

ZHRNUTIE

- **Na podujatí Biela noc sa vyzbieralo 384 odpovedí. Vo vzorke je zastúpenie 60,96 % žien a 39,06 % mužov.**
- **Priemerný vek účastníkov Bielej noci je 30,47 roka.** Najväčšie zastúpenie má veková skupina od 20 do 29 rokov.
- **Až 54,69 % respondentov má ukončené vysokoškolské vzdelanie.**
- **Až 38,29 % respondentov pracuje v súkromnom sektore** a 27,34 % respondentov sú študenti.
- **Priemerným návštevníkom Bielej noci je žena vo veku približne 30 rokov.** Má ukončené vysokoškolské vzdelanie. Je zamestnaná v súkromnom sektore a pracuje mimo odvetvia kultúrneho a kreatívneho odvetvia.
- **Až 60,7 % respondentov sa v posledných troch mesiacoch (júl, august, september) zúčastnilo nejakého kultúrneho podujatia.**
- Až 57,03 % respondentov nepoznalo myšlienku za umeleckým dielom, ktoré na Bielej noci videli.
- Respondenti deklarujú veľmi pozitívny vzťah k umeniu, **až 31,8 % deklaruje, že sú pre umenie nadšení.**
- O klímu sa viac zaujímajú ľudia s kumulovanou životnou skúsenosťou a vzdelaním, ktoré im umožňuje ich skúsenosť konfrontovať s komplexným odborným pozadím krízy.
- **V téme klímy sú viac citlivé ženy ako muži.**
- V reťazci súvislostí so vzťahom ku klimatickej kríze nachádzame zamestnanie vo verejnom sektore, ktoré sme skonfrontovali s ostatnými kategóriami zamestnaní.

- **Starší ľudia prirodzene očakávajú vo väčšej miere zmenu osobného postoja k životnému prostrediu v kontexte toho, čo sa deje okolo nich.** Medzi socioekonomickými prioritami významne vyššie radia sociálnu inklúziu. Okrem toho sú optimistickejší aj z hľadiska schopnosti spoločnosti vynachádzať riešenia problémov, ktoré zatiaľ nepoznáme, pretože ich osobná historická perspektíva umožňuje vnímať nesporný technologický progres, ktorý je badateľný aj bežnému spotrebiteľovi ďaleko od výskumu a vývoja inovácií.
- Medzi prioritami verejnej politiky klíma priamo súvisí s každou ponúknutou alternatívnou prioritou s výnimkou hospodárskej domény a digitalizácie.
- V strede vzťahu klimatickej krízy so životom ľudí v publiku je trojuholník: **ochota zmeniť osobný životný štýl** 0,89 ($\pm 0,22$), **nutnosť adaptovať širšie mestské prostredie** 0,87 ($\pm 0,25$) a **prienik krízy s realitou každodenného osobného života** 0,82 ($\pm 0,31$). Ako naznačujú vysoké hodnoty priemerného skóre, ľudia kolektívne správne chápu, že sa procesy podporujú vo vzájomne prepojenom cykle.
- V prioritizácii socioekonomických tém (tém verejnej politiky) sa **klíme** 0,94 ($\pm 0,18$) u respondentov **prisudzuje druhá priečka** po najdôležitejšej téme zdravia 0,96 ($\pm 0,16$). Nasledujú témy v oblasti inovácií 0,91 ($\pm 0,21$), bezpečnosti 0,89 ($\pm 0,22$), potravín 0,84 ($\pm 0,25$), prosperity 0,83 ($\pm 0,25$), inklúzie 0,82 ($\pm 0,24$) a digitalizácie 0,78 ($\pm 0,29$).
- Korelácie naznačujú, že ochota zmeniť životný štýl priamo súvisí s mierou, v akej obyvatelia pozorujú citelné prejavy krízy v priebehu života. **Deväť z desiatich ľudí zmeny už cíti.**
- Sériu rovnakých logistických regresných modelov sme tu doplnili o kategorickú premennú s referenčným dielom "Climate Stripes". Logistický koeficient má v tomto modeli vzácnu schopnosť zmerať podiel šancí, že dané dielo vyvolá istú emóciu voči tomu, že ju nevyvolá. Vďaka tomu zisťujeme, že dielo "Øuroboros" je omnoho efektívnejšie, približne dvojnásobne, vo vyvolaní prekvapenia (1,97) a strachu (1,83). Ich kombináciou je zhrozenie, ktoré vzbudzuje.
- Naopak, dielo "Climate Stripes" je dvojnásobne efektívnejšie vo vyvolaní smútku (0,53), dôvery (0,53) a trojnásobne efektívnejšie vo vyvolaní znechutenia (0,33). Komparatívne ide o dielo, ktoré do komplexu emócií vnáša sentiment, menej paralyzuje a myslí dovoľuje opustiť cyklus zhrozenia veľmi výrazný po stretnutí s "Øuroboros".
- **S pribúdajúcim vekom klesá inenzita vyvolaného smútku, znechutenia a hnevu.**

ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O PRIESKUME

Téma dotazníkového prieskumu Hlavnou témou dotazníkového prieskumu realizovaného na podujatí Biela noc bola **Klimatická zmena a jej vnímanie vplyvom umenia**. Dotazníkový prieskum sa zameriaval otázku vnímania klimatickej krízy z pohľadu divákov umenia. Biela noc sa konala v Košiciach od 8.10 do 24.10.2021 počas troch víkendov v obmedzenom pandemickom režime len pre zaočkovaných účastníkov. Dotazníkový prieskum prebiehal pri dvoch umeleckých dielach (Climate stripes-Boris Vitázek/Øuroboros – Alex Zelina, Radovan Draga), pričom jedno z týchto diel priamo reprezentovalo kritickú situáciu z pohľadu zmeny klímy.

Ciele dotazníkového prieskumu **Primárnym cieľom dotazníkového prieskumu bolo zistiť vnímanie klimatickej zmeny a vplyv umenia na návštevníkov Bielej noci.**

Ďalšími dodatočnými cieľmi bolo:

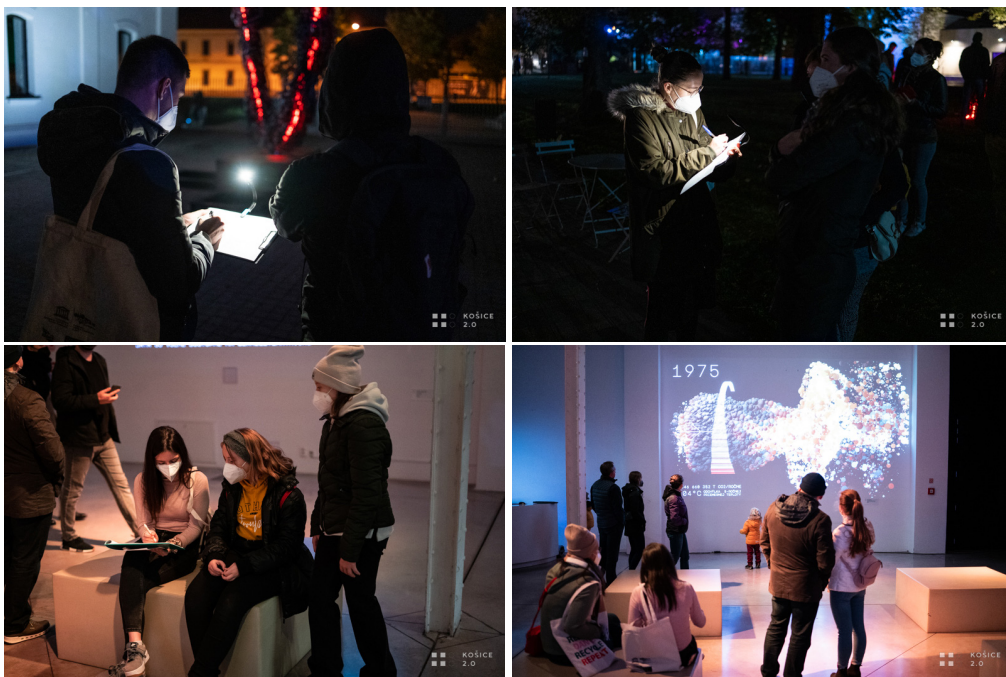
- definovať vplyv umenia na vnímanie problematiky klimatickej zmeny občanmi,
- vnímanie problematiky klimatickej zmeny vo vzťahu k verejnej politike,
- vnímanie problematiky klimatickej zmeny vo vzťahu k vlastnému životnému štýlu,
- **demografický charakter publika kultúry (vek, pohlavie, vzdelanie),**
- **charakter publika vo vzťahu k zamestnaniu a odvetviach, v ktorých účastníci pôsobia.**

Metóda zberu dát **Pri zbere dát bola využitá metóda osobného štruktúrovaného rozhovoru na základe vopred pripraveného dotazníka.** Dotazník bol vytvorený v dvoch verziách (verzia A, verzia B) a viazal sa na lokalitu zberu dát.

Realizácia zberu dát Zber odpovedí bol realizovaný prezenčne za pomoci štyroch anketárov, ktorí v čase konania podujatia s vybranými účastníkmi absolvovali krátky rozhovor. Odpovede boli zaznamenávané do vopred vytlačených dotazníkových hárkov, ktoré boli po ukončení zberu prepísané do elektronickej formy. Dotazník bol vopred zostavený v dvoch verziách (verzia A, verzia B), ktoré sa viazali na konkrétnu lokalitu zberu

dát. Prieskum sa realizoval pri dvoch stanovištiach, a to pri diele Climate stripes- Boris Vitázek v budve Alfa a pri diele Øuroboros – Alex Zelina, Radovan Draga v parku. Anketári boli rozdelení do dvoch dvojíc, ktoré sa v lokalitách postupne striedali.

FOTO: Zber dotazníkov
za pomoci anketárov
v teréne



Cieľová skupina

Cieľovou skupinou dotazníkového prieskumu boli návštevníci (publikum kultúry) Bielej Noci v Košiciach. Konkrétne šlo o návštevníkov pristavujúcich sa pri dvoch umeleckých inštaláciách. Podujatie Bielej noci bolo obmedzené v dôsledku protipandemických nariadení, a teda prístup na podujatie mali len plne zaočkovaní návštevníci.

Limity dotazníkového prieskumu

Do realizácie prieskumu výrazne zasiahla pandémia koronavírusu. Vstup na podujatie Bielej noci mali len plne zaočkovaní účastníci, čo vo veľkej miere zasiahlo aj celkovú účasť na podujatí. Podujatie sa nekonalo v celom verejnom priestore mesta, ale len vo vyhradených oblastiach. Zmenil sa aj obvyklý formát podujatia, podujatie sa realizovalo počas troch víkendov. Takisto aj tento faktor mohol zasiahnuť do výsledkov realizovaného prieskumu.

VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO PRIESKUMU

Vzorka Celkový počet vyzbieraných odpovedí je 384. Najviac odpovedí bolo vyzbieraných pri diele zobrazujúcom klimatickú krízu.

NÁZOV DIELA	POČET ODPOVEDÍ	PODIEL
Climate Stripes	282	73,4%
ØUROBOROS	102	26,6%
Spolu	384	

Zastúpenie žien vo vzorke je približne 61 % a mužov 39 %.

Pohlavie	Počet	Podiel
Muž	150	39,06%
Žena	234	60,94%

Vekové zastúpenie vzorky zobrazuje nasledujúca tabuľka. Najväčšie vekové zastúpenie mala veková skupina 20 až 29 rokov. Naopak so zvyšujúcim sa vekom klesá podiel návštevníkov v jednotlivých vekových skupinách. Priemerný vek návštevníka je 30,47 roka.

Vekové skupiny	Počet	Podiel
10-19 rokov	53	13,80%
20-29 rokov	163	42,45%
30-39 rokov	80	20,83%
40-49 rokov	59	15,36%
50-64 rokov	24	6,25%
65 a viac rokov	5	1,30%

Vyše 54,69 % vzorky má dosiahnuté vysokoškolské vzdelanie. Ostatná časť vzorky je rozdelená medzi stredoškolské (34,38 %) a základné vzdelanie (10,16 %).

Dosiahnuté vzdelanie	Počet	Podiel
Neukončené ZŠ	3	0,78%
Základné	39	10,16%
Stredoškolské	132	34,38%
Vysokoškolské	210	54,69%

Väčšina účastníkov vo vzorke je prajúcich v súkromnom sektore (38,28 %) alebo študentov (27,34%). Tretím najviac zastúpeným zamestnaním vo vzorke je práca vo verejnom sektore (19,79%).

Súčasné zamestnanie	Počet	Podiel
Pracujem v súkromnej firme	147	38,28%
Študujem	105	27,34%
Pracujem vo verejnom sektore	76	19,79%
Mám podnikanie, živnosť	18	4,69%
Som v súčasnosti nezamestnaný/(-á)	10	2,60%
Študujem, Pracujem v súkromnej firme	8	2,08%
Na dôchodku	6	1,56%
Študujem, Pracujem vo verejnom sektore	6	1,56%
Na materskej/rodičovskej dovolenke	2	0,52%
Študujem, Pracujem v neziskovom sektore	2	0,52%
Pracujem v neziskovom sektore	1	0,26%
Pracujem v neziskovom sektore, Mám podnikanie, živnosť	1	0,26%
Pracujem v súkromnej firme, Pracujem v neziskovom sektore	1	0,26%
Pracujem vo verejnom sektore, Pracujem v súkromnej firme	1	0,26%

V súvislosti so súčasným zamestnaním sme vzorku triedili ešte podľa odvetvia, v ktorom pracujú. Cieľom bolo konkretizovať, z akého pracovného prostredia účastníci prichádzajú. Najvyšší počet účastníkov bol z oblasti obchodu a služieb (25,6 %) a IT (22,2 %). Bielej noci sa na základe vybranej vzorky (100 účastníkov) zúčastnilo vyše 63,3 % účastníkov mimo odvetvia KKP.

Odvetvie zamestnania	Počet	Podiel
Poľnohospodárstvo, lesníctvo a rybolov	3	3,3%
Logistika	0	0,0%
Technická infraštruktúra	3	3,3%
Ubytovacie a stravovacie služby	0	0,0%
Priemyselná výroba, ťažba a dobývanie	8	8,9%
Nehnuteľnosti, finančné poradenstvo a poisťovacie služby	8	8,9%
Verejná správa a obrana	1	1,1%
Obchod a služby	23	25,6%
Stavebníctvo, architektúra	2	2,2%
Umenie, zábava a rekreácie	4	4,4%
Zdravotníctvo a sociálna pomoc	9	10,0%
Vzdelávanie, veda a výskum	9	10,0%
IT	20	22,2%

*(Táto otázka bola doplnená dodatočne, približne 100 respondentov.)

Návštevnosť kultúry v posledných troch mesiacoch Cieľom bolo zistiť, akí návštevníci počas trvajúcich obmedzení navštívili podujatie Biela noc. Podujatie bolo obmedzené len na očkovaných účastníkov. Až 60,7 % sa v posledných troch mesiacoch zúčastnilo nejakého kultúrneho podujatia. Išlo teda vo väčšinou o účastníkov, ktorí nejakým spôsobom „konzumujú“ kultúru.

Zúčastnili ste sa v posledných 3 mesiacoch nejakého kultúrneho podujatia?	Počet	Podiel
áno	233	60,7%
nie	151	39,3%

Vek a návštevnosť kultúry Až 70 % respondentov vo veku 30 až 3 rokov navštívilo kultúrneho podujatie v priebehu troch mesiacov. Vekové skupiny respondentov poukazujú na to, že do 39 rokov návštevnosť za posledných tri mesiace rástla. Avšak od 40 rokov táto návštevnosť pomaly klesá. Nedá sa však konštatovať, že by bolo výrazné rozdiely medzi návštevnosťou kultúry za posledných tri mesiace (júl, august, september).

Veková kategória	ano	nie
10-19 rokov	52,83%	47,17%
20-29 rokov	58,90%	41,10%
30-39 rokov	70,00%	30,00%
40-49 rokov	61,02%	38,98%
50-64 rokov	58,33%	41,67%
65 a viac rokov	60,00%	40,00%

Vzťah ku umeniu Cieľom bolo zistiť, aký návštevník kultúry sa podujatia zúčastnil, teda či išlo o aktívneho konzumenta kultúry, alebo skôr o pasívneho, ktorého zaujala ponuka Bielej noci. Až 40,9 % návštevníkov odpovedalo, že sa radi pozerajú na umenie a 31,8 % návštevníkov odpovedalo, že sú pre umenie nadšení. Biela noc teda vo väčšine láka účastníkov, ktorí umenie vyhľadávajú a pravdepodobne ho aj pravidelne navštevujú. Len 1,6 % respondentov odpovedalo, že ich umenie nezaujíma.

Ako by ste popísali váš vzťah k umeniu?	Počet	Podiel
Rád/(-a) sa pozerám na umenie	157	40,9%
Pre umenie som nadšený/(-á)	122	31,8%
Niekedy ma umenie zaujíma, inokedy nie.	86	22,4%

Rád/(-a) sa pozerám na umenie, Niekedy ma umenie zaujíma, inokedy nie.	6	1,6%
Umenie ma nezaujíma.	6	1,6%
Pre umenie som nadšený/(-á), Rád/(-a) sa pozerám na umenie	5	1,3%
Neviem	1	0,3%
NA	1	0,3%

Myšlienka umeleckého diela Cieľom otázky bolo zistiť ako sa respondenti „pripravujú“ na podujatie Biela noc, a či pred alebo počas podujatia skúmajú pravý význam vystavených diel. Až 57,03 % odpovedalo, že nepozná myšlienku za uvedeným umeleckým dielom. To vypovedá aj o formáte Bielej noci, ktorá sa snaží prilákať účastníkov hlavne svojim vizuálom a nevšednými dielami.

Poznáte myšlienku za umeleckým dielom, video taláciou, na ktorú sa pozeráte?	Počet	Podiel
áno	165	42,97%
nie	219	57,03%

Umelecké inštalácie a emócie publika kultúry V poslednom rade bolo cieľom zistiť, aké emócie dané dielo v účastníkoch vyvoláva. Na základe ôsmich základných emócií mal možnosť respondent odpovedať, či tá emócia zodpovedá jeho súčasnému vnímaniu uvedeného umeleckého diela. Táto otázka je širšie rozobratá v časti Analýza výsledkov.

Odpovede	Radosť	Dôvera	Strach	Prekvapenie	Smútok	Znechutenie	Hnev	Očakávanie
skôr nie	28,39%	28,16%	28,39%	28,53%	28,39%	28,46%	28,61%	28,39%
skôr áno	4,95%	5,00%	4,95%	4,97%	4,95%	4,96%	4,72%	4,95%
nie	57,29%	57,63%	57,29%	57,07%	57,29%	57,44%	57,48%	57,29%
neviem	0,26%	0,26%	0,26%	0,26%	0,26%	0,26%	0,26%	0,26%
áno	9,11%	8,95%	9,11%	9,16%	9,11%	8,88%	8,92%	9,11%

Záujem o tému klimatickej krízy O klimatickú krízu sa osobne nezaujíma len okolo 16, 7 % respondentov. Väčšina respondentov deklaruje osobný záujem o tému klimatickej zmeny.

Zaujímate sa vy osobne o tému klimatickej krízy?	
áno	161
skôr áno	160
skôr nie	55
nie	8

Životný štýl občanov vo vzťahu ku klimatickej kríze Cieľom otázky bolo reflektovať život respondenta vo vzťahu ku klimatickej kríze a zmenám, ktoré pociťuje vo svojom osobnom živote. Vyše 83% respondentov vníma klimatickú krízu ako súčasť svojho života, chce urobiť zmeny vo svojom živote a vníma jej dopad na všetky stránky vlastného života.

Možnosti	áno	skôr áno	neviem	skôr nie	nie	NA
Kríza sa dotýka môjho každodenného života.	256	63	2	40	21	2
Počas života vnímam citelné zmeny súvisiace s krízou.	255	63	2	40	21	2
Mesto, v ktorom žijem sa v kríze bude musieť významne adaptovať]	255	63	2	40	21	2
V životnom štýle chcem urobiť zmeny, ktoré ovplyvnia vývoj krízy.	256	63	2	40	21	2
Moja práca bude krízou významne zasiahnutá.	256	61	2	39	21	2
Kríza je príležitosťou žiť v budúcnosti kvalitnejšie.	256	63	2	40	21	2

Postoj ku klimatickej kríze vo vzťahu vo verejnej politike Cieľom otázky bolo zistiť postoj občanov ku priorite verejnej politiky v konfrontácii s ostatnými oblasťami verejnej politiky. Z uvedených odpovedí vyplýva, že respondenti pomenovali všetky oblasti ako vysoko prioritnú. Pri tejto otázke bolo vhodné zvoliť inú formu otázky, ktorá by konfrontovala jednotlivé otázky medzi sebou.

Odpovede	neviem	nízka	skôr nízka	skôr vysoká	vysoká	NA
Bezpečnosť	0,52%	1,30%	5,47%	20,57%	71,88%	0,26%
Digitalizácia	0,52%	1,30%	4,95%	20,57%	71,61%	1,04%

Ekonomika/prosperita	0,52%	1,30%	5,47%	20,57%	71,61%	0,52%
Kultúra / inkluzívna spoločnosť	0,52%	1,30%	5,47%	20,31%	71,88%	0,52%
Poľnohospodárstvo / potraviny	0,52%	1,30%	5,47%	20,57%	71,61%	0,52%
Výskum/inovácie	0,52%	1,30%	5,47%	20,57%	71,88%	0,26%
Zdravie	0,52%	1,30%	5,47%	20,31%	71,88%	0,52%
Životné prostredie/ klíma	0,52%	1,30%	5,47%	20,57%	71,88%	0,26%

ZHODNOTENIE NEDOSTATKOV PRIESKUMU

Nedostatky realizácie prieskumu V tejto časti zhodnotíme metódu, realizáciu a výsledky výskumu realizovaného na Bielej noci. Identifikované nedostatky dotazníkového prieskumu:

- Príliš veľa možností pri otázkach 5 a 6. Otázky sa museli viackrát opakovať a vyvolávali v respondentoch pocit, že dotazník je príliš dlhý.
- Otázka 7 je podobná otázke 5a, teda je sa respondentov pýtame na niečo, čo sme už v inej otázke zisťovali.
- Otázky podobného charakteru ako 5 a 6 je potrebné položiť respondentom inak, napr. aby medzi sebou odpovede porovnali alebo hodnotili na škále. Je potrebné s podobnými otázkami v nasledujúcich dotazníkoch viac experimentovať.

Nedostatky zvolenej metódy Identifikované nedostatky zvolenej metódy prieskumu:

- Bolo by vhodné vyskúšať metódu zberu odpovedí kombinovane, a teda aj za pomoci technológií a aj anketárov. Napr. by pri umeleckom diele mohol byť monitor, ktorý by navádzal účastníkov vyplňať dotazník, ale zároveň by ti bola aj možnosť osobného rozhovoru.
- Online metóda zberu dát cez sociálne siete nefungovala vôbec. Zdá sa, že sociálne siete sú presýtené a respondenti už odmietajú strácať čas s online dotazníkmi.

Nedostatky dotazníka Identifikované nedostatky zistené pri realizácii prieskumu:

- Vhodnejšou formou by bolo odpovede rovno zaznamenávať do elektronickej podoby. V takom prípade by bolo možné skôr identifikovať chyby alebo nedostatky v dotazníkoch.
- Anketári boli vyškolení, ale ich výkon závisel od istej miery od ich skúsenosti a výrečnosti.
- Pre viac vyzbieraných odpovedí by bolo vhodné do budúca použiť viacero anketárov v teréne, eliminuje to aj problém občasného výpadku anketárov.
- Výskum bol realizovaný v jednej konkrétnej lokalite, aj s ohľadom na pandemické opatrenia. Do budúca by bolo vhodné, aby anketári boli aj v odľahlejších lokalitách.

ANALÝZA VÝSLEDKOV

Úvod do analýzy výsledkov

Klimatická kríza je podľa odborníkov dlhodobo považovaná za diametrálne odlišnú socioekonomickú výzvu, bezprecedentnú v konfrontácii s akoukoľvek skúsenosťou z dohľadnej minulosti. Pramení zo zdanlivo oddelenej environmentálnej domény a začína doliehať na samotné základy civilizačného pokroku, ktorý sme zámerným rozvojom dosiahli v priebehu industriálnej éry. V istom zmysle sa nejedná o nový problém, informácie o priebehu aj očakávanej akcelerácii krízy sme už mali prinajmenšom niekoľko desaťročí. Známe boli aj hypotézy o príčinách, ktoré napokon pribúdajúce dáta potvrdzujú.

V súčasnosti už môžeme priamo pozorovať zreteľne sa meniace znaky životného prostredia, ktoré sa začínajú dotýkať praktických aspektov ďalšieho fungovania spoločnosti a jej hospodárstva. Zintenzívňujúca sa ľudská činnosť na planéte v priebehu života niekoľkých generácií dokázala zabezpečiť nevídanú úroveň blahobytu pre čoraz širšie skupiny ľudí. Technologický pokrok nám umožnil žiť v dostatku, dlhšie a prakticky v neustálom ľubovoľnom pohybe. Zdanlivo sme sa vyslobodili spod limitov daných prirodzenou nikou pre ľudí ako biologický druh, súčasť dlhodobo sa vyvíjajúcej biosféry v koexistencii s ostatnými zložkami planéty.

Nanešťastie sa tento proces opiera o neudržateľný spôsob extrakcie energie z fosílnych zásob, ktorého nežiaducim sprievodným javom je narastajúca entropia a vychýlenie z rovnováhy, na ktorú sme biologicky adaptovaní. Planéta si počas svojej histórie prechádza klimatickými zmenami opakovane. V dôsledku vplyvu prírodných faktorov zrejme boli aj omnoho drastickejšie ako pozorujeme my dnes. Problematický je práve čas, ktorý biosféru a spolu s ňou aj nás ako jej súčasť dostáva pod existenčný tlak nového usporiadania prostredia. Naša civilizácia je vybudovaná okrem iného okolo približnej stability podmienok, predvídateľnosti, čo možno v prostredí očakávať.

Od rozmiestnenia zdrojov sa odvíjal historický rozvojový proces, nerovnomerné osídlenie planéty a jej regiónov. Ak sa zdroje pod vplyvom klimatickej krízy preusporiadajú, niektoré miesta sa postupne môžu stať pre náš život neobývateľné.

Už dávno predtým môže kríza spustiť rad procesov na civilizačnom pozadí, ktoré si nutne nemusíme spájať priamo s klímou, ale život narušia v jeho obvyklej podobe nemilosrdne aj tam, kde nebude vzťah k príčinám vôbec zjavný. Istým problémom klimatickej krízy je práve chýbajúca bezprostredná kauzalita. Príčiny sa už kumulujú niekoľko generácií a aj eventuálne vyriešenie prinesie efekty až s oneskorením.

Znepokojenie z akcelerujúcej krízy ešte v súčasnosti nesledujeme v bežnom verejnom diskurze. Spoločnosť v týchto rokoch zamestáva najmä epidémia ochorenia covid-19 a ňou vyvolané disrupcie, ktoré mimochodom tiež môžu súvisieť s kontextom klimatickej krízy. Rozmer výzvy, ktorá spoločnosť čaká je však už zjavný pre vybrané skupiny ľudí, ktorí majú dostatočné informácie aj schopnosť a kapacitu správne ich interpretovať. Práve skúsenosť s reakciou na epidemickú situáciu nám názorne ukazuje, že samotná dostupnosť objektívnych informácií ešte nepostačuje pre spoločenskú mobilizáciu a kolektívnu zmenu správania v potrebnej škále.

Pri klimatickej kríze sa už zjavne jedná o nutnosť hlbokej premeny spotrebného správania. Obraz prosperity ako bezhraničného materiálneho dostatku s pohodlím ľubovoľnej individuálnej mobility sa ukazuje ako neudržateľný. Začína byť spoločensky aj ekonomicky diskreditujúci, a to všetko v podmienkach keď na neho značná časť spoločnosti nestihla dosiahnuť ale mala a naďalej má takú ambíciu. Globalizované hospodárstvo dvadsiateho storočia pritom dlhodobo tento obraz pestovalo ako ústrednú a univerzálnu motiváciu, ktorá prakticky viedla k maximalizácii dopytu po jeho produkcii. Všadeprítomná reklama na tovary a služby nie je napokon nič iné ako relikv doterajšieho neudržateľného spôsobu hospodárskeho myslenia, ktoré sa odráža v kultúre, spoločenskej dynamike, pracovných vzťahoch, predstavách o spokojnom živote a ich naplňaní.

Na klimatickú krízu začína popri vede výraznejšie reagovať umenie. Dá sa očakávať, že záujem o tému bude v umeleckej tvorbe narastať. Cez obsah umenia sa spoločenskému diskurzu sprístupňuje informačný obsah, ktorý by inak nebol vo vhodnom formáte dostupný alebo by jeho sprostredkovanie trvalo nepomerne dlhšie a bolo náročnejšie. Umenie má schopnosť komunikácie, ktorá dosiahne za

limity zdieľania vecného faktického obsahu a je pre ľudí v ich prirodzenej sociálnej konštelácii jednoducho vhodnejšie ako technicky precízna veda. V tejto štúdii sme sa zamerali na preskúmanie komunikácie, ktorá prebieha medzi umeleckým dielom a divákom na príklade dvojice diel reagujúcich na tému klimatickej krízy. Diela boli vystavené publiku v priebehu podujatia Biela noc, ktoré sa konalo na jeseň 2021 v Košiciach.

Základným motívom projektu Košice 2.0 je oživiť miestne inovačné prostredie tak, aby participovalo na riadení mesta senzitívnejšieho k potrebám obyvateľov a návštevníkov. Klimatická kríza sa nepochybne stane faktorom ohrozujúcim v dohľadnej budúcnosti už súčasnú životnú úroveň Košičanov, nehovoriac o priestore na rast životnej úrovne, ktorý je deklarovanou ambíciou mesta aj dnes. Témou klímy sa preto riadiace inštitúcie mesta aj jeho inovačné prostredie nevyhnutne budú onedlho naplno zaoberať. Vo vzťahu k verejnosti bude potrebné poznať vhodné komunikačné kanály, spôsob uchopenia a odovzdania témy tak, aby komunikácia neprinášala neželané efekty. V tejto štúdii prinášame prvé indície o tom, ako komunikácia klimatickej krízy prostredníctvom umenia pravdepodobne prebieha a formulujeme odporúčania pre jej efektívne formátovanie.

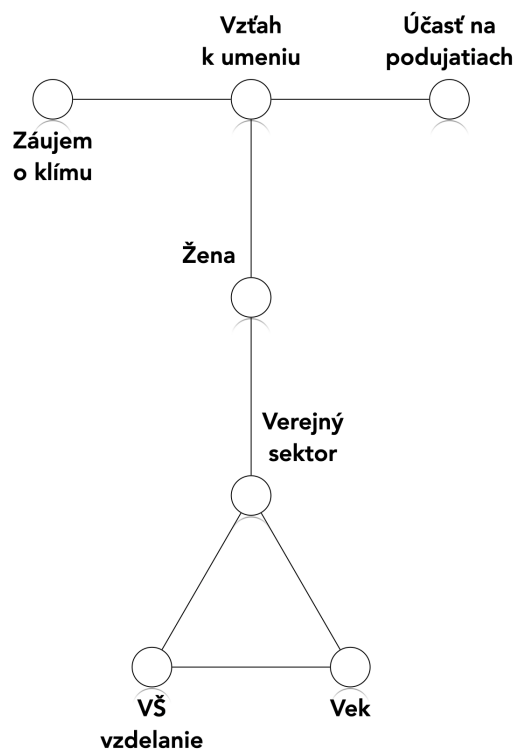
Prvé dielo vytvoril Boris Vitázek. Animácia "Climate Stripes" bola vystavená vo foyer budovy Alfa v Kasárňach / Kulturpark. Podľa klimatických dát Berkeley Earth v animácii autor znázornil vývoj teplôt v Košiciach, ktorý dáva do vzťahu s objemom oxidu uhličitého, ktorý ročne produkujeme. Farby pásov ukazujú odchylku od priemernej ročnej teploty v porovnaní s 5-ročným priemerom. Druhým dielom bola svetelno-zvuková inštalácia Alexa Zelinu a Radovana Drangu "Øuroboros". Autori dielo interpretujú ako symbol večnej obnovy, cyklu života, smrti a znovuzrodenia. Znázornili symboliku cyklu ako podstatu vesmíru – stvorenie zo skazy, život vznikajúci zo smrti: "Zdá sa, že aj my ľudia nasledujeme tento základný kód vesmíru. Kde tvoríme a ničíme – príroda vždy prežije,". Diela reflektujú spoločnú tému, ich formát asj spôsob uchopenia sú však radikálne odlišné a môžeme preto očakávať aj odlišné reakcie publika.

Záujem o klimatickú krízu

Klimatická kríza ako téma verejného diskurzu sa v súčasnosti etabluje pod vplyvom rôznych komunikačných kanálov. Do jednotlivých vrstiev demografickej a socioekonomickej štruktúry obyvateľstva preniká v diferencovanej miere. Vzhľadom na odbornú náročnosť problematiky a zatiaľ málo intuitívne súvislosti s každodenným životom v našom regióne sa dá predpokladať, že osobný záujem o tému nie je u všetkých demografických kategórií porovnateľný. Za kľúčový odhadujeme vplyv kontaktu s aktuálnym vzdelávacím obsahom a obsahom osvetových kampaní globálne cirkulujúcich sociálnymi médiami, ktoré úspešne cieľajú predovšetkým na mladú generáciu. Klíma však v posledných rokoch získava citeľný priestor aj v tradičných masmédiách.

U respondentov nášho prieskumu sme počas štruktúrovaného rozhovoru zisťovali niekoľko základných kategórií, ktoré umožňujú anonymné triedenie vzorky publika podľa veku, pohlavia, dosiahnutého vzdelania a zamestnania. Okrem toho bolo našim záujmom zistiť, ako ľudia subjektívne posudzujú svoj vzťah k umeniu a ako participujú na kultúrnych podujatiach. Napokon nás zaujímalo aj ich deklaratívne vyjadrenie o miere, v ktorej sa osobne zaujímajú o tému klimatickej krízy. Vo vzorke 384 odpovedí sa črtá inšpiratívna línia demografických a socioekonomických súvislostí angažovanosti v kultúre s prepojením na osobný záujem o klímu ako tému verejného diskurzu. Odhalené súvislosti majú praktickú hodnotu napriek tomu, že vzorka nie je reprezentatívnou pre mestské obyvateľstvo vcelku ale približuje spôsob uvažovania umelecky senzitívnych ľudí.

Medzi respondentmi sa nachádzajú obyvatelia vo veku od 10 do 68 rokov. Priemerný vek vo vzorke je 30,5 roka. Polovica skupiny má do 28 rokov. Z hľadiska rodového zastúpenia sme pri vystavených dielach zastihli viac žien (60,9%) ako mužov. Podľa dosiahnutého vzdelania je medzi nimi viac ako polovica (54,7%) ľudí s vysokoškolským diplomom. Respondenti deklarujú svoj záujem o umenie vo vysokej miere 70,3%. Potvrďuje ju aj pozorovanie, že 60,7% sa počas posledných troch mesiacov zúčastnilo kultúrneho podujatia. Počas roka 2021 sa jednalo o letné mesiace s priaznivou epidemickou situáciou. Takto zostavená vzorka kolektívne hodnotí osobný záujem o tému klimatickej krízy na úrovni 76,8%.



Obrázok. Zájum o klimatickú krízu ako tému verejného diskurzu súvisí so základnými demografickými dimenziami. Medzi faktorom veku a záujmom o klímu je prítomný filter vzťahu k umeniu. O klímu sa viac zaujímajú ľudia s kumulovanou životnou skúsenosťou a vzdelaním, ktoré im umožňuje ich skúsenosť konfrontovať s komplexným odborným pozadím krízy. K téme sú viac citlivé ženy ako muži. V reťazci súvislostí nachádzame zamestnanie vo verejnom sektore, ktoré sme skonfrontovali s ostatnými kategóriami zamestnaní. Ľudia s bližším vzťahom k umeniu viac participujú na živej kultúre. Súvislosti vyplývajú zo štatisticky významných pozitívnych efektov ($p < 5\%$) v sérii logistických regresných modelov.

Modelovanie emócií v umeleckom zážitku

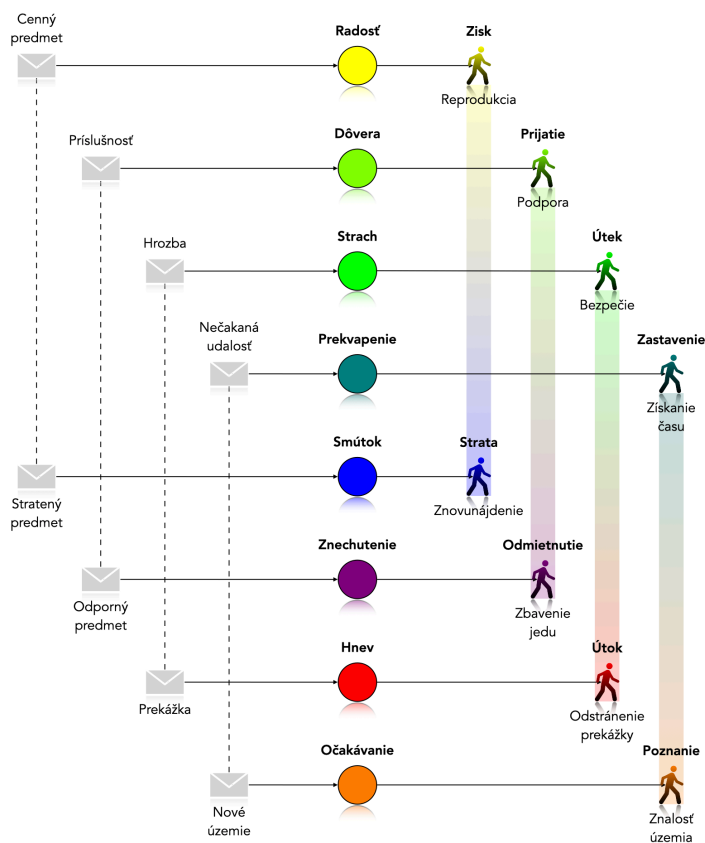
Naším cieľom je preskúmať vzťah publika a obsahu vystavených umeleckých diel formou, ktorá bude môcť odhaliť indicie o spôsobe, ktorým prebieha komunikácia informačného obsahu zakódovanom v umeleckom diele. Umelecký zážitok prebieha iba čiastočne na vedomej úrovni. Predpokladáme, že dôležitá časť komunikácie medzi autormi a publikom prebieha prostredníctvom diela v hlbších, potenciálne nevedomých vrstvách komunikácie prostredníctvom obrazu a zvuku. Zvolili sme si technicky najjednoduchší spôsob zberu dát o komunikácii prostredníctvom prieskumu medzi členmi publika uvedeného podujatia, pričom sa anketári sústredili na publikum v bezprostrednej blízkosti dvojice "klimatických" diel. Myšlienku za predmetnými umeleckými dielami poznalo celkovo 43,0% respondentov prieskumu.

Získaná vzorka umeleckého publika má rozsah 384 respondentov, s ktorými boli vykonané osobné štruktúrované rozhovory. Séria ich odpovedí sa okrem identifikácie demografických a socioekonomických kategórií sústredila na zisťovanie osobného postoja k téme klimatickej krízy, osobnej skúsenosti s jej manifestáciami v každodennom živote, prioritizáciu verejných tém konkurujúcich v súčasnosti klimatickej kríze a napokon štruktúre umeleckého zážitku, ku ktorej sme pristúpili cez kategorizáciu emócií v psychologickom klasifikačnom modeli Roberta Plutchika (1927 – 2006).

Plutchikov model je psychologicko-evolučným klasifikačným nástrojom, ktorý sa opiera o univerzálne emocionálne reakcie. Za základ modelu sa považuje osem primárnych emócií – hnev, strach, smútok, znechutenie, prekvapenie, očakávanie, dôvera a radosť. Podstatným argumentom pre ich existenciu a primárny status je korelácia so špecifickým správaním s vysokou hodnotou pre prežitie. V tomto zmysle sú emócie univerzálne a presahujú mentálny svet ľudí. Majú evolučnú históriu a vyvinuli sa do rôznych foriem prejavu v prírode. Organizmom pomáhajú vysporiadať sa s kľúčovými problémami prežitia, ktoré pred nich stavia dynamické prostredie.

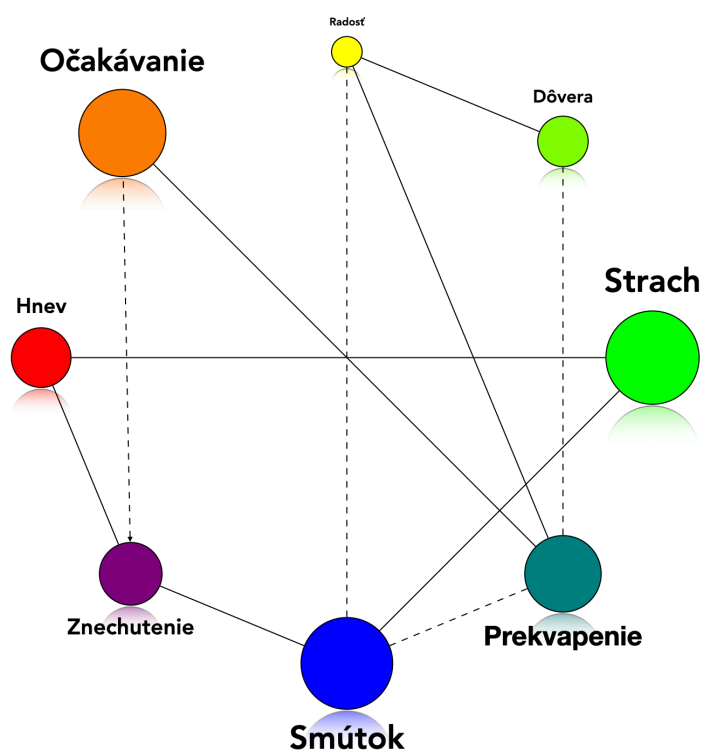
Pomerne malý počet základných, primárnych alebo prototypových emócií sa navzájom kombinuje a tvorí ostatné emócie, ktoré sú z nich zmiešané alebo od nich odvodené. Primárne emócie môžu byť efektívne konceptualizované z hľadiska protikladov medzi rôznymi znakmi korelovaného správania. Každá emócia pritom môže existovať na rôznych stupňoch intenzity. Model sa vďaka prehľadnosti a nízkemu počtu dimenzií javí vhodný pre zisťovanie štruktúry umeleckého zážitku. Aplikujeme ho prostredníctvom štvorstupňovej škály odpovedí na

osem definovaných emočných stavov.



Obrázok. Psychologicko-evolučný model emócií Roberta Plutchika identifikuje štyri polarity primárnych emócií. Každá je v prírode univerzálna a súvisí s reakciou organizmu na dynamické prostredie, v ktorom je v záujme organizmu prežiť a prosperovať. Evolučné súvislosti primárnych emócií, ktoré môžeme očakávať aj v reakcii na umelecký zážitok publika v Košiciach sú realite moderného sveta mestského človeka na prvý pohľad vzdialené. Obyvatelia predsa len obvykle neriešia fyzický útek do bezpečia pred predátorom alebo rýchlu orientáciu v neznámom teréne, čo boli schopnosti predurčujúce prežitie v prehistórii človeka. Z evolučného hľadiska a v súvisiacej časovej mierke civilizačný proces a moderná realita príliš veľa neznamenaajú. Prínajmenšom neznamenaajú tak veľa, aby sa evolučne vyvinutá hlboká rovina spracovania vnemov z prostredia úplne vytratila.

Je pravdepodobné, že podvedomé reakcie mysle, ktoré prebiehajú automaticky a vnímame ich ako komplexné emócie nás ovplyvňujú viac ako si pripúšťame. V spojení s umeleckým obsahom dvojice diel venovaných klimatickej téme sme preskúmali subjektívnu indikáciu stavu u respondentov otázkou: “Vyvoláva vo vás umelecké dielo nasledujúce emócie?” Respondenti si mohli vybrať z odpovedí: “áno”, “skôr áno”, “skôr nie”, “nie” a ponúkli sme im aj možnosť vyhnúť sa signalizácii neutrálnou odpoveďou “neviem”. Pre spracovanie poskytnutých odpovedí sme pristúpili k transformácii ekvidistančnou formou vnútri škály 0–1, ktorá intenzity emócií umožňuje uchopiť v pravdepodobnostnej interpretácii medzi nie = 0% a áno = 100%.



Obrázok. Klimatické diela v publiku vyvolávajú dve emočné štruktúry, ktoré sú v mapovanej kolektívnej mysli v konkurenčnom vzťahu. Katastrofický scenár súvisí s cyklom strach – hnev – znechutenie – smútok. Nádejne pôdobí racionalizácia v reťazci očakávania – prekvapenie – radosť – dôvera. V publiku umeleckého podujatia máme zaznamenaných 384 reakcií na dvojicu klimatických diel. Výraznú prevahu má publikum, ktoré bolo zachytené bezprostredne po zážitku s dielom “Climate Stripes”. Dáta pochádzajú v 73,4% prípadov (282 respondentov) odtiaľto a konfrontujeme ich s publikom zachyteným pri diele “Øuroboros” v 26,6% prípadov (102 respondentov). Vzájomná predikcia primárnych emócií medzi sebou v ôsmich regresných modeloch odhaluje

statisticky významné pozitívne a negatívne efekty (na úrovni $p < 5\%$) v štruktúre, ktorú môžeme interpretovať ako dve konkurenčné komplexné emočné štruktúry.

Prvá sa zjavne týka obsahu, ktorý má podobu znepokojujúceho až katastrofického scenára, do ktorého postupne prejde dnešná klimatická kríza, ak jej civilizácia ponechá voľný priebeh. A temná je aj emočná reflexia obsahu. Respondenti nám kolektívne poskytujú svojimi odpoveďami príležitosť zložiť obraz informačného transferu medzi obsahom diel a kapacitou ich mysle spracovať prichádzajúci audio-vizuálny signál evolučne podmieneným aparátom mozgu. V Plutchikovom modeli sa jedná o uzatvorený cyklický reťazec navzájom súvisiacich emócií, ktorý

pozostáva zo: strachu 0,61 ($\pm 0,40$), smútku 0,60 ($\pm 0,42$), znechutenia 0,41 ($\pm 0,44$) a hnevu 0,39 ($\pm 0,42$).

Indikované vzťahy štyroch emócií tvoria komplexnejšie formy emócií hnev + znechutenie = pohrdanie, znechutenie + smútok = ľútosť, smútok + strach = zúfalstvo. Cyklus navyše uzatvára konflikt základných emócií hnevu a strachu. Čo uvedená emočná štruktúra môže znamenať pre správanie človeka, ktorý ju cíti ako evolučne podmienená biologická bytosť? Dve pomerne silnejšie emócie patria k stavom, ktoré nabádajú k úteku do bezpečia a smútkom za stratou prostredia ako ho poznáme. Menej dominantné ale stále pomerne silné sú emócie, ktoré naopak organizmus aktivujú k útoku na protivníka, deštrukciu prekážky, a súčasne k odmietnutiu zdroja poškodenia organizmu – jedu v podobe “poškodeného” ovzdušia. Medzi útočnou a útekovou reakciou je prítomný primárny konflikt, ktorý sa prikláňa skôr na stranu úteku. Mysel však chápe, že útek nie je žiadnym riešením, pretože strata sa týka prostredia v celej jeho totalite, je globálna. Cyklus je pravým existenčným hororom.

O niečo nádejnejšie pôsobí v štruktúre signalizovaných emócií druhý reťazec, ktorý nemá podobu uzatvoreného cyklu. Je líniou, ktorá je od predchádzajúcej štruktúry nielen oddelená, ale v mysli jej konkuruje, čo nám ukazujú negatívne štatisticky významné efekty medzi niektorými primárnymi emóciami. V línii tu nachádzame zoradené v nasledujúcom poradí očakávanie 0,57 ($\pm 0,42$), prekvapenie 0,50 ($\pm 0,43$), radosť 0,20 ($\pm 0,31$) a dôveru 0,33 ($\pm 0,39$). Aj na tejto línii vznikajú komplexnejšie formy emócií: radosť + dôvera = láska, radosť + prekvapenie = pôžitok a jeden emočný konflikt v polarite očakávania a prekvapenia. Na rozdiel od prvej štruktúry sa tu už vyskytujú aj emócie s pozitívnou valenciou.

Najvýraznejšiu reakciu na línii nachádzame v dvojici, ktorá súvisí so stratou orientácie na novom neprebádanom území a snahou o rýchle zmapovanie priestoru. S emóciou prekvapenia nie je prerušenie pohybu spojené náhodne. Pokračovať v pohybe v neznámom teréne sa vôbec nemusí vyplatiť, preto organizmus emóciou doslova zastaví a stíši. Ľahko túto reakciu môžeme vypožorovať na ľuďoch v rozhovore, ktorý jeden z dvojice gestom preruší a vyžiada si chvíľu ticha na

spracovanie prekvapivého vnemu. Klimatické diela majú presne túto schopnosť, publikum úspešne prekvapujú a iniciujú prieskumný inštinkt.

Odvedenie emócií k radosti a dôvere pravdepodobne signalizuje úspešné porozumenie náročnému umeleckému obsahu. Mozog našiel záchytné body a vyfabuloval si dostatočne dôveryhodný "príbeh", ktorý slúži ako vysvetlenie. Preto radosť a dôvera, aj keď pomerne v malej intenzite. Nezabúdajme, že publikum realizuje prieskum prekvapivého obsahu v konkurencii s existenčným hororom globálneho problému s klímou. Klíma je stavom ovzdušia a organizmus správne chápe, že sa bez neho v stave ďaleko od rovnováhy, na ktorú sme adaptovaní dlho nezaobíde. Diela ukazujú, že sa od rovnováhy vzdalujeme a to so zrýchlením v poslednom období.

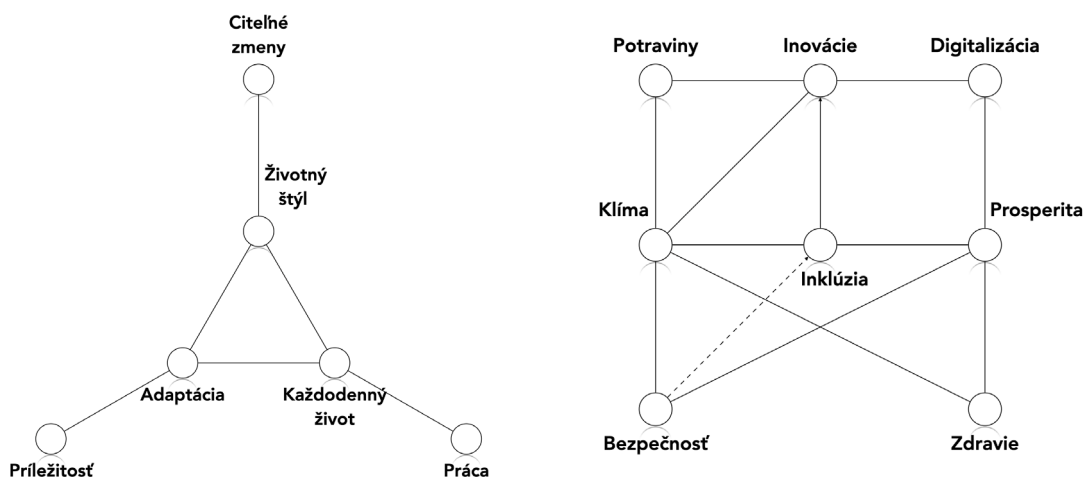
Dvojica diel ponúka jedinečnú možnosť skonfrontovať ich rozdielny prístup k téme. V piatich z ôsmich emócií pozorujeme, že štatistická šanca prítomnosti emócie je odlišná. Sériu rovnakých logistických regresných modelov sme tu doplnili o kategorickú premennú s referenčným dielom "Climate Stripes". Logistický koeficient má v tomto modeli vzácnu schopnosť zmerať podiel šancí, že dané dielo vyvolá istú emóciu voči tomu, že ju nevyvolá. Vďaka tomu zisťujeme, že dielo "Øuroboros" je omnoho efektívnejšie, približne dvojnásobne, vo vyvolaní prekvapenia (1,97) a strachu (1,83). Ich kombináciou je zhrozenie, ktoré vzbudzuje.

Naopak, dielo "Climate Stripes" je dvojnásobne efektívnejšie vo vyvolaní smútku (0,53), dôvery (0,53) a trojnásobne efektívnejšie vo vyvolaní znechutenia (0,33). Komparatívne ide o dielo, ktoré do komplexu emócií vnáša sentiment, menej paralyzuje a myslí dovoľuje opustiť cyklus zhrozenia veľmi výrazný po stretnutí s "Øuroboros". Identifikácia a diagnostika komplexného emočného stavu publika by nemala zostať samoučelná a preto v našom prieskume pristupujeme k prepojeniu emočnej dimenzie so záznamom skúseností publika s klimatickou krízou a evaluácie priorit.

Pre získanie obrazu o skúsenosti publika umeleckých diel s klimatickou krízou a hierarchickej pozícii klímy v kontexte iných socioekonomických priorit sme

prieskum rozšírili o dve otázky. V prvej sa respondenti vyjadrili k otázke “Aký je váš postoj k nasledujúcim tvrdeniam o klimatickej kríze?”. Konkrétne sme sa opýtali na šesť výrokov: “Kríza sa dotýka môjho každodenného života”, “Počas života vnímam citelné zmeny súvisiace s krízou”, “Mesto, v ktorom žijem sa v kríze bude musieť významne adaptovať”, “V životnom štýle chcem urobiť zmeny, ktoré ovplyvnia vývoj krízy”, “Moja práca bude krízou významne zasiahnutá” a “Kríza je príležitosťou žiť v budúcnosti kvalitnejšie”.

V druhej otázke sme sa publika opýtali “Akú prioritu vy osobne prisudzujete nasledujúcim obsahovým témam verejnej politiky?”. Na výber sme ponúkli: bezpečnosť, digitalizáciu, ekonomiku a prosperitu, kultúru a inkluzívnu spoločnosť, poľnohospodárstvo a potraviny, výskum a inovácie, zdravie a napokon životné prostredie a klímu v strede našej pozornosti. Dvojicu dimenzií preskúmame najprv samostatne v štruktúre odpovedí vo vzájomných vzťahoch sériou logistických



modelov a následne sa ich pokúsime skonfrontovať so záznamom analyzovanej emočnej reakcie na sledované umelecké diela.

Obrázok. Respondenti prieskumu majú kolektívnu skúsenosť s klimatickou krízou (A) a umiestňujú ju do kontextu iných náročných socioekonomických priorít (B), ktoré sú pre dnešnú spoločnosť jednoznačnou výzvou. Ochota zmeniť osobný životný štýl súvisí s vnímaním nutnosti adaptovať na nové podmienky aj širšie mestské prostredie. V adaptácii publikum vníma príležitosť na kvalitnejší život. Medzi prioritami klíma priamo súvisí s každou ponúknutou alternatívnou prioritou s výnimkou hospodárskej domény a digitalizácie.

V strede vzťahu klimatickej krízy so životom ľudí v publiku je trojuholník: ochota zmeniť osobný životný štýl 0,89 (±0,22), nutnosť adaptovať širšie mestské

prostredie 0,87 ($\pm 0,25$) a prienik krízy s realitou každodenného osobného života 0,82 ($\pm 0,31$). Ako naznačujú vysoké hodnoty priemerného skóre, ľudia kolektívne správne chápu, že sa procesy podporujú vo vzájomne prepojenom cykle. Skutočná reakcia na krízu príde až s narušením každodennosti a musí sa udiť symetricky na individuálnej úrovni domácnosti aj komunity. Na ústredný trojuholník sa ďalej pripája skúsenosť s citelnými zmenami počas života ľudí 0,90 ($\pm 0,23$), vnímanie krízy ako príležitosti pre skvalitnenie života 0,72 ($\pm 0,36$) a napokon efekt krízy na živobytie 0,40 ($\pm 0,39$).

Korelácie naznačujú, že ochota zmeniť životný štýl priamo súvisí s mierou, ktorou obyvatelia pozorujú citelné prejavy krízy v priebehu života. Deväť z desiatich ľudí zmeny už cíti. Potvrďuje sa téza, že problém s klímou významne súvisí s nesúlalom časových mierok problematického fenoménu a rozloženia jeho nástupu do dlhého obdobia presahujúceho jednu generáciu. Pamäť ľudí, v individuálnom aj kolektívnom zmysle, je krátka a málo spoľahlivá. Na prežitie v sezónne premenlivom no inak pomerne stabilnom predvídateľnom prostredí evolučne postačuje. Adaptabilita spojená s príležitosťou na kvalitnejší život napriek kríze zase odráža sociálnu podstatu reakcie na nerovnováhu v prostredí. Kríza nás núti spolupracovať a na spoluprácu sa intuitívne spoliehame.

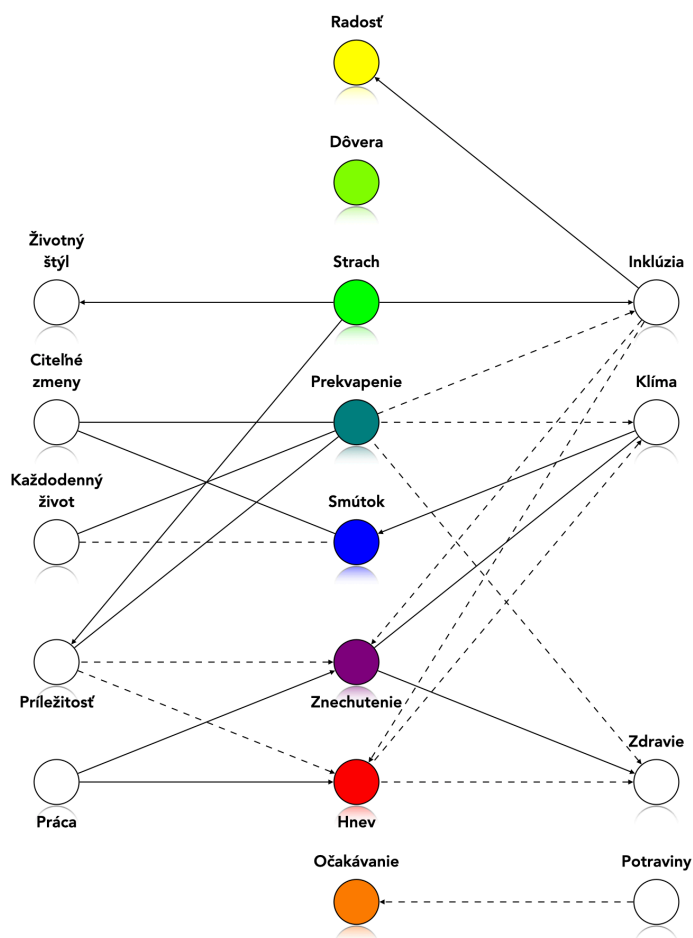
V prioritizácii socioekonomických tém sa klíme 0,94 ($\pm 0,18$) u respondentov prisudzuje druhá priečka po najdôležitejšej téme zdravia 0,96 ($\pm 0,16$). Nasledujú témy v oblasti inovácií 0,91 ($\pm 0,21$), bezpečnosti 0,89 ($\pm 0,22$), potravín 0,84 ($\pm 0,25$), prosperity 0,83 ($\pm 0,25$), inklúzie 0,82 ($\pm 0,24$) a digitalizácie 0,78 ($\pm 0,29$). Všetky sú indikované na vysokej úrovni, ale navzájom súvisia len veľmi selektívne. Ľudia chápu, že nerovnováha klímy ohrozí zdravie a znemožní spoľahlivé zásobovanie potravinami. Globálny ekosystém a na ňom závislé poľnohospodárstvo je zdanlivo robustný, ale každý si obrazne vie predstaviť sucho, extrémne počasie, neúrodu. Historicky skutočná ekologická devastácia starovekého sveta je v našom kolektívnom podvedomí zrejme hlboko zapísaná a ľahko si ju sprítomňujeme.

Klimatická téma priamo súvisí aj s menej zjavnými témami bezpečnosti a sociálnej inklúzie. Jednou z kľúčových téz, ktorú sa často ilustruje pravdepodobný

nepriamy destabilizačný scenár pre civilizáciu totiž prichádza cez migráciu. Pohyb po planéte je dávnou stratégiou ľudského druhu ako prežiť. Kolektívne zrejme vnímame neudržateľnosť dlhodobej stability súčasného stavu, jeho fiktívne status quo. Migračné vlny z regiónov s miznúcimi základnými zdrojmi nevyhnutnými pre prežitie sú realitou aj nášho moderného a zdanlivo bezpečného sveta. Uvedomujeme si privilegium byť súčasťou prosperujúcej časti sveta, kde nedostatok zdrojov zatiaľ nie je urgentný. Migrácia vyvoláva obavu o bezpečnosť v situácii keď sa o “naše” zdroje bude potrebné deliť. A spoločnosť chápe, že k tomu v priebehu krízy skôr či neskôr príde.

Posledným elementom siete priorít sú výskum a inovácie, ktoré sú popri hlbokjej transformácii životného štýlu a s tým súvisiacej hospodárskej činnosti jedinou skutočnou nádejou prežitia civilizácie. V prostredí mimo rovnováhy z hľadiska základných faktorov poľnohospodárskej produkcie skrátka budeme potrebovať nový, extrémne šetrný prístup. Svoje o tom už vedia napríklad dnešné národy obývajúce púštne regióny. Publikum chápe aj to, že prosperita v ére znalostnej ekonomiky súvisí s trendom digitalizácie všetkých hospodárskych domén, ktorý sa nám deje v reálnom čase priamo pred očami.

Respondenti navyše predpoklad prosperity umiestňujú do kontaktu spoločenského zabezpečenia starostlivosti o zdravie, sociálny status menších a napokon aj kolektívnu bezpečnosť, pretože každá z výziev vyžaduje investície zdrojov. Bez prosperity ich jednoducho spoločnosť nebude mať k dispozícii v dostatočnom množstve. Na mieste je aj istá koncepčná vzdialenosť medzi klímou a hospodárskymi prioritami. Súvislosť medzi rozvojom a nežiadúcim vplyvom na stav prostredia je nespochybniteľná. Neprekvapuje, že publikum medzi nimi nachádza líniu súvislostí len neochotne a robí to nepriamo cez inovácie, ako experimentálnu vrstvu nového hospodárstva šetrnejšieho k planéte než to, ktoré sme dokázali vybudovať v našej doterajšej histórii.



Obrázok. Skúsenosti obyvateľov Košíc sú emočne zafarbené. Respondenti v prieskume odpovedali selektívne vo vzťahu k niektorým signalizovaným emóciám a bezprostredne po umeleckom zážitku s dielami “Climate Stripes” a “Ťuroboros”. S umeleckým obsahom koreluje prioritizácia socioekonomických tém, kde je klimatická kríza zámerne ponúkaná ako jedna z viacerých aktuálnych výziev čakajúcich na riešenie pred dnešnou spoločnosťou.

Súvislosť medzi umeleckým zážitkom a skúsenosťou publika s klímou

Podobne ako sme preskúmali vzájomné predikčné vzťahy medzi jednotlivými dimenziami emócií, skúseností a priorit publika v kolektívnom náhľade, môžeme navzájom skonfrontovať emócie a skúsenosti medzi sebou navzájom. Opäť tak urobíme sériu logistických regresných modelov. Každú emóciu v nich samostatne predikujeme sériou skúseností a v opačnom smere každú skúsenosť predikujeme sériou emócií. Rovnaký postup aplikujeme obojstranne aj na vzťah emócií vyvolaných umeleckými dielami a subjektívnu evaluáciu priorit. V získanej štruktúre by sa nám mala optimálne zobrazit príležitosť pre umenie otvárajúce komunikačný kanál s reálnym efektom na podporu žiadúcich socioekonomických priorit. Aj keď nechceme priamo hovoriť o angažovanom umení, v princípe hľadaním súvislostí ideme v štúdiu týmto smerom.

Najsilnejšia emócia v komplexnom zážitku publika je strach. Predikuje ako jediná ochotu zmeniť osobný životný štýl a schopnosť vidieť v kríze príležitosť na kvalitnejší

život. Jedna aj druhá reakcia sú evolučne podmienenými "útekmi" do imaginárneho bezpečia. Nemali by sme ich preto príliš preceňovať ako mitigačné stratégie pre krízu. Užitočnosť strachu ako aktivačnej emócie je možno diskutabilná, ale v každom prípade je v kontakte umenia a publika prítomná. S príležitosťou na zmenu obojsmerne koreluje emócia prekvapenia. Okrem toho je v rovnakom kontakte aj so skúsenosťou s citelnými zmenami počas života obyvateľov a s impaktom klímy na každodenný život.

Prekvapenie vedie k evolučne podmienenému zastaveniu, získaniu času a priestoru na orientáciu v kontakte s neznámym javom prostredia. V realite prehistorického človeka sa jedná o chvíľkovú paralýzu, životne dôležité prerušenie pohybu, vďaka ktorému organizmus dostáva šancu na znovunájdenie orientácie v neznámom teréne. V metaforickej aplikácii na modernú spoločnosť sa môže jednať o veľmi užitočný emočný signál, ktorý publikum stíši a skoncentruje na existenciu problému s klímou. Skúsenosť v každodennom živote negatívne koreluje so smútkom, emóciou ktorá sa spája s prázdnotou zo straty. To môže naznačovať, že zatiaľ ešte bežná každodennosť nás upokojuje, obávanú stratu si spájame so vzdialenou budúcnosťou.

Element nádeje v príležitosti hlbokjej transformácie spoločnosti a hospodárstva do novej udržateľnej formy sa potvrdzuje v negatívnej korelácii voči emóciám hnevu a znechutenia. Čím viac respondent súhlasí s tvrdením, že kríza nás kolektívne môže posunúť na novú kvalitatívnu úroveň, tým menej v umeleckom zážitku pociťuje aktiváciu útočnej alebo odmietavej reakcie. Zaujímavé je, že obidve emócie na skúsenosť nepôsobia opačným smerom. Rovnaká dvojica emócií je pozitívne predikovaná mierou súhlasu s tým, že klimatická kríza ovplyvní pracovnú realizáciu. Ohrozené živobytie koreluje s umeleckým obsahom spúšťajúcim hnev a znechutenie. Kríza je metaforickou prekážkou a jedom zároveň.

Potenciálne cenné zistenia odhaľujeme aj vo vzťahu emočnej reakcie na umelecký zážitok publika a prioritizácie socioekonomických tém. Dôležitosť klímy sa priamo a obojsmerne podporuje s emóciou znechutenia. Vyvoláva ale nie je podnecovaná emočnou reakciou smútku. Je veľkou výzvou ako vlastne produktívne pracovať

s komunikáciou témy, ktorá koreluje s metaforickým odporným objektom vo svete prehistorického človeka. Ten si snáď môžeme zhmotniť výstižne vo forme otráveného ovzdušia. V Plutchikovom modeli nadobúda emócia rôzne úrovne medzi nudou na pomerne plytkej úrovni a odporom v intenzívnej podobe emócie. Klimatická téma teda môže publikum aj "otravovať", čo práve nemusí byť v záujme zvýšenia angažovanosti obyvateľov cestou umenia.

Klimatickú tému v prioritizácii naopak znižuje umelecký zážitok s emóciami prekvapenia a hnevu. Prekvapený divák žiadnej z tém neprisudzuje väčšiu dôležitosť ale naopak, odmieta sa zaoberať zložitými témami klímy, zdravia aj sociálnej inklúzie. Môže sa jednať o kapacitný efekt. Mozog je zahltený požiadavkou na náročnú orientáciu s mäúcim signálom, neznámom v umeleckom zážitku. Svojim spôsobom túto tézu podporuje negatívna korelácia tých istých tém odhalená voči emócií hnevu, ktorá organizmus pripravuje na agresívnu reakciu. Emóciu hnevu má schopnosť potlačiť prioritá prisudzovaná sociálnej inklúzii. Táto téma je v rebríčku tým vyššie, čím je divák senzitívnejší voči strachu, čím viac sa obáva. Inklúzia túto tému napokon ako jediná z ponúknutých možností "unáša" pozitívnym smerom, k radosti.

Súvislosti umeleckého zážitku s demografickou štruktúrou publika

Vzhľadom na doterajšie informácie by bolo naivné očakávať, že umelecké diela zasiahnu respondentov v publiku bez ohľadu na rozdielnosti veku, vzdelania a umeleckého založenia. Trojicu faktorov možno považovať za podstatnú vo vzťahu komunikácie klimatickej krízy verejnosti z niekoľkých dôvodov. Osvetové kampane, ktoré registrujeme v globálnom toku sociálnych médií sú významne orientované na mladé publikum. Prihovárajú sa študentom a mladým ľuďom vo veku, v ktorom sa formujú ich spotrebné zvyklosti a životné ambície. Naratív osvedy sa pochopiteľne odvíja od obáv o budúcnosť, ktorá sa pochopiteľne bezprostredne týka práve generácie, ktorá dnešný svet prevezme od svojich rodičov. Preto "Skolstrejk för klimatet".

Okrem veku predpokladáme, že s kapacitou vnímať rozmer a zložitosť klimatického problému, ktorý globálne máme, súvisí schopnosť absorbovať a vyhodnocovať informácie. Odhadujeme, že takúto schopnosť by sme mohli zachytiť na jednej

strane úrovňou dosiahnutého formálneho vzdelania respondenta a popri tom aj mierou, v ktorej osobne vyhľadáva umelecký obsah. Jedna aj druhá variácia totiž môžu signalizovať, že osoba disponuje skúsenosťou ako efektívne vnímať a spracovávať komplexný informačný obsah, selektovať podstatnú informáciu od podružného kontextu. V tomto smere je interakcia staršieho skúsenejšieho respondenta v značnej výhode. V reťazci nepriamych vzťahov medzi vekom a deklarovaným záujmom o klimatickú tému sme napokon už videli pozitívnu koreláciu. Kampaň namierená na mladú generáciu môže byť dizajnovaná práve s týmto vedomím.

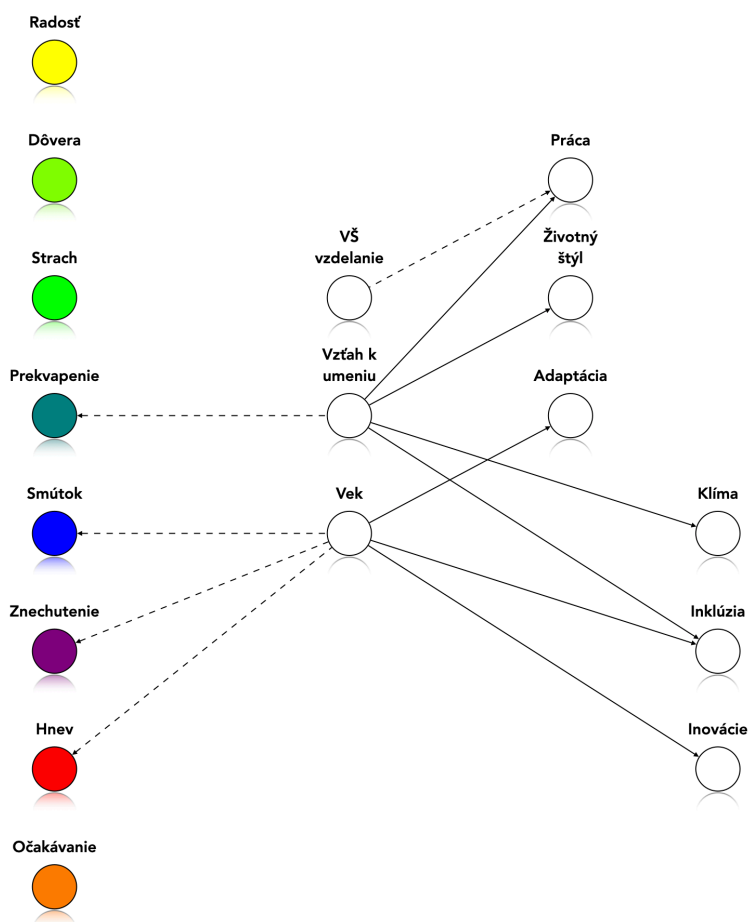
Vyhodnotenie variácie emočného zážitku z hľadiska veku, vzdelania a umeleckého založenia respondentov nám naznačuje, že publikum odchádza od umeleckých diel zasiahnuté v rôznych vrstvách odlišným spôsobom. S pribúdajúcim vekom klesá inenzita vyvolaného smútku, znechutenia a hnevu. Trojica emócií je súčasťou identifikovaného cyklu spolu so strachom. Strach zostáva pre mladšiu aj staršiu generáciu navzájom porovnateľný. Popri veku sa ukazuje, že umelecky viac založení respondenti cítia nižšiu intenzitu prekvapenia. Formálne vzdelanie emočný zážitok nijak systematicky neformuje. Pre lepšiu predstavu o generačnej rozdielnosti v umeleckom zážitku sme primárne emócie presieťovali v kategórii do 29 rokov a 30 a viac rokov oddelene.

Ich emočné štruktúry majú niektoré črty zachované z pôvodnej mapy celého publika, ale iné črty sú pre nich špecifické. Zážitok starších divákov je evidentne komplexnejší a významnejšiu úlohu v ňom zohráva emócia dôvery. Pozitívna valencia prijatia do sociálnej skupiny sa spája s podporou, nevyhnutným faktorom prežitia v evolučnej prehistórii človeka. A práve u staršej generácie je táto emócia omnoho významnejšia ako u mladších respondentov, ktorí sa radšej na nikoho príliš nespoľiehajú. Sociálna skúsenosť starších sa premieta aj do toho, že kým mladší cítia v spojitosti s dôverou len radosť, starším vyvoláva aj strach a aktivuje polaritu s emóciou znechutenia.

Mesto je zhmotnením sociálneho faktora. Jeho vnímanie je u rôznych generácií odlišné. Kým mladší ľudia depresívny cyklus klimatického obsahu diel dokážu

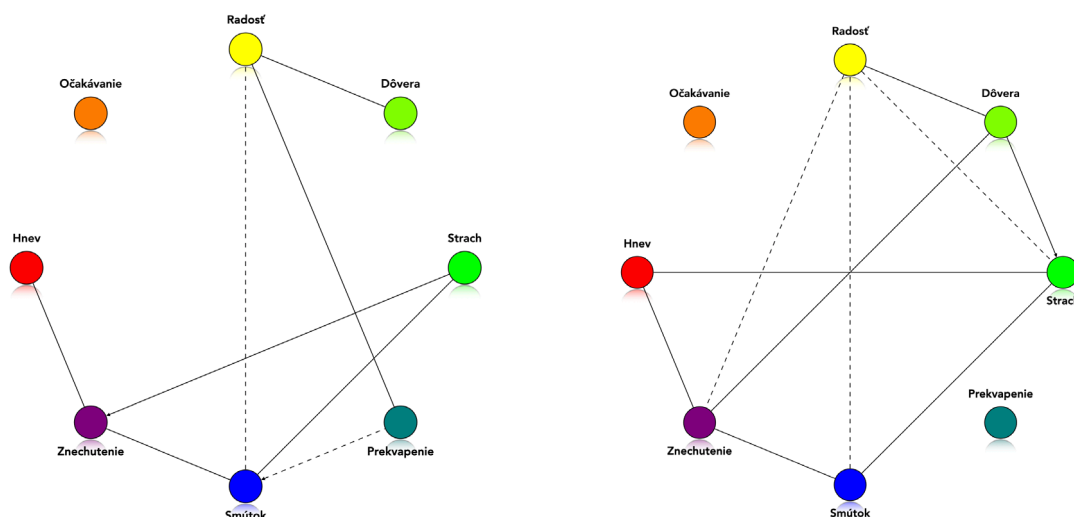
nasmerovať len jednosmerne k hnevu, u starších ľudí môžeme pozorovať druhý cyklus práve s plnohodnotne zapojenou dôverou namiesto hnevu. Agresívne naladení mladí aktivisti s vekom získavajú nové skúsenosti, ktoré im už nedovolia aktivovať výlučne hnev. Naučia ich, že sú so svojou osobnou skúsenosťou a postojom súčasťou nesmierne zložitej spoločnosti, ktorá jednoduchým riešeniam napokon odoláva a kde je správne od nesprávneho väčšinou rozlíšiť veľmi ťažké. Klimatická kríza sa rozvinula ako nežiadúci sprievodný efekt socioekonomického

rozvoja, proti ktorému ani dnes nič zásadne nenamietame. Chápeme ho ako opodstatnenú ambíciu ľudí prosperovať, čo sa aj historicky darí a “vďaka” tomu klimatická kríza prebieha.



Obrázok. Faktor veku sme skonfrontovali s intenzitou základných emócií zažívaných bezprostredne po kontakte respondentov s umeleckými dielami. Okrem toho sme rovnakou technikou série logických regresných modelov ($p < 5\%$) preskúmali aj koreláciu s osobnou skúsenosťou s klimatickou krízou a prioritou klimatickej témy voči iným socioekonomickým témam dnešnej doby. Faktor veku sme sa pokúsili objektivizovať kontrolou o vysokoškolské vzdelanie a mieru osobného vzťahu k umeniu. Tie sme už vyššie identifikovali v priamom alebo nepriamom vzťahu s deklarovávaným záujmom o klímu.

So súvislosťou medzi vekom a sociálnym faktorom korešponduje korelácia voči očakávaniu, že na meniacu sa klímu bude mesto reagovať koordinovanou adaptáciou. Starší ľudia prirodzene očakávajú vo väčšej miere zmenu osobného postoja k životnému prostrediu v kontexte toho čo sa deje okolo nich. Medzi socioekonomickými prioritami významne vyššie radia sociálnu inklúziu. Okrem toho sú optimistickjší aj z hľadiska schopnosti spoločnosti vynachádzať riešenia problémov, ktoré zatiaľ nepoznáme, pretože ich osobná historická perspektíva umožňuje vnímať nesporný technologický progres, ktorý je badateľný aj bežnému spotrebiteľovi ďaleko od výskumu a vývoja inovácií.



Obrázok. Dvojica emočných máp ilustruje generačný rozdiel medzi respondentmi (A) do 29 rokov a vo veku 30 a viac rokov (B). Pokles intenzity smútku, znechutenia a hnevu s pribúdajúcim vekom reorganizuje aj komplexné emócie, ktoré vznikajú kombináciou primárnych. V zážitku mladých respondentov sa vytráca polarita prieskumníckeho inštinktu medzi očakávaním a prekvapením. Namiesto konfliktu emócií strach a hnev je ich depresívny cyklus uzatvorený v trojici strach – smútok – znechutenie. Emočná línia prekvapenie – radosť – dôvera v mysli konkuruje smútku. Zážitok staršej generácie je komplikovanejší. Podstatne významnejšiu úlohu pre nich hrá sociálny faktor premietajúci sa do dôvery. Pre túto časť publika však nie je iba zdrojom radosti ale aj strachu. Realizuje sa aj polarita konfliktných emócií dôvera a znechutenie, ktorú sme bez oddelenia staršej generácie v publiku nevideli.

Skúsenosti a priority viac umelecky založených ľudí vo vzťahu ku klimateckej téme sa systematicky menia. Ľudia deklarujú vyššiu ochotu prispôbiť svoj osobný životný štýl a očakávajú, že meniaci sa klíma bude mať vplyv na ich prácu. Vysokoškolské vzdelanie naopak toto očakávanie potláča. Medzi prioritami uprednostňujú klímu a sociálnu inklúziu – podobne ako staršia generácia ľudí. Zdá sa, akoby skúsenosť s umeleckým obsahom zvyšovala schopnosť vnímať osobnú situáciu v kontexte toho, čo žiada situácia vyvíjajúca sa do neznáma. Kým vedomosti pocit kontroly nad životnou situáciou v profesnom smere zvyšujú, umelecké založenie umožňuje prijať viac neurčitosti.

ZÁVER

V štúdiu sme vytvorili a otestovali metodicky pomerne nenáročný spôsob, ktorým je možné merať a analyzovať obsah komunikácie medzi umeleckým dielom a publikom. Implementovaný Plutchikov model sa opiera o psychologicko-evolučné základy, kde téma klimatickej krízy súvisí s našim hlbokým podvedomým vybavením určeným pre prežitie v dynamickom prírodnom prostredí. Možno vôbec nie je náhoda, že prostredníctvom práve tohto modelu skúmame reakciu publika na globálny environmentálny problém, ktorý má potenciál podkopať samotné civilizačné základy a uvrhnúť nás späť do akéhosi praveku, akurát v podmienkach, na ktoré nie sme adaptovaní.

Audio-vizuálne diela "Climate Stripes" a "Øuroboros" vyvolávajú v publiku dobre čitateľnú kolektívnu reakciu, ktorá obsahuje emócie zapojené do komplexnej štruktúry. V jednej rovine emócie odhaľujú existenčné obavy publika a v druhej rovine do myslenia vnášajú nádej v pozornosti detailom situácie, v ktorej sme sa ocitli. Prieskumnícky inštinkt človeka vyvoláva priam pozitívnu emočnú reakciu, ktorá by sa v eventuálnom angažovanom umení mala produktívne využiť. Zacyklenie umeleckého zážitku v depresívnom cykle smútku, znechutenia a hnevu kulminuje vo vnútornom konflikte medzi útekovou a útočnou reakciou mysle.

Aj bez hlbšieho poznania mechanizmu reprodukcie emócií v ľudskom mozgu môžeme predpokladať, že práve takto vyzerá "začarovaný kruh", devastačná zostupná špirála, ktorej by sa zrejme spoločnosť mala chcieť za každú cenu vyhnúť. Vnímanie krízy ako príležitosti je potenciálnou cestou z kruhu von. V rovine skúseností obyvateľov s klimatickou témou v každodennom živote ukazujeme, že v kríze máme tendenciu vnímať lepšie sociálny kontext a na spoluprácu pri riešení sa aj spoliehame. Individuálna skúsenosť sa musí dopĺňať s kolektívnou stratégiou adaptácie komunity. Obyvatelia nám indikujú, že popri ochote meniť svoj osobný životný štýl očakávajú podobné ambície aj v rovine adaptácie mesta okolo nich.

Umenie a jeho mnohohrstevnatá komunikačná schopnosť nás nútia prehodnocovať obraz človeka len ako racionálnej bytosti obývajúcej moderný svet. Naša spätosť s prírodou, naprieč tisícročiami prírodnej evolúcie, je úplne zjavná a čitateľná. Ak chceme v mitigácii klimatickej krízy mať čo len šancu na úspech, nemáme na výber a musíme preniknúť podstatne hlbšie k pochopeniu ako myslíme, cítime a komunikujeme individuálne a v sociálnej skupine. Sme totiž sociálnym biologickým druhom, ktorý za svoj evolučný úspech podľa všetkého vďačí práve schopnosti spolupracovať ďaleko za hranice našich čisto biologických kapacít.