

# Skånepanelen Kultur

Medborgarundersökning hösten 2020  
Genomförd av Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator)

Analys av öppna svar

# INNEHÅLL

Utvalda öppna svar	1
Om analysen	2
Om respondenterna	3
Kategorier	4
Kodnyckel	5
Exempel på svar kopplade till kategorier	6
<b>Resultat</b>	<b>8</b>
Målbild 1	9
Målbild 2	16
Målbild 3	21



# UTVALDA ÖPPNA SVAR



" Att ta tåget från Knutpunkten en kväll är inte någon behaglig upplevelse och att köra bil är dyrt, svårt med parkering och inte miljövänligt så jag väljer att stanna hemma på kvällar. Att vänta på anslutningsbussar eller vid tågförseningar stå ensam eller med en väninna känns inte Ok. Så vi avstår."

Kvinna, 45 – 59 år



" Att ta in nya aktörer är kritiskt. Att som kulturkonsument höra samma röster, med samma innehåll på samma platser är extremt tråkigt."

Man, 45 – 59 år



" Viktigt att personer i behov av särskilt stöd kan delta i kulturutbudet! Viktigt att satsa på att personer med annan kulturell bakgrund blir bekanta med svensk kultur...kanske som ett sätt att bli integrerad i det svenska samhället...."

Kvinna, 60 – 69 år



" Att nå ut till människor. Känner att många inte vet att evenemang och liknande äger rum ens."

Kvinna, 29 år eller yngre



" Det saknas fokus! Målbild och metod för att uppfylla målen är alla okey, men är väldigt övergripande. Jag anser att man under en tid borde fokusera på det som anses (av invånarna) vara det viktigaste."

Man, 45 – 59 år

# OM ANALYSEN

## Bakgrund och syfte

I undersökningen *Kultur*, ställde Region Skåne och Helsingborgs stad en öppen fråga till varje målbild "Är det något av det vi beskriver ovan som är särskilt viktigt? Är det något vi har missat". Det är de öppna svaren som presenteras i den här rapporten. Därför ska resultatet ses som ett komplement till enkätundersökningens resultatrapport 2020:4. Svaren på de öppna frågorna ger fördjupad information om invånarnas inställning till de olika målbilderna. Genom att kategorisera de öppna svaren och kvantifiera dem i antal och andelar kommer värdefull och användbar information fram.

## Analys

Genom en kvalitativ innehållsanalys har de öppna svaren kodats tematiskt. Initialt kodades ett urval fritextssvar av ett antal konsulter. Efter en jämförande analys utformades en kodnyckel.

De svar som presenteras i denna rapport är de som tilldelats en kategori. Icke-svar av typen "Nej" och "Inget" har inte inkluderats i analysen. Den totala basen för rapporten är 208 respondenter.

Resultatet har viktats på kön och ålder för att bättre spegla den verkliga fördelningen bland befolkningen i Region Skåne avseende dessa faktorer.

## Rapporten

Kategoriernas fördelning presenteras i andelar. Med en beskrivning av och exempel på svar i respektive kategori, för att belysa vad kategorierna anses fånga. Svaren visas vidare nedbrutet på kön, ålder och kommunindelning.

## Läsanvisning

Eftersom flera olika tankar och åsikter kan komma till uttryck i ett öppet svar har varje svar kunnat koda till fler än en innehållskategori. Det betyder att andelar summerar till mer än 100%, eftersom basen är antalet respondenter.



# OM RESPONDENTERNA

	Procent	Antal
<b>Kön</b>		
Kvinna	51.0%	106
Man	48.6%	101
Annat	0.5%	1
Bas		208
<b>Ålder</b>		
29 år eller yngre	7.7%	16
30-44 år	14.4%	30
45-59 år	27.9%	58
60-69 år	21.2%	44
70 år eller äldre	28.8%	60
Bas		208
<b>Kommunindelning</b>		
Helsingborg	55.3%	115
Familjen Helsingborg	44.7%	93
Bas		208

Redovisning av bakgrundsvariabler baseras på oviktade data.



# Kategorier

De öppna svaren till frågorna "Är det något av det vi beskriver som är särskilt viktigt? Är det något vi har missat?" har kodats i sex kategorier. På följande sidor presenteras kodnyckel och exempel på kategorierna.

Kategorin *Information* innehåller svar om att information kring kulturutbudet saknas och det förekommer exempel på hur informationen kan nå ut. Kategorin *Intressant kultur* ger förslag på vad medborgarna ser som intressant kultur. Kategorin *Kulturutbud* samlar svar om kulturutbudet kopplat till respektive målbilds information.

*Tillgänglighet* visar på vikten av att medborgarna inte ska hindras fysiskt eller ekonomiskt när de ska nyttja kultur. Kategorin *Verklighetsförankrade målbilder* samlar åsikter om hur de ambitiösa målbilderna ska genomföras. Svar som faller in i *Övrigt*, betyder att de inte faller in i övriga kategorier eller att de inte kunnat tolkas.



# Kodnyckel "Är det något av det vi beskriver som är särskilt viktigt?"

KATEGORI	BESKRIVNING	NYCKELORD (exempel)
<b>Information</b>	Information saknas och behöver gå ut till medborgare.	reklam, information, info, lyft fram
<b>Intressant kultur</b>	Olika inställningar till vad som är intressant kultur.	nivå, aktörer, globalt, kulturliv, mainstream
<b>Kulturutbud kopplat till målbild</b>	Olika åsikter kring kulturutbudet utifrån det som tas upp i respektive målbild.	inkluderande, kulturelit, grupp, Helsingborg, kommun, rikta, samarbete
<b>Tillgänglighet</b>	Fysiska och ekonomiska hinder.	parkera, avstånd, anpassat, inkomst, lokal, tåg, buss, dyrt
<b>Verklighetsförankrade målbilder</b>	Svar om hur de ambitiösa målbilderna ska genomföras och till vilken kostnad.	ambitiösa, satsningar, verkstad, genomföras, uppfylla, politik
<b>Övrigt</b>	Olika kommentarer som inte faller in i övriga kategorier, men som är för få per tema för att bilda egna kategorier. Inkluderar även kommentarer som inte kunnat tolkas.	



# Exempel innehåll kategori

KATEGORI	EXEMPEL
<b>Information</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reklamen gällande kultur känns obefintlig.</li> <li>- Skulle gärna se upplysningar om kulturaktiviteter genom skolorna - vi bor i Ängelholm och får info om det som händer endast i Ängelholms kommun.</li> <li>- Informera till invånarna i grannkommunerna om utbudet.</li> <li>- Ni skulle kunna ha information om ert utbud i Lokaltidningen.</li> <li>- Tycker infon bl.a. vid samarbete med Helsingör marknadsförs bättre där än i Helsingborg.</li> </ul>
<b>Intressant kultur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Är mycket irriterad över symfoniorkesterns program de senaste åren. Man ska tvinga publiken att höra på sånt de inte är intresserade av, varför många slutar gå på deras konserter.</li> <li>- Konstutställningarna på Dunkers (Nordiska impressionister) och Sofiero (Josef Frank) har varit fantastiska! Mera sådant! Lite väl dyra biljetter, kanske...</li> <li>- Mycket kultur är väldigt udda och provocerande. Jag hade varit mer intresserad av lättisam underhållning och sociala evenemang.</li> </ul>
<b>Kulturutbud kopplat till målbild</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Största problemet tror jag är att de människor som konsumerar och bestämmer vilken typ av kultur som ska konsumeras är en väldigt liten grupp som inte delar samma upplevelser som stora delar av Helsingborgs befolkning.</li> <li>- Hur stor andel av Hbg:s befolkning ser det kulturliv som erbjuds som intressant? Känns som man erbjuder det som den fina klicken ser som intressant.</li> <li>- Ärligt talat tycker jag inte kulturutbudet är för vanligt folk. Det är uppskruvat knepigt med en kulturelit som åsiktsstyr vad som är kultur. Allting verkar baseras på att vara politiskt korrekt.</li> <li>- Att ni skall vara medvetna om att Helsingborg kulturliv INTE bara skall handla om STADEN Helsingborg, Helsingborgs Kommun har även en stor Landsbygd som kommer "efter" i många sammanhang.</li> <li>- Koncentrationen på Helsingborg, dessa satsningar behöver spridas ut på många kommuner inte bara Helsingborg.</li> </ul>





# Exempel innehåll kategori

KATEGORI	EXEMPEL
<b>Tillgänglighet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Att ta tåget från Knutpunkten en kväll är inte någon behaglig upplevelse och att köra bil är dyrt, svårt med parkering och inte miljövänligt så jag väljer att stanna hemma på kvällar. Att vänta på anslutningsbussar eller vid tågförseningar stå ensam eller med en väninna känns inte Ok. Så vi avstår.</li> <li>- Ni har missat möjligheten till att parkera inom rimligt avstånd från evenemanget.</li> <li>- Kultur bör vara tillgängligt för alla, oavsett ekonomiska förutsättningar. Kultur som är tillgänglig för endast barn, unga, äldre och personer med särskilda behov under vissa ekonomiska förutsättningar är egentligen inte alls tillgänglig. Tillgängliga OCH Kostnadsfria kulturupplevelser bör prioriteras, eftersom de ger människor i alla samhällsgrupper möjlighet att utvecklas och mötas över samhällsgränserna, så att både individ och stad kan utvecklas.</li> </ul>
<b>Verklighetsförankrade målbilder</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Det finns inget konkret, men det kanske kommer? Hur ska detta genomföras?</li> <li>- Kostnaderna för alla dessa mål tycks vara ointressanta.</li> <li>- Det saknas fokus! Målbild och metod för att uppfylla målen är alla okey, men är väldigt övergripande. Jag anser att man under en tid borde fokusera på det som anses (av invånarna) vara det viktigaste.</li> <li>- Det känns som en alltför bred ambition. Jag tror på att satsa i mindre formatet, lokalt.</li> </ul>
<b>Övrigt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Väl genomtänkt.</li> <li>- Jag förstår inte vad som menas och vad det betyder som står ovan.</li> <li>- Är bra som det är.</li> </ul>



# Resultat



# Målbild 1

## **Alla helsingborgare ska ha möjlighet att ta del av och uttrycka sig genom konst och kultur.**

Kulturen i hela Helsingborg ska utvecklas så att den möter invånarnas behov av eget skapande. Kulturupplevelser, kunskap och bildning ska bli enkelt att delta i där invånarna vistas och bor, inte bara i centrum. Särskilt viktigt för staden är det att möta behoven hos barn och unga och personer med särskilda behov.

### **Vi vill uppnå målet genom att**

hitta nya sätt för dig som besökare att kunna delta mera aktivt i det vi gör. Vi vill att kulturupplevelser ska engagera, då behöver vi kunna säga "vill du vara med?". Det gäller alla, men vi är särskilt angelägna om att möta upp barn, unga, äldre och personer med särskilda behov.

Vi blir bättre på att öka tillgängligheten till olika kulturupplevelser. Det ska vara enkelt för dig att komma in på en plats, enkelt att använda en tjänst, enkelt att förstå vad vi skriver och berättar om och det ska vara enkelt att kontakta oss. Tycker du det kan bli bättre ska vi lyssna och hjälpa.

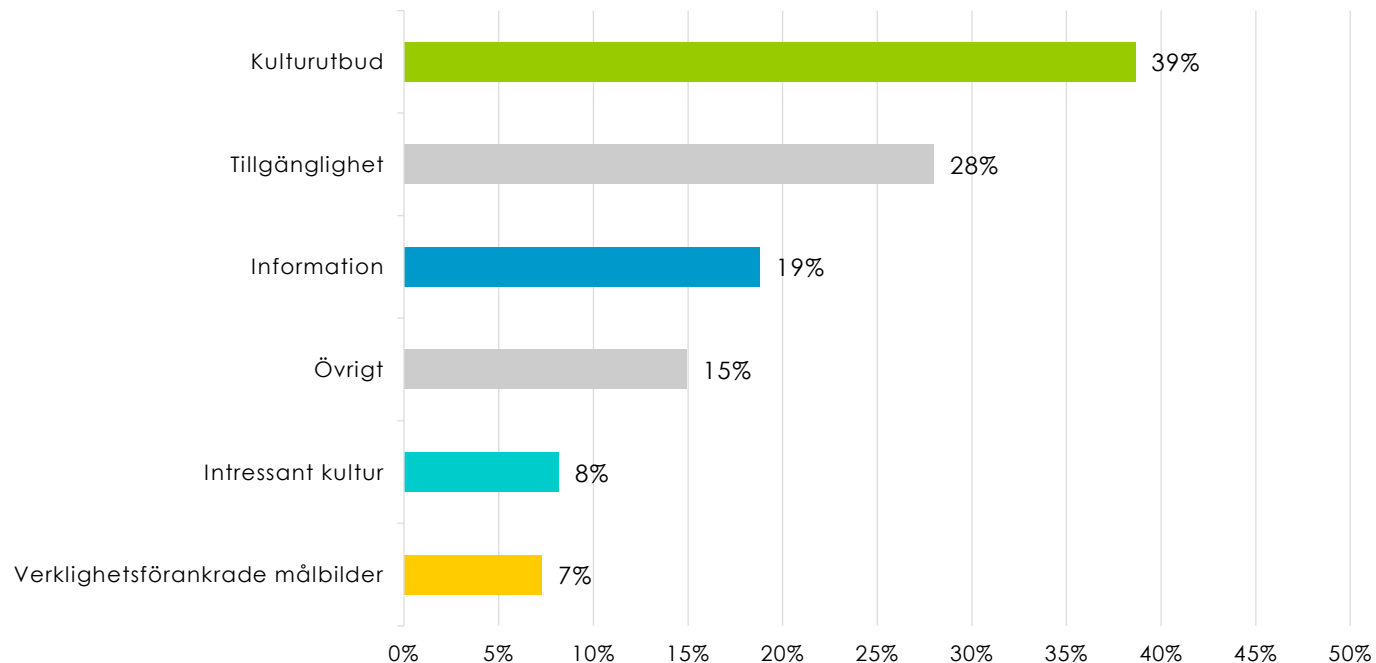
Vi tar ett större ansvar för att göra det enkelt att samarbeta med stadens kulturorganisation och våra besöksmål.



# Målbild 1

Den största kategorin för målbild 1 innehåller svar som handlar om *kulturutbudet* kopplat till målbildens innehåll. Därefter följer kategorierna *Tillgänglighet* och *Information*, följt av *Intressant kultur* och *Verklighetsförankrade målbilder*. Kategorin *Kulturutbud* för målbild 1 innehåller bland annat svar om att kulturen bestäms och konsumeras av en mindre grupp medborgare boende i Helsingborg.

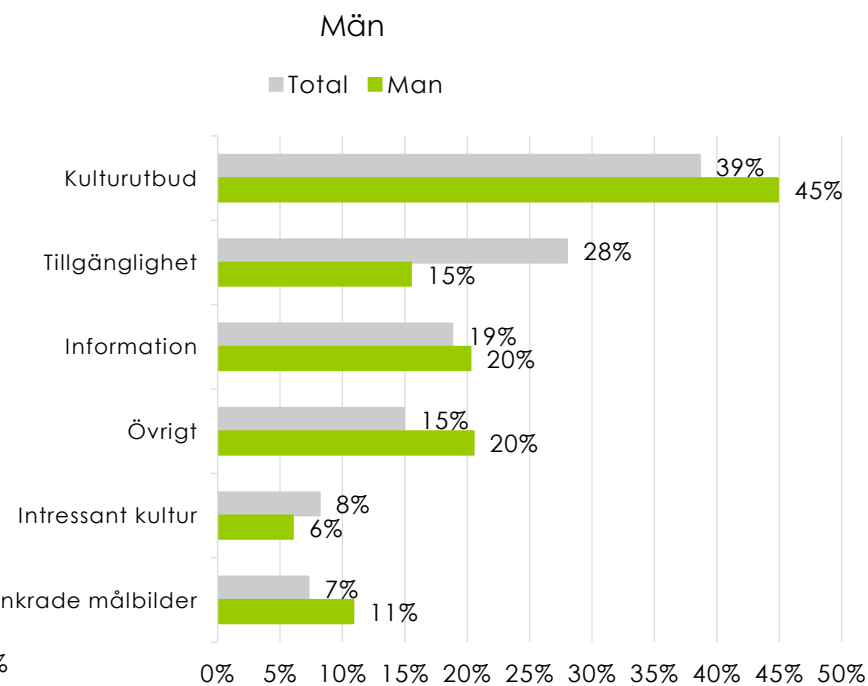
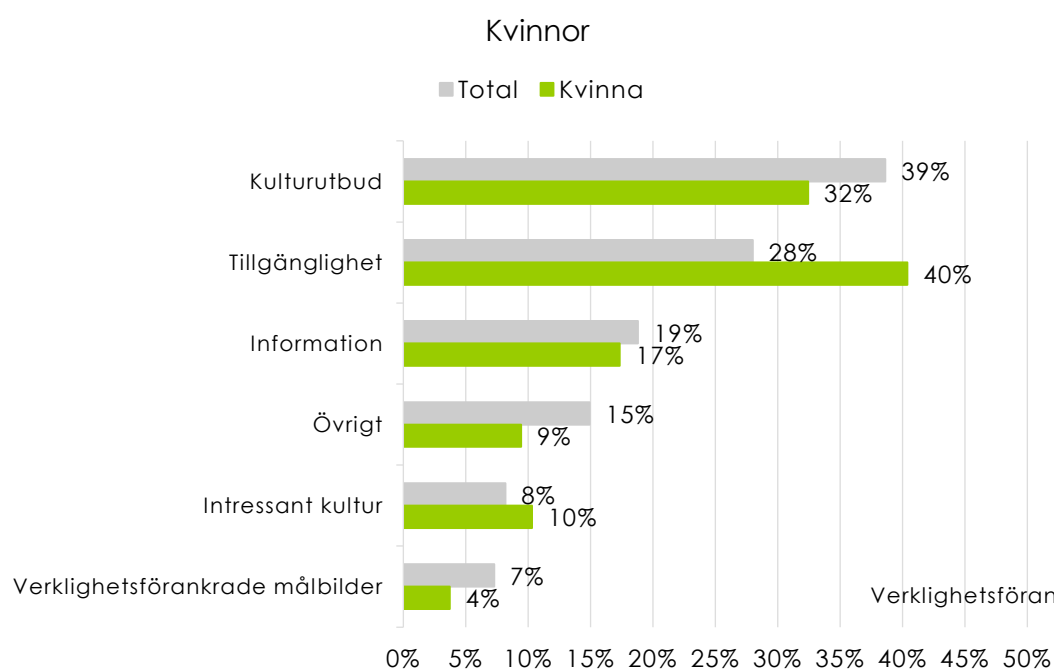
## Är det något av det vi beskriver som är särskilt viktigt? Är det något vi har missat?



# Målbild 1

## Kategorier – Kön

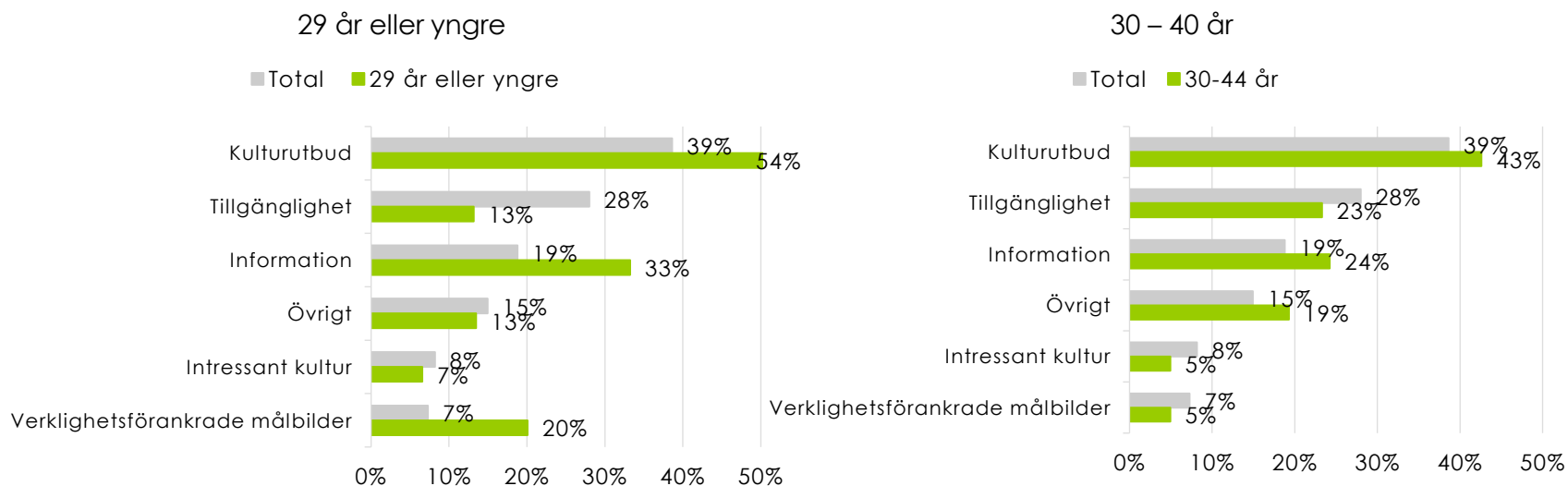
Det är lika många kvinnor som män som valt att skriva ett öppet svar. Fritextssvaren visar att männen kommenterat *Kulturutbudet* i högre utsträckning än kvinnorna. Kvinnorna har i istället kommenterat *Tillgängligheten*. En högre andel män placerar sig i kategorin *Övrigt*, vilket betyder att kommentarerna inte faller in i övriga kategorier eller att de inte kunnat tolkas.



# Målbild 1

## Kategorier – Ålder

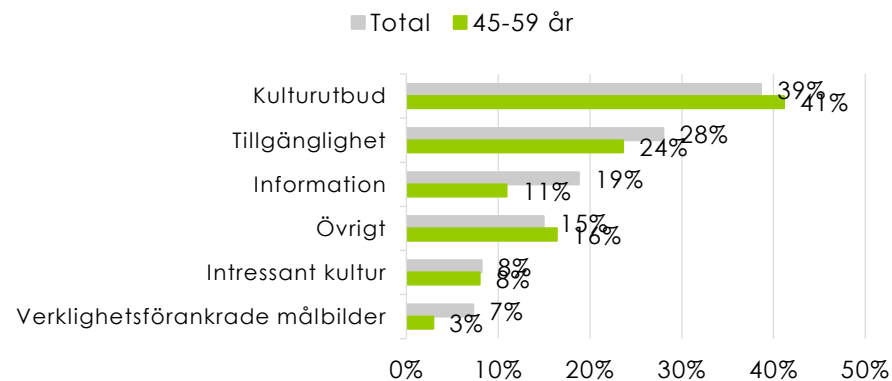
I stort liknar åldersfördelningen som skrivit ett öppet svar fördelningen som svarat på undersökningen i sin helhet. Det finns några tydliga skillnader i hur respondenterna svarat baserat på ålder. *Kulturutbudet* är den kategori med flest öppna svar för samtliga åldersgrupper förutom den äldsta, 70 år eller äldre. För gruppen 70 år eller äldre är det istället *Tillgängligheten* som har högst andel svar. De yngsta har skrivit svar inom kategorin *Verklighetsförankrade målbilder* i högre utsträckning än övriga grupper.



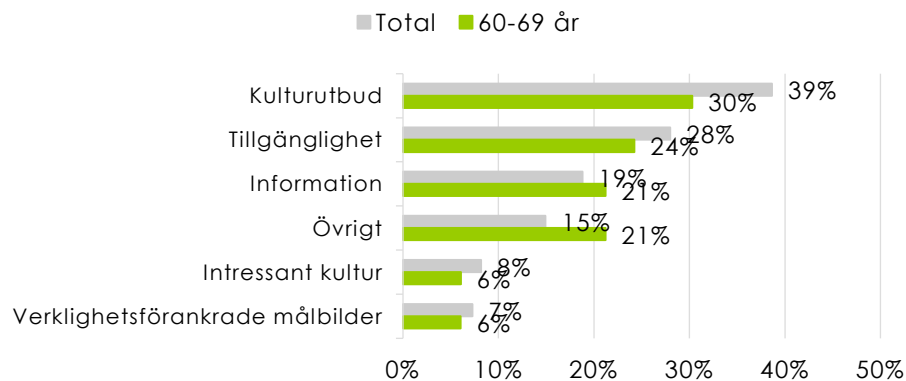
# Målbild 1

## Kategorier – Ålder

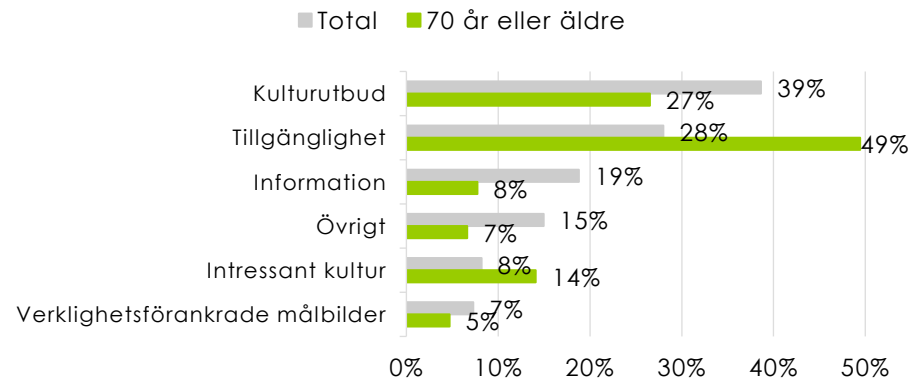
45-59 år



60-69 år

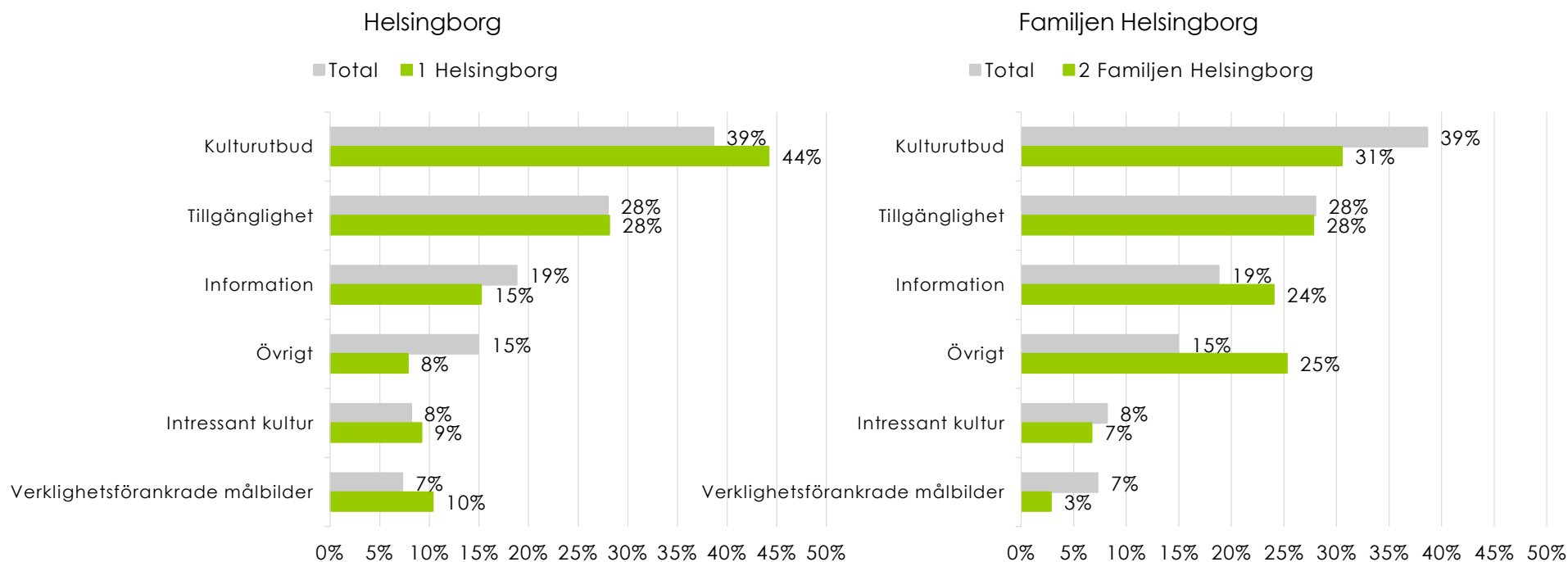


70 år eller äldre



# Målbild 1 Kategorier – Kommunindelning

Något mer än vartannat svar har skrivits av en respondent boende i Helsingborg. *Kulturutbud*, *Tillgänglighet* och *Information* är de tre särskilt viktiga områdena för båda grupper. Det är en högre andel boende i övriga kommuner inom Familjen Helsingborg som skrivit ett svar om *Information*. För boende i Helsingborg är det en högre andel som skrivit om *Verklighetsförankrade målbilder*.





# Målbild 2

## **Staden skapar förutsättningar för ett aktivt kulturliv som ger arbete åt kulturskaparna och kulturupplevelser för invånarna.**

Staden ska utveckla goda förutsättningar för konstnärligt skapande. Den fristående kultursektorn, amatörkultur såväl som professionell, samt kulturella och kreativa näringar ska ges goda möjligheter att verka här.

### **Vi vill uppnå målet genom att**

Vi förstärker förutsättningarna för konstnärligt skapande och spridning av kulturen. Exempelvis genom att utveckla tillgången till lokaler och verkstäder, där du kan prova på, öva, utöva och skapa. Själv eller tillsammans med andra.

Helsingborg ska utveckla sin residensverksamhet (gästande konstnärer och artister som är verksamma i en kulturinstitution hos oss under en kortare period).

Vi skapar bättre förutsättningar för regelbunden dialog, samarbeten och kunskapsdelning, med föreningslivet.

Vi ska bygga upp kultursektorns samverkan med universitet, högskolor folkhögskolor och liknande.

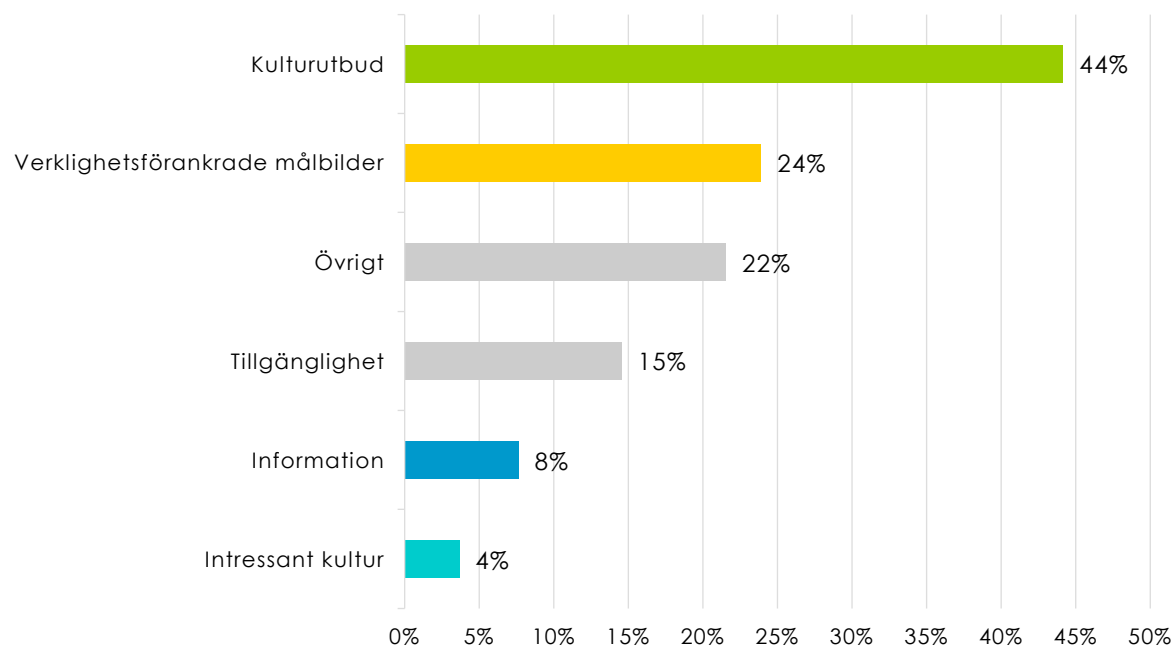
Vi ska förstärka arbetet med och för kulturella och kreativa näringar och deras möjligheter att verka i Helsingborg.



# Målbild 2

Den största kategorin för målbild 2 innehåller svar som handlar om *kulturutbudet* kopplat till målbildens innehåll. Därefter följer kategorierna *Verklighetsförankrade målbilder* och *Tillgänglighet*, följt av *Information* och *Intressant kultur*. Kategorin *Kulturutbud* för målbild 2 innehåller bland annat svar om att kulturen också behöver nå ut till orter runt omkring Helsingborg.

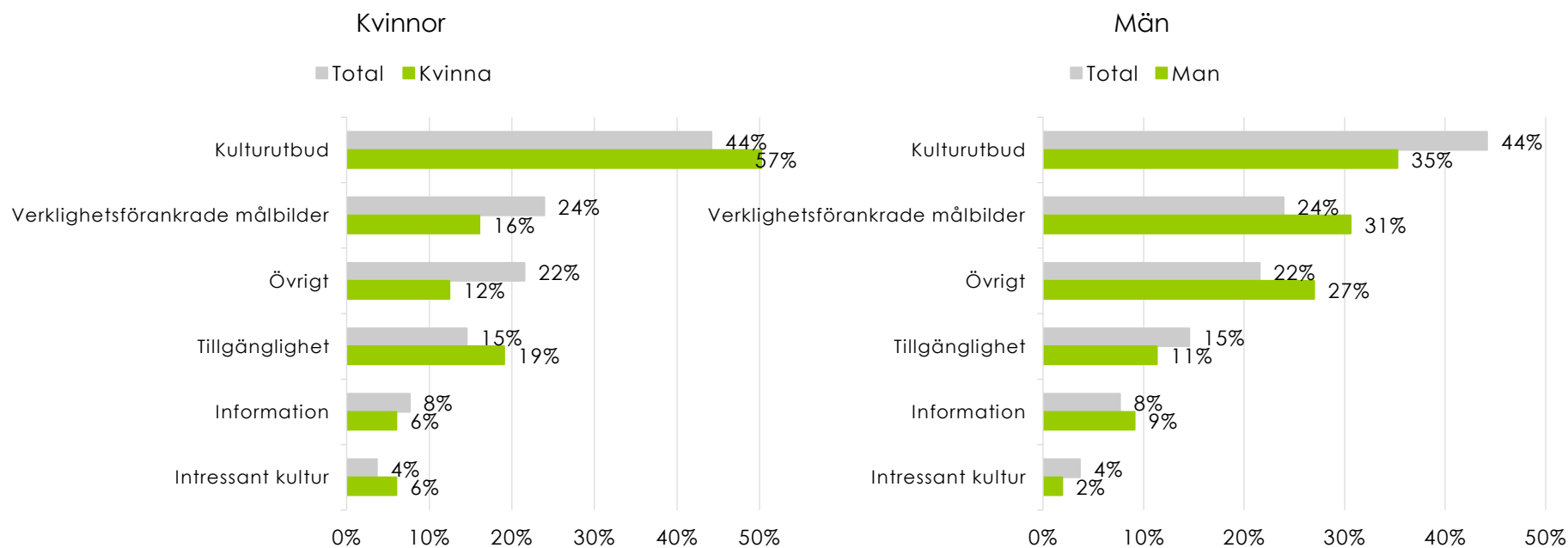
## Är det något av det vi beskriver som är särskilt viktigt? Är det något vi har missat?



# Målbild 2

## Kategorier – Kön

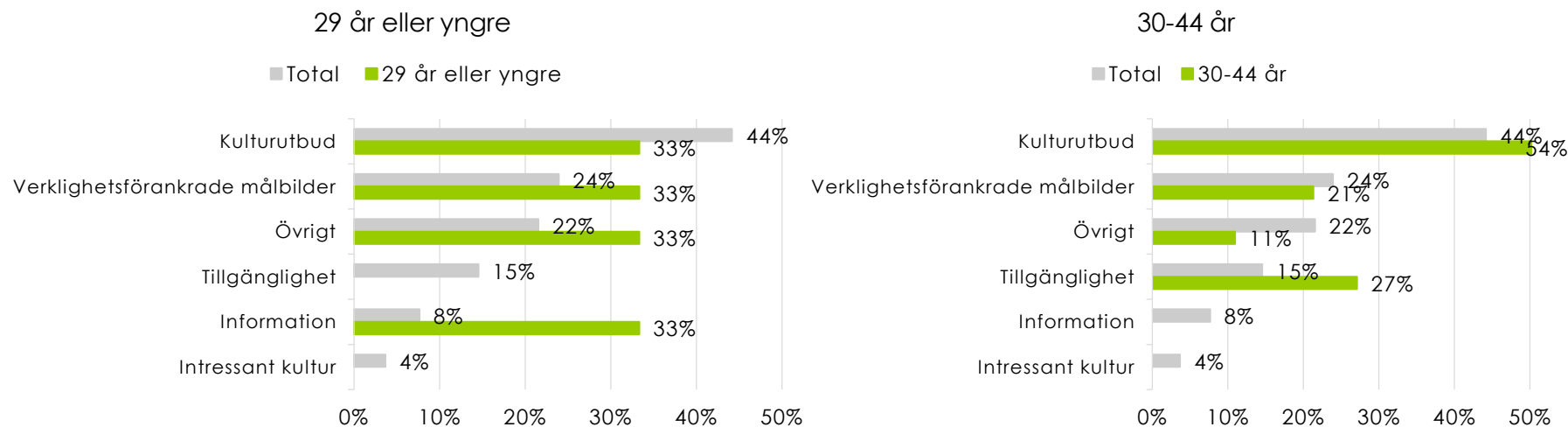
Fritextssvaren visar att kvinnorna kommenterat *Kulturutbudet* i högre utsträckning än männen. Männen har i istället kommenterat *Verklighetsförankrade målbilder*. En högre andel män placerar sig i kategorin *Övrigt*, vilket betyder att kommentarerna inte faller in i övriga kategorier eller att de inte kunnat tolkas.



# Målbild 2

## Kategorier – Ålder

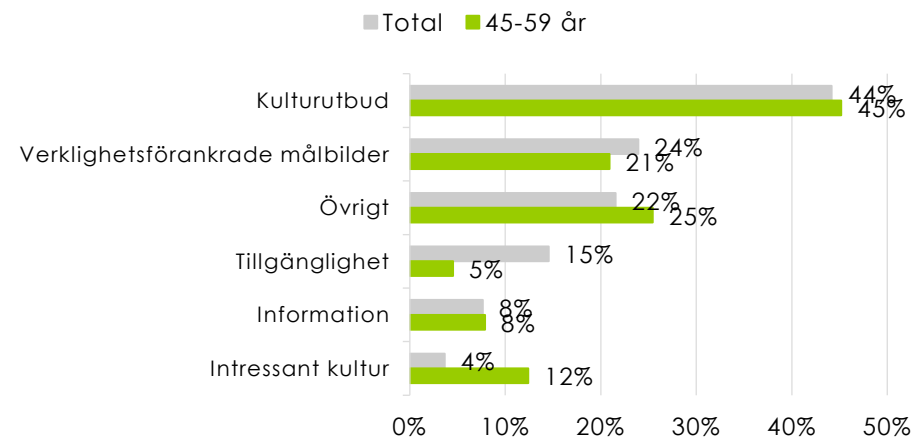
Det finns några tydliga skillnader i hur respondenterna svarat baserat på ålder. De yngsta har skrivit svar inom kategorin *Information* i högre utsträckning än övriga grupper och förslag på *Intressant kultur* svarar de två grupperna 45 – 69 år för. *Kulturutbudet* är den kategori med flest öppna svar för samtliga åldersgrupper förutom den äldsta och yngsta.



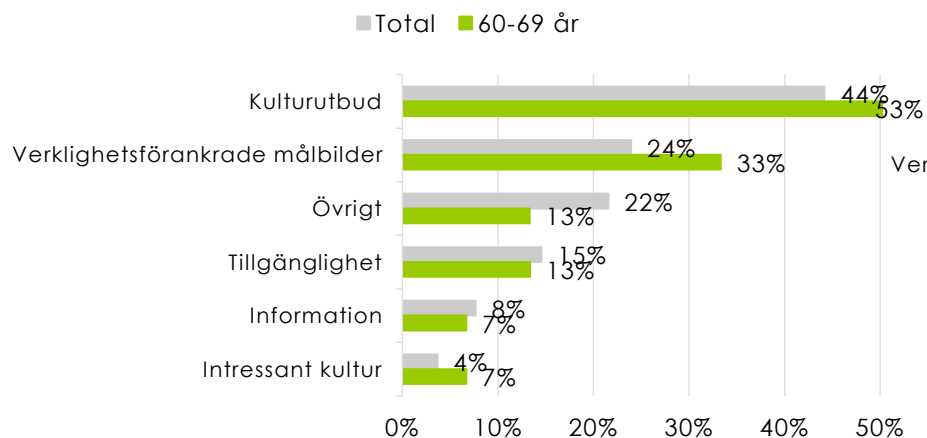
# Målbild 2

## Kategorier – Ålder

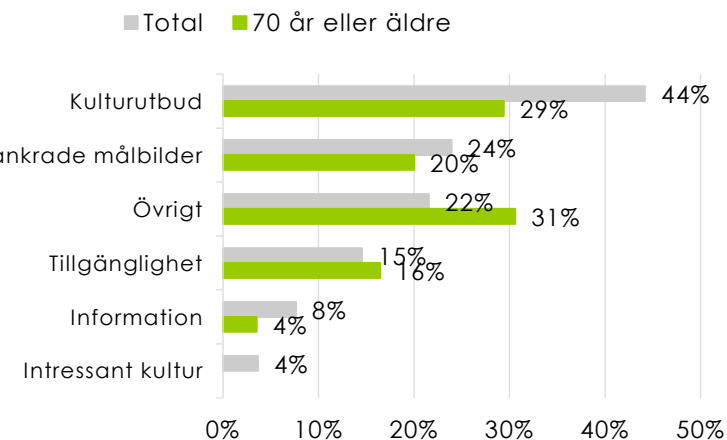
45-59 år



60-69 år

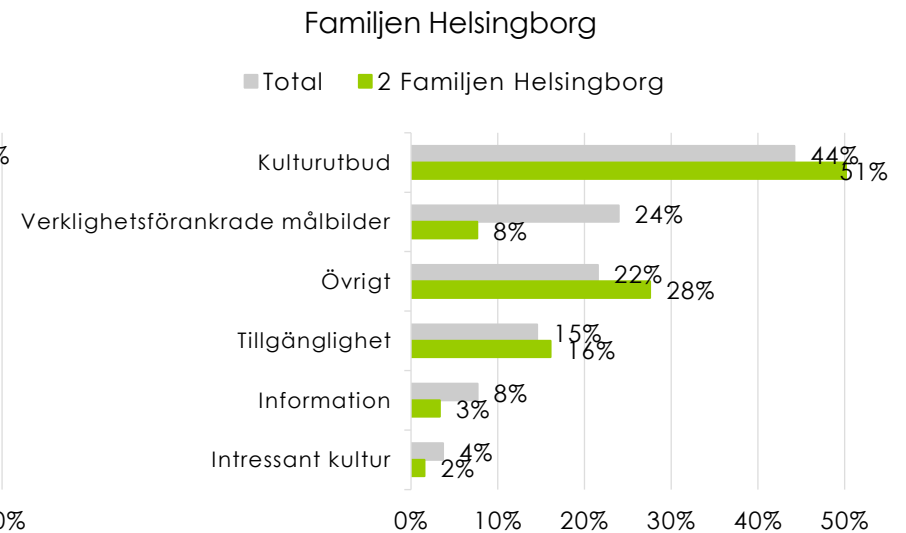
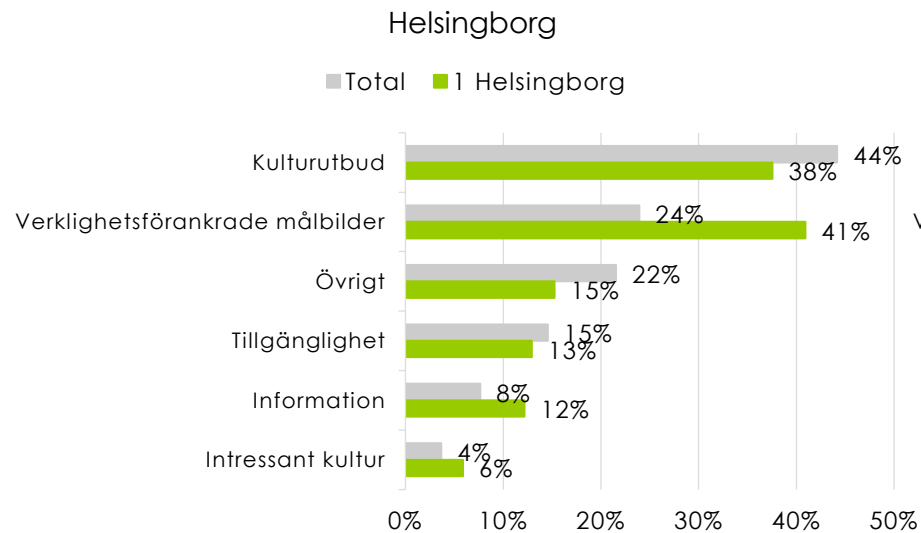


70 år eller äldre



# Målbild 2 Kategorier – Kommunindelning

Boende i Helsingborg har skrivit svar inom kategorin *Verklighetsförankrade målbilder* i högre utsträckning än övriga kommuner inom Familjen Helsingborg.



# Målbild 3

## **Helsingborg ska vara aktivt i omvärlden**

Internationella perspektiv och samarbeten är viktiga både för konstnärlig utveckling, mångfald och relevans. Helsingborgs stad ska ta initiativ till, främja och fördjupa regionala, nationella och internationella samarbeten på kulturområdet.

## **Vi vill uppnå målet genom att**

Vi fördjupar samarbetet Helsingborg–Helsingör och satsningen mot att göra de två städerna till en gemensam destination för kulturevenemang.

Vi fördjupar samarbetet på kulturområdet inom Skåne och inom ramen för det delregionala samarbetet Familjen Helsingborg (ett samarbete mellan kommunerna i nordvästra Skåne).

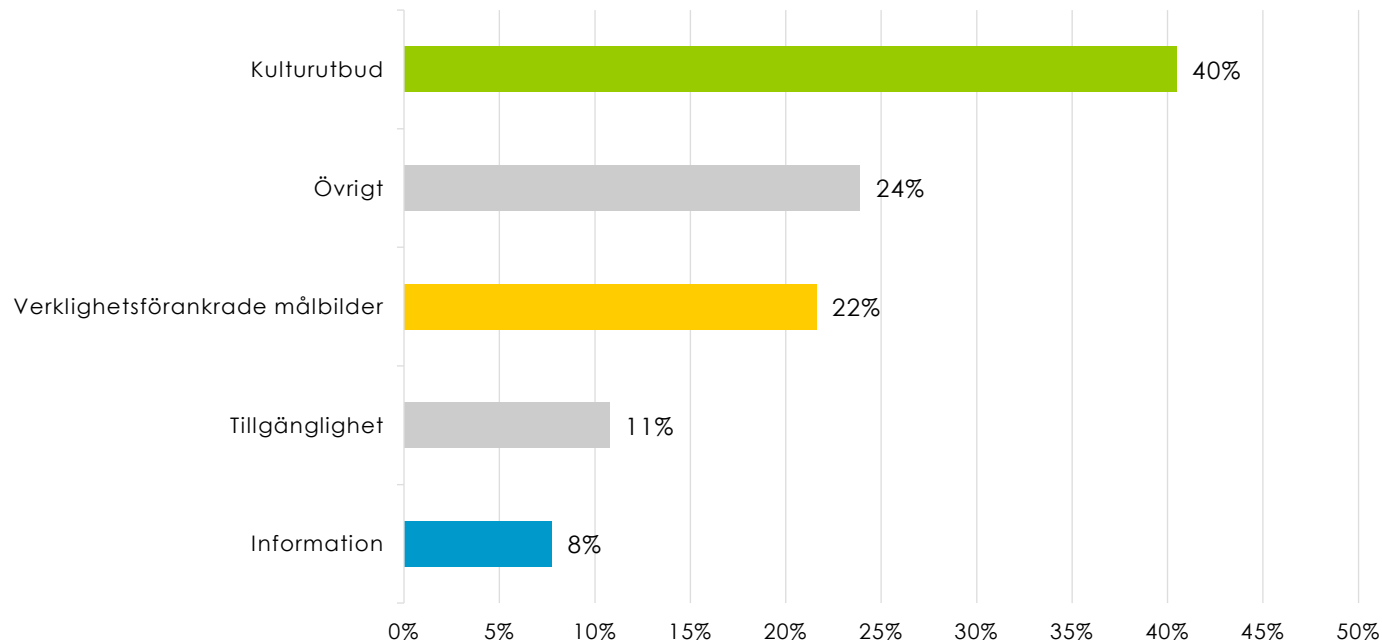
Vi söker fler nationella och internationella samarbeten på kulturområdet, till exempel genom utbyten, residensverksamhet och nationella uppdrag.



# Målbild 3

Den största kategorin för målbild 3 innehåller svar som handlar om *kulturutbudet* kopplat till målbildens innehåll. Därefter följer kategorin *Verklighetsförankrade målbilder*, följt av *Tillgänglighet* och *Information*. Kategorin *Kulturutbudet* för målbild 3 innehåller framförallt svar om olika former av samarbeten.

**Är det något av det vi beskriver som är särskilt viktigt? Är det något vi har missat?**

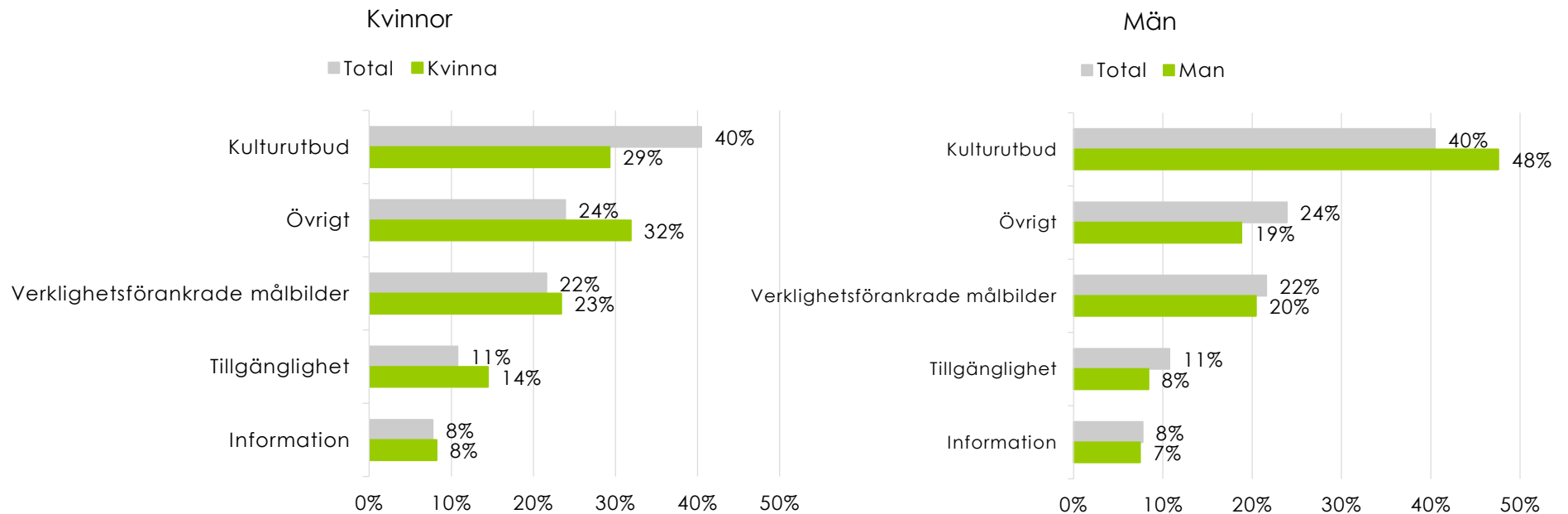




# Målbild 3

## Kategorier – Kön

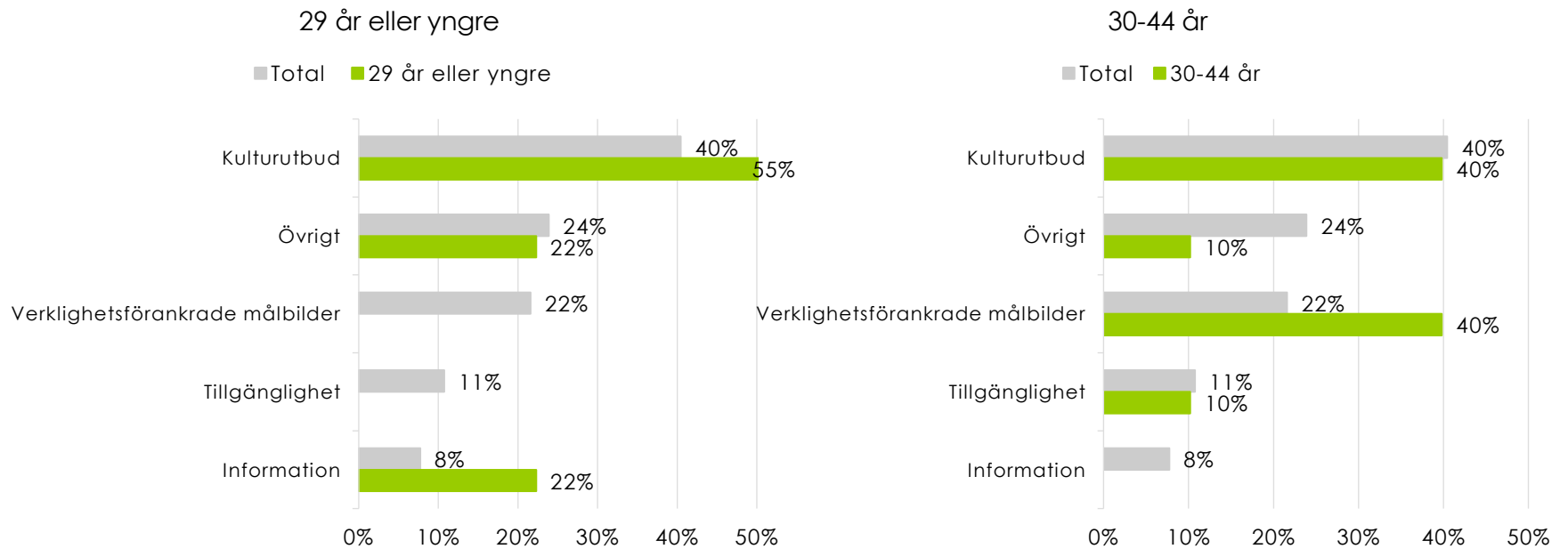
Fritextssvaren visar att männen kommenterat *Kulturutbudet* i högre utsträckning än kvinnorna för målbild 3. En högre andel kvinnor placerar sig i kategorin *Övrigt*, vilket betyder att kommentarerna inte faller in i övriga kategorier eller att de inte kunnat tolkas.



# Målbild 3

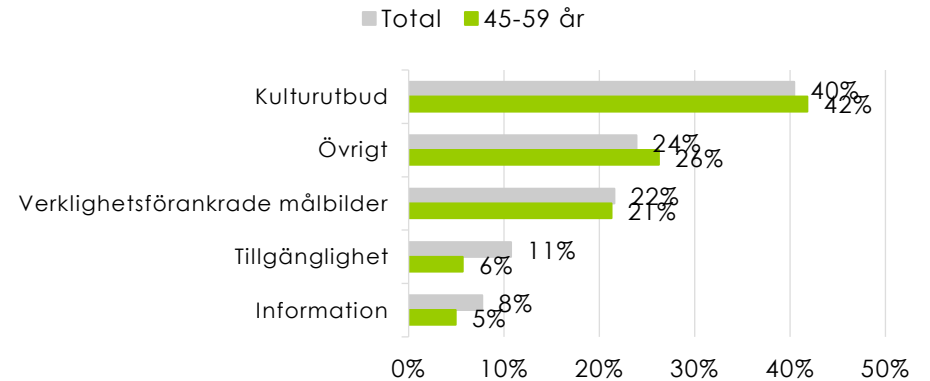
## Kategorier – Ålder

Det finns några tydliga skillnader i hur respondenterna svarat baserat på ålder. De yngsta har skrivit svar inom kategorin *Information* i högre utsträckning än övriga grupper. De äldsta har skrivit svar inom kategorin *Tillgänglighet* i högre utsträckning än övriga. *Verklighetsförankrade målbilder* har kommenterats flitigast av gruppen 30 – 44 år till skillnad från de yngsta som inte reflekterat över det alls.

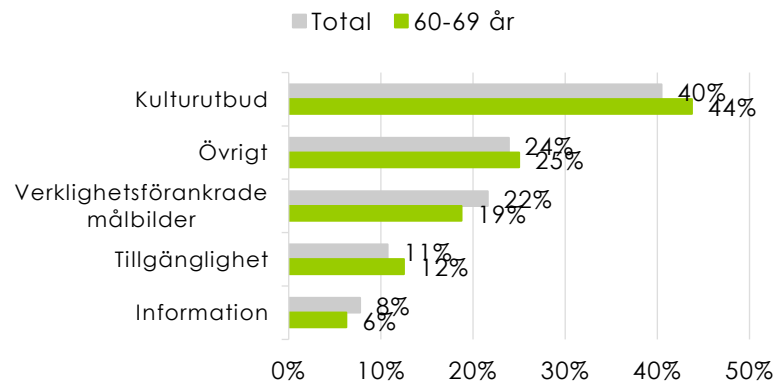


# Målbild 3 Kategorier – Ålder

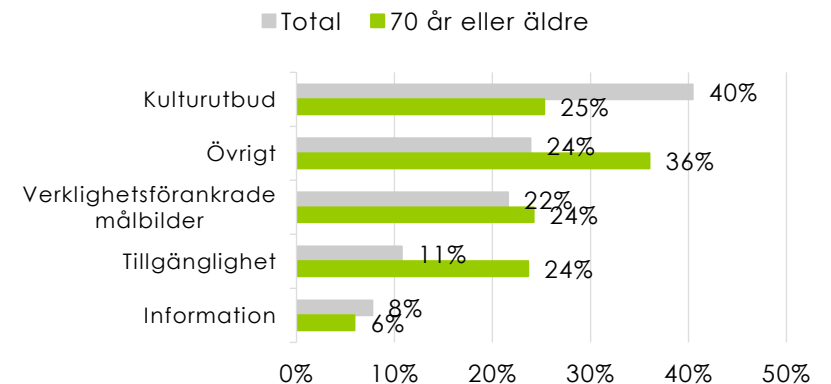
45-59 år



60-69 år



70 år eller äldre



# Målbild 3 Kategorier – Kommunindelning

Det är inga större skillnader vilka områden respondenter boende i Helsingborg och övriga kommuner inom familjen Helsingborg uppfattar som särskilt viktiga.

