

Introducere și metodologie

Anda Becuț Marinescu

<https://doi.org/10.61789/tccp.21.01>

INSTITUTUL NAȚIONAL
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ

culturadata.ro

1. Introducere

Studiul *Tendențe ale consumului cultural în perioada pandemiei* – ediția III prezintă nivelul consumului cultural în perioada de referință octombrie 2020-septembrie 2021 și intenția de participare la o serie de activități în următoarele 12 luni (octombrie 2021-septembrie 2022). Analizele din această ediție a studiului s-au concentrat pe identificarea unor tendințe de consum, prin comparații cu rezultatele evidențiate în primele două ediții ale studiului realizate în anul 2020.

O parte din tendințele de consum identificate în primele ediții s-au menținut, în special orientarea consumului cultural preponderent spre mediul online și la nivelul spațiului non-public. Tendințele generale evidențiază în anul 2021 menținerea practicilor de consum non-public la un nivel similar cu cele înregistrate în anul 2020 și similar cu tendințele de consum înregistrate în alte țări europene precum Spania, Italia și Belgia.

Altele însă s-au schimbat dramatic, în special la nivelul consumului cultural în spațiul public. Se remarcă accentuarea decalajelor de consum dintre diferite categorii sociale, cu tendința de excludere simbolică din spațiul public a femeilor, vârstnicilor, persoanelor din mediul rural și a celor cu nivel redus de educație și de venit sub media națională. Analizele comparative 2019-2021 evidențiază scăderi accentuate ale consumului cultural în spațiul public, care a înregistrat cel mai mic nivel pentru activitățile cultural-artistice (sub 25% pentru majoritatea practicilor de consum cultural) și diferențe între tipurile de consum public. Activitățile culturale în aer liber au înregistrat în 2021 scăderi de consum mai mici comparativ cu cele realizate în spațiile închise, această tendință fiind identificată și la primele ediții ale studiului.

Comparativ cu nivelul de consum cultural anterior pandemiei, anumite practici au scăzut semnificativ, ca de exemplu: participarea la spectacole de teatru – de la 29% în 2019, la 7% în anul 2021 (la spectacole în aer liber), vizionarea

de filme la cinematograful – de la 35% în anul 2019, la 14% în anul 2021 sau vizitarea unei biblioteci pentru lectură – de la 28% în anul 2019, la 14% în anul 2021. Singura practică de consum care a înregistrat o tendință de creștere în perioada 2019-2021 este vizitarea unui monument istoric sau a unui sit arheologic, fapt explicabil în condițiile creșterii comportamentului turistic, ca urmare a ridicării restricțiilor de circulație.

Este important de remarcat faptul că intenția de participare măsurată în anul 2020 s-a confirmat în general prin practicile de consum măsurate în anul 2021 pentru varianta de răspuns „Da, indiferent de cum va evolua situația generată de COVID-19”. Este vorba în acest caz de publicul fidel, acea categorie de public pe care se poate baza orice organizație culturală în momentele cele mai grele, așa cum a fost situația de criză generată de pandemia de COVID-19.

De exemplu, în cazul participării la spectacole de teatru în spații închise, intenția de participare pentru anul 2021 era de 6%, iar măsurarea practicii în anul 2021 a fost aceeași sau aproximativ aceeași, iar în cazul participării la spectacole de muzică în aer liber, pentru care intenția de participare pentru anul 2021 era de 18%, măsurarea practicii în anul 2021 a fost de 21%. În unele situații, estimarea a fost mai mare decât participarea efectivă în anul 2021. Este cazul participării la spectacole de teatru în aer liber, unde intenția de participare pentru anul 2021 era de 12%, iar măsurarea practicii în anul 2021 a fost de 7%, sau cazul spectacolelor de muzică în spații închise, pentru care intenția de participare pentru anul 2021 era de 15% iar măsurarea practicii în anul 2021 a fost de 7%, ori cazul vizionării de filme la cinematograful în aer liber, pentru care intenția de participare pentru anul 2021 era de 12%, iar măsurarea practicii în anul 2021 a fost de 3%.

În alte situații, participarea din anul 2021 a depășit estimările măsurate în anul 2020. Este cazul vizitării muzeelor

(de la 14% intenție în anul 2020 la 24% măsurare pentru practica de vizitare în anul 2021), cazul vizionării de filme la cinematograful în spații închise – pentru care intenția de participare pentru anul 2021 era de 5%, iar măsurarea practicii în anul 2021 a fost de 14% – sau cazul vizitării unui monument istoric sau sit arheologic (de la 18% intenție în anul 2020 la 48% măsurare pentru practica de vizitare în anul 2021).

În ceea ce privește consumul non-public, nivelul s-a menținut același în anul 2021, comparativ cu anul 2020, pentru consumul de muzică la radio sau online (95% cel puțin o dată pe an), pentru lectura de cărți tipărite (56%, respectiv 58% cel puțin o dată pe an) sau în format electronic (32% cel puțin o dată pe an), pentru vizionarea de filme prin streaming video (47%, respectiv 45% cel puțin o dată pe an), sau pentru jocuri pe calculator (25%, respectiv 24% cel puțin o dată pe an).

Utilitatea acestor analize constă în identificarea impactului pe termen lung a crizei generate de pandemia de COVID-19 și în formularea unor prognoze sau ipoteze privind schimbările de modele de practici culturale în următoarea perioadă. Rezultatele acestui studiu pot ajuta organizațiile culturale publice și private să-și organizeze activitatea și să elaboreze strategii pe termen scurt și mediu, pornind de la intențiile de consum cultural exprimate de participanții la studiu.

Capitolul *Intenția de consum cultural și nivelul de participare la activități în spațiul public* își propune să exploreze cadrul anticipativ al comportamentului social în situații de criză, în contextul măsurilor restrictive de interacțiune socială. Incertitudinea și provocările generate de o situație nouă și dificil de gestionat în plan social și personal au îngreunat procesul decizional la nivel individual și organizațional, iar prognoza tendințelor comportamentale poate fi o soluție pentru managementul instituțiilor culturale. Din această perspectivă, capitolul oferă informații importante despre modelele de comportament estimate și observate prin măsurare statistică, pentru gestionarea cât mai eficientă a resurselor disponibile pe plan local, regional sau național.

Principala concluzie a capitolului este că în anul 2021 tendința de consum cultural în spațiul public este independentă de evoluția situației epidemiologice. Comparațiile cu anul 2020 evidențiază o supraestimare a intenției de participare pentru activitățile cu profil cultural-artistic și o subestimare pentru activitățile cu profil non-artistic. De asemenea, se remarcă o amplificarea inegalităților sociale cu efect inhibitor asupra acumulării de capital cultural.

Capitolul *Tendențe ale consumului de spectacole și festivaluri la nivel național. Între nevoia de colectivitate și teama de îmbolnăvire* aprofundează tema consumului cultural în spațiul public, cu un focus special pe consumul de creații din sectorul artelor spectacolului, care a fost unul dintre cele mai afectate sectoare culturale și creative în timpul pandemiei de COVID-19. Capitolul tratează consum cultural din perspectiva barierelor care pot limita participarea și care sunt accentuate în situații de criză. Analizele au abordat consumul cultural din perspectiva mai largă a contextului interacțiunii sociale marcate de teamă, incertitudine și risc. Capitolul prezintă rezultatele studiilor similare realizate la nivel european și abordările analitice care combină perspectivele psihologice, sociologice și de management organizațional. O atenție specială a fost acordată consumului de spectacole în mediul online, care aduce o serie de provocări noi, cu efecte deopotrivă pozitive și negative asupra consumului cultural pe termen lung. Capitolul surprinde paleta de motivații de non-consum, dar și intenția de participare la spectacole și festivaluri în următorul an. Principala concluzie este că spațiul de desfășurare a spectacolelor a fost definitiv în decizia de consum, fiind preferate spectacolele în aer liber, iar tinerii sunt cei mai fideli spectatori, indiferent de situația de criză.

Capitolul *Practici de consum cultural non-public în perioada de pandemie. De la izolare la reconectare* analizează dinamica consumului cultural non-public în perioada 2019-2021, în special din perspectiva efectelor asupra consumatorilor. Perspectivele teoretice referitoare la funcția de relaxare a consumului cultural au fost aplicate în analize pentru a

identifica efectele asupra stării de bine a populației analizate. O atenție specială a fost acordată consumului pe internet și efectelor pe care le produce, deopotrivă pozitive și negative, având în vedere faptul că practicile de consum cultural non-public, inclusiv online, au înregistrat cele mai mari procente de consum în perioada analizată. Nivelul cel mai ridicat de consum s-a înregistrat pentru consumul de muzică, vizionarea de filme online sau la TV și pentru consumul de internet, în

2. Metodologie

Studiul *Tendențe ale consumului cultural în perioada pandemiei* analizează rezultatele unui sondaj de opinie pe diverse teme legate de cultură, pe un eșantion reprezentativ la nivel național (1000 de respondenți).

Studiul *Tendențe ale consumului cultural în perioada pandemiei* cuprinde două categorii majore de informații culese și analizate:

- consumul cultural în perioada octombrie 2020-septembrie 2021 și estimările de consum cultural în următoarele 12 luni;
- caracteristici socio-demografice.

special pentru utilizarea rețelelor de socializare. În anul 2021, comparativ cu anul 2020, oamenii au folosit mai mult internetul pentru a desfășura activități cu caracter cultural, în special pentru a viziona spectacole sau concerte înregistrate sau transmise în direct, pentru a căuta informații despre evenimente și produse culturale și pentru a vizita site-urile muzeelor sau galeriilor pentru tururi virtuale, expoziții online sau materiale digitizate.

Chestionarul studiului *Tendențe ale consumului cultural în perioada pandemiei – ediția III* a fost aplicat în septembrie 2021. Eșantionul a fost reprezentativ la nivel național pentru populația de 18 ani și peste. Volumul eșantionului a fost de aproximativ 1000 de persoane, cu o eroare maximă de +/-3,1%, la un nivel de încredere de 95%. Aplicarea chestionarelor s-a realizat prin metoda CATI, iar structura eșantionului a inclus: genul, vârsta, nivelul de educație, mărimea localității (orașe de peste 200 mii locuitori, orașe între 100 și 200 mii locuitori, orașe între 30 și 100 mii locuitori, orașe sub 30 mii locuitori, comune) și subregiunile de dezvoltare.