost koeficienta višja od 0,6 (Garson, 2006).

Petstopenjske Likertove lestvice so se pri vprašanjih dva in šest izkazale za zanesljive, saj je Cronbach alfa kazal vrednosti večje od 0,6. Podobno velja za vprašanje pet, katerega trditve sestavljajo šest kompleksnih spremenljivk. Izjema pri vprašanju pet je sklop trditev za kompleksno spremenljivko »zabava«, pri kateri je koeficient Cronbach alfa imel vrednost manjšo od 0,6. Po izločitvi druge trditve pri petem vprašanju je koeficient alfa za kompleksno spremenljivko »zabava« kazal vrednost, večjo od 0,6. Spremenljivka se je tako izkazala za zanesljivo. To pa ne velja za sklop trditev, ki naj bi sestavljale kompleksno spremenljivko »atmosfera na kulturnih prireditvah v okviru visoke kulture« (trditvi tri in šest). Koeficient Cronbach alfa je prenizek. Vrednosti koeficienta Cronbach alfa za posamezne kompleksne spremenljivke so prikazane v Tabeli 3 na strani 32.

Tabela 3: Preverjanje zanesljivosti merskega instrumenta

Kompleksne spremenljivke	Cronbach alfa
Spoznavanje z visoko kulturo v času otroštva	0,758
Kvaliteta kulturnih prireditev v okviru visoke kulture	0,724
Pobeg	0,723
Izogibanje dolgčasu	0,642
Socialna izkušnja	0,621
Zabava	*0,666
Atmosfera na kulturnih prireditvah v okviru visoke kulture	**0,277
Priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture	0,795

* Zaradi prenizkega koeficienta Cronbach alfa pri kompleksni spremenljivki »zabava« sem izločil eno trditve, ki je kazala nizko ter statistično neznačilno korelacijo z ostalimi trditvami. Koeficient Cronbach alfa je po izločeni trditvi dovolj visok in kaže na zanesljivost spremenljivke.

** Vrednost koeficienta Cronbach alfa je pri kompleksni spremenljivki »atmosfera na kulturnih prireditvah v okviru visoke kulture« prenizka. Spremenljivko sestavljata dve trditvi. Korelacija med trditvama je prenizka ter statistično neznačilna, zato spremenljivka ni zanesljiva.

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

5.3.3. Univariantna analiza

Izvedel sem univariantno analizo pri vprašanih tri, štiri, pet in sedem. Vprašanje tri se nanaša na spremenljivko »pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture«. Obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture predstavlja eno izmed osmih zunanjih prostočasnih aktivnosti, ki sem jih obravnaval v anketi. Vprašanje štiri vsebuje sedem spremenljivk, in sicer ostalih sedem zunanjih prostočasnih aktivnosti, ki so popularne med mladimi. Vprašanje tri je bilo posebej zastavljeno zato, ker obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture predstavlja glavno problematiko mojega diplomskega dela. Zato sem želel, da so anketiranci na omenjeno vprašanje še posebej pozorni. V Prilogi 3 se nahajajo Tabele, kjer so predstavljene frekvenčne porazdelitve za posamezne spremenljivke (zunanje prostočasne aktivnosti) v okviru tretjega in četrtega vprašanja. Analiza pri tretjem vprašanju (spremenljivka »pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja«) kaže, da 21 (13,1%) anketirancev vsaj enkrat tedensko obiskuje kulturne prireditve v okviru visoke kulture, 44 (27,5%) je takih, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture vsaj enkrat mesečno, 95 (59,4%) pa je takih, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture v manjši meri kot enkrat mesečno (bodisi vsaj enkrat letno, bodisi manj kot enkrat letno bodisi nikoli) (glej Tabelo 2 v Prilogi 3).

Pri spremenljivki »pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru popularne kulture« je bilo 23 (14,4%) anketirancev, ki so označili, da obiskujejo tovrstne prireditve vsaj enkrat tedensko, 70 (43,8%) je bilo takih, ki so označili, da obiskujejo tovrstne prireditve vsaj enkrat mesečno, 67 (41,9%) pa je bilo takih, ki tovrstne prireditve obiskujejo bodisi vsaj enkrat letno

bodisi manj kot enkrat letno bodisi nikoli (glej Tabelo 3 v Prilogi 3). Pri spremenljivki »obiskovanje športnih prireditev« so rezultati sledeči: 20 (12,5%) jih obiskuje omenjene prireditve vsaj enkrat tedensko, 23 (14,4%), vsaj enkrat mesečno, 117 (73,2%) pa ali vsaj enkrat letno ali manj kot enkrat letno ali nikoli (glej Tabelo 4 v Prilogi 3). Glede aktivnega športnega udejstvovanja (spremenljivka »aktivno udejstvovanje v športu«), se 65 (40,6%) anketirancev udejstvuje vsaj enkrat tedensko, 37 (23,1%) vsaj enkrat mesečno, 58 (36,3%) pa ali vsaj enkrat letno ali manj kot enkrat letno ali nikoli (glej Tabelo 5 v Prilogi 3).

Pri spremenljivki »druženje s prijatelji« je 78 (48,8%) anketirancev označilo, da se družijo s prijatelji vsaj enkrat na teden, 48 (30%) jih je označilo, da se družijo s prijatelji vsaj enkrat na mesec, 34 (21,3%) pa se jih družijo s prijatelji bodisi vsaj enkrat letno bodisi manj kot enkrat letno bodisi nikoli (glej Tabelo 6 v Prilogi 3). Pri spremenljivki »obiskovanje zabav« jih je 36 (22,5%) označilo, da jih obiskujejo vsaj enkrat tedensko, 61 (38,1%) jih je označilo, da jih obiskujejo vsaj enkrat mesečno 63 (39,4%) pa jih je označilo, da jih obiskujejo ali vsaj enkrat letno ali manj kot enkrat letno ali nikoli (glej Tabelo 7 v Prilogi 3). Glede izletov (spremenljivka »izleti«), jih 35 (21,9%) hodi na izlete vsaj enkrat tedensko, 70 (43,8%) jih hodi vsaj enkrat mesečno, 55 (34,4%) pa jih hodi bodisi vsaj enkrat letno bodisi manj kot enkrat letno bodisi nikoli (glej Tabelo 8 v Prilogi 3). Pri zadnji spremenljivki »opravljanje del« pa jih je 14 (8,8%) označilo odgovor – vsaj enkrat tedensko, 12 (7,5%) jih je označilo – vsaj enkrat mesečno, 134 (83,7%) pa jih je označilo – ali vsaj enkrat letno ali manj kot enkrat letno ali nikoli (glej Tabelo 9 v Prilogi 3).

Če povzamem, zunanja prostočasna aktivnost, pri kateri je največ anketirancev obkrožilo bodisi pogosto (vsaj enkrat mesečno) bodisi zelo pogosto (vsaj enkrat tedensko), je »druženje s prijatelji« (78,8%). Sledijo ji spremenljivke »izleti« (65,6%), »aktivno udejstvovanje v športu« (63,8%), »obiskovanje zabav« (60,6%), »pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru popularne kulture« (58,1%), »pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja« (40,6%), »obiskovanje športnih prireditev« (26,9%) ter »opravljanje del« (16,3%).

Zanimalo me je tudi stališče študentov do razlogov, ki bodisi motivirajo bodisi ne motivirajo posameznika za obisk kulturnih prireditev v okviru visoke kulture. V Tabeli 4 na strani 34 so podane tako vrednosti aritmetičnih sredin kot standardni odkloni za posamezne trditve v okviru petega vprašanja.

Tabela 4: Strinjanje oziroma nestrinjanje s trditvami, ki predstavljajo razloge, ki motivirajo posameznika za obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja

Številka trditve	Trditev: Kadar obiščem kulturno prireditev v okviru visoke kulture, je eden izmed razlogov...	Aritmetična sredina	Standardni odklon
1	kakovostno preživeti čas s prijatelji in družino.	3,9	1,0
2	iskati razburljivost.	3,2	1,0
3	pobegniti stran od vsakodnevne rutine.	3,7	1,1
4	dvigniti si samospoštovanje.	2,6	1,1
5	zapolniti moj prosti čas.	3,3	1,0
6	biti v prijetnem okolju kulturnih prireditev.	3,5	1,0
7	lepota kulturnih prireditev.	3,5	1,0
8	da se z nečem zaposlim.	2,4	1,1
9	biti z drugimi ljudmi.	3,4	1,0
10	priložnost pozabiti moje probleme.	2,8	1,2
11	ker imam rad kulturne prireditve.	3,7	0,9
12	ker me ostale stvari v življenju dolgočasijo.	1,8	0,9
13	zaradi medsebojnega sodelovanja z drugimi ljudmi.	3,2	1,0
14	imeti se lepo.	4,1	0,7
15	izogniti se hitenju vsakodnevni aktivnosti.	3,2	1,1
16	spočiti se.	3,2	1,1
17	visok nivo znanja nastopajočih oziroma kvalitetna ponudba likovnih umetnin.	3,5	1,0
18	dobro počutje.	3,9	0,8
19	»ubiti« čas.	2,1	1,0
20	zabavati se.	3,8	0,8
21	doseganje ugodja na kulturni prireditvi.	3,5	1,0
22	sprostiti stres.	3,3	1,0

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Iz Tabele 4 je razvidno, da se anketiranci v povprečju najbolj strinjajo s trditvijo, da je razlog za obisk kulturnih prireditev v okviru visoke kulture imeti se lepo (aritmetična sredina je 4,1). Aritmetična sredina je malce nižja še pri razlogih za obisk kot so kakovostno preživeti čas s prijatelji in družino (3,9), dobro počutje (3,9), zabavati se (3,8) ter pobegniti stran od vsakodnevne rutine (3,7). Največje nestrinjanje s trditvijo se v povprečju kaže pri razlogu kot je dolgočasenje ob ostalih stvareh v življenju (1,8). Močno nestrinjanje s trditvijo se v povprečju kaže še pri razlogu kot je »ubijanje« časa (aritmetična sredina je 2,1).

Trditve pri vprašanju pet sestavljajo tudi kompleksne spremenljivke kot so »kvaliteta kulturnih prireditev«, »pobeg«, »izogibanje dolgčasu«, »socialna izkušnja« in »zabava«. Trditve dva, tri in šest ne sestavljajo kompleksnih spremenljivk (spremenljivke ne bi bile zanesljive, saj bi bil Cronbach alfa prenizek). V Tabeli 5 na strani 35 so podane kompleksne spremenljivke, njihove vrednosti aritmetičnih sredin, standardnih odklonov ter Cronbach alf.

Tabela 5: Kompleksne spremenljivke v okviru petega vprašanja in vrednosti aritmetičnih sredin, standardnih odklonov ter Cronbach alfa

Kompleksna spremenljivka	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Cronbach alfa
Kvaliteta kulturnih prireditev	3,6	0,7	0,724
Pobeg	3,3	0,7	0,723
Izogibanje dolgčasu	2,5	0,7	0,642
Socialna izkušnja	3,5	0,7	0,621
Zabava	3,7	0,6	0,666

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Iz rezultatov analize lahko razberem, da je aritmetična sredina najvišja pri kompleksni spremenljivki »zabava« (3,7), kar pomeni, da se v povprečju anketiranci najbolj strinjajo z trditvami v okviru omenjene kompleksne spremenljivke. Anketirance torej razlogi, povezani z zabavo najbolj motivirajo za obisk kulturnih prireditev v okviru visoke kulture. Anketiranci se v povprečju najmanj strinjajo s trditvami v okviru kompleksne spremenljivke »izogibanje dolgčasu« (aritmetična sredina je 2,5). Razlogi v okviru omenjene kompleksne spremenljivke jih najmanj motivirajo za obisk kulturnih prireditev v okviru visoke kulture.

Analiziral sem tudi posamezne trditve v obliki petstopenjske Likertove lestvice pri vprašanju sedem, ki se nanaša na ovire za večje udeleževanje v visoki kulturi. V Tabeli 6 so podane vrednosti aritmetičnih sredin ter standardnih odklonov za posamezne trditve.

Tabela 6: Strinjanje oziroma nestrinjanje s trditvami, ki predstavljajo ovire za večji obisk kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja

Številka trditve	Trditve: Eden izmed razlogov, ki me odvrne od obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v večji meri kot sicer je...	Aritmetična sredina	Standardni odklon
1	pomanjkanje časa.	3,9	1,0
2	pomanjkanje prireditev v okolju, kjer živim.	3,5	1,1
3	previsoka cena vstopnic.	3,8	1,0
4	neustrezna lokacija prireditve.	2,8	1,0
5	pomanjkanje družbe.	2,7	1,1
6	lokacija prireditve na manj varnem območju.	2,0	0,8
7	prehitro pomanjkanje vstopnic.	2,6	1,0
8	pomanjkanje zdravja.	1,8	0,8
9	neudobje na prireditvi.	2,1	0,9
10	nekvalitetna prireditve.	2,8	1,1
11	slabo oglaševanje.	3,3	1,1
12	pomanjkanje parkirnih mest na območju prireditve.	2,8	1,2

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Iz Tabele 6 je razvidno, da se anketiranci v povprečju najbolj strinjajo s trditvijo, da pomanjkanje časa najbolj ovira večji obisk na kulturnih prireditvah v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja (aritmetična sredina je 3,9). Strinjanje s trditvijo je v povprečju malce nižje pri trditvi, da večji obisk na kulturnih prireditvah v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja ovira previsoka cena vstopnic (aritmetična sredina je 3,8). Na drugi strani so anketiranci največje nestrinjanje s trditvijo v povprečju pokazali pri trditvi osem, da oviro za večji obisk na kulturnih prireditvah v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja predstavlja pomanjkanje zdravja (aritmetična sredina je 1,8). V povprečju malce nižjo raven nestrinjanja s trditvami pa predstavljata trditev, da oviro za večji obisk na kulturnih prireditvah v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja predstavlja lokacija prireditve na manj varnem območju (aritmetična sredina je 2,0) ter trditev, da oviro za večji obisk na kulturnih prireditvah v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja predstavlja neudobje na prireditvi (aritmetična sredina je 2,1).

5.3.4. Analize raziskovalnih hipotez

5.3.4.1. Hipoteza 1: Pogostost udeleževanja v visoki kulturi izven okvira visokošolskega izobraževanja in spoznavanje z visoko kulturo v času otroštva

Zanimalo me je, če drži postavljena raziskovalna hipoteza, da se študenti, ki so se spoznavali z visoko kulturo v času otroštva, izven okvira visokošolskega izobraževanja bolj pogosto udeležujejo v visoki kulturi kot študenti, ki se v času otroštva niso spoznavali z visoko kulturo. Med seboj sem primerjal novo spremenljivko »pogostost udeleževanja v visoki kulturi izven okvira visokošolskega izobraževanja2«, ki je prekodirana iz obstoječe spremenljivke »pogostost udeleževanja v visoki kulturi izven okvira visokošolskega izobraževanja« (vprašanje ena) ter kompleksno spremenljivko »spoznavanje z visoko kulturo v času otroštva«, sestavljeno iz trditev v okviru drugega vprašanja. Prva spremenljivka je sestavljena iz dveh skupin. V prvo skupino so uvrščeni anketiranci, ki se udeležujejo v visoki kulturi bodisi vsaj enkrat mesečno bodisi vsaj enkrat tedensko. V drugo skupino so uvrščeni anketiranci, ki se udeležujejo v visoki kulturi bodisi vsaj enkrat letno bodisi manj kot enkrat letno bodisi nikoli. Naredil sem t-preizkus domneve o razliki med dvema aritmetičnima sredinama za neodvisna vzorca (preizkus skupin). Postavil sem ničelno domnevo, da se povprečna vrednost kompleksne spremenljivke »spoznavanje z visoko kulturo v času otroštva« ne razlikuje po pogostosti obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja. Pri alternativni domnevi pa sem predvideval, da je povprečna vrednost kompleksne spremenljivke »spoznavanje z visoko kulturo v času otroštva« večja pri študentih, ki vsaj enkrat mesečno obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja kot pri študentih, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja v manjši meri kot enkrat mesečno. Na podlagi postavljene alternativne domneve sem naredil enostranski preizkus.

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 > \mu_2$$

Pred izvedbo preizkusa skupin sem z F-preizkusom (Levenov preizkus) preveril ničelno domnevo, da sta varianci enaki. V alternativni domnevi sem upošteval neenakost med variancama.

$$H_0: \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

$$H_1: \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$$

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrnila ničelne domneve pri stopnji značilnosti $P = 0,540$, da sta varianci med skupinama enaki (glej Tabela 10 v Prilogi 4).

Na podlagi vzorčnih podatkov zavrnamo ničelno domnevo pri stopnji značilnosti $P = 0,000$ ($P = 0,000/2 = 0,000$) in sprejmemo sklep, da je povprečna vrednost kompleksne spremenljivke »spoznavanje z visoko kulturo v času otroštva« statistično značilno večja pri študentih, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja vsaj enkrat mesečno kot pri študentih, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja v manjši meri kot enkrat mesečno (glej Tabela 10 v Prilogi 4). To pomeni, da se študenti, ki so se bolj pogosto spoznavali z visoko kulturo v času otroštva oziroma so bili bolj izpostavljeni visoki kulturi v času otroštva, bolj pogosto udeležujejo v visoki kulturi.

5.3.4.2. Hipoteza 2: Kvaliteta kulturnih prireditev v okviru visoke kulture in pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja

Zanimalo me je, če študente, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja vsaj enkrat na mesec, kvaliteta kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v večji meri motivira za obisk le-teh kot študente, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja v manjši meri kot enkrat na mesec.

Za postavljeno raziskovalno hipotezo sem izvedel t-preizkus domneve o razliki med dvema aritmetičnima sredinama za neodvisna vzorca (preizkus skupin). V analizo sem vključil kompleksno spremenljivko »kvaliteta kulturnih prireditev v okviru visoke kulture«, ki pri vprašanju pet zajema trditve sedem, 11, 17 in 21 in novo spremenljivko »pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja2« (vprašanje tri). Le ta je prekoderana iz obstoječe spremenljivke »pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja«. Pri novi spremenljivki sem v prvo skupino združil tiste anketirance, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega

izobraževanja bodisi vsaj enkrat na mesec bodisi vsaj enkrat na teden. V drugi skupini se nahajajo anketiranci, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja vsaj enkrat letno, manj kot enkrat letno ali nikoli. Postavil sem ničelno domnevo, da se povprečna vrednost kompleksne spremenljivke »kvaliteta kulturnih prireditev v okviru visoke kulture« ne razlikuje po pogostosti obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja. Pri alternativni domnevi pa sem predvideval, da je povprečna vrednost kompleksne spremenljivke »kvaliteta kulturnih prireditev v okviru visoke kulture« večja pri študentih, ki vsaj enkrat mesečno obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja kot pri študentih, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja v manjši meri kot enkrat mesečno. Na podlagi postavljene alternativne domneve sem naredil enostranski preizkus. Pred izvedbo preizkusa skupin sem še z F-preizkusom preveril ničelno domnevo, da sta varianci enaki.

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrnila ničelne domneve pri stopnji značilnosti $P = 0,428$, da sta varianci med skupinama enaki (glej Tabelo 11 v Prilogi 5).

Nato sem preverjal domnevo o razliki med dvema aritmetičnima sredinama dveh neodvisnih vzorcev (dveh skupin). Na podlagi vzorčnih podatkov zavrnila ničelno domnevo pri stopnji značilnosti $P = 0,000$ ($P = 0,000/2 = 0,000$) in sprejememo sklep, da je povprečna vrednost kompleksne spremenljivke »kvaliteta kulturnih prireditev v okviru visoke kulture« statistično značilno večja pri študentih, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja vsaj enkrat mesečno kot pri študentih, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja v manjši meri kot enkrat mesečno (glej Tabelo 11 v Prilogi 5). To pomeni, da študente, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja pogosto oziroma zelo pogosto, kvaliteta kulturnih prireditev v večji meri motivira za obisk le-teh kot študente, ki izven okvira visokošolskega izobraževanja obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture redko, zelo redko ali nikoli.

5.3.4.3. Hipoteza 3: Pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja in pridobivanje kulturno-umetniške izobrazbe na eni izmed visokošolskih ustanov Univerze v Ljubljani

Želel sem ugotoviti, če drži raziskovalna hipoteza, da študenti, ki si pridobivajo kulturno-umetniško izobrazbo na eni izmed visokošolskih ustanov Univerze v Ljubljani, bolj pogosto obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja kot študenti, ki si ne pridobivajo kulturno-umetniške izobrazbe na visokošolski ustanovi Univerze v Ljubljani, ki jo obiskujejo.

Ker proučujem korelacijo med dvema opisnima spremenljivkama, ki imata samo dve vrednosti, sem izvedel preizkus asociacije oziroma popravljeni Hi-kvadrat preizkus. V analizo

sem vključil novi spremenljivki »pridobivanje kulturno-umetniške izobrazbe« (vprašanje 10) in »pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja2« (vprašanje tri). Novo spremenljivko »pridobivanje kulturno-umetniške izobrazbe« sem dobil s prekodiranjem iz obstoječe spremenljivke »visokošolska ustanova«. V okviru nove spremenljivke sem v prvo skupino vključil visokošolske ustanove, na katerih si študenti pridobivajo kulturno-umetniško izobrazbo (Akademija za gledališče, radio, film in televizijo, Akademija za glasbo in Akademija za likovno umetnost). V drugo skupino sem vključil visokošolske ustanove, na katerih si študenti ne pridobivajo kulturno-umetniške izobrazbe (Pravna fakulteta, Ekonomska fakulteta, Fakulteta za družbene vede). Nova spremenljivka »pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja2« je prekodirana iz obstoječe spremenljivke »pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja«. Pri novi spremenljivki sem v prvo skupino združil tiste anketirance, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja bodisi vsaj enkrat na mesec bodisi vsaj enkrat na teden. V drugi skupini se nahajajo anketiranci, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja vsaj enkrat letno, manj kot enkrat letno ali nikoli. Postavil sem ničelno domnevo, da so dejanske in teoretične frekvence enake. V alternativni domnevi pa sem predvideval, da dejanske in teoretične frekvence niso enake.

$$H_0: f_{ij} = f_{ij}'$$

$$H_1: f_{ij} \neq f_{ij}'$$

Na podlagi vzorčnih podatkov zavrnemo ničelno domnevo pri stopnji značilnosti $P = 0,000$ in sprejememo sklep, da je pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja odvisna od pridobivanja visokošolske izobrazbe (glej Tabela 12 v Prilogi 6). To pomeni, da so tisti študenti, ki si izven okvira visokošolskega izobraževanja pridobivajo kulturno-umetniško izobrazbo na eni izmed visokošolskih ustanov Univerze v Ljubljani, bolj nagnjeni k obiskovanju kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja kot študenti, ki si ne pridobivajo kulturno-umetniške izobrazbe na visokošolski ustanovi Univerze v Ljubljani, ki jo obiskujejo.

5.3.4.4. Hipoteza 4: Priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja in spol anketiranca

Ugotoviti sem tudi želel, če je obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja med ženskami bolj priljubljeno kot med moškimi.

Za postavljeno raziskovalno hipotezo sem naredil t-preizkus domneve o razliki med dvema aritmetičnima sredinama za neodvisna vzorca (preizkus skupin). V analizo sem vključil kompleksno spremenljivko »priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja« (šesto vprašanje) in spremenljivko »spol«

(osmo vprašanje). Postavil sem ničelno domnevo, da se povprečna vrednost kompleksne spremenljivke »priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture« izven okvira visokošolskega izobraževanja ne razlikuje po spolu. Pri postavitvi alternativne domneve pa sem predvideval, da je povprečna vrednost kompleksne spremenljivke »priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture« izven okvira visokošolskega izobraževanja pri ženskah večja kot pri moških. Zato sem naredil enostranski preizkus. Pred izvedbo preizkusa skupin sem še z F-preizkusom preveril ničelno domnevo, da sta varianci enaki.

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrnila ničelne domneve pri stopnji značilnosti $P = 0,891$, da sta varianci med skupinama enaki (glej Tabelo 13 v Prilogi 7).

V drugem koraku sem preverjal domnevo o razliki med dvema aritmetičnima sredinama dveh neodvisnih vzorcev (dveh skupin). Na podlagi vzorčnih podatkov zavrnila ničelno domnevo pri stopnji značilnosti $P = 0,004$ ($P = 0,008/2 = 0,004$) in sprejmemo sklep, da je povprečna vrednost kompleksne spremenljivke »priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja« pri ženskah večja kot pri moških (glej Tabelo 13 v Prilogi 7). To pomeni, da je obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja med ženskami bolj priljubljeno kot med moškimi.

5.3.5. Ostale ugotovitve raziskave

5.3.5.1. Priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja in starost anketiranca

Zanimal me je tudi odnos med kompleksno spremenljivko »priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja« (vprašanje šest) in spremenljivko »starost« (vprašanje devet). Ugotavljal sem različnost v povprečni vrednosti kompleksne spremenljivke »priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja« glede na različne starostne skupine. Anketirance sem razvrstil v tri starostne skupine. V prvo skupino sem uvrstil anketirance, stare od 18 do 22 let, v drugo anketirance, stare od 23 do 27 let, v tretjo pa anketirance stare od 28 do 32 let. Naredil sem preizkus domneve o razlikah med več aritmetičnimi sredinami za neodvisne vzorce (F-preizkus). F-preizkus je opredeljen kot razmerje med oceno variance, ki meri razlike med aritmetičnimi sredinami in oceno variance, ki meri razlike med vrednostmi proučevane spremenljivke znotraj skupin. Pri ničelni domnevi sem predpostavil, da so aritmetične sredine kompleksne spremenljivke »priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja« med različnimi starostnimi razredi enake. V alternativni domnevi sem predvideval, da vse omenjene aritmetične sredine niso enake.

$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$

H_1 : vse μ_j niso enake

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrnila ničelne domneve pri stopnji značilnosti $P = 0,092$ in sprejmemo sklep, da povprečna vrednost kompleksne spremenljivke »priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja« ni različna glede na starost (glej Tabelo 14 v Prilogi 8). To pomeni, da starost ne vpliva na priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja.

5.3.5.2. Pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven

okvira visokošolskega izobraževanja in regija stalnega bivališča anketiranca

Želel sem tudi ugotoviti odnos med novo spremenljivko »pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja2« (vprašanje tri; v prvo skupino so uvrščeni tisti anketiranci, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture bodisi vsaj enkrat mesečno bodisi vsaj enkrat tedensko, v drugo skupino pa tisti, ki obiskujejo kulturne prireditve bodisi vsaj enkrat letno bodisi manj kot enkrat letno bodisi nikoli) in novo spremenljivko »regija2«, ki je prekodirana iz obstoječe spremenljivke »regija stalnega bivališča« (vprašanje 11). Nova spremenljivka ima pet skupin. Ker samo dva anketiranca prihajata s Pomurja, sem skupino anketirancev s Pomurja združil s skupino anketirancev s Štajerske (medsebojna bližina omenjenih dveh regij). Tako sem dobil skupino anketirancev s stalnim bivališčem bodisi na Štajerskem bodisi v Pomurju (Štajersko-pomurska regija). Naredil sem preizkus kontingence – Pearsonov Hi-kvadrat preizkus (odvisnost med dvema opisnima spremenljivkama, od katerih ima vsaj ena več kot dve vrednosti).

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrnila ničelne domneve pri stopnji značilnosti $P = 0,063$, da sta spremenljivki med seboj odvisni (glej Tabelo 16 v Prilogi 8). Ne moremo torej trditi, da regija stalnega bivališča vpliva na pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja.

5.3.6. Omejitve in možne napake

Ker obstajajo v Ljubljani tri umetniške akademije Univerze v Ljubljani, sem izvedel anketiranje na vseh treh akademijah, zato sem si kot protiutež izbral še tri fakultete Univerze v Ljubljani. Poleg anketiranja na Ekonomski fakulteti, ki jo tudi sam obiskujem, sem se za anketiranje na ostalih dveh »neumetniških« visokošolskih ustanovah odločil zaradi množičnosti obiskovanja ostalih dveh visokošolskih ustanov ter zaradi mešane strukture glede na spol. Obstaja možnost, da bi dobil drugačne rezultate, če bi anketiranje izvajal na katerih drugih »neumetniških« visokošolskih ustanovah Univerze v Ljubljani. Vendar menim, da bi kljub temu potrdil postavljene raziskovalne hipoteze. V izogib nevšečnostim pri anketiranju,

deleži študentov s posameznih visokošolskih ustanov v populaciji niso proporcionalno enaki deležem anketiranih študentov v vzorcu. Razlog je v manjšem številu vpisanih študentov na umetniških akademijah. Sem pa v vzorec zajel takšne deleže študentov s posameznih visokošolskih ustanov Univerze v Ljubljani, ki nakazujejo na uporabo neverjetnostnega kvotnega vzorca. Poleg tega je v moji raziskavi v prvi plan postavljeno ugotavljanje razlik med študenti »umetniških« visokošolskih ustanov na eni strani ter študenti »neumetniških« visokošolskih ustanov na drugi strani v odnosu do kulturnih prireditev v okviru visoke kulture. Zato sem si tudi dovolil poenostaviti značilnosti neverjetnostnega kvotnega vzorca.

Poleg tega sem v vzorec zajel študente, ki so se v času anketiranja nahajali na izbranih visokošolskih ustanovah. Če bi se v času anketiranja na visokošolskih ustanovah nahajali drugi študentje, bi rezultati lahko bili drugačni. Vendar menim, da bi tudi v tem primeru potrdil postavljene raziskovalne hipoteze. Anketiranje je potekalo v večji meri v dopoldanskih urah. Na ta način sem se želel čimbolj izogniti dejavniku utrujenosti anketirancev v poznopoldanskih ali večernih urah, ki bi lahko povzročil drugačne rezultate. Prav tako bi lahko dobil drugačne rezultate, če bi anketiral ob drugih dnevih. Anketiranje sem izvajal prve tri dni v tednu zaradi večjega števila študentov na visokošolskih ustanovah ter zaradi lastnega mnenja, da je zbranost ljudi v začetku delovnega tedna večja kot v drugi polovici delovnega tedna.

Med omejitve raziskave bi lahko uvrstil tudi težavnost anketnega vprašalnika, vendar so bila vprašanja po mojem mnenju dobro oblikovana in dovolj dobro razumljiva, da anketiranci z njimi niso imeli težav pri odgovarjanju. Anketni vprašalnik sem predhodno testiral na študentih z različnih visokošolskih ustanov, tako da sem odpravil vse nejasnosti, preden sem se lotil anketiranja po izbranih visokošolskih ustanovah. Velja omeniti, da se pri nekaterih vprašanjih v anketi navodilo nanaša na pogostost udeleževanja oziroma obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja. Anketirani študenti, ki so šele začeli s šolanjem na visokošolski ustanovi, so se morali spomniti, kako pogosto so se udeleževali oziroma obiskovali kulturne prireditve v okviru visoke kulture še v času srednje šole. Anketirani študenti niso imeli težav pri odgovarjanju na tovrstna vprašanja, kar je pokazalo tudi predhodno testiranje ankete. Zato tudi nisem drugače oblikoval vprašanja. Poleg tega bi bilo v tem primeru navodilo oziroma vprašanje predolgo in bi ga študentje težje razumeli. Omenil bi še referenčne skupine, ki tudi vplivajo na posameznika. Možno je, da kakšen izmed anketiranih študentov pri določenem vprašanju ni bil iskren in je obkrožil odgovor, sprejemljiv za referenčno skupino, ne pa tudi zanj. Med omejitve raziskave lahko uvrstim še stopnjo zainteresiranosti in zbranosti posameznega anketiranca pri reševanju anketnega vprašalnika ter stopnjo razumljivosti vprašanj v anketnem vprašalniku pri posameznem anketirancu. Prav tako velja omeniti še stopnjo odziva, ki je bila 92-odstotna. Nekaj študentov je zavrnilo reševanje anketnega vprašalnika. Poleg tega je bilo sedem anketnih vprašalnikov izločenih iz analize. Nekaj jih je bilo pomanjkljivo rešenih, iz ostalih izločenih anketnih vprašalnikov pa se je dalo razbrati, da je pri reševanju anketnega vprašalnika šlo za pomanjkanje motivacije za reševanje.

6. Sklep

Visoka kultura je predvsem v preteklosti veljala za obliko kulturne umetnosti, ki privablja samo določeno, torej omejeno število ljudi, za katere je običajno značilno, da imajo visok socialni status, dohodek in izobrazbo. Časi so se spremenili. Danes ljudje predvsem v zahodnih razvitejših državah živijo v okolju, ki jim omogoča normalno, udobno in varno življenje. Marsikatero dobrino so postale dostopne vsakomur. Ponudba proizvodov in storitev na trgu je vse bolj široka, konkurenca vse večja. Zanimalo me je, kako visoko kulturo, predvsem v živo na kulturnih prireditvah, doživljajo študenti. Želel sem ugotoviti, če uvodna trditev še danes velja ali so se časi vseeno malce spremenili in tudi študenti radi v prostem času obiskujejo tovrstne prireditve oziroma se na različen način udeležujejo v visoki kulturi. Torej sem želel ugotoviti, kakšen je odnos študentov do kulturnih prireditev v okviru visoke kulture.

V lastni raziskavi, ki sem jo izvedel v okviru diplomskega dela, sem ugotovil, da obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture ne spada med najpopularnejše zunanje prostočasne aktivnosti. To je na nek način razumljivo, saj, glede na sekundarne vire sodeč, kulturne prireditve v okviru visoke kulture obiskujejo predvsem posamezniki z visoko izobrazbo, dohodkom in socialnim statusom. Poleg tega je za poznavanje in razumevanje tovrstne oblike umetnosti potrebno vložiti precej miselnega napora. Ugotovil sem, da študente zabava najbolj motivira za obisk tovrstnih prireditev. Velik motiv za obisk kulturnih prireditev je tudi kvaliteta le-teh. Največjo oviro za pogostejše obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture s strani študentov predstavlja previsoka cena vstopnic in pomanjkanje časa. Zaradi omejenega prostega časa v današnjem dinamičnem okolju so ljudje veliko bolj racionalni in selektivni pri izbiranju prostočasnih aktivnosti. Izmed številnih izberejo tiste, ki jim dajejo največji občutek izpolnjenosti in zadoščenja.

Na podlagi postavljenih hipotez sem tudi preveril, če določene ugotovitve iz že narejenih tujih raziskav veljajo tudi na populaciji študentov Univerze v Ljubljani. Ugotovil sem, da se študenti, ki so se v času otroštva udeleževali v visoki kulturi, bolj pogosto udeležujejo v visoki kulturi napram študentom, ki se v času otroštva niso udeleževali v visoki kulturi. Udejstvovanje v umetnosti pa lahko zelo pripomore k razvijanju določenih sposobnosti pri posamezniku, kot na primer razvijanje kreativnosti, razvijanje uma itd. Ugotovil sem tudi, da študente, ki obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja pogosto oziroma zelo pogosto, kvaliteta kulturnih prireditev v večji meri motivira za obisk le-teh kot študente, ki izven okvira visokošolskega izobraževanja obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture redko, zelo redko ali nikoli. To je na nek način razumljivo, saj pogostejši obiskovalci kulturnih prireditev v okviru visoke kulture postanejo tudi bolj zahtevni, kar se tiče kvalitete samih prireditev. Takšni posamezniki poznajo različne izvajalce, različne ponudnike kulturnih proizvodov, različne uprizoritve v vsebinskem smislu, tako da imajo že boljše izoblikovan svoj okus oziroma svoje želje. Prišel sem tudi do ugotovitve, da so študenti, ki si izven okvira visokošolskega izobraževanja

pridobivajo kulturno-umetniško izobrazbo na eni izmed visokošolskih ustanov Univerze v Ljubljani, bolj nagnjeni k obiskovanju kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja kot študenti, ki si ne pridobivajo kulturno-umetniške izobrazbe na visokošolski ustanovi Univerze v Ljubljani, ki jo obiskujejo. Moje mnenje je, da precejšnje število študentov umetniških akademij dnevno posveča umetnosti veliko svojega časa. Nekateri izpopolnjujejo svoje znanje oziroma se udeležujejo v visoki kulturi samo na področju, ki ga obvladajo oziroma se mu posvečajo (na primer klasična glasba), druge zanima umetnost v širšem kontekstu in se poleg področja, na katerem se izobražujejo, spoznavajo tudi z drugimi umetniškimi oblikami visoke kulture. Zato je razumljivo, da tudi v prostem času obiskujejo kulturne prireditve v okviru visoke kulture v večji meri kot študenti ostalih visokošolskih ustanov, ki po svoji naravi niso umetniške. Kljub omenjenim razlagam, ki govorijo v prid študentov umetniških akademij glede pogostejšega obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture, še ne pomeni, da študentov z ostalih visokošolskih ustanov visoka umetnost ne zanima. Vendar očitno raje dajejo prednost drugim področjem življenja oziroma drugim prostočasnim aktivnostim napram študentom umetniških akademij. Poleg tega sem ugotovil, da je obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja med ženskami bolj priljubljeno kot med moškimi. Od nekdaj je bila visoka kultura bolj zanimiva za ženske kot moške. Moški so dominirali bolj na drugih področjih kot je na primer športno področje in še danes je temu tako.

Ne morem trditi, da starost znotraj populacije študentov vpliva na priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture. Prav tako ne morem trditi, da regija vpliva na pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture.

Moje ugotovitve bi lahko koristile kulturnim organizacijam oziroma ponudnikom kulturnih proizvodov, ki snujejo strategije za povečevanje obiska na svojih prireditvah. Za ohranjanje obstoječih obiskovalcev ter pridobivanje potencialnih obiskovalcev je potrebno bolje poznati ciljno skupino. Vsak posameznik pa ima specifične potrebe in želje. Če so te zadovoljene, bo maksimiziral koristnost in dosegel občutek ugodja. Če ponudnik pozna oziroma vnaprej predvideva posameznikove odločitve glede udeleževanja v kulturi, bo lažje oblikoval svoj program, ki bo všečen obiskovalcem. Če ima ponudnik na voljo podatke, ki mu razkrije razloge za obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture s strani študentov, bo lažje oblikoval svoj program. Če ve, da je eden izmed motivov za obiskovanje kvaliteta kulturnih prireditev, bo moral delati v smeri nenehnega zagotavljanja kvalitete le-teh. Torej bo moral zagotoviti kvalitetne umetnike, po možnosti že medijsko uveljavljene. Ali pa bo moral prireditelj čim več zabavnih prireditev, glede na to, da študente motivira za obisk tovrstnih kulturnih prireditev tudi zabava. Poleg tega je dobro poznati ovire za pogostejše obiskovanje prireditev. Pomanjkanje časa je ena izmed teh. Ponavljanje prireditev je ena izmed možnosti, da si takšni posamezniki nenazadnje le najdejo čas za ogled prireditve.

Kulturne organizacije bi prav tako morale nagovarjati starše o pomembnosti spodbujanja njihovih otrok k udeleževanju v visoki kulturi že v rani mladosti (brezplačni letaki oziroma

brošure na prireditvah, članki v tiskanih medijih, itd.). Starši bi se na ta način še bolj zavedali, kako pomembno je, če jih poleg izobraževalnega sistema tudi sami spodbujajo k udejstvovanju v visoki kulturi že v rani mladosti. Na ta način obstaja večja verjetnost, da se bodo udeleževali v visoki kulturi tudi v kasnejših fazah razvoja in kot odrasli ljudje. Dolgoročno bi od tega imele korist v smislu povečanega obiska tudi kulturne organizacije. Visoka kultura kot umetnost pa je zagotovo dobrodošla za vsakega posameznika, saj udejstvovanje v njej prinaša številne koristi kot na primer razvijanje kreativnosti, razvijanje uma itd. S tem pa se tudi zmanjša verjetnost, da bi se posameznik ukvarjal z aktivnostmi, ki ne prinašajo koristi.

V okviru lastne raziskave bi lahko delal še nekatere druge analize kot na primer odnos med kompleksnimi spremenljivkami »pobeg«, »socialna izkušnja«, »izogibanje dolgčasu« in »zabava« ter demografskimi spremenljivkami. V prihodnje bi bilo zanimivo ugotavljati tudi odnos študentov do visoke kulture v obliki spremljanja le-te preko medijev oziroma preko aktivnega udejstvovanja v visoki kulturi. Zanimivo bi bilo tudi ugotoviti, v kateri obliki se najpogosteje udeležujejo v visoki kulturi in v kateri obliki znotraj posamezne kulturno-umetniške oblike visoke kulture se najpogosteje udeležujejo ter poiskati razloge, zakaj je temu tako. Praktičnost oziroma prilagajanje urnika je eden izmed razlogov, ki se ponuja v prid udeleževanju preko medijev v primerjavi z udeleževanjem v živo (npr. koncert klasične glasbe). Zanimivo bi bilo v proučevanje podrobneje vključiti tudi internet kot možnost spremljanja kulturnega programa v okviru visoke kulture preko medijev, saj je danes že precej razširjen in na mnogih področjih dohiteva ostale medije kot sta radio in televizija. Ponuja pa se tudi možnost ugotavljanja odnosa študentov do posameznih umetniških oblik visoke kulture (opera, ...). Upam, da sem s svojim diplomskim delom, predvsem pa ugotovitvami na podlagi lastne raziskave, dodal svojo vrednost na področju razumevanja udeleževanja v visoki kulturi.

Literatura

1. Al-Thibiti Yousof: A scale development for sport fan motivation. Dissertation. Tallahassee : Florida State University College of Education, 2004. 83 str.
2. Barthorpe Stephen, Duncan Rosanna, Miller Christopher: The pluralistic facets of culture and its impact on construction. *Property Management*, Pontypridd, 18(2000), 5, str. 335-351.
3. Bergonzi Louis, Smith Julia: Effects of Arts Education on Participation in the Arts. Washington D.C. : National Endowment for the Arts, 1996. 85 str.
4. Bourdieu Pierre: *Distinction*. London : Routledge and Kegan Paul, 1984. 613 str.
5. Butsch Richard: *The Making of American Audiences: From Stage to Television, 1750–1990*. Cambridge : Cambridge University Press, 2000. 438 str.
6. Čepulič Urška: *Kakovost storitev in zadovoljstvo porabnikov na področju kulture*. Magistrsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2003. 122 str.
7. Felton V. Marianne: On the Assumed Inelasticity of Demand for the Performing Arts. *Journal of Cultural Economics*, HEC Montreal, 16(1992), 1, str. 1-12.
8. Ferligoj Anuška, Leskošek Karmen, Kogovšek Tina: *Zanesljivost in veljavnost merjenja*. Ljubljana : Fakulteta za družbene vede, 1995. 173 str.
9. Frith Simon: *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Cambridge MA : Harvard University Press, 1996. 352 str.
10. Giddens A.: *Introductory Sociology*. London : MacMillan Press, 1987. 182 str.
11. Giddens A.: *Sociology*. Cambridge : Polity Press, 1989. 815 str.
12. Gray M. Charles: *Turning On and Tuning In: Media Participation in the Arts*. Washington D.C. : National Endowment for the Arts, 1995. 106 str.
13. Haralambos M., Holborn M., Heald R.: *Sociology Themes and Perspectives*. 3. izdaja, London : Collins Educational, 1990. 640 str.
14. Heilbrun James, Gray Charles: *The Economics of Art and Culture*. Cambridge : Cambridge University Press, 1993. 400 str.
15. Jupp B, Lawson G.: *Values Added: How Emerging Values could Influence the Development of London*. London : London Arts Board and London Planning Advisory Committee, 1997. 277 str.
16. Kelly R. John: *Freedom to Be: A New Sociology of Leisure*. New York : Macmillan, 1987. 248 str.
17. Kelly R. John, Freysinger J. Valeria: *21st Century Leisure: Critical Issues*. Boston MA : Allyn and Bacon, 2000. 298 str.
18. Klein Armin: *Kultur-Marketing*. München : Deutscher Taschenbuch Verlag, 2001. 536 str.
19. Kolb Bonita M.: *Marketing Cultural Organisations*. Dublin : Oak Tree Press, 2000. 225 str.
20. Kolb Bonita M.: *The Decline of a Subscriber Base: A Study of the Philharmonia Orchestra Audience*. *International Journal of Arts Management*, HEC Montreal, 3(2001), 2, str. 51-59.

21. Kotler Philip, Andreasen R. Alan: *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*. New Jersey : Prentice Hall, 1996. 632 str.
22. Kovač Bogomir: *Menedžment neprofitnih organizacij*. *Neprofitni management*, Nova Gorica, 1(1997), 1, str. 5-7.
23. Lewis J.: *Anthropology Made Simple*. London : William Heinemann, 1982. 282 str.
24. Love Jeffrey: *Patterns of Multiple Participation in the Arts: An Analysis of 1982, 1985, and 1992 SPPA Data*. Washington D.C. : National Endowment for the Arts, 1995. 79 str.
25. McCarthy F. Kevin et al.: *The Performing Arts in a New Era*. Santa Monica CA : RAND Corporation, 2001. 137 str.
26. McCarthy F. Kevin, Ondaatje H. Elizabeth, Zakaras Laura: *Guide to the Literature on Participation in the Arts*. Santa Monica CA : RAND Corporation, 2001a. 44 str.
27. Mobily K. E.: *Meanings of recreation and leisure among adolescents*. *Leisure Studies*, Iowa City, 8(1989), str. 11–23.
28. Morrison G. Bradley, Dagleish Gordon Julie: *Waiting in the Wings: A Larger Audience for the Arts and How to Develop It*. New York : Allworth Press, 1987. 164 str.
29. Orend J. Richard, Keegan Carol: *Education and Arts Participation: A Study of Arts Socialization and Current Arts-Related Activities Using 1982 and 1992 SPPA Data*. Washington D.C. : National Endowment for the Arts, 1996. 137 str.
30. Peters Monnie, Cherbo Joni Maya: *Americans' Personal Participation in the Arts: 1992*. Washington D.C. : National Endowment for the Arts, 1996. 92 str.
31. Peterson Richard A.: *Arts Statistics and Cultural Indicators: A Review of Complementary Approaches*. Washington D.C. : National Endowment for the Arts, 1977. 119 str.
32. Putnam Robert: *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York : Simon and Schuster, 2000. 544 str.
33. Robinson P. John: *Arts Participation in America: 1982-1992*. Washington D.C. : National Endowment for the Arts, 1993. 126 str.
34. Robinson P. John, Godbey Geoffrey: *Time for Life: the Surprising Ways Americans Use Their Time*. 1. izdaja, University Park PA : Penn State University Press, 1997. 392 str.
35. Sadar Nevenka Č.: *Moški in ženske v prostem času: Socialne in psihološke dimenzije načinov preživljanja prostega časa*. Ljubljana : Znanstveno in publicistično središče d.o.o., 1991. 198 str.
36. Schuster J., Davidson Mark: *The Audience for American Art Museums*. Washington D.C. : National Endowment for the Arts, 1991. 60 str.
37. Shaw S. M.: *The meaning of leisure in everyday life*. *Leisure Sciences*, New York, 1985, 7, str. 1–24.
38. Solomon Michael, Bamossy Gary, Askegaard Søren: *Consumer Behaviour*. Essex : Prentice Hall Europe, 2002. 630 str.
39. Stebbins Robert: *Amateurs, Professionals, and Serious Leisure*. Montreal : McGill-Queens University Press, 1992. 184 str.
40. Stigler J. George, Becker S. Gary: *De Gustibus Non Est Disputandum*. *American Economic Review*, Nashville, 67(1977), 2, str. 76–90.
41. Trunk Širca Nada, Tavčar Mitja I.: *Management nepridobitnih organizacij*. Koper :

Visoka šola za management, 2000. 136 str.

42. Veblen Thorstein: The Theory of the Leisure Class. New York : New American Library, 1899. 310 str.
43. Vogel Harold: Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis. Cambridge : Cambridge University Press, 2000. 490 str.
44. Walker Chris, Scott-Melnyk Stephanie, Sherwood Kay: Reggae to Rachmaninoff: How and Why People Participate in Arts and Culture. Washington D.C. : Urban Institute, 2000. 68 str.
45. Waterbury R.: Culture, society and the interdisciplinary teaching of world studies: an anthropological perspective. The Social Studies, Cambridge, 84(1993), 2, str. 63.

Viri

1. Bodley J.: An anthropological perspective. Cultural Anthropology: Tribes, States and the Global System. [URL:http://www.wsu.edu:8001/vcwsu/commons/topics/culture/culture_definitions/bodley-text], 1994.
2. Cuesta Carlo, Gillespie M. Dana, Schaefer Susan: Training Workbook. Minnesota State Arts Board. 95 str. [URL: http://www.state.mn.us/ebranch/msab/pubs/pubs/04_SADI_workbook.pdf], 2002.
3. English dictionary. London : HarperCollins Publishers, 1995. 1951 str.
4. Garson Dave: Reliability. [URL: <http://www2.chass.nesu.edu/garson/pa765/reliab.htm>], 25.11.2006.
5. Greenwood Parr Mary, Lashua D. Brett: What is Leisure? The Perceptions of Recreation Practitioners and Others. 17 str. [URL: http://web10.epnet.com/externalframe.asp?tb=1&_ug=sidDLeisure%], 2004.
6. Kultura in šport 10. Statistične informacije, Ljubljana, 2006. 7 str.
7. Podatki o vpisanih študentih v študijskem letu 2005/2006. Univerza v Ljubljani. [URL: <http://www.uni-lj.si/Univerza/Tabele/TabeleZa0506/Tabela2-0506.xls>], 2006.
8. Statistični letopis RS. Ljubljana : Statistični urad Republike Slovenije, 2006. 594 str.
9. SPPA. Summary Report 1997, Washington D.C. : National Endowment for the Arts, 1998. 92 str.
10. SPPA. Summary Report 2002, Washington D.C. : National Endowment for the Arts, 2004. 70 str.
11. The Finances of the Performing Arts. New York : Ford Foundation, 1974. 119 str.
12. Verbinc France: Slovar tujk. Ljubljana : Cankarjeva založba, 1987. 770 str.
13. Webster's Dictionary. New York : J. J. Little & Ives Co., 1958. 2560 str.
14. Young people and free time in Ljubljana: A psychosocial analysis of needs and possibilities for their realisation. Educational Research Institute. 24 str. [URL: [http://www.mobilitas.hu/letoltes/Young%20people%20and%20free%20time%20in%20Ljubljana%20\(2004\).doc](http://www.mobilitas.hu/letoltes/Young%20people%20and%20free%20time%20in%20Ljubljana%20(2004).doc)], 2004.

Priloge

Priloga 1: Anketni vprašalnik

Sem absolvent Ekonomske Fakultete v Ljubljani. V svojem diplomskem delu, ki ga pripravljam, želim raziskati odnos študentov do visoke kulture. V ta namen te vljudno prosim, da izpolniš anketni vprašalnik, ki je pred tabo in odgovoriš na vsa vprašanja iskreno. Tvoje sodelovanje bi mi bilo v veliko pomoč. Anketa je anonimna in traja približno 5 minut.

Zaradi večje razumljivosti in lažjega reševanja vprašalnika v nadaljevanju te prosim, da najprej prebereš razlage štirih besednih zvez, ki so povezane z udeleževanjem v visoki kulturi!

- **Izbrane umetniške oblike visoke kulture** – klasična glasba, jazz, opera, gledališče, balet, ostali plesi (etno, moderni), muzeji in galerije
- **Obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo** – obiskovanje kulturnih dogodkov (koncerti, predstave, razstave) v okviru zgoraj omenjenih umetniških oblik visoke kulture v živo
- **Aktivno udejstvovanje v visoki kulturi** – osebno udejstvovanje v visoki kulturi v smislu igranja instrumenta, nastopanja na kulturnih predstavah v okviru visoke kulture, risanja slike, pisanja pesmi ali knjige, oblikovanja skulptur iz različnih mas, petja v pevskem zboru, itd.
- **Spremljanje kulturnega programa v okviru visoke kulture preko medijev** – spremljanje kulturnega programa, ki zajema zgoraj omenjene umetniške oblike visoke kulture preko medijev kot so radio, televizija, internet in tiskani mediji, poslušanje oziroma gledanje kulturnega programa preko posnetka na nosilcu zapisa zvoka oziroma na nosilcu zapisa zvoka in slike (CD, DVD, radiokaseta, videokaseta)

1. V kolikšni meri se, glede na zgoraj prebrane razlage štirih besednih zvez, v času izven okvira fakultetnega/akademskega izobraževanja udeležuješ v visoki kulturi (v živo, aktivno, preko medijev)? Ustrezno obkroži svojo izbiro glede na pogostost udeleževanja!

1. Vsaj 1 x tedensko (zelo pogosto)
2. Vsaj 1 x mesečno (pogosto)
3. Vsaj 1 x letno (redko/občasno)
4. Manj kot 1 x letno (zelo redko)
5. Nikoli

2. S križcem označi, do kolikšne mere je trditev zate ustrezna.

		močno se strinjam	strinjam se	niti se strinjam niti se ne strinjam	ne strinjam se	močno se ne strinjam
		5	4	3	2	1
1	Moji starši oziroma skrbniki so v času mojega odraščanja poslušali klasično glasbo oziroma opero.					
2	V času mojega odraščanja sem se na pobudo mojih staršev oziroma skrbnikov seznanjal z muzeji oziroma galerijami.					
3	V času mojega odraščanja sem se na pobudo mojih staršev oziroma skrbnikov seznanjal z gledališkimi oziroma plesnimi predstavami (balet, etno, moderni) oziroma koncerti klasične glasbe.					
4	Moji starši oziroma skrbniki so me v času mojega odraščanja spodbujali k branju literature (leposlovje oziroma poezija), ki ni predstavljala obveznega šolskega ali religioznega gradiva.					

3. V kolikšni meri pa se v času izven okvira fakultetnega/akademskega izobraževanja udeležuješ v visoki kulturi samo preko obiskovanja kulturnih prireditev v živo? Ustrezno obkroži svojo izbiro glede na pogostost udeleževanja!

1. Vsaj 1 x tedensko (zelo pogosto)
2. Vsaj 1 x mesečno (pogosto)
3. Vsaj 1 x letno (redko/občasno)
4. Manj kot 1 x letno (zelo redko)
5. Nikoli

4. S križcem označi pogostost udeleževanja v naslednjih zunanjih prostočasnih aktivnostih, pri čemer 1 pomeni prostočasna aktivnost, v kateri se zelo pogosto udeležuješ, 5 pa pomeni prostočasna aktivnost, v kateri se nikoli ne udeležuješ (pomagaj si s stopnjami v pogostosti udeleževanja, ki so navedene pod tabelo!).

	1	2	3	4	5
Obiskovanje kulturnih prireditev v okviru popularne kulture (kino, koncerti zabavne glasbe (rock, pop,...),...)					
Obiskovanje športnih prireditev (nogometne tekme, teniški turnirji,...)					
Aktivno ukvarjanje s športom (fitness, košarka, tek,...)					
Druženje s prijatelji (v lokalih, kulturnih prostorih, mladinskih centrih,...)					
Obiskovanje zabav (nočni klubi, diskoteke, privatne zabave,...)					
Izleti (v naravo, potovanja,...)					
Opravljanje del (prostovoljno delo, delo v različnih društvih)					

Stopnje: 1 – vsaj 1 x tedensko; 2 – vsaj 1 x mesečno; 3 – vsaj 1 x letno; 4 – manj kot 1 x letno; 5 - nikoli

**5. Kadar obiščem kulturno prireditev v okviru visoke kulture, je eden izmed razlogov.....
Ustrezno označi vsako trditev!**

		močno se strinjam	strinjam se	niti se strinjam niti se ne strinjam	ne strinjam se	močno se ne strinjam
		5	4	3	2	1
1	kakovostno preživeti čas s prijatelji oz. družino.					
2	iskati razburljivost.					
3	pobegniti stran od vsakodnevne rutine.					
4	dvigniti si samospoštovanje.					
5	zapolniti moj prosti čas.					
6	biti v prijetnem okolju kulturnih prireditev.					
7	lepota kulturnih prireditev.					
8	da se z nečem zaposlim.					
9	biti z drugimi ljudmi.					
10	priložnost pozabiti moje probleme.					
11	ker imam rad/a kulturne prireditve.					
12	ker me ostale stvari v življenju dolgočasijo.					
13	zaradi medsebojnega sodelovanja z drugimi ljudmi.					
14	imeti se lepo.					
15	izogniti se hitenju vsakodnevnih aktivnosti.					
16	spočiti se.					
17	visok nivo znanja nastopajočih oziroma kvalitetna ponudba likovnih umetnin.					
18	dobro počutje.					
19	»ubiti« čas.					
20	zabavati se.					
21	doseganje ugodja na kulturni prireditvi.					
22	sprostiti stres.					

6. S križcem označi, do kolikšne mere je trditev zate ustrezna.

		močno se strinjam	strinjam se	niti se strinjam niti se ne strinjam	ne strinjam se	močno se ne strinjam
		5	4	3	2	1
1	Obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo mi predstavlja izziv.					
2	Obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo me spodbuja k večji kreativnosti.					
3	Obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo predstavlja mojo primarno potrebo.					
4	Obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo predstavlja zelo pomemben del mojega življenja.					
5	Obiskovanje kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v živo mi predstavlja užitek.					

7. Eden izmed razlogov, ki me odvrne od obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture v večji meri kot sicer je...

		močno se strinjam	strinjam se	niti se strinjam niti se ne strinjam	ne strinjam se	močno se ne strinjam
		5	4	3	2	1
1	pomanjkanje časa.					
2	pomanjkanje prireditev v okolju, kjer živim.					
3	previsoka cena vstopnic.					
4	neustrezna lokacija prireditve.					
5	pomanjkanje družbe.					
6	lokacija prireditve na manj varnem območju.					
7	prehitro pomanjkanje vstopnic.					
8	pomanjkanje zdravja.					
9	neudobje na prireditvi.					
10	nekvalitetna prireditev.					
11	slabo oglaševanje.					
12	pomanjkanje parkirnih mest na območju prireditve.					

Še nekaj vprašanj o tebi.

8. Spol: a) ženski b) moški

9. Starost: _____ let

10. Visokošolska ustanova, na katero si vpisan/a: a) AGRFT b) Akademija za glasbo c) Akademija za likovno umetnost

d) Pravna fakulteta e) Ekonomska fakulteta f) Fakulteta za družbene vede

11. Regija stalnega bivališča? a) Primorska b) Osrednje-slovenska c) Štajerska
d) Gorenjska e) Dolenjska f) Pomurska

Najlepša hvala za tvoje sodelovanje!

Priloga 2: Predstavitev vzorca

Tabela 1: Predstavitev vzorca (n = 160) v tabelarični obliki

Spremenljivka	Število anketiranih	Delež (%) anketiranih
Spol		
Ženski	87	54,4
Moški	73	45,6
Starost		
18 – 22 let	121	75,6
23 – 27 let	33	20,6
28 – 32 let	6	3,8
Visokošolska ustanova		
AGRFT	10	6,3
Akademija za glasbo	16	10,0
Akademija za likovno umetnost	18	11,3
Pravna fakulteta	24	15,0
Ekonomska fakulteta	54	33,7
Fakulteta za družbene vede	38	23,7
Regija stal. bivališča		
Primorska	15	9,4
Osrednje-slovenska	59	36,9
Štajerska	34	21,2
Gorenjska	26	16,2
Dolenjska	24	15,0
Pomurska	2	1,3

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Priloga 3: Univariantne statistike

Tabela 2: Pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja

pogostost obisk. kult. prir.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	vsaj 1 x tedensko (zelo pogosto)	21	13,1	13,1	13,1
	vsaj 1 x mesečno (pogosto)	44	27,5	27,5	40,6
	vsaj 1 x letno (redko)	61	38,1	38,1	78,8
	manj kot 1 x letno (zelo redko)	24	15,0	15,0	93,8
	nikoli	10	6,3	6,3	100,0
	Total	160	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Tabela 3: Pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru popularne kulture

popularna kultura

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid vsaj 1 x tedensko (zelo pogosto)	23	14,4	14,4	14,4
vsaj 1 x mesečno (pogosto)	70	43,8	43,8	58,1
vsaj 1 x letno (redko)	53	33,1	33,1	91,3
manj kot 1 x letno (zelo redko)	12	7,5	7,5	98,8
nikoli	2	1,3	1,3	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Tabela 4: Obiskovanje športnih prireditev

športne prireditve

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid vsaj 1 x tedensko (zelo pogosto)	20	12,5	12,5	12,5
vsaj 1 x mesečno (pogosto)	23	14,4	14,4	26,9
vsaj 1 x letno (redko)	42	26,3	26,3	53,1
manj kot 1 x letno (zelo redko)	31	19,4	19,4	72,5
nikoli	44	27,5	27,5	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Tabela 5: Aktivno udejstvovanje v športu

šport (aktivno)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid vsaj 1 x tedensko (zelo pogosto)	65	40,6	40,6	40,6
vsaj 1 x mesečno (pogosto)	37	23,1	23,1	63,8
vsaj 1 x letno (redko)	29	18,1	18,1	81,9
manj kot 1 x letno (zelo redko)	19	11,9	11,9	93,8
nikoli	10	6,3	6,3	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Tabela 6: Druženje s prijatelji

druženje s prijatelji

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid vsaj 1 x tedensko (zelo pogosto)	78	48,8	48,8	48,8
vsaj 1 x mesečno (pogosto)	48	30,0	30,0	78,8
vsaj 1 x letno (redko)	20	12,5	12,5	91,3
manj kot 1 x letno (zelo redko)	10	6,3	6,3	97,5
nikoli	4	2,5	2,5	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Tabela 7: Obiskovanje zabav

obiskovanje zabav

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid vsaj 1 x tedensko (zelo pogosto)	36	22,5	22,5	22,5
vsaj 1 x mesečno (pogosto)	61	38,1	38,1	60,6
vsaj 1 x letno (redko)	33	20,6	20,6	81,3
manj kot 1 x letno (zelo redko)	23	14,4	14,4	95,6
nikoli	7	4,4	4,4	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Tabela 8: Izleti

izleti

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid vsaj 1 x tedensko (zelo pogosto)	35	21,9	21,9	21,9
vsaj 1 x mesečno (pogosto)	70	43,8	43,8	65,6
vsaj 1 x letno (redko)	38	23,8	23,8	89,4
manj kot 1 x letno (zelo redko)	13	8,1	8,1	97,5
nikoli	4	2,5	2,5	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Tabela 9: Prostovoljno delo

		opravljanje del			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	vsaj 1 x tedensko (zelo pogosto)	14	8,8	8,8	8,8
	vsaj 1 x mesečno (pogosto)	12	7,5	7,5	16,3
	vsaj 1 x letno (redko)	45	28,1	28,1	44,4
	manj kot 1 x letno (zelo redko)	40	25,0	25,0	69,4
	nikoli	49	30,6	30,6	100,0
	Total	160	100,0	100,0	

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Priloga 4: Rezultati 1. hipoteze

Tabela 10: Hipoteza 1: Pogostost udeleževanja v visoki kulturi izven okvira visokošolskega izobraževanja in spoznavanje z visoko kulturo v času otroštva

Group Statistics					
pogostost udeleževanja v v.k.2		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
spoznavanje z v.k. v času otr.	vsaj 1 x mesečno	96	3,1198	,87508	,08931
	manj kot 1 x mesečno	64	2,5313	,81832	,10229

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
spoznavanje z v.k. v času otr.	Equal variances assumed	,377	,540	4,276	158	,000	,58854	,13764	,31670	,86039
	Equal variances not assumed			4,334	141,237	,000	,58854	,13579	,32009	,85699

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Priloga 5: Rezultati 2. hipoteze

Tabela 11: Kvaliteta kulturnih prireditev v okviru visoke kulture in pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja

Group Statistics

	pogostost obisk. kult. prir.2	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
kvaliteta kult. prir.	vsaj 1 x mesečno	65	3,9115	,62567	,07761
	manj kot 1 x mesečno	95	3,3237	,68889	,07068

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
kvaliteta kult. prir.										
	Equal variances assumed	,630	,428	5,500	158	,000	,58785	,10688	,37675	,79896
	Equal variances not assumed			5,600	145,872	,000	,58785	,10497	,38040	,79531

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Priloga 6: Rezultati 3. hipoteze

Tabela 12: Pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja in pridobivanje kulturno-umetniške izobrazbe na eni izmed visokošolskih ustanov Univerze v Ljubljani

pogostost obisk. kult. prir.2 * pridobivanje kult.um. izobra. Crosstabulation

Count

		pridobivanje kult.um. izobra.		Total
		da	ne	
pogostost obisk.	vsaj 1 x mesečno	33	32	65
kult. prir.2	manj kot 1 x mesečno	11	84	95
Total		44	116	160

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	29,731 ^b	1	,000		
Continuity Correction ^a	27,797	1	,000		
Likelihood Ratio	30,015	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	29,545	1	,000		
N of Valid Cases	160				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17,88.

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Priloga 7: Rezultati 4. hipoteze

Tabela 13: Priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja in spol anketiranca

Group Statistics

spol		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
priljubljenost	ženski	87	3,2989	,69475	,07448
obisk. kult.prir.	moški	73	3,0000	,70711	,08276

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
priljubljenost obisk. kult.prir.	Equal variances assumed	,019	,891	2,688	158	,008	,29885	,11117	,07928	,51842
	Equal variances not assumed			2,684	152,250	,008	,29885	,11134	,07887	,51883

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Priloga 8: Druge ugotovitve

Tabela 14: Priljubljenost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja in starost anketiranca

Descriptives

priljubljenost obisk. kult.prir.

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
18 - 22 let	121	3,1223	,73047	,06641	2,9908	3,2538	1,60	4,80
23 - 27 let	33	3,2000	,59372	,10335	2,9895	3,4105	1,80	4,20
28 - 32 let	6	3,7667	,81404	,33233	2,9124	4,6210	2,20	4,40
Total	160	3,1625	,71399	,05645	3,0510	3,2740	1,60	4,80

ANOVA

priljubljenost obisk. kult.prir.

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2,432	2	1,216	2,428	,092
Within Groups	78,623	157	,501		
Total	81,055	159			

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Tabela 15: Pogostost obiskovanja kulturnih prireditev v okviru visoke kulture izven okvira visokošolskega izobraževanja in regija stalnega bivališča anketiranca

regija2 * pogostost obisk. kult. prir.2 Crosstabulation

			pogostost obisk. kult. prir. 2		Total
			vsaj 1 x mesečno	manj kot 1 x mesečno	
regija2	Primorska	Count	7	8	15
		Expected Count	6,1	8,9	15,0
		% within regija2	46,7%	53,3%	100,0%
		% within pogostost obisk. kult. prir.2	10,8%	8,4%	9,4%
		% of Total	4,4%	5,0%	9,4%
	Osrednje-slovenska	Count	19	40	59
		Expected Count	24,0	35,0	59,0
		% within regija2	32,2%	67,8%	100,0%
		% within pogostost obisk. kult. prir.2	29,2%	42,1%	36,9%
		% of Total	11,9%	25,0%	36,9%
	Štajersko-pomurska	Count	21	15	36
		Expected Count	14,6	21,4	36,0
		% within regija2	58,3%	41,7%	100,0%
		% within pogostost obisk. kult. prir.2	32,3%	15,8%	22,5%
		% of Total	13,1%	9,4%	22,5%
	Gorenjska	Count	7	19	26
		Expected Count	10,6	15,4	26,0
		% within regija2	26,9%	73,1%	100,0%
		% within pogostost obisk. kult. prir.2	10,8%	20,0%	16,3%
		% of Total	4,4%	11,9%	16,3%
	Dolenjska	Count	11	13	24
		Expected Count	9,8	14,3	24,0
		% within regija2	45,8%	54,2%	100,0%
		% within pogostost obisk. kult. prir.2	16,9%	13,7%	15,0%
		% of Total	6,9%	8,1%	15,0%
Total		Count	65	95	160
		Expected Count	65,0	95,0	160,0
		% within regija2	40,6%	59,4%	100,0%
		% within pogostost obisk. kult. prir.2	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	40,6%	59,4%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,936 ^a	4	,063
Likelihood Ratio	8,975	4	,062
Linear-by-Linear Association	,075	1	,784
N of Valid Cases	160		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,09.

Vir: Lastna raziskava, november 2006.

Slovarček tujk in pojmov

tuj izraz

art aficionados

casual attendees

cultura

leisure by appointment

serious leisure time

slovenski prevod

navdušeni oboževalci kulturne umetnosti

občasni obiskovalci

obdelovanje

prosti čas po dogovoru

resen prosti čas