

KULTURENS VÆRDI

21. september 2020

KL-konference: Kultur for flere

Trine Bille
Professor (mso), Ph.D.
Copenhagen Business School
Institut for Ledelse, Politik og Filosofi

OM MIG

- Professor (mso) CBS, Copenhagen Business School
- PhD i Kulturøkonomi, Københavns Universitet
- Primære forskningsområder: Kulturøkonomi og kulturpolitik
- Kommende præsident: ACEI, Association for Cultural Economics International
- Publiceret over 120 bøger, rapporter, forskningsartikler og andre artikler

EFFEKTER OG VÆRDI

- Kultursektoren møder oftere og oftere krav om at kunne dokumentere effekter og værdi baseret på data, viden og evidens
- **Effekter** på brugerne
 - Særlige områder: børn og unge, integration, det sociale område, sundhed
- **Værdi** for brugere og ikke-brugere
- Legitimering af offentlig støtte

KULTURENS BETYDNING

*”Det er en grundlæggende **antagelse** i velfærdsstatens kulturpolitik, at støtte til kunstnerisk virksomhed skaber et samfund med større udsyn, bedre selverkendelse, mere kreativitet og stærkere sociale bånd.”*

”For det første fordi kulturpolitikken giver øget kvalitet i omgivelser og erfaringsindhold for samfundets borgere, og for det andet at den bidrager til oplysning, øget udsyn og sensibilitet, og hermed styrker den grundlæggende demokratiske dannelse.”

Kilde: Tygstrup et al. (2017): Kunsten som Forum

EFFEKTER



EFFEKTER PÅ KULTURBRUGERNE

- Hvad gør kunsten og kulturen ved og for os mennesker?
 - Kvaliteten af oplevelsen
- Metoder
 - Kvalitative undersøgelser
 - Spørgeskemaer
 - Hjerneforskningen
 - Hvad sker der i hjernen?
 - Kreativitet
 - Har kunst og kultur betydning for adfærd?

EFFEKTER PÅ KULTURBRUGERNE

- **Kortsigtede effekter af en specifik oplevelse** (Throsby (2001), Bakhshi og Throsby (2010), New Economic Foundation (2008), Brown and Novak-Leonard (2007, 2013) og Bunting og Knell (2014))
 - Engagement
 - Personlig resonans
 - Læring og tænkning
 - Æstetisk vækst
 - Social tilknytning
- **Begrænsninger:** Kun kortsigtede effekter, måler på specifikke oplevelser, kun den del af oplevelsen respondenterne er bevidst om

Sideløbende effekter (opstående under en oplevelse)	Oplevede effekter (observeret post oplevelsen, timer eller dage efter)	Udvidede og kumulative effekter (livslange minder, uger eller år efter)
Ubevidste reaktioner og tilstande: <ul style="list-style-type: none"> ● Fysiologiske reaktioner (hjerterbanken mv.) ● Pre-kognitive reaktioner (opstemthed) ● Optagethed (absorbering, koncentration) ● Energi og spændinger 	Kortsigtet oplevede effekter: <ul style="list-style-type: none"> ● Følelsesmæssig påvirkning og mening ● Spirituel opløftning ● Læring og kritisk refleksion ● Social samhørighed ● Æstetisk berigelse og kreativ aktivering <p>Disse kan forekomme før, under og efter oplevelsen, men måles typisk efter.</p>	Forsinkede effekter af individuelle oplevelser og effekter der forekommer efter gentaget deltagelse i kulturelle oplevelser over tid: <ul style="list-style-type: none"> ● Minder om event ● Følelse af social tilknytning ● Øget kulturel kapacitet ● Øget empatisk kapacitet ● Udvidet verdenssyn ● Helbredsmæssige fordele ● Subjektivt velvære

EFFEKT PÅ SÆRLIGE GRUPPER/OMRÅDER

- Børn og unge
- Integration
- Det sociale område
- Sundhed

BØRN OG UNGE

- Børn, som undervises i en "kunstrig" skole, klarer sig markant bedre i livet end børn, som har gået i skoler med ringe fokus på kunstaktiviteter (University of California)
- Kulturaktiviteter skaber synlige forskelle i hjernen, fx ved at styrke hjernens opmærksomhedsnetværk (John Hopkins University)
- Fremtidens kulturforbrugere

DET SOCIALE OMRÅDE

- Borgernær kunst og sociale fællesskaber i ”udsatte boligområder”
Ved Anne Scott Sørensen, Birgit Eriksson m.fl., Århus Universitet
- Kultur for flere
- Hvordan virker de borgernære kunstprojekter?
- Cases: Værebros Park i Gladsaxe, Gellerup i Århus, Vollsmose i Odense og Stengårdsvej i Esbjerg

VÆRDI PÅ SAMFUNDSNIVEAU



ØKONOMISK IMPACT

- Århus 2017 (Cowi, 2017)
- Baserer sig på stigning i turismen og døgnforbrug
- Skabt 1.965 nye jobs
- En "god investering": Den offentlige støtte kommer tilbage med en faktor 1,4 (sparede dagpenge)
- Bruges som argument for offentlig støtte

- Resultaterne er overvurderede (turismetal, nye jobs)

ØKONOMISK IMPACT

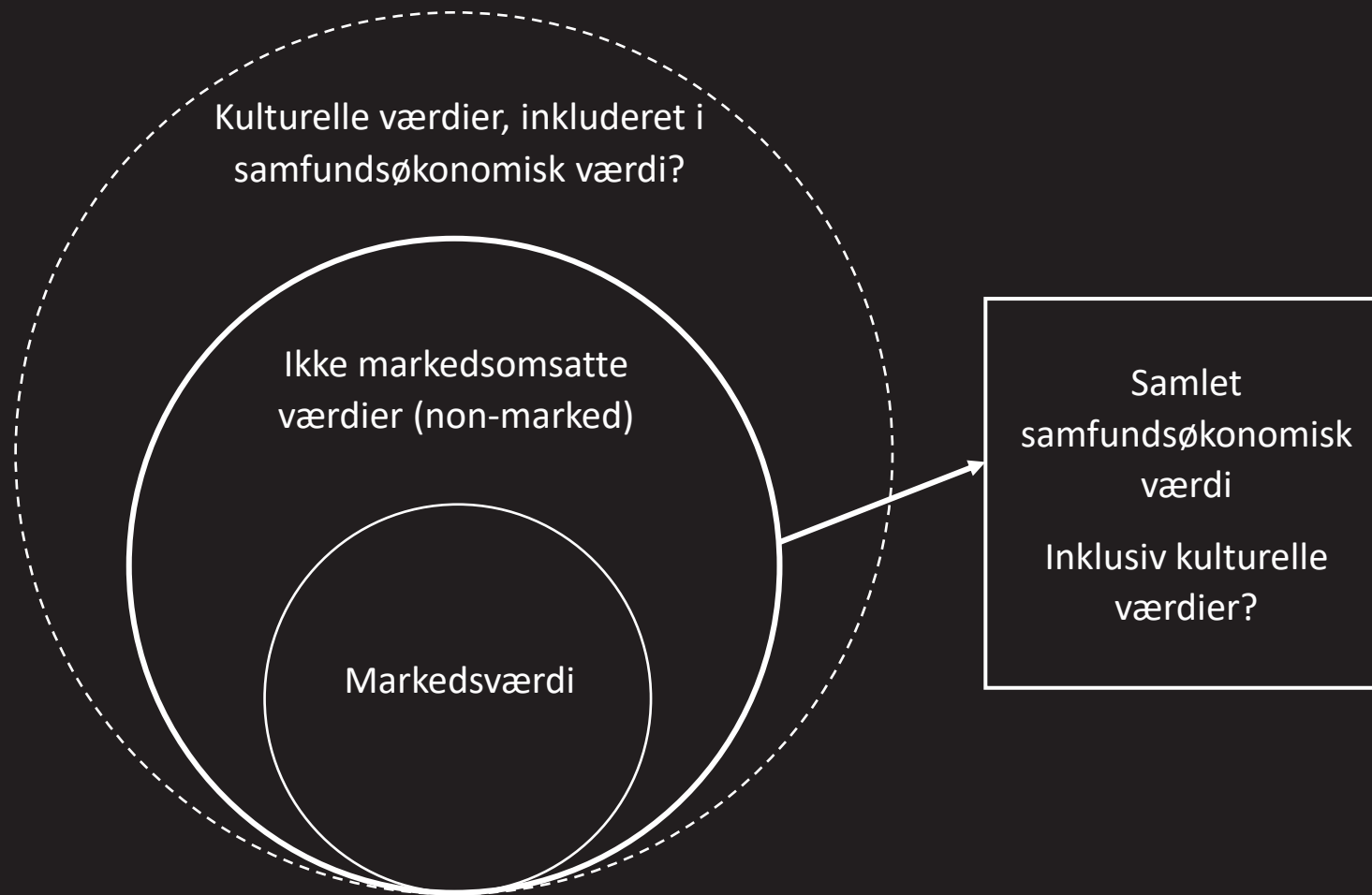
- Kulturaktiviteters effekt på antal arbejdspladser mv.
- Problemer:
 - Arbejdspladser er ikke målet med kunst og kultur, det er sideeffekter
 - Det er de store event, der give økonomisk afkast i forhold til turisme, ikke de borgernære kulturaktiviteter
- Konklusion:
 - Fastholde at kunsten og kulturen er målet, ikke midlet
 - Behov for mere viden om kunstens og kulturens grundlæggende betydning for os mennesker

KULTURENS VÆRDI

- Værdi: Det som noget beløber sig til i penge eller et andet betalingsmiddel
- MAN KAN DA IKKE MÅLE KULTURENS VÆRDI I PENGE! Eller kan man det?
- Brugerne: Når man køber en billet, tænker man at værdien mindst lige så stor som prisen.
- Ikke-brugerne: Det kan have værdi, at der findes et aktivt kulturliv – det vil man gerne betale for.

IKKE-MARKEDSOMSATTE VÆRDIER

Betalingsevillighed (opgøres i penge)		Mangler fælles måleenhed
Brugsværdi (brugere)	Eksterne effekter og ikke-markedsomsatte værdier (Ikke-brugere og brugere)	Kulturelle værdier
Eget udbytte, glæde og fornøjelse	<ul style="list-style-type: none">• Optionsværdi• Eksistensværdi• Bevarelsesværdi• Prestigeværdi• Uddannelses- og dannelsesværdi	<ul style="list-style-type: none">• Æstetisk værdi• Spirituel værdi• Social værdi• Historisk værdi• Symbolsk værdi• Autentisk værdi



MÅLING AF KULTURENS VÆRDI

- Borgernes villighed til at betale for ikke-markedsomsatte værdier (Contingent valuation)
- Både brugere og ikke-brugere
- Begrænsninger:
 - Hypotetisk bias (vanskelig metode)
 - Kan befolkningen vurdere værdien?
 - Fordel: kan sammenlignes med offentlige tilskud
- Måler ikke hele værdier (alle kulturelle værdier) med værdien for befolkningen

MÅLING AF KULTURENS VÆRDI TEATRE OG MUSEER

- Kunstens og kulturens værdier / finansieret af Augustinusfonden
- Spørgeskema til 4.450 repræsentative danskere
- Hvor stor en andel af danskerne synes, at det er i orden at betale til teatre og museer via deres skat?
- Hvor meget er de villige til at betale? (hvad er det værd for dem)
- Hvordan er betalingsvilligheden for henholdsvis brugere og ikke-brugere og for forskellige befolkningsgrupper?
- Hvor meget vil danskere betale til henholdsvis teatre og museer generelt og til deres

STORT FORSKNINGSPROJEKT FRA UK

- Bedre brug af evalueringer, publikums oplevelser
- Breder metodeportefølje, bl.a. kvalitative metoder (humaniora)
- Videreudvikling af contingent valuation (non-market værdi)
- Betydningen af digitaliseringen

Understanding the value
of arts & culture

The AHRC Cultural Value Project

Geoffrey Crossick & Patrycja Kaszynska



TAK FOR OPMÆRKSOMHEDEN