

## **Kulturna ponuda grada Zrenjanina: izazovi i monitoring**

### **Strategije razvoja kulture grada Zrenjanina za period od 2014. – 2022. godine**

U tekstu se nalaze rezultati sociološkog istraživanja kulturne potražnje i ponude u Zrenjaninu. Naručilac istraživanja, Gradska uprava Zrenjanin, zatražio je posebno usredsređivanje „na inkluziju i tekuću evaluaciju rezultata procesa implementacije“ projekta „InclusiveArt – Access to Culture for Disadvantaged Children and Youth“. Naručilac je učestvovao u izradi Strategije kulturnog razvoja grada Zrenjanina 2014-2022.

Naručilac je zatražio od izvođača sociološko istraživanje kulturne potražnje i ponude u Zrenjaninu, primenom najmanje 1000 upitnika i primenom 20-40 „statističkih upitnika“, kao i kvalitativno istraživanje kroz organizaciju četiri fokus grupe, uz učešće zainteresovanih strana i predstavnika ciljnih grupa projekta. Prilikom izvođenja istraživanja tražena je i dobijena potrebna podrška projektnog tima *InclusiveArt* projekta.

Parcijalni rezultati istraživanja, odnosno, nalazi dobijeni primenom fokus grupa, predstavljeni su, uz učešće predstavnika projektnog tima pomenutog projekta, u Temišvaru, 1. i 2. novembra 2018.

### ***Metod***

Nalazi istraživanja u slučaju svakog proučavanja delom su određeni primenjenim metodom; metod određuje naručilac istraživanja. Izvođač je postupio u skladu sa zahtevima naručioca, izvedeći posebna „kvantitativna“ i „kvalitativna“ istraživanja, čiji su rezultati kombinovani i međusobno upotpunjeni u ovom izveštaju.

Zagovornici kvantitativnog pristupa označavaju ovaj pristup kao onaj koji naglašava postupke poput eksperimenta, različite oblike kvazi-eksperimenata, multivarijantnu analizu i anketu na uzorcima, dok se kao kvalitativni metodi navode postupci karakteristični za etnografiju, studije slučaja, dubinski intervjui i učesničko posmatranje (Reichardt, Cook, 1979:7). S druge

strane, pristalice kvalitativnog pristupa obično tvrde da kvantitativni pristup naglašava merenje i analizu uzročnih odnosa između varijabli, pri čemu zanemaruje ispitivanje kompleksnijih društvenih procesa, dok kvalitativni pristup, prema njihovom mišljenju, naglasak stavlja na svojevrsnu društvenu konstrukciju stvarnosti i na tesnu vezu između istraživača i proučavane pojave (Denzin, Lincoln, 1994:4).

C. Ragin uočio je sledeća najvažnija ograničenja kvantitativne metodologije: 1. primenu malih setova podataka; 2. problem poređenja podataka. Prema Raginovom mišljenju, kvalitativna istraživanja teže da budu usredsređena na slučajeve (*case-oriented*) umesto na pojedinačne činioce (*variable-oriented*) i kao takva naginju da budu istorijska pre nego apstraktno-kauzalna. Ragin pri tom upozorava da pisci poput S. Andreskog (Andreski, 1965:66) greše kada uporedna istraživanja ograničavaju na »kros-socijetalni nivo« (odnosno na obuhvat više društava). Ovo shvatanje glavnu vrednost kvalitativne orijentacije nalazi na polju heuristike. Metodi orijentisani na istraživanje malog broja detaljno ispitanih slučajeva snažno stimulišu razvoj novih supstantivnih teorija (Ragin, 1989:44). U tom smislu, i Millov metod slaganja ima svoju vrednost. Na primer, ako se proučavaju različite pojave A i B koje imaju istu posledicu Y, potrebno je ispitati uzročno relevantne sličnosti pojava (ili, još češće, varijeteta) A i B koje mogu objasniti zajedničku posledicu. U svakom slučaju, samo sadržajan pojmovni okvir omogućuje traganje za uzrocima relevantnih sličnosti. Na osnovu njihove identifikacije može se formulisati opšte objašnjenje. Nešto slično važi i za uporedno ispitivanje malog broja slučajeva sa različitim posledicama (Ragin, 1989:47).

Mada zagovornik kvalitativnog pristupa, Ragin dobro uočava da je njegova osnovna slabost pri primeni u uporednim istraživanjima tendencija ka partikularizaciji. S druge strane, kvantitativna orijentacija pokazuje metodski nepoželjnu sklonost prema apstraktnim, a nekad i prema sadržajno dosta praznim, objašnjenjima. Prema njegovom mišljenju, kvalitativna orijentacija nije prikladna za uporedno proučavanje velikog broja slučajeva, ali je kvantitativna orijentacija nedostatna za uporedno istraživanje složenih slučajeva sa velikim brojem interakcija, gde bi se uzorak morao podeliti na mnogo poduzoraka. Idealna, kombinovana strategija trebalo bi da bude sposobna da obuhvati veliki broj slučajeva; potom, da osigura primenu logike eksperimentalnog istraživanja u najvećoj mogućoj meri; zatim, da bude analitička, da omogući potpunu specifikaciju, ali da očuva celinu i vezu delova sa celinom pojave, uspevajući da zadrži holistički pristup.

U međuvremenu se, prošle decenije, pojavio pokret za objedinjavanjem kvalitativnih i kvantitativnih istraživanja. Nastao je i časopis "Journal of mixed methods research". Poseban

doprinos dali su radovi Brymana i Smalla. Podela, ipak, istrajava, vođena pre komercijalnim, nego metodološkim, razlozima: postoje probitačne mogućnosti za umnožavanje radnih položaja, profesura, polja “ekspertize”, grantova, putovanja, ako se nastavi na naglašavanju razlika između kvalitativnih i kvantitativnih istraživanja.

Rečeno je da su nalazi istraživanja delimično određeni primenjenim metodom. Metod je, s druge strane, određen ključnim pojmovima koje sadrži tekst narudžbe. Istraživanje kulturne ponude i potražnje podrazumeva da postoje kultura, kultura ponuda i kulturna potražnja u ispitivanoj sredini. Ne može se dovoljno preceniti uticaj ključnih pojmova na istraživačke rezultate. Istraživanja stavova prema Romima ili prema Ciganima, prema pitanju Kosova ili problemu AP Kosovo i Metohija, prema homoseksualcima ili prema gejevima, daju posve različite, često i oprečne, rezultate, i kada se rade u istraživačkom smislu maksimalno korektno. Koje su istraživačke implikacije tri ključna pomenuta pojma koja je sadržavao upit (narudžba na tenderu) naručioca?

Prvo, nesporno je da u Gradu Zrenjaninu postoje kultura i kulturna ponuda. Postojanje kulturne potražnje postulirano je samom narudžbom. Čak i da ona realno uopšte ne postoji (što bi bilo nemoguće), morala bi se istraživački ustanoviti neka njena vrsta i neka mera njenog intenziteta, već samom formulacijom istraživanja. Istraživanja ne samo što oslikavaju stvarnost, nego je delom i stvaraju. Ovo važi za sve nauke, i prisutno je u metodološkoj misli bar od otkrića Heisebergovog principa neodređenosti. U situaciji teških ekonomskih problema, nezaposlenosti, siromaštva, moglo bi se očekivati da kulturna potražnja bude stvarno mala i da delom u nalazima bude konstruisana samim izvođenjem istraživanja. S druge strane, ne treba zaboraviti da u situaciji opterećenoj stvarnim društvenim problemima postoji velika šansa za produktivnu upotrebu kulture: *kultura je jevtina u poređenju sa drugim društvenim delatnostima i proizvodi veći efekat na osnovu manjih ulaganja nego što je slučaj sa pokušajima da se poboljša stanje na drugim područjima*, poput privrede, politike ili zdravstva. Osim toga, kultura ima afirmativni karakter: još je Herbert Markuze pokazivao kako protivrečnosti i nelagode koje se javljaju kao neotklonjive u realnom životu mogu da se simbolički otklone na ravni kulture. (Markuze,1997)

No, pogledajmo, u ovom času, dok se još ne upustimo u ispitivanje uticaja same narudžbe (primena najmanje 1000 upitnika i primena 20-40 „statističkih upitnika“) pre svega rezultate dobijene upotrebom „kvalitativnog“ postupka, kakav su fokus grupe.

## *Ispitivanje preko "kvalitativnog" postupka*

Istraživački instrument bio je vodič za fokusgrupni intervju, konstruisan u skladu sa istraživačkim nalazima iz Istraživanja o kulturnoj ponudi i potražnji na teritoriji grada Zrenjanina odnosno u skladu sa „Strategijom razvoja kulture grada Zrenjanina za period od 2014. – 2022. godine“ (u daljem tekstu Strategija). Vodič za fokus grupe priložen je na kraju izveštaja.

Sprovedena su četiri fokusgrupna intervju sa sledećim kategorijama učesnika: 1. građani/konzumenti kulturnih proizvoda; 2. direktori/urednici kulturnih ustanova; 3. osobe sa invaliditetom, roditelji dece/mladih sa smetnjama u razvoju; 4. predstavnici poslovnih krugova. Kao predstavnici kulturnih ustanova učestvovali su predstavnici sledećih institucija: Kulturnog centra, Narodnog pozorišta „Toša Jovanović“, Savremene galerije umetničke kolonije Ečka, Istorijskog arhiva, Amaterskog pozorišta Madach, Narodnog muzeja, Zavoda za zaštitu spomenika kulture. Kao predstavnici poslovnih krugova u fokusgrupnom intervjuu učestvovali su predstavnici: lanac marketa PerSu, trgovinska kompanija Gomex, Voda plus, Diginet studio i štamparija, Suvenir 023.

### **Kultura i identitet grada: simboli i prepoznatljivost**

U skladu sa složenošću pojma i učesnici fokusgrupnih intervju različitno su videli kulturu. Tako se javljaju odgovori koji se mogu naći i u stručnoj literaturi („Kultura je način života“), ali i sve ono što bi se moglo naći u različitim klasifikacijama i grupisanja definicija: umetnost je potreba, bonton, vaspitanje, druženje/krug prijatelja, kritika, svaka intervencija čoveka u prirodi, obrazovanje, negovanje tradicije, potreba, duh zajednice, budućnost održavanja nacije, porodica, nasleđe.

Identitet jednog grada se može definisati kao „skup jedinstvenih osobina i obeležja koji obezbeđuje trajnu prepoznatljivost jednom gradu u poređenju s drugim gradovima, po kojima se on od njih razlikuje i priznaje kao poseban. Osnovni elementi identiteta grada jesu fizički izgled, odnosno okruženje (kako prirodno, tako i izgrađeno), aktivnosti koje se u njemu odvijaju, te značenja i simboli koje ljudi pripisuju i jednome i drugome“ (Backović, Spasić, 2014: 103). Strategija identitet definiše kao „jedinstvo i individualnost jedne sredine utemeljen na postojećim

resursima lokalne zajednice“(str. 26), odnosno jasno ističe da Zrenjanin nema jasno definisan kulturni identitet (str. 32).

U fokusgrupnim intervjuima predstavnici institucija kulture u gradu su jedina grupa ispitanika koja je bila upoznata sa time da grad zvanično nema jasno definisan kulturni identitet. Svi ispitanici se slažu oko ocene da je Zrenjanin grad koji je u prethodnim vremenima imao jasno definisan identitet i on se vezuje pre svega za industrijski grad („Zrenjanin je bio grad industrije, sada ni toga više nema“) ili grad poznat po muzici (bilo alternativnoj ili horskoj). Jedna izjava učesnice fokus grupe više je nego jasna: „*Ovo je bio grad industrije izuzetno prepoznat kao takav i to je bio njegov identitet, sa informatičkom revolucijom Zrenjanin se pogubio i mnogi gradovi u Evropi su tada izgubili identitet ali oni su se prestrukturirali i pronašli svoj identitet. Mi se nismo pronašli još uvek, a čim se ne pronađeš onda živiš na lovorikama istorije.*“

U pogledu simbolizacije i unutrašnjeg sklada gradskog identiteta ispitanici su orijentisani pre svega na pozitivne markere identiteta, pa se tako navode kao značajni simboli grada Narodno pozorište (kao pozorište koje je starije od Narodnog pozorišta u Beogradu; u samoj stvari u pitanju starost zgrade Pozorišta u Zrenjaninu), te multietnički karakter grada i horsko pevanje. Ambivalentan stav je izražen prema mostovima kao simbolu grada (grad sa najvećim brojem mostova, od čega je jedan i „na suvom“), dok se kao negativni simboli grada javljaju Dani piva („Smeju nam se ljudi, nemamo industriju piva a imamo Dane piva“) i voda.

Jedna od važnih dimenzija identiteta jednoga grada jeste i poredbena dimenzija: da li se stanovnici grada porede sa nekim drugim naseljem, u kom pravcu i koliko im to znači. Stoga je jedno od pitanja na koje su ispitanici odgovarali i: „Da li između vašeg i nekog drugog grada u Srbiji postoji izrazita sličnost? Da li između vašeg i nekog drugog grada u Srbiji postoji konkurencija? Ako da, u čemu ili oko čega je ta konkurencija?“.

Zaključak je da ova dimenzija identiteta za Zrenjanince ne igra značajnu ulogu – Zrenjanin se gleda prvenstveno kao zasebna autohtona celina, koja ima svoje kulturne, privredne i ostale osobnosti. Ispitanicima je trebalo vremena da daju odgovore na ova pitanja i nisu bili u stanju da koncizno objasne sličnosti odnosno konkurencije između Zrenjanina i gradova koje su navodili. Ipak, gradovi koji se navode kao slični Zrenjaninu javljaju se Sombor i Subotica, pre svega zbog (austroугarske) arhitekture i mentaliteta stanovništva, ali i Pančevo (kao industrijski grad). Sa druge strane, Kikinda se može videti kao naselje konkurentno Zrenjaninu ali isključivo iz perspektive Kikindana. Prema našem primarnom iskustvu, ovaj jednostrani rivalitet Kikindana

prema Zrenjanicima zaista u izvesnoj meri postoji. To je, ponešto preterano naglašavajući, izrazio i jedan od učesnika fokus grupe: „*Kikinda bi želela da bude konkurencija ali je mnogo mali grad i vode je ljudi koji možda mogu da je vode u ekonomskom smislu ali u duhovnom i kulturnom ne, oni su u paničnom kompleksu niže vrednosti koji pokušavaju da nadržastu.*“

## Percepcija kulturne politike i kulturne ponude grada u okviru fokus grupa

Literatura prepoznaje dva osnovna principa, odnosno koncepta kulturne politike. *Humanistički princip* zasniva se na „uverenju da kultura bitno određuje pojedinca i društvo, pa i grad u celini. Ako neki grad ne može kulturno da se odredi, on gubi svoj identitet. Društvo i grad su dužni da osiguraju što efikasniji protok kulturnih informacija, to jest sadržaja, i što povoljnije uslove za njihovo stvaranje“. Sa druge strane, *tržišni princip* u kulturnoj politici „vrednuje kulturne sadržaje kao potrošna dobra podvrgnuta zakonima tržišta. Tržišno usmerenje favorizuje ono što se trenutno traži, bez obzira na to da li je reč o autentičnom kulturnom sadržaju“ (Dragićević-Šešić, prema Vasiljević, 2000: 106). Prevlast jednog ili drugog načela, koja obično sapostoje u nejednakoj meri, zavisna je od preovlađujućih odnosa u društvenoj strukturi konkretnog globalnog društva. Pri tom se niti precenjuje niti neosnovano umanjuje mogućnost aktera sa lokalnog nivoa da vrše određene modifikacije globalno određenih kulturnih uslova i pretpostavki.

Razgovor sa ispitanicima, kao i sama Strategija, upućuju na zaključak da je tržišni princip dominantan u definisanju kulturne politike grada. Drugačije i ne može biti, s obzirom da je društvo Srbije kapitalističko društvo. Tako se u Strategiji navodi da „u današnjim uslovima kulturni resursi se moraju nuditi na tržištu kao kulturni „proizvod““ (str. 81). Sa druge strane, humanistički princip je i dalje prisutan u svesti ispitanika („Kultura je važna za sve nas, ona nas održava“), ali se kulturne politike opravdavaju savremenim kapitalističkim uređenjem koje se preliva u sve sfere društvenog delovanja, pa tako i kulturnog.

Tržišni princip kulturne politike grada, određen socijalnim osobinama globalnog društva, jasno je vidljiv u isticanju zahteva koji se stavljaju pred proizvođače kulturnih sadržaja i upravljačke strukture kulturnih institucija: poslovanje na osnovama efikasnosti, takmičenje sa ostalim društvenim akterima kako bi baš njihov proizvod privukao pažnju privrednika (kao jednog od

finansijera kulturne produkcije), te uopšte traganje za eksternim izvorima finansiranja (van državnih i lokalnih institucija).

Razume se da ovakvo stanje stvari nije karakteristično niti za Zrenjanin niti za Srbiju. Naime, u svetu se kulturna politika gradskih uprava menjala tokom druge polovine XX veka. Tako je pedesetih godina bio zastupljen tradicionalni način vođenja kulturnih politika o gradskim institucijama kulture (što je podrazumevalo i marginalan značaj kulture u sklopu gradskih politika), u zemljama socijalističkih uređenja na delu je bio tzv. ideologizovan način vođenja kulture (spektakl zatvoren u tradicionalnim objektima), šezdesete su sa sobom donele sociokulturne politike (demokratizacija, decentralizacija, rehabilitacija ambijenata, objekata), sedamdesete tzv. „glamurozne umetničke politike“, a trenutno tržišno usmerena marketinška politika na sceni je od osamdesetih godina. Praktično, ovo znači da je kultura u službi lokalne privrede i njenog imidža, a ovakve tendencije su jasno uočljive i u bivšim socijalističkim republikama (Vasiljević, 2000: 110).

U znaku održavanja i konstruisanja kulturnog identiteta Zrenjaninaca, Zrenjanin je grad u kojem se kraći ili duži vremenski period održavaju različite manifestacije. Manifestacije koje se održavaju u gradovima jedan su od sastavnih elemenata konstrukcije identiteta grada.

Kao najprepoznatije manifestacije među ispitanicima navođene su: Dani piva, Međunarodni festival folklor „Lala“, Korzofest, etnofestival „Banatska priča“, Ženska Nova godina, Stripolis, Festival horova, novogodišnji koncert filharmonije. Dok su ostale manifestacije navedene kao pozitivni primeri stvaranja kulturnog identiteta grada i očuvanja kulturnog nasleđa, manifestacija Dani piva je među svim ispitanicima percipirana pretežno negativno. Naime, ispitanici smatraju da ova manifestacija otvara prostor, sa jedne strane, za finansijske malverzacije, a sa druge strane, za prodor masovne popularne kulture, koja ima vašarski karakter. Sa druge strane, videće se da su ispitanici obuhvaćeni anketnim istraživanjem Dane piva ocenjivali znatno povoljnije. Stav prema njima bitno je određen socijalnim i, u njihovom okviru, užim „staleškim“ osobinama.

Vrlo je važan zaključak da se ispitanici slažu da je kulturna ponuda grada vrlo raznovrsna, odnosno da to nije jedan od osnovnih problema u oblasti kulture. Kao problemi koji se navode, a koji direktno utiču na kulturnu ponudu grada, ističu se: navodna nezainteresovanost lokalnih vlasti i same države za kulturu (kao sistemski problemi), nezainteresovanost kulturnih konzumenata pre

svoga zbog smanjenja kvaliteta kulturne ponude, kao i nestručnost kadra koji kreira kulturne politike<sup>1</sup>.

Navodnu nestručnost zaposlenih u ustanovama kulture podvlače svi ispitanici, a posebno se naglašava da kvalitetni kulturni sadržaji nastaju kao produkt entuzijazma pojedinaca. Drugim rečima, postoji uverenje da nedostaje sistemsko bavljenje kulturom od strane zaposlenih u institucijama kulture, odnosno od strane lokalnih, pokrajinskih i državnih vlasti. Osnovanost ovakvog uverenja mogla bi se proveriti samo ispitivanjem odgovarajućih državnih politika i nosilaca lokalnih, pokrajinskih i državnih vlasti, što, po prirodi stvari, izlazi iz tematskog okvira istraživanja<sup>2</sup>.

Kada je reč o očuvanju materijalnog kulturnog nasleđa, pre svega spomenika od značaja, očuvanje objekata i izgleda grada, ispitanici se slažu da je stanje objekata nezadovoljavajuće. Kao glavni razlog ovakvog stanja navode se nerešeni imovinsko-pravni odnosi. Posebno je bitno primetiti da građani odgovornost za neodržavanje zaštićenih objekata pripisuju vlasnicima objekata i lokalnim strukturama vlasti koje su vršile privatizaciju objekata. Sa druge strane, Zavod za zaštitu spomenika se posmatra blagonaklono – kao institucija koja nema izvršnu moć. Kao posebno ugrožen objekat ispitanici navode Pinovu vilu, a kao zaštićene objekti koji se renoviraju navode se najčešće škole. Razumljivo je da ispitanici nemaju uvid u strukturalne osobine savremenog

---

1 Vredi navesti neke od izjava:

„Imamo raznovrsnu i kvalitetnu promenu, ali dolazi do promene i interesovanja publike. Evo pozorišne predstave koje mi radimo, ranije su to bile predstave iz Beograda i Novog Sada u relativno višem kvalitetu i bilo je publike, ali ta vrsta publike odumire fizički, nova vrsta publike ne može da „popije“ takvu predstavu. Sada su sadržaji komercijalni i lakši, a našim budžetom mi ne možemo ni da platimo neku kvalitetnu predstavu a i da snizimo cenu ulaznice“ (direktori, urednici kulturnih ustanova)

„Nije problem u raznovrsnosti, ima svega i svačega, nego u kvalitetu toga što se nudi. Ima svega ima sadržaja ali kvalitet fali. Galerija je nekada imala 20 izložbi godišnje a sada mnogo manje“ (građanin, konzument kulturne ponude)

„Da, jeste raznovrsno, možeš da ideš i u pozorište i u biskop, svuda, ali nama je problem pristupačnost i informisanje o događajima, nije prilagođeno“ (osoba sa invaliditetom)

„Riba smrdi od glave, nestručni ljudi rade i u tome je problem. Institucije kulture se razgrađuju sistematično u celoj državi i što bi se oblast kulture razlikovala od drugih oblasti“ (građanin, konzument kulturne ponude)

2 „Svaka institucija ima pojedince koji uspevaju da održe ceo taj sistem institucija i u svakoj bih mogla da navedem nekoga ko vuče svojim entuzijazmom, to su ono malo stručnih ljudi koji nekim čudom nisu ih oterali i rade, imaju entuzijazam“ (građanka, konzumentkinja kulturne ponude)

„Mi imamo saradnju sa školama ali to zavisi isključivo od entuzijazma od ljudi koji su zainteresovani da tako nešto rade i onda imamo situaciju da prosvetari razmišljaju dobro je da im držimo časove a gde još i da ih vodimo negde. Dakle to je sistemski problem i on mora da se reši na nivou države“ (direktori, urednici kulturnih ustanova)

„Biblioteka je imala inicijativu da urade nekoliko CD-ova za slepe za decu, ali to je inicijativa iz biblioteke, to su entuzijasti, pojedinci koji povuku“ (osoba sa invaliditetom)

„Pa mi nemamo kao država Strategiju kulture, onda je sve jasno, kad državu ne interesuje koga da interesuje“ (direktori, urednici kulturnih ustanova)

kapitalističkog društva i da ne pomišljaju na njih kao na činilac sa najvećim specifičnim uzročnim dejstvom.

Među ustanovama kulture koje građani ispitani u okviru fokus grupa percipiraju pozitivno, posebno se izdvajaju Narodni muzej, Gradska biblioteka i Kulturni centar. Za ove institucije građani kažu da je njihov rad vidljiv, dok za ostale institucije smatraju da ili stagniraju ili nazaduju. Na pitanje da li u poslednje tri godine vide neki pomak u kulturnoj ponudi grada (od kada je u toku implementacija Strategije), ispitanici se slažu u tome da ili ne vide pomak ili je to vrlo zanemarljivo.

Sa Strategijom, izuzev jednog predstavnika ustanova kulture, ostali učesnici fokusgrupnih intervjua nisu upoznati. Građani konzumenti kulturnih sadržaja nisu upoznati ni sa postojanjem Strategije, kao ni osobe sa invaliditetom/roditelji mladih sa smetnjama u razvoju, dok direktori i urednici kulturnih ustanova odnosno preduzetnici znaju da ona postoji, ali nisu upoznati sa sadržajem. Generalno, iskazano je nepoverenje od strane svih ispitanika u mogućnosti Strategije, a glavna zamerka dokumentu jesu preširoki i apstraktni ciljevi. O nepoznavanju sadržaja Strategije i Akcionog plana govori i podatak da ustanove kulture ne ostvaruju saradnju sa Kancelarijom za mlade. Sa druge strane, predstavnik Kancelarije za mlade je rekao da ova saradnja postoji ali nije konkretizovao u kom vidu i obliku<sup>3</sup>.

Postoji problem obaveštenosti. Moglo se čuti mišljenje da rad i finansijsko poslovanje institucija kulture u Zrenjaninu nisu transparentni. Ispitani građani Zrenjanina ne znaju koliko novca tačno ili koliki je udeo budžeta koji Grad izdvaja za kulturu, sa druge strane i bez takve informacije, ispitanici se slažu u oceni da koliko god da se izdvaja nije bitno, jer najveći udeo tih izdvajanja odlazi na plate zaposlenima, a ne na programske sadržaje institucija. Sa ovakvom ocenom slažu se i predstavnici ustanova kulture. Razumljivo je što učesnici fokusgrupnih razgovora nisu pomišljali na zaposlenje u javnom sektoru kao na specifičan strukturalni činilac i faktor alokacije resursa u svim istočnoevropskim državama. Prema njihovom mišljenju, transparentnost informacija ne postoji ni na internet sajtovima ustanova kulture, pa građani, moglo se čuti, ne mogu da pronađu informacije o finansijskim izveštajima ustanova. Sa druge strane, predstavnici ustanova

---

3 Vredi navesti sledeći iskaz: „Nismo detaljno upoznati sa Strategijom. Ali ako se vama smanjuje budžet iz godine u godinu i u roku od 5 god vam je prepolovljena produkcija, ja onda mogu da budem zahvalan što imam redovnu platu, ali produkcija je prepolovljena. Nema logike onda da ja očekujem da to daje rezultate. Ja mislim da ne daje rezultate i sećam se kad je Strategija počela da se radi, pitanje je koliko treba da se izradi počne da se primenjuje i da daje rezultate“ (direktori, urednici kulturnih ustanova).

tvrdili su da je do ovih informacija moguće doći svakako putem Zahteva za pristup informacijama od javnog značaja, te da nema potrebe da se to nalazi na internet stranici.

U pogledu komunikacije sa građanima i publikom, donekle očekivano, iskazi predstavnika ustanova kulture razliku se od iskaza ostalih učesnika fokusgrupnih intervjua. Naime, dok predstavnici ustanova kulture tvrde da rade na informisanju građana o svojim aktivnostima i da su ažurni u obaveštavanju sugrađana o događajima, ostali ispitanici smatraju da građani nisu informisani o događajima, odnosno da se o kulturnim događajima u gradu obaveštavaju uz pomoć ličnih kontakata, a ne putem medija (bilo elektronskih bilo štampanih), jer informacije ne mogu da pronađu. Uz to, predstavnici preduzetnika ističu da vrlo često su oni ti koji rade na promovisanju događaja, umesto zaposlenih u ustanovama kulture.

### Problemi i izazovi: konzumenti kulturnih sadržaja (građani, osobe sa invaliditetom/mladi sa smetnjama u razvoju)

Konzumenti kulturnih sadržaja u gradu kao poseban problem ističu nedostatak informacija o kulturnim sadržajima. Uz to, osobe sa invaliditetom se suočavaju i sa nepristupačnošću ustanova, a osobe sa smetnjama u razvoju dodatno i sa diskriminacijom.

Pristupne rampe ili ne postoje uopšte ili tamo gde postoje nisu adekvatne odnosno nisu pristupačni sve prostorije ustanova (poput toaleta). Ispitanici naglašavaju da i kada se postavljaju rampe niko ne kontaktira njihova udruženja kako bi se rampe postavile na odgovarajući način. Posledica toga je da su ustanove i dalje izrazito nepristupačne. Ovo je jedan od osnovnih razloga što osobe sa invaliditetom retko konzumiraju kulturne sadržaje<sup>4</sup>.

Diskriminacija, posebno osoba ometenih u razvoju, jeste, prema mišljenju participanata, jedan od problema, mada učesnici navode da primećuju pomak u poslednjih nekoliko godina.

Još jedan od velikih problema koji ovu ugroženu društvenu kategoriju opterećuje jeste i dostupnost informacija. Čak i kada su pojedini sadržaji besplatni ili kada imaju pravo na

---

4 „U kulturnoj ponudi fali pristupačnosti pre nego programskog sadržaja“

„Što se mene tiče, korisnika invalidskih kolica, užasno malo ima pristupačnosti, počev od Kulturnog centra. Ili nemaju rampe ili ih ima a nisu funkcionalne i onda ako uđeš u prostoriju jednu ne možeš dalje. Nijedna ustanova nije pristupačna. Pozorište ima malu rampu koja je strma i udaraš u vrata, ne možeš sam da se popneš“

„Kada uđemo nemamo gde da budemo, jedino kod ulaza a jako često se desi da tu stoje oni koji rade u pozorištu, tako da nema gde“

ostvarivanje pojedinih popusta, ustanove kulture učine minimum napora da obaveste sama udruženja, a kako je najčešće reč o malo broju karata koje dobijaju, informacije dođu samo do pojedinih članova udruženja. Osobe koje nisu članovi udruženja još teže dolaze do informacija<sup>5</sup>.

Dok ostalim građanima cena karata ne predstavlja problem, osobe sa invaliditetom i sa smetnjama u razvoju smatraju da cena nije prilagođena njima i jedan je od razloga zbog kojeg ne posećuju ustanove kulture, posebno ukoliko je osobi potrebna i pratnja, koja nema nikakve pogodnosti kada je u pitanju cena ulaznica. Stvaralaštvo osoba sa invaliditetom bi trebalo da bude integralni deo stvaralaštva kulturne scene grada, međutim, to nije slučaj jer inicijativa ne postoji od strane ustanova kulture, a ukoliko neko želi da prikaže svoje stvaralaštvo, kao i ostali, mora se služiti ličnim kontaktima<sup>6</sup>.

Konačno, ne samo da ne postoje pogodnosti za ugrožene društvene grupe već i sadržaji nisu prilagođeni. Tako ne postoje sadržaji koji slepima i slabovidima omogućavaju da uz pomoć audio-deskripcije prate predstave/odnosno da se predstava prevodi na znakovni jezik.

## Problemi i izazovi: direktori i urednici kulturnih ustanova

Problemi sa kojima se suočavaju kreatori kulturne ponude, očekivano, razlikuju se od problema građana. Najvažniji problemi sa kojima se suočavaju direktori i urednici kulturnih ustanova u gradu su: navodna nezainteresovanost donosioca odluka za kulturu; nedostatak

---

5 „Ja znam za neke slepe koji sviraju instrumente ali nema transparentnosti ako meni lično neko ne kaže ja nemam mogućnosti da to saznam“

„Bilo koje udruženje invalida ja se i dan danas iznenadim kad čujem da imam neke pogodnosti, nijednog momenta nisam imao na papiru ništa da mi neko kaže ti imaš pravo na to to to i možeš da ostvariš na taj i taj način – te stvari se zloupotrebljavaju“

„Svede se na to da je lično snalaženje, ako se snađe neko da nešto izloži, kao i svi umetnici. Nema inicijative od strane institucije“

6 „Ja sam predstavnik udruženja ... ljudi sa mentalnim poremećajima. Oni imaju želju da idu u pozorište i da pogledaju film i imali smo koleginicu koja ih je vodila konstantno i onda je to prestalo jer ti ljudi nemaju finansijskih mogućnosti da plaćaju karte, a neke institucije nisu htele da izađu u susret“

„Problem je i za one koji ne mogu sami da odu a nemaju ko da ih zastupa, to je i ponižavajuće da odem da molim za kartu“

„Pojedincima je teško, naša želja da odemo postoji ali moja ćerka ne zna ni da čita ni da piše, i ona neće znati gde je levo gde je desno gde je parter gde loža, znači neko mora da ode sa njom, a to je već 350 din pa puta dva, prevoza nemamo...“

„Besplatne karte postoje – pošalju se udruženjima i to je deset karata i udruženja dobiju informaciju ali ne prosleđuju svima nego selektivno. Pritom služe se time tim besplatnim karatama da bi pridobili glasače“

prostora; projektno finansiranje; nedostatak finansija i autonomije u upravljanju sredstvima; kadrovska pitanja i navodni politički pritisak.

Iskazi o navodnim političkim pritiscima izostavljeni su, da se ne bi nanela šteta ispitanicima, preko njihove identifikacije koja se ne bi mogla izbeći. No, neki drugi iskazi jasno ocrtavaju predstave učesnika ove fokus grupe: „Nedostatak novca i usmeravanje novca neravnomerno i neravnopravno, to je problem. Usmerava se na određeni način, tačno se zna, tamo gde postoji novac tu je i interes, onaj koji ima novac on usmerava prema svom interesu i naravno da onda svi mi kukamo u institucijama kulture“. Ili: „Sigurno da ima i političkih pritisaka ali je važnije ono što je sistemski problem. Od skoro ustanove kulture nemaju svoja sredstva, znate... mi smo imali sopstvena sredstva, radili smo neke usluge i za to smo dobijali novac i jedan deo novca je išao i u program. Ne sve, ali nešto je išlo i u program. Mi to sad nemamo. Mi sad selotejp traku možemo da platimo ili iz svog džepa ili ako je nema da čekamo kada će doći na red javna nabavka administrativnog materijala. To je najmanja stvar u suštini, ali sve ide kroz projekte, i kroz konkurse i normalno je da u krajnjoj liniji sve politika određuje. Kada ministarstvo raspiše konkurs naravno da mi dajemo inicijativu predlozima, ali oni odlučuju šta prolazi a šta ne a opšte je poznata stvar da se naši upravnici i direktori biraju na političkoj osnovi. Znači novac je centralizovan“. Ili: „Ova situacija sada je strašna, kad su nam oduzeli ta naša sredstva, nemaš benzin da odeš na teren... i jako trpimo zbog toga a to nije svuda tako, nije tako u svim gradovima. Mi sada kada uradimo uslužnu delatnost i to što se zaradi ide na račun grada i onda grad kaže daćemo vam nešto a uglavnom ne... a postoji još jedna stvar, mi toliko dugo živimo pod ovakvim sistemom da ja mislim da je to već autocenzura, ne treba niko ništa da te pritiska, znaš šta možeš a šta ne...“ Takođe i: „Kadrovska pitanja su problem, stručnost ljudi, osnovna sredstva za rad, sve je problem... pada kvalitet iz godine u godinu. Možda neko ko provodi godine u toj instituciji ne može tako jasno da vidi sve ali ako bi neko napravio presek pre 10 godina šta je bilo, sa današnjim presekom, tačno vidite gde smo i šta smo.“

Program i kulturni sadržaj, prema rečima jednog od učesnika, dominantno je određen novcem, ali i stručnošću kreatora sadržaja.

Prema rečima učesnika fokusgrupnog intervjua, ustanove kulture koriste mogućnosti i domete informacionih tehnologija<sup>7</sup>. Ipak, ono što se da uočiti jeste da postoji šablon prema kojem

---

<sup>7</sup> „Uvek se svima šalje najava: medijima, posebno listu Zrenjanin, posebno ostalima i portalima, pedantno se objavljuje sve, na sajt, event na Facebook, na Instagram itd. Svim sadržajima se pristupa isto“

ustanove funkcionišu, pre svega u smislu obaveštavanja javnosti. Drugim rečima, ne pravi se strategija za svaki pojedinačni sadržaj u skladu sa ciljnom grupom, već se uvek deluje po ustaljenom principu oglašavanja. Uz to, ustanove vode samo osnovne statistike svoje publike (na nivou „udaranja recki“ broja posetilaca), bez istančanije statistike koja bi omogućila markiranje ciljne grupe za određene sadržaje kojima bi se onda u budućnosti obraćali.

Najzad, kada je reč o saradnji sa različitim nivoima administracije (lokalnim, pokrajinskim i nacionalnim), ispitanici smatraju da generalno ne postoji sluh donosioca odluka za kulturu, ali i da je komunikacija sa lokalnom administracijom najproblematičnija. Ipak, ne treba zaboraviti da je lokalni nivo najzastupljeniji u komunikaciji te da se ovde i očekuju najveći problemi<sup>8</sup>.

### Problemi i izazovi: preduzetnici

Kao jedan od strateških ciljeva u razvoju kulture i kulturne ponude grada Zrenjanina prepoznat je i značaj saradnje sa poslovnim sektorom. Poslovni sektor u Zrenjaninu prepoznaje značaj kulture, kako za razvoj preduzetništva tako i za razvoj i unapređenje same privrede u gradu. Kao najveći problem u oblasti kulture koji preduzetnici detektuju u svom gradu su: politizacija, nedostatak stručnog kadra i inertnost i uspavanost kulturnih radnika.

Preduzetnici koji su učestvovali na fokusgrupnim razgovorima smatrali su da zaposleni u ustanovama kulture ne rade svoj posao, te da vrlo često oni kao sponzori raznih manifestacija rade i posao koji bi trebalo da obavljaju zaposleni u ustanovama kulture. Uz navedeno, kao društveni akteri koji pomažu razvijanju kulture u Zrenjaninu, prema rečima preduzetnika, prepoznati su samo neki preduzetnici, dok se ostali ne uključuju, a institucije kulture se i ne trude da priviku nove izvore finansiranja<sup>9</sup>.

---

8 „Ako su u pitanju konkursi i prijave, sredstva se dobijaju i nije sporno to. Lokalna administracija je neko sa kim prvo komunicirate. Pokrajina i nacionalni nivo samo kada se raspisuju konkursi i obično dobijemo nešto jer se svima rasporede stvari. Tako da sa lokalom najviše i problema ima ali zato što sa njima najviše komuniciramo“

9 „Sve se to na kraju svede na privrednike i na ljude koji će da iznesu sve i oko organizacije i oko svega. Kad grad organizuje nešto oni kažu e hajde piši Persu ili Gomexu ili Diginetu a mi ćemo da organizujemo. I onda pišu i kažu, znaš, treba ovo treba ono i kad podvučeš liniju oni su platili 150.000 din binu a mi smo dali 300.000. I plus ajde što smo dali novac, nego i ljude, mi smo ti koji tamo vode računa, paze, popisuju, dok tih nekih ljudi nigde nema“  
„Pa prepoznato je par firmi, samo nas zovu. Nema ko da se bavi time, treba kontaktirati sve ljude, neko treba da bude projekt menadžer u toj priči a npr ja ne mogu još i to“

Ono što preduzetnicima koji ulažu u kulturu izuzetno smeta jeste njihovo uverenje da se njihovi doprinosi kulturnom životu grada ne vrednuju i ne cene dovoljno od strane kako kulturnih institucija, ali pre svega od strane lokalnih vlasti. Npr. „Ono što jako smeta jeste što kada postoji neki interes pojave se svi i kuka i motika. Ti se baviš tu godinama pomažeš, a gde smo mi kad se pojavi strana kompanija. Onda se razočaraš i samo svojom energijom, vlasnik pojedinac koji to voli i oseća onda kaže ok učestvujem u ovome i dalje.“Ili: „Kako razviti zainteresovanost kod drugih privrednika – tako što će kulturni radnici da izađu na teren, komunicirati i razgovarati dati tom privredniku dozu lepog detalja (ja sam recimo sedeo sa Šerbedžijom) i onda kažeš nije mi žao što sam 5 miliona dao zato što mi se desilo to. Jednostavno, nema nikakve zahvalnosti nego samo traže još i više i ljute se ako im kažeš da nekad ne možeš. Nastupaju sa stavom morate da date više.“

Stručni ljudi i zaposleni u ustanovama kulture bi trebalo da, prema mišljenju preduzetnika, budu nosioci kulturnog života grada. Za preduzetnike nije opravdanje nedostatak materijalnih sredstava, jer smatraju da u kulturu ulažu dosta, već veruju da zaposleni u kulturnim ustanovama ne rade dovoljno („Boljka svih državnih organa je *to nije moj posao*, a krilatica: ko dođe pre 8 – magarac, ko ode posle 2 - magarac“) i ne rade svoj posao. Kao i ostali ispitanici, preduzetnici se slažu da nije problem u neraznovrsnosti ponude, već u „lenjosti i učmalosti“.

Među preduzetnicima postoji prećutni, interni dogovor ko finansijski ulaže u koju insituciju, koji se bazira na njihovim principima poslovanja da su zdrava konkurencija ali da „ako nešto finasira *Coca Cola* onda tu *Pepsi* ne ulazi nego nađe nešto drugo“. Ispitanici ističu da vrlo često doniraju robu namesto novca, jer su skeptični u pogledu preraspodele dotiranog novca. Takođe, razočarani svojim doživljajem tretmana od strane institucija kulture, podvlače da je motiv preduzetnika da i dalje pomažu i ulažu u kulturu pre svega lična zainteresovanost, entuzijizam i ljubav preduzetnika prema određenom vidu kulturnog stvaralaštva.

Konačno, preduzetnici veruju da zrenjaninska publika nije nezainteresovana već pre svega neinformisana, te da bi trebalo raditi na boljem obaveštavanju publike: „Cena karte može da utiče na posećenost 50% samo. Za nekoga je mnogo 700 dinara za predstavu, ako ih ide dvoje to je već 1400 dinara, ali to ne objašnjava sve. Ljudi su neinformisani, ne nezainteresovani.“

## *Ispitivanje preko "kvantitativnog" postupka*

Potrebno je da ponovimo da definicija predmeta istraživanja određuje metod, a da metod određuje rezultate. Narudžba je podrazumevala „primenu najmanje 1000 upitnika” i primenu 20 do 40 “statističkih upitnika”. Što se tiče drugog izvora obaveštenja, sleđena su rešenja istraživanja iz 2013, pri čemu su “statistički upitnici” poslani samo kulturnim ustanovama čiji je osnivač Grad; slanje upitnika nevladinim organizacijama koje je 2013. bilo izvedeno izostavljeno je, pošto, s obzirom na kapacitet ovakvih organizacija, takvo „ispitivanje“ nema nikakvog smisla niti može da da bilo kakva saznanja. Istraživanje iz 2013. ovo je potpuno potvrdilo.

Ovom prilikom su, uz uobičajena ustezanja kontaktiranih ustanova, ponekad praćena ne manje uobičajenim izgovorima, dobijeni popunjeni upitnici od Narodnog muzeja, Kulturnog centra i ni od koga drugog. Ova evidencija je po sebi nepotpuna i kao takva služila je samo kao orijentaciona, u svrhu kontekstualiziranja odgovora dobijenih anketnim putem od građanki i građana, kao i ispitivanja istinitosti njihovih verbalnih iskaza.

Ispitivanje „najmanje hiljadu“ korisnika, stanovnica i stanovnika Zrenjanina, starijih od petnaest godina, suoćilo se sa uobičajenim problemima prisutnim pri primeni uzoraka verovatnoće, onih koji jedini omogućavaju uopštavanje rezultata za ukupnu ciljanu populaciju. Pre svega, ne postoje pouzdani podaci o osnovnom skupu. Popis stanovništva izveden 2011. dao je rezultate koji, po obrazloženom mišljenju stručnjaka, odstupaju od tadašnjeg stvarnog stanja ispitivanih pojava za nešto preko 10%. Isto važi i za biraćke spiskove, čija je neažuriranost u celoj zemlji takva da su odstupanja u odnosu na stvarno stanje takođe nešto veća od 10%. U odsustvu pouzdanih postupaka o osnovnom skupu, nemoguće je izračunati grešku uzorka, pa samim tim ne mogu se praviti ni pouzdane procene. U istraživaćkoj praksi ovo se obićno rešava ili tako što se umesto višetapnih uzoraka verovatnoća koriste kvotni uzorci,<sup>10</sup> i na taj naćin što se radi poststratifikacija implementiranog uzorka verovatnoća. Ovom prilikom poststratifikacija nije raćena; narućilac je, u svakom slućaju, traćio „realne“ rezultate, pri čemu „realnost“ nalaza odrećuju, kao što je više puta naznaćeno, već sam predmet i (njime odrećen) metod istraživanja. Da je poststratifikacija raćena,

---

10 Pri čemu treba podsetiti da ama baš svako terensko istraživanje teži da prilikom prikupljanja podataka iz primene slućajnog uzorka preraste u kvotni uzorak, već i stoga što nepismeni, slabije obrazovani i manje obavešteni redovno znatno češće odbijaju anketni razgovor nego oni sa drugaćijim osobinama.

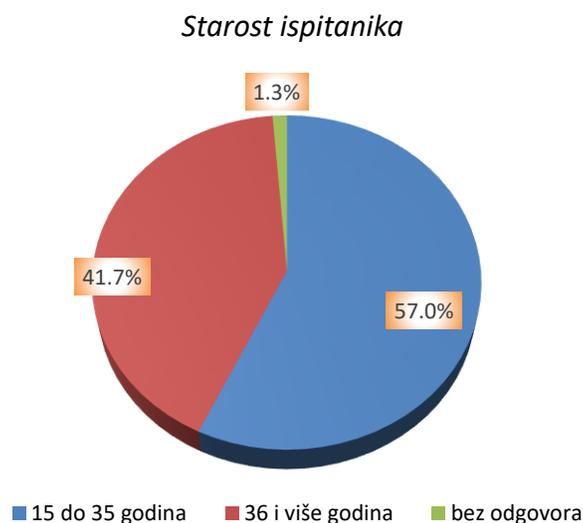
nalazi bi pokazali manju obaveštenost respondenata od one koja je registrovana našim istraživanjem.

Neka pitanja iz upitnika primenjenog 2013. zadržana su; druga su modifikovana, kad god se smatralo da će biti istraživački probojnija, sa svim dobrim (sadržinsko bogatstvo nalaza, i neočekivani nalazi, takozvani „serendipities“) i lošim (smanjena uporedivost nalaza u vremenskoj perspektivi). Isto je urađeno i prilikom obrade podataka: na primer, vrlo zahtevna klasifikacija primenjena u istraživanju iz 2013. o posećivanju kulturnih ustanova ovde je redukovana, čime nije mnogo izgubljeno na polju preciznosti, a dobijeno je na planu preglednosti rezultata.

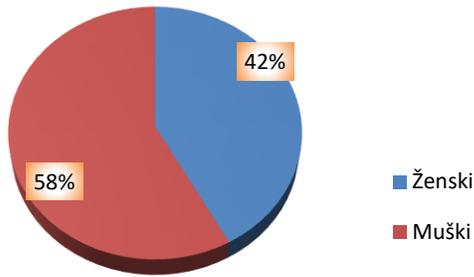
## Uzorak

Osobine realizovanog uzorka biće prikazane u opštim crtama, preko navođenja distribucija po socijalno-demografskim varijablama. Logičku kontrolu „izdržao je“ 1021 popunjen upitnik.

S obzirom na predmet istraživanja, starost ispitanika posmatrana je u okviru dihotomne podele, pri čemu je granica bila postavljena na 35 godina.



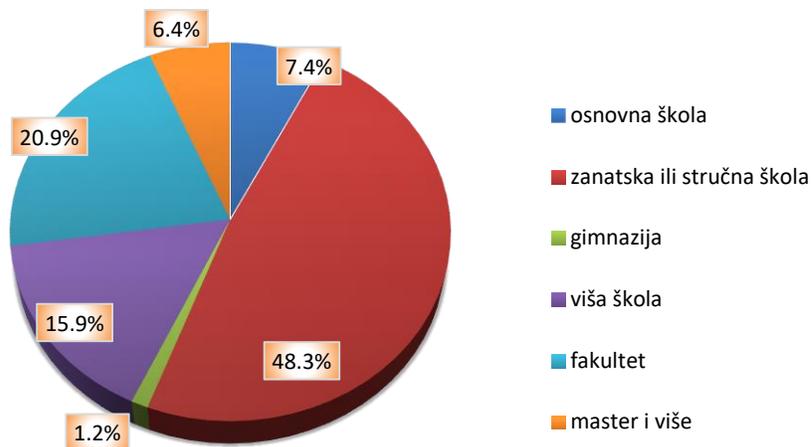
### Pol ispitanika



Prevlast respondenata muškog pola određena je odsustvom poststratifikacije; pri ispitivanju koje se obavlja po domovima respondenata, češća su odbijanja žena.

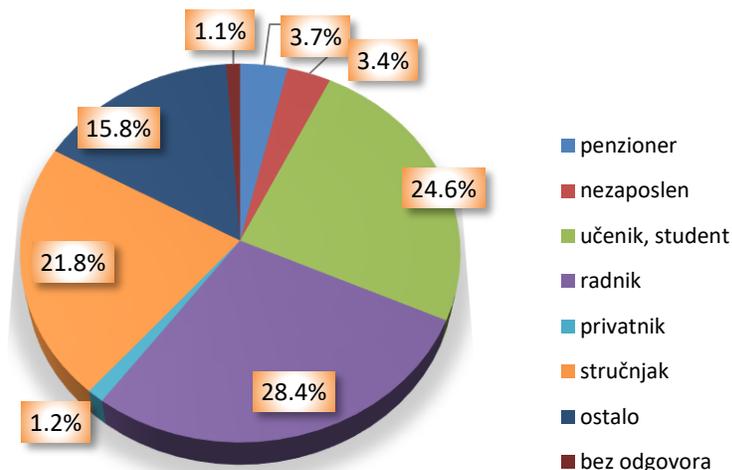
Odsustvo poststratifikacije objašnjava i prezastupljenost respondenata sa obrazovanjem višim od onoga kojeg pružaju srednje škole. S tačke gledišta sadržajnosti odgovora, ovo je, s obzirom na kulturu kao na osnovni pojam kojim se označava predmet istraživanja, prihvaćeno.

### Najviša završena škola



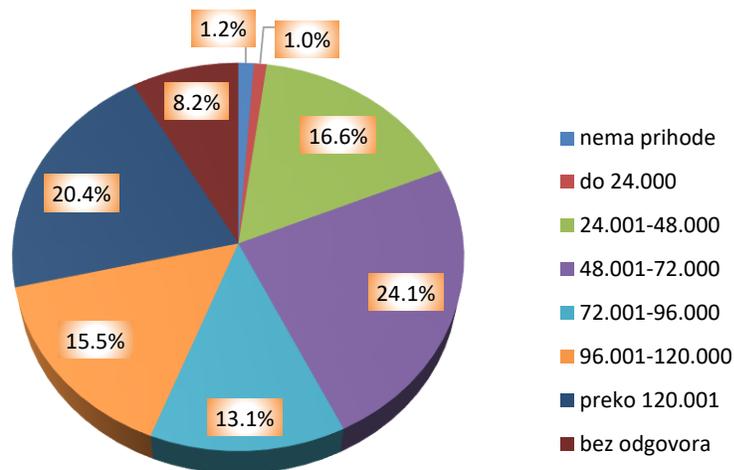
Po sebi se razume da je obrazovanje respondenata bitno uticalo na njihovu strukturu po zanimanjima.

### Zanimanje



Ovde se može navesti i rezultat odgovora na pitanje “Koliki je prosečan mesečni prihod Vaše porodice“.

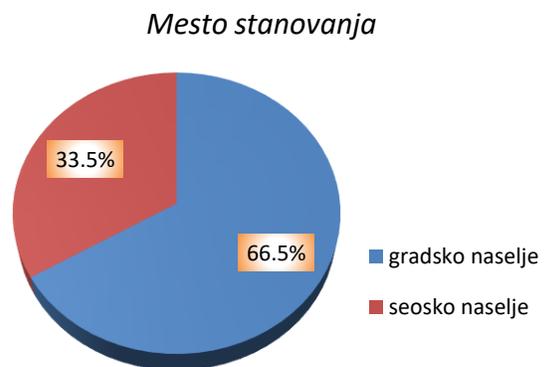
### Prosečan prihod porodice (dinara)



Predočeni nalaz pokazuje znatno veće prihode nego što su oni koje uočavaju sva druga istraživanja materijalnog standarda u Srbiji u 2018. Trenutno se prosečna plata kreće u protivvrednosti od oko 450 eura, medijalna (ona ispod koje i iznad koje se nalazi po

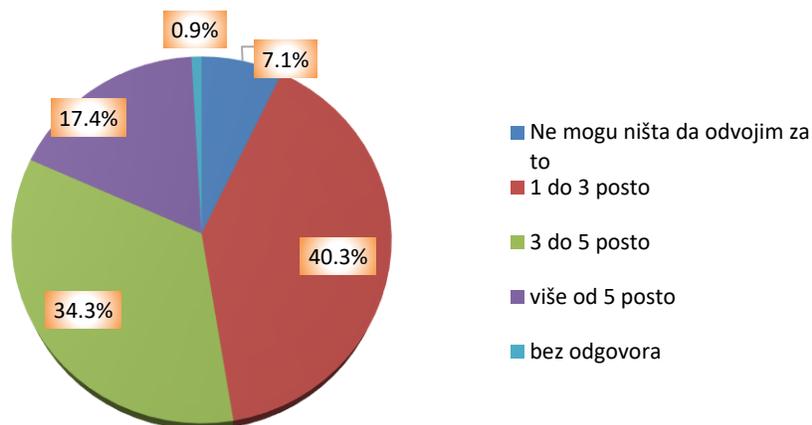
polovina zarada) je znatno niža, a modalna (najčešća) plata je znatno ispod protivvrednosti od 300 eura. Vrlo visok nivo prihoda delom je objašnjiv odgovorima nedovoljno obavještenih najmlađih ispitanika (donja starosna granica bila je 15 godina), a znatno više nesrazmerno velikim odbijanjem siromašnih ljudi da razmišljaju o pitanjima kulturne ponude i potražnje u Zrenjaninu. *Za kulturnu potrošnju potreban je određeni nivo materijalnog standarda koji se nalazi van dosega mnogih naših sugrađanki i sugrađana.* Ovde je ponovo vidljiv uticaj određenog predmeta istraživanja i primenjenog metoda na rezultate.

Struktura respondenata prema tipu naselja u kojima žive grubo odgovara strukturi stanovništva naselja na području Grada Zrenjanina.



Pošto je bilo reči o odgovorima na pitanje o prosečnom mesečnom prihodu porodice, možda je mesto da se iznese i frekvencija odgovora na pitanje “Koji deo ukupnih prihoda Vašeg domaćinstva trošite na kulturne aktivnosti?”

*Koji deo ukupnih prihoda Vašeg domaćinstva trošite na kulturne aktivnosti?*



Ukršteni sa odgovorima na pitanje o prosečnim mesečnim prihodima porodice nalazi o finansijskom aspektu kulturne potrošnje daju značajnu sliku.

PROSEČAN PRIHOD PORODICE I								
DEO PRIHODA KOJI SE TROŠI NA KULTURU								
			DEO PRIHODA KOJI SE TROŠI NA KULTURU				Total	
			Ne mogu ništa da odvojim	1 do 3 posto	3 do 5 posto	više od 5 posto		bez odgovora
PROSEČAN PRIHOD PORODICE	nema prihoda	Broj	0	12	0	0	0	12
		% od prosečan prihod porodice	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% od deo prihoda na kulturu	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
		% od Total	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
	do 24 hiljade	Broj	0	10	0	0	0	10
		% od prosečan prihod porodice	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% od deo prihoda na kulturu	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
		% od Total	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%
	24.001 – 48.000	Broj	35	62	59	13	0	169
		% od prosečan prihod porodice	20,7%	36,7%	34,9%	7,7%	0,0%	100,0%
		% od deo prihoda na kulturu	47,9%	15,1%	16,9%	7,3%	0,0%	16,6%
		% od Total	3,4%	6,1%	5,8%	1,3%	0,0%	16,6%
	48.001 – 72.000	Broj	26	101	99	11	9	246
		% od prosečan prihod porodice	10,6%	41,1%	40,2%	4,5%	3,7%	100,0%
		% od deo prihoda na kulturu	35,6%	24,6%	28,3%	6,2%	100,0%	24,1%
		% od Total	2,5%	9,9%	9,7%	1,1%	0,9%	24,1%
	72.001 – 96.000	Broj	0	27	95	12	0	134
		% od prosečan prihod porodice	0,0%	20,1%	70,9%	9,0%	0,0%	100,0%
		% od deo prihoda na kulturu	0,0%	6,6%	27,1%	6,7%	0,0%	13,1%
		% od Total	0,0%	2,6%	9,3%	1,2%	0,0%	13,1%
96.001 – 120.000	Broj	0	62	26	70	0	158	
	% od prosečan prihod porodice	0,0%	39,2%	16,5%	44,3%	0,0%	100,0%	
	% od deo prihoda na kulturu	0,0%	15,1%	7,4%	39,3%	0,0%	15,5%	
	% od Total	0,0%	6,1%	2,5%	6,9%	0,0%	15,5%	
preko 120.001 dinara	Broj	12	101	60	35	0	208	
	% od prosečan prihod porodice	5,8%	48,6%	28,8%	16,8%	0,0%	100,0%	
	% od deo prihoda na kulturu	16,4%	24,6%	17,1%	19,7%	0,0%	20,4%	
	% od Total	1,2%	9,9%	5,9%	3,4%	0,0%	20,4%	

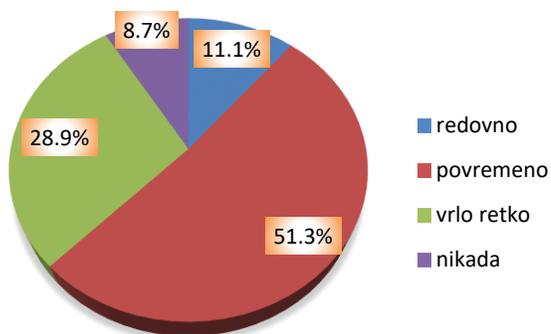
Bez odgovora	Broj	0	36	11	37	0	84
	% od prosečan prihod porodice	0,0%	42,9%	13,1%	44,0%	0,0%	100,0%
	% od deo prihoda na kulturu	0,0%	8,8%	3,1%	20,8%	0,0%	8,2%
	% od Total	0,0%	3,5%	1,1%	3,6%	0,0%	8,2%
Total	Broj	73	411	350	178	9	1021
	% od prosečan prihod porodice	7,1%	40,3%	34,3%	17,4%	0,9%	100,0%
	% od deo prihoda na kulturu	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% od Total	7,1%	40,3%	34,3%	17,4%	0,9%	100,0%

Osim kod (sasvim malobrojne) najniže i kod najviše dohodovne kategorije, uočena je vrlo jaka veza između prihoda i izdavanja na kulturnu potrošnju. Kultura možda nije za najbogatije, ali onima koji nisu najbogatiji može da posluži kao zamena za manje simboličke, “realnije” vrednosti, koje im nedostaju, pri čemu mogućnost za kulturnu potrošnju raste sa materijalnim standardom. *U skladu sa “Matejevim efektom”<sup>11</sup>, oni koji mogu sebi da priušte više ne-kulturnih dobara i usluga, više koriste i kulturna dobra i usluge.*

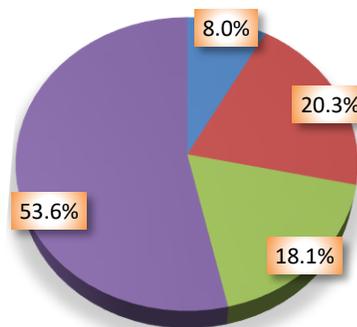
### Posećivanje kulturnih ustanova

Pogledajmo nalaze:

*Koliko često posećujete Pozorište?*



*Koliko često posećujete Lutkarsku scenu?*

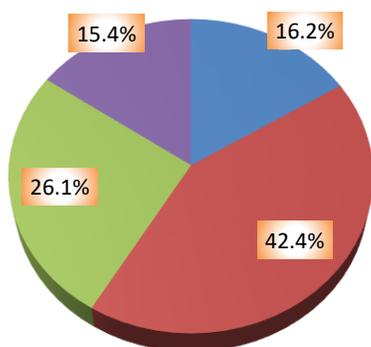


<sup>11</sup> „Ko ima, daće mu se. A ko nema, uzeće mu se i ono što ima“.

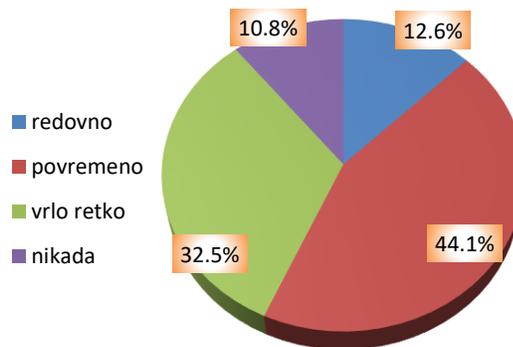
U istraživanju iz 2013. pozorište je veoma retko posećivalo 35% ispitanika, dok njih 19% to nije činilo nikada<sup>12</sup>. U našem istraživanju odgovarajuće procentne brojke su 29 i 9, respektivno. Pri tom treba imati u vidu da je u istraživanju iz 2013. 30% ispitanika izjavilo da pozorište posećuje dva-tri puta godišnje. U istraživanju iz 2013. u pozorište je jednom mesečno ili češće išlo 16% ispitanika; u našem istraživanju njih 11% izjavilo je da ga redovno posećuje. Dve poslednje navedene procentne brojke po svoj prilici omeđuju stvarni interval varijacije posetilaca Narodnog pozorišta “Toša Jovanović” u Zrenjaninu. On se, prema podacima samog pozorišta, kreće, u zavisnosti od godine, na preko deset, pa i preko petnaest hiljada posetilaca godišnje. Pri tom se broj različitih posetilaca ne može utvrditi.

Statistički podaci i u slučaju Lutkarske scene protivreče anketnim podacima: ukupan broj posetilaca u toku godine sličan je broju posetilaca Dramske scene.

*Koliko često posećujete Biblioteku?*



*Koliko često posećujete Kulturni centar?*



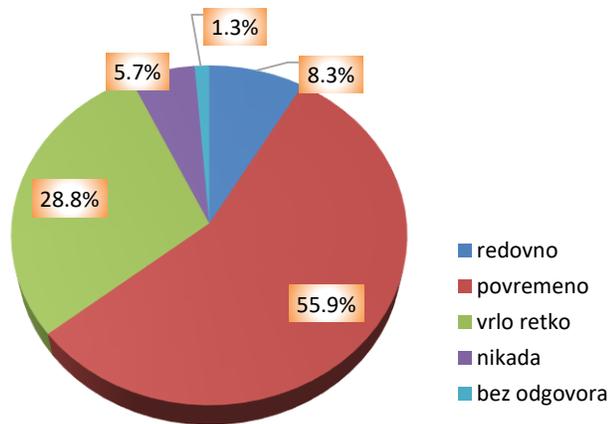
Prema nalazima istraživanja iz 2013. Gradsku biblioteku je veoma retko posećivalo 30% ispitanika, a nikada njih 21%. Odgovarajući procentni poeni u našem istraživanju su 26 i 15, respektivno. Prema nalazima istraživanja iz 2013, biblioteku je jednom mesečno ili češće posećivalo nešto preko 25% ispitanica i ispitanika; naše istraživanje ukazuje da respondenti tvrde da ovu ustanovu redovno posećuju u 16% slučajeva. Obe brojke su nerealne, i to u velikoj meri, ako se ima u vidu broj članova biblioteke (obično ispod četiri

<sup>12</sup> Svi procentni poeni su zbog lakše preglednosti zaokruženi na cele brojeve.

hiljade), koji uključuje i stanovnike mlađe od 15 godina. Sagovornici naših anketara, kao i onih u istraživanju iz 2013, jednostavno nisu govorili istinu u velikom broju slučajeva.

Anketni podaci, ni kada se kombinuju sa drugim izvorima podataka (osim sa posmatranjem, koje nije bilo primenjeno), ne omogućavaju pouzdanu procenu stvarnog stanja. Ukupan broj godišnjih poseta Kulturnom centru doseže, u zavisnosti od godine, prema izvorima iz ove ustanove, oko osamdeset ili sto hiljada posetilaca. U tom smislu, sami po sebi, anketni podaci nisu nerealni; no, oni ne mogu da registruju broj poseta različitih ljudi, pa zato ne mogu ni da posluže kao osnov za procenu.

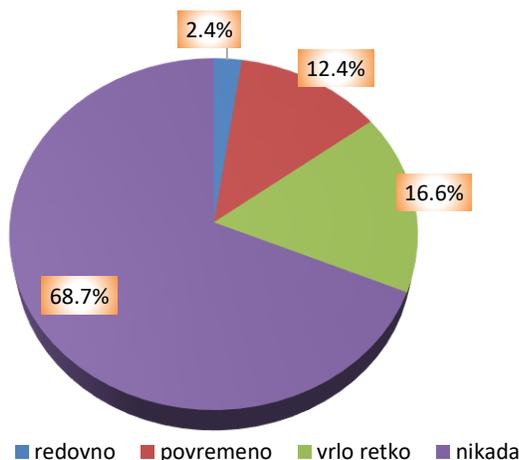
*Koliko često posećujete Muzej?*



U istraživanju iz 2013. Narodni muzej veoma retko je posećivalo 43% ispitanika, a nikada njih 17%. Mi smo dobili nerealan nalaz prema kojem su odgovarajuće procentne brojke 29 i 6, respektivno. Ovom nalazu našeg istraživanja ne može se u potpunosti verovati; uticaj konformizma i društvenih očekivanja ovde je očit. Isto važi, ali u manjoj meri, i za nalaz istraživanja iz 2013. Prema pouzdanijim podacima same ustanove, broj posetilaca varirao je između trećine i polovine stanovnika Grada Zrenjanina. (Izveštaj o kulturnoj ponudi i potražnji na teritoriji Grada Zrenjanina, 2013. sociološko istraživanje dobijeno od organa gradske uprave, str. 74)

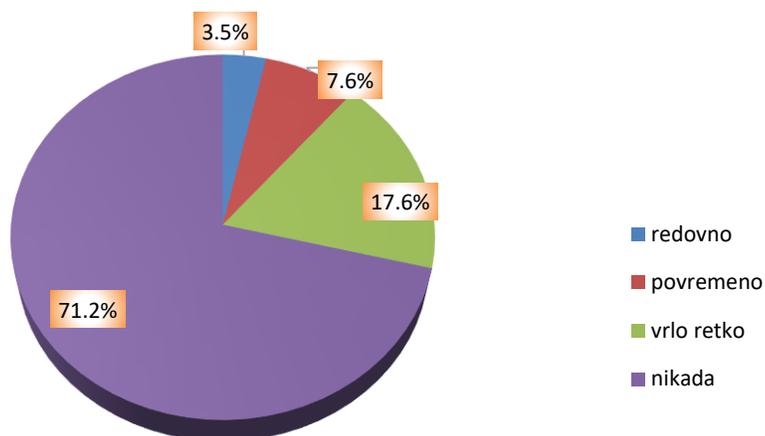
U istraživanju iz 2013. Istorijski arhiv veoma je retko posećivalo 21% ispitanika, dok njih 73% to nije činilo nikada. U našem istraživanju odgovarajuće procentne brojke su 17 i 69, respektivno.

*Koliko često posećujete Istorijski arhiv?*



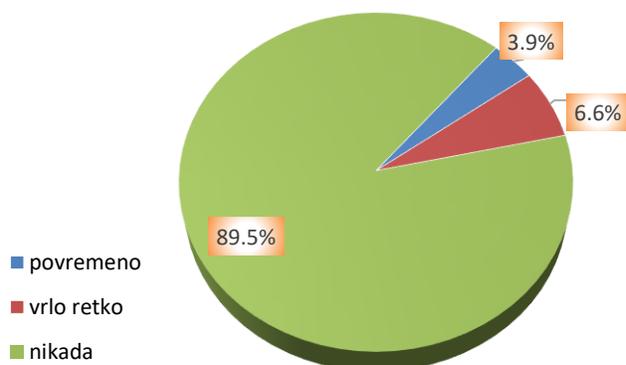
Posve je izvesno da su rezultati oba istraživanja nerealni. Istorijski arhiv je ustanova koju, već po njenom stručnom i za popularizaciju aktivnosti izuzetno teško primenjivom karakteru, izvesno bar ponekad posećuje manje od bilo 14% ili 6% Zrenjaninki i Zrenjaninaca. Nema potrebe za korišćenjem zvaničnih podataka ove ustanove da bi se potkrepila izneta tvrdnja. Ti podaci mogu da ukažu na ukupan broj poseta koji se kreće oko dve hiljade godišnje.

*Koliko često posećujete Savremenu galeriju?*



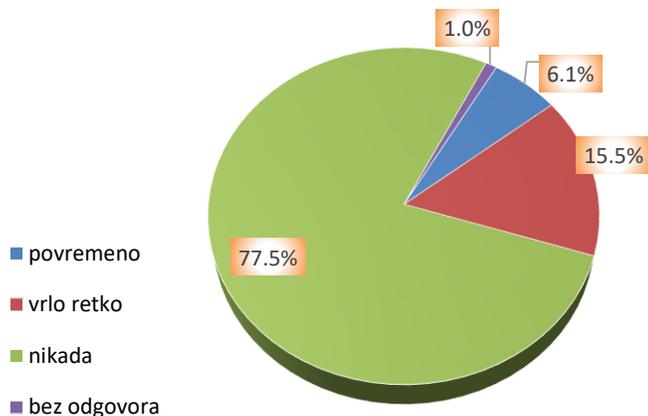
Anketni nalazi svakako su nerealni. Broj posetilaca Savremene galerije izražava se, prema podacima ove ustanove, pomoću četiri cifre.

*Koliko često posećujete pozorište Madač?*



Nije korišćen alternativni izvor evidencije koji bi omogućio procenjivanje pouzdanosti predočenog nalaza. Opšte je poznato da se udeo etnički mađarskog stanovništva u Zrenjaninu danas kreće oko 10%, a da je broj onih koji razumeju mađarski jezik veći.

*Koliko često posećujete Zavod za zaštitu spomenika kulture?*



Zavod za zaštitu spomenika kulture realno posećuje nekoliko stotina ljudi godišnje. Nema potrebe za specifikacijom njihovog opisa na osnovu različitih izvora obaveštenja; sama visoko stručna priroda rada ove ustanove isključuje njenu aktivnost kao izvor masovnije kulturne potrošnje.

Prema nalazima istraživanja iz 2013. godine istorijske spomenike nikada nije posećivalo 55% respondenata, dok ih je veoma retko posećivalo njih 30%. Nerazumno je poverovati da je osamnaest hiljada ljudi češće posećivalo istorijske spomenike na području Grada Zrenjanina, a da je njih gotovo četrdeset hiljada (ako uračunamo i stanovništvo mlađe od petnaest godina) to činilo veoma retko. Postoje teme koje se ne mogu ispitivati strukturisanom anketom na velikim uzorcima. (Ilić, 2013)

## Ocena ponude kulturnih ustanova

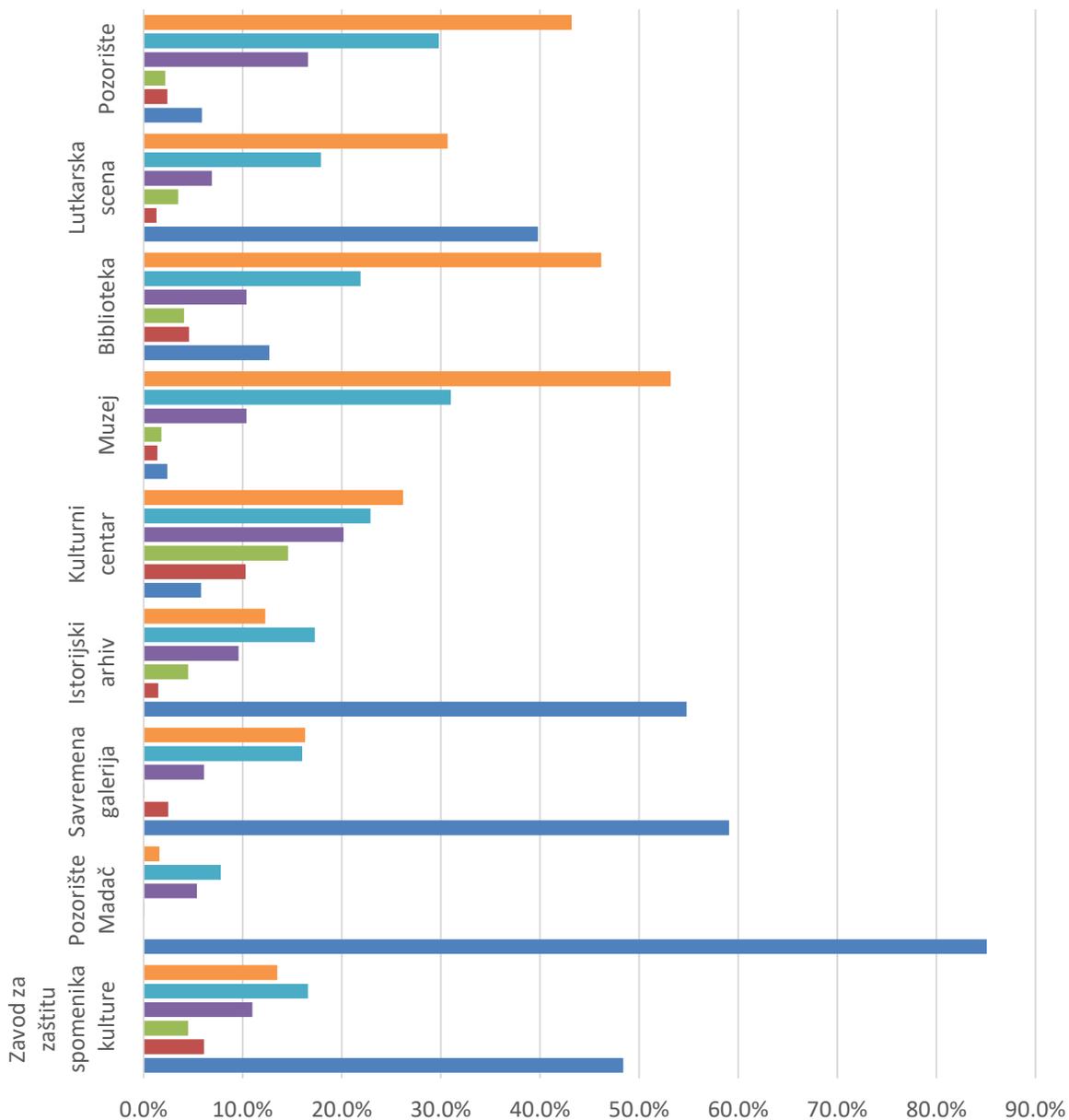
Istraživanje iz 2013. na ovom je planu našlo “poražavajuće rezultate”. Mi ne nalazimo da je ovakva ocena realna. *Kako bi se od ljudi zaokupljenih problemima preživljavanja u brutalnom kapitalizmu moglo očekivati da posećuju kulturne ustanove više puta nedeljno!?* (Cf. Izveštaj o kulturnoj ponudi i potražnji na teritoriji Grada Zrenjanina, 2013. sociološko istraživanje dobijeno od organa gradske uprave, str. 74) S druge strane, ni neposredno ocenjivanje rada ustanova kulture na osnovu odgovora iz anketnog istraživanja izvedenog preko strukturisanog upitnika nipošto ne treba uzeti bez rezerve. Pitanja u vidu skala, sa ocenama od 1 do 5, daju odgovore koji mogu da imaju samo orijentacionu vrednost.

Jednostavno rečeno, ljudi su ocenjivali rad ustanova pri čemu većina ocenjivača ovaj rad nije poznavala. Iznošenje prosečnih ocena (ponderisanih aritmetičkih sredina) u odgovorima na pitanje “Molimo Vas da ocenite rad najvažnijih kulturnih ustanova u gradu u toku poslednjih nekoliko godina“ moglo bi samo da posluži opsenjivanju čitalaca ovog izveštaja. Iznošenje modalnih (najčešćih) ocena govori o u celini vrlo pozitivnom stavu ispitanika prema zrenjaninskim kulturnim ustanovama.

Naime, najčešće davana ocena je bila i najviša (petica) u slučaju Dramske i Lutkarske scene Narodnog pozorišta, Gradske narodne biblioteke, Narodnog muzeja, Kulturnog centra i Savremene galerije. „Četvorku“ su, kao najčešću ocenu, „dobili“ Istorijski arhiv, Pozorište „Madač“ i Zavod za zaštitu spomenika kulture. No, rad „Madača“ ocenjivala je približno sedmina ispitanika, a rad Arhiva i Zavoda za zaštitu spomenika

kulture približno po njih polovina. Respondenti su, s obzirom na po prirodi same delatnosti usko stručni karakter rada poslednje dve pomenute ustanove, u znatnom broju sa istim posledicama mogli da budu upitani i o njihovom stavu prema nekim sasvim ezoteričnim pitanjima. Sam postupak ima bitna ograničenja u pogledu ne toliko pouzdanosti, nego validnosti rezultata, kada se radi o ovakvim pitanjima. Jedino što se može pouzdano i validno zaključiti iz nalaza koji su predloženi ispod ove sekcije teksta istraživačkog izveštaja jeste da većina Zrenjaninki i Zrenjaninaca ima povoljan emotivni odnos prema ustanovama kulture u svom gradu.

## Ocene ustanova kulture



	Zavod za zaštitu spomenika kulture	Pozorište Madač	Savremena galerija	Istorijski arhiv	Kulturni centar	Muzej	Biblioteka	Lutkarska scena	Pozorište
ocena 5	13.5%	1.6%	16.3%	12.3%	26.2%	53.2%	46.2%	30.7%	43.2%
ocena 4	16.6%	7.8%	16.0%	17.3%	22.9%	31.0%	21.9%	17.9%	29.8%
ocena 3	11.0%	5.4%	6.1%	9.6%	20.2%	10.4%	10.4%	6.9%	16.6%
ocena 2	4.5%	0.1%	0.1%	4.5%	14.6%	1.8%	4.1%	3.5%	2.2%
ocena 1	6.1%	0.0%	2.5%	1.5%	10.3%	1.4%	4.6%	1.3%	2.4%
bez odgovora	48.4%	85.1%	59.1%	54.8%	5.8%	2.4%	12.7%	39.8%	5.9%

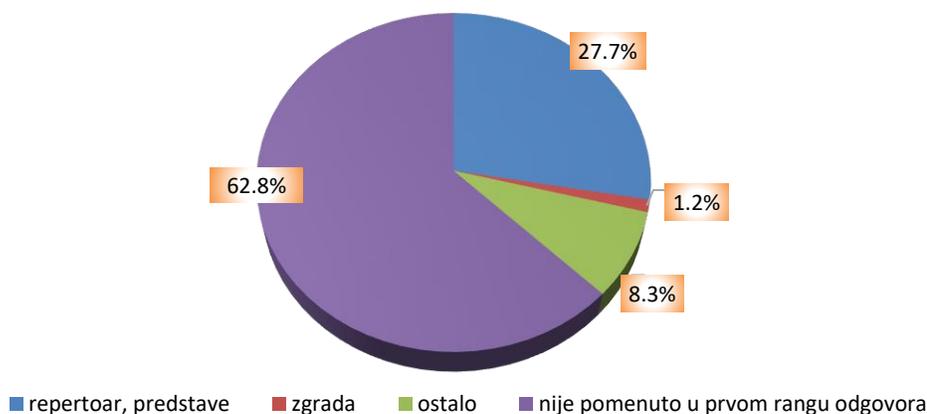
ocena 5    ocena 4    ocena 3    ocena 2    ocena 1    bez odgovora

## Kulturna ponuda: dalja specifikacija podteme

Ispitanici su bili upitani: "Koji Vam se programi ili aktivnosti ovih ustanova posebno dopadaju?" Pitanja su, sledeći logiku rešenja koje su primenili rumunski sociolozi u istraživanju 2013, bila postavljena u otvorenom obliku; na taj se način izbegavalo da respondenti „prepoznaju“ odgovore. Drugim rečima, želelo se dobiti njihovo stvarno, autentično mišljenje.

Biće predloženi odgovori u prvom rangu po pojedinačnim ustanovama kulture:

*Koji programi i aktivnosti Vam se dopadaju - Pozorište*

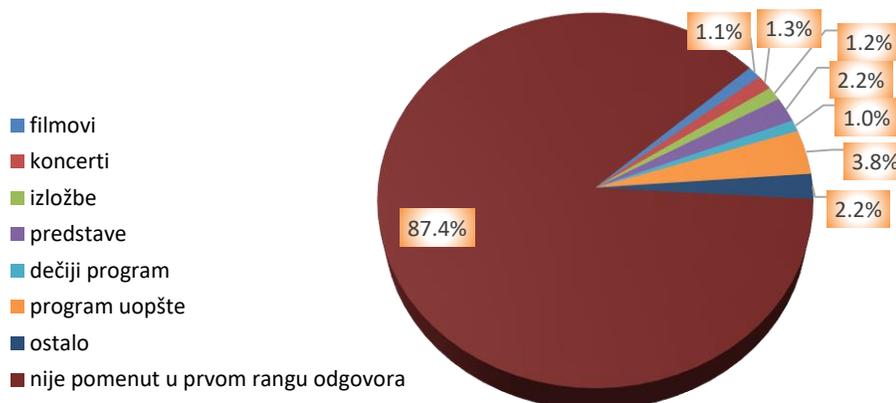


Neki odgovori biće navedeni ispod osnovnog teksta, u izvornom obliku, bez znakova navoda<sup>13</sup>.

---

13 Mjuzikl Zrenjanin, Sve predstave koje sam pogledala, Ne znam koju predstavu bih sada izdvojio, Bila sam na pet predstavi, Bila jednom u Banatu (premijera), tek će biti prikazana ali znam o čemu se radi i jedva čekam da izađe, Rusko veče, Predstava „Bilo jednom u Banatu“, Generalno repertoar, pozorišne predstave ( ne može da se sati naziva koje je odgledala – prim. anketara), Tamo idem sa decom kada dođu iz inostranstva, Zgrada je lepa i predstave, Predstave, repertoar, itd. Neki odgovori su zbunjivali: Za decu subotom budu predstave koje su izuzetno dobre, programom se trude i prave kulturno umetničko društvo (*sic*).

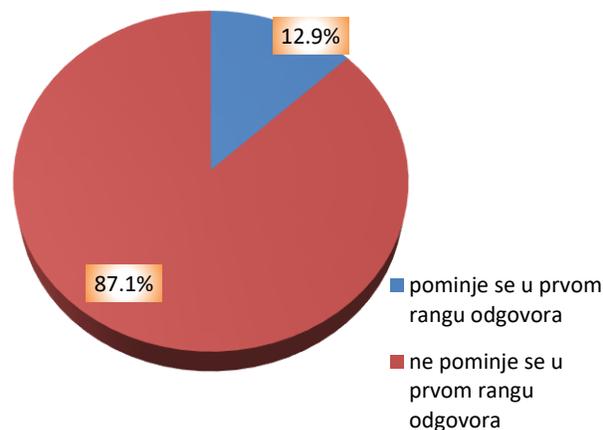
### Koji programi i aktivnosti Vam se dopadaju - Kulturni centar



U slučaju Kulturnog centra javljaju se i sledeći odgovori<sup>14</sup>

### Koji programi i aktivnosti Vam se dopadaju - Biblioteka

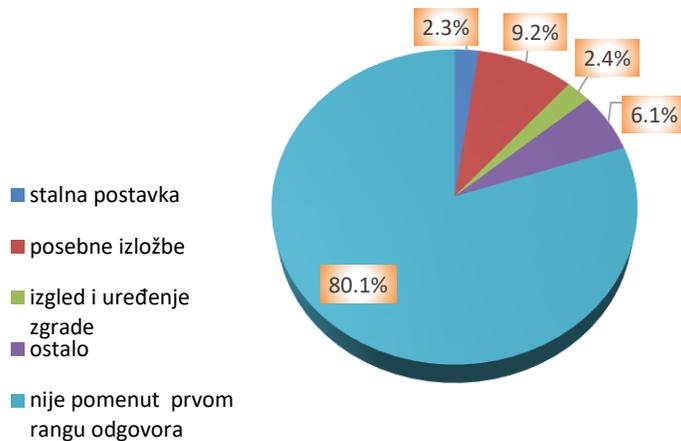
Gradska narodna biblioteka dosta je retko pominjana u odgovorima na ovo pitanje. Najčešće je navođena bez obrazloženja. Neki sadržajno više ili manje ispunjeni odgovori ipak se javljaju<sup>15</sup>.



<sup>14</sup> Predstava “Gospođa ministarka”, jako profesionalno odrađena, Najčešće predstave i posećenost, Interesovanje dece za njihov program i raznovrsnost programa, Bambi dani, humanitarne akcije, Izložbe slika, Dobar program, stalna aktivnost, najviše od ponuđenih ima programa, koncerti, vašara, funkcionalno, Filmovi, grupni odlazak đaka, Kulturni centar – najraznovrsnije po meni, Šezdeset hiljada slika Van Goga – film, itd.

<sup>15</sup> Unuke je posećuju kada dođu iz inostranstva, Stalno je posećujem i često uzimam knjige, Pesnička štafeta, večeri poezije, promocije knjiga, Imaju dosta literature, redovno je posećujem, Poljske večeri, promocije knjiga, Buvljak knjiga za decu iz osnovne škole, Uslovi, literatura je opširna, itd.

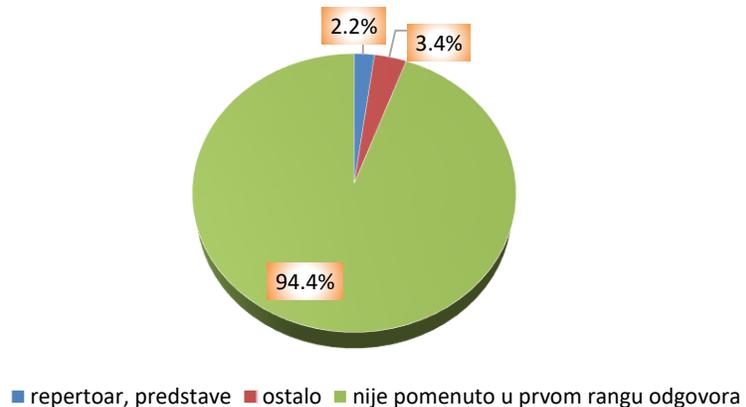
*Koji programi i aktivnosti Vam se dopadaju -  
Muzej*



Neki odgovori na pitanje "Koji Vam se programi ili aktivnosti ovih ustanova posebno dopadaju?" u vezi sa Narodnim muzejem takođe su prikazani ispod osnovnog teksta<sup>16</sup>.

*Koji programi ili aktivnosti Vam se dopadaju -  
Lutkarska scena*

Dobijen je srazmerno mali broj odgovora vezanih za ono što se ispitanim pripadnicima i pripadnicama publike dopalo u radu Lutkarske scene<sup>17</sup>.



16 Učestale izložbe, Japanizam u Banatu, Stalna postavka, Od 1850. Zrenjanin (izložba), Izložba o Prvom svetskom ratu, Postavke sporta, Žensko lice ženskog sporta, Narodni muzej – renoviran, lepo izgleda i u poslednje vreme mi se čini da se trude, Narodni muzej – od kada je renoviran dosta izložbi i ulaz se ne plaća u većini slučajeva, Izložba oružja iz Drugog svetskog rata, Narodni muzej – Žensko lice sporta grada Zrenjanina (trenutno aktuelno), Narodni muzej – zato što je renoviran, Muzej – Uroš Predić, Muzej – čisto, uredno i ima dobre postavke, Postavka za Drugi svetski rat, Izložili oružje iz II svetskog rata, itd.

17 Npr. Predstava Pinokio, Crvenkapa, Tri praseta... Ili neodređeni odgovori, poput: Kada se završi godina izložba dečjih radova, Sve što se daje za decu (išli smo i na reprize), Ne sećam se sad koja, ali zbog deteta idem često, ona zna sve, Vodim decu, tj vodila sam ih, itd.

Istorijski arhiv je, po prirodi stvari, bio minimalno komentaran<sup>18</sup>.

Savremena galerija bila je veoma retko pominjana u odgovorima na ovo pitanje<sup>19</sup>.

Zavod za zaštitu spomenika kulture, već i po uskostručnoj prirodi svoga rada, nije u ovom kontekstu bio ni pominjan, niti komentaran.

Odgovori na pitanje “Koje su Vaše najvažnije zamerke radu ovih ustanova?” zbog svoje malobrojnosti nisu bili statistički obrađivani. Neke formulacije odgovora ipak mogu da budu korisne:

Narodnom pozorištu zamerano je što navodno nema poznatijih predstava i gostovanja poznatih glumaca, traženo je njegovo renoviranje, pominjan je njegov navodno slab marketing (slična formulacija je i: "ne bave se dovoljno da upoznaju ljude s programom"; ili "informisanost i medijska struktura slaba što utiče i na slabu posećenost jer retko ko, pa ni ja, ne bih da idem do pozorišta da bih saznao repertoar"; ili: "Uticaj reklamama i edukacijom putem njih na mlade, marketingom koji nije toliko rasprostranjen kao konstantno vreme za internetom i društvenim mrežama"), traženo je "malo više predstava komedija", ustvrđeno je da "nema toliko puno predstava, mora da bude bolji repertoar", i sl.

Lutkarskoj sceni primećivano je, pored ostalog, i da navodno ima “stalno isti program godinama unazad“, procenjeno je da “nije zanimljiv repertoar, mnogo toga se ponavlja”, i slično. U vezi sa Kulturnim centrom sretali su se iskazi poput: “ventilacija”, “zagušljiv i hladno je”, “veoma staro, potrebno renovirati”, “katastrofalna izolacija i klima, mali prostor”, “nehigijenski, neorganizovano”, “da se smeni direktor”, “nedostaje potpuna savremenizacija (*sic*), potpuna promena iz korena organizacije, izgleda” i sl.

Gradskoj narodnoj biblioteci zamerani su navodna nedovoljna opremljenost, “ljubaznost i posvećivanje klijentima pri saradnji” (*sic*), “rad i odnos prema ljudima, čini se i da je veća posećenost nego drugih institucija“ (*sic*), neljubaznost, “menjati

---

18 Elektronski su sve uveli, što olakšava pristup, drugi odgovor ima vrlo sličnu formulaciju.

19 Ovo je bio tipičan odgovor, ka kojem su drugi odgovori tendirali: Rad, promocije, pozivi. retko su navođeni sadržajni odgovori, poput: Vasilije Kovačević, njegova izložba.

angažovanosti, više da bude gostovanja, više da se istaknu seminari i predavanja na različite teme”, itd. Kao zamerke Narodnom muzeju, sreću se, u odgovorima, i ovakve formulacije (daju se bez znakova navoda): nedovoljno izložbi, pristupačnije i posvećenije, bolja reklama i marketing, nezanimljivost postavki za đake, ili drugačiji prikaz ili više tema za đake, više istorije da bude zanimljivo, više da bude marketing za njene postavke, da imaju organizovane ture po muzeju, itd. Među sasvim malobrojnim sadržajnim odgovorima vezanim za Savremenu galeriju i Zavod za zaštitu spomenika kulture sretali su se i “"Ečka" - ne sviđa mi se izložba”, i “Papirologija „nemoguća“, nemarnost povremena zaposlenih”, respektivno.

Deo odgovora respondenata odnosio se na rad kulturnih ustanova u Zrenjaninu uopšte, bez preciziranja na koju se konkretno ustanovu mišljenje odnosi. Navodimo neke od ovih odgovora (bez znakova navoda): Neinformisanost građana, bolja reklamacija (*sic*) da bi građani bili upućeni; modernizacija svih, kao i za Kulturni centar, i za sve druge, renoviranje, moderne predstave, moderne izložbe, fotografije, koncerti više i filmovi sada aktuelni; mala sredina, nedovoljno marketinga za sve ustanove; nedostatak programa; nedostatak dovoljno kvalitetnog programa; obogatiti raznovrsnost programa nezavisno od uzrasta; dolazak poznatih; više koncerata alternativnog roka i slično; iz komunističkog perioda su, trebali bi ih renovirati i svaka da ima svoj marketing; manjak reklama; državne su ustanove, rade političari koji nemaju veze sa kulturom; organizacija, za sve; previše se meša politika u kulturi; da uvode inovacije, nešto što nije viđeno; neorganizacija; pogrešni ljudi vladaju kulturom; ne rade dobro generalno; Kulturni centar i svi ostali - obeležavanje humanitarnih predstava, pogotovo dečjih, ali od strane svih jednako. Sretala su se, naravno, i suprotna mišljenja, poput “Ustanove su skroz u redu, trude se poslednjih godina”.

Zamoljeni da upute savete za poboljšanje rada kulturnih ustanova u Zrenjaninu, respondenti su Narodnom pozorištu sugerisali, između ostalog, “gostovanje poznatih glumaca pa na taj način odlazak sa školom na njihova gostovanja”, čulo se tvrđenje da su “reklame samo na plakatima ispred pozorišta, trebao bi da bude širi marketing”, zatraženo je da se “izvode poznatije predstave”, sugerisana je “poznatija glumačka ekipa”, traženo je “broj predstava da se poveća”, sugerisano je “da poprave odnos sa javnošću, za studente i srednjoškolce neke akcije”, predlagano je “gostovanje predstava Miloša Bikovića i Marije Vicković Dama s kamelijama npr, ili sadašnje predstave poznatih glumaca kao i izvođenje

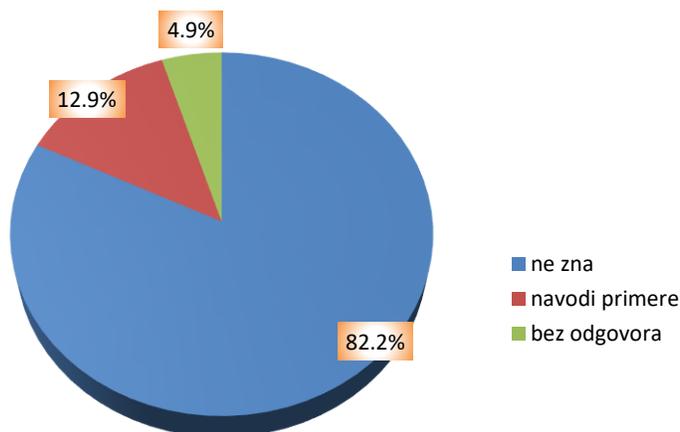
poznatijih predstava koje se izvode u Novom Sadu i Beogradu“, čak su se tražila i “gostovanja, u Kleku na primer, radi obuhvata šire populacije”. Lutkarskoj sceni je sugerisano “više različitih termina, predveče npr, da bi se stiglo češće na predstave”, kao i “nov repertoar”. Od Gradske narodne biblioteke ponekad je u odgovorima traženo “više posvećenosti deci”, a od Istorijskog arhiva “više reklame”. U vezi sa Kulturnim centrom sugerisano je, u ponekim odgovorima, “da poboljša program jer imaju sredstva, prostor, ali jednostavno nemaju dobar program“, više puta je traženo “da srede ventilaciju”, a sugerisan je i “neki vid ozbiljnije i veće reklame”.

Kad su u pitanju kulturne ustanove u Zrenjaninu uopšte, među odgovorima sretale su se i formulacije poput (bez znakova navoda): marketing i reklama; finansije za sve institucije; informacije putem radija (zašto je ukinut Radio Zrenjanin?), da se masovno sazna o događanjima, jer retko ko će ići do institucije da sazna dešavanja, s obzirom da mislim da je mala posećenost, i putem prijatelja, okruženja je teško sazanti o programima i inovacijama (ako ih uopšte ima?); deca, mladi koji bi među svojim vršnjacima širili to iskustvo, oni koji posećuju, a ne samo kuckanje poruka; više obaveštenosti mladima (*sic*) i iz toga njihova posećenost; generalno - veći marketing o samoupravljanju (*sic*) i projektima kulturnih ustanova; zameniti kadar koji ih vodi; neke od ustanova – međunarodna saradnja; da uključe školovanje ljude; kultura ljudima iz kulture; za sve – da im daju više para; naziv ustanova, zašto nema ni u jednom srpsko (*sic*); za sve ustanove - politika više da utiče na kulturu; više reklama na društvenim mrežama, plakati ili deljenje letaka; više ulaganja, bolja organizacija; za sve navedene ustanove - da ljudi iz branše vode ustanove; više ažurnosti o kulturi u školama (*sic*); grad da finansijski utiče na renoviranje; za sve ustanove i manifestacije - šira obaveštenost mladih i dece, pogotovo dece na vreme, jer televizija, rijaliti, aktuelnost današnjih programa uništava decu i mlade; više oko interesovanja đaka i prikaz na zanimljiviji način njima; uticaj na decu jer je za starije teško, svaka institucija nekim načinom uticaj prema deci, marketingom u vrtićima, školama, gostovanjem u vrtićima i školama, itd.

## Doprinos poslovnog sektora

Fokusgrupni razgovor pokazao je kako predstavnici poslovnog sektora vide svoju vezu sa kulturno ponudom i potražnju. Građani bi o tome imali svoje mišljenje, kada bi bili u potrebnoj meri obavešteni. Raspodela odgovora na pitanje (postavljeno u otvorenom obliku) „Za koje ste doprinose poslovnog sektora kulturi u Zrenjaninu čuli?“ pokazuje da je približno svaki osmi respondent čuo za doprinose poslovnog sektora zrenjaninskoj kulturi.

*Za koje ste doprinose poslovnog sektora kulturi čuli?*



Među ispitanicima koji su navodili primere pomenutog doprinosa preovlađuju odgovori u kojima se pominju firme Gomeks i Naftagas. Sreću se, dosta često, odgovori tipa: „ima, ali ništa preterano da znam“, dok su zaista precizni odgovori retki<sup>20</sup>. Više je nego jasno da ona ovom području nedostaje informisanje javnosti.

---

<sup>20</sup> Npr. „Istorijski arhiv su Nemci finansirali da bi istražili poreklo svojih predaka“.

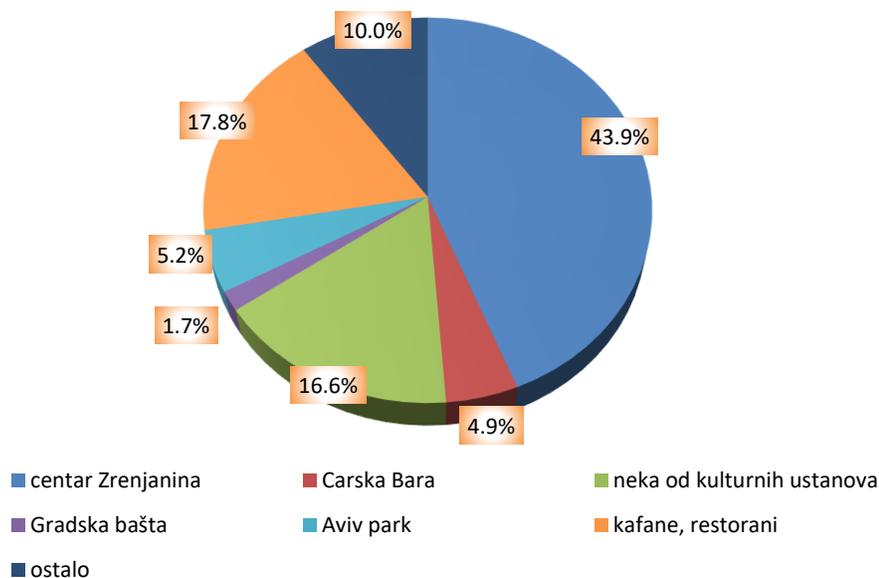
## Značaj kulture za lokalni identitet

Kultura ima različiti značaj za lokalni identitet; bankarski i industrijski gradovi po pravilu se prepoznaju po Cityju, Wall Streetu ili Chrysleru. Nevažno je što se u tim gradovima nalaze svetski poznate kulturne ustanove i spomenici.

Zrenjanin je u percepciji svojih građanki i građana pre svega mesto koje je bilo industrijski grad. U razgovorima sa anketarkama i anketarima<sup>21</sup> respondenti su ovo neprestano naglašavali.

Na pitanje „Kada Vam dođu u goste ljudi iz drugih mesta, gde ih prvo vodite u obilazak?“ najčešće su, u prvom rangu odgovora, pominjani centar grada Zrenjanina (44% od ukupnog broja respondenata), potom kafane (18%<sup>22</sup>), zatim od kulturne ustanove pomenute u upitniku (17%), AVIV park (5%) itd.

### Gde vodite goste u obilazak?



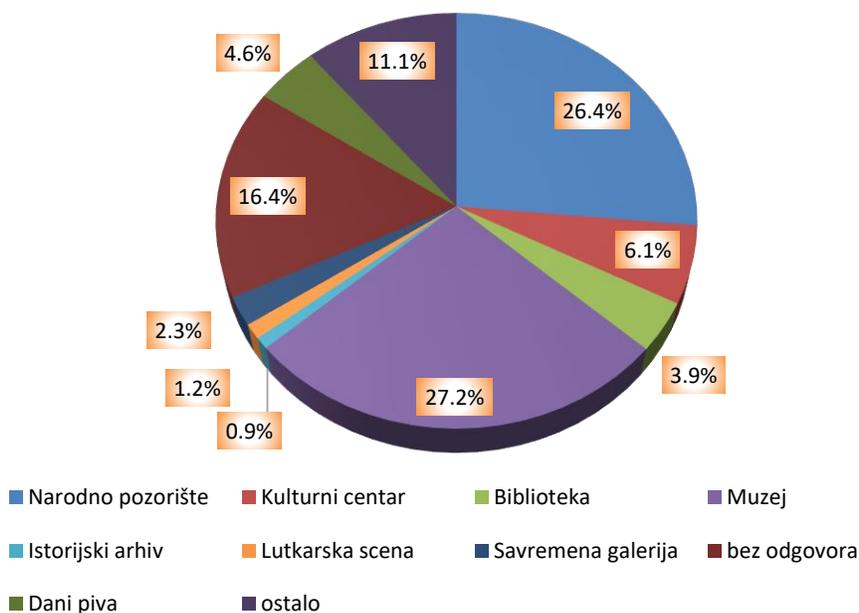
<sup>21</sup> Prikupljanje podataka izveli su visokostručni studenti master studija sociologije sa Filozofskog fakulteta u Beogradu. S obzirom na neobaveštenost ispitanica i ispitanika o temi istraživanja, uključivanje lokalnog priučenog anketarskog kadra bilo bi posve neopravdano. Isto važi i za studente osnovnih studija sociologija.

<sup>22</sup> Svi procentni poeni su, radi lakše preglednosti, zaokruženi na cele brojeve.

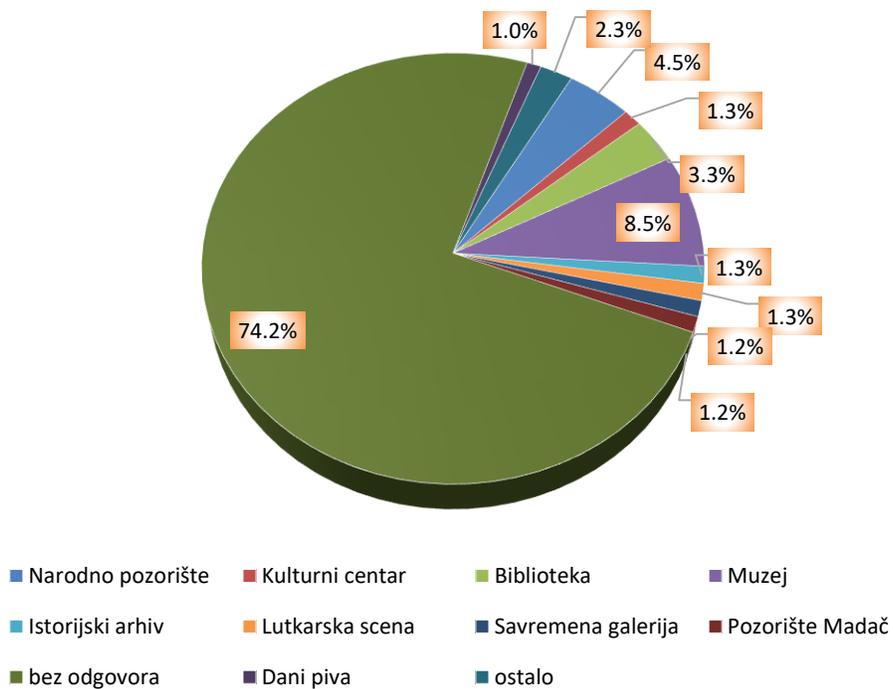
Važno je imati u vidu da su sama (i određen metod) istraživanja odredili veće prisustvo kulturnih ustanova od onog koje je realno prisutno u ponašanju Zrenjaninaca i njihovih gostiju. U toku razgovora koji je posvećen kulturnoj ponudi i potražnji u Zrenjaninu sama tema razgovora sugerisala je „prisećanje“ na kulturne ustanove prilikom davanja odgovora na ovo pitanje. U naučnom istraživanju ova vrsta uticaja predmeta i metoda na rezultate ne može se izbjeći, osim ako se kao izvor evidencije koristi isključivo neposredno posmatranje. (Cf. Ilić, 2016) Ovo i objašnjava zbog čega se kulturne ustanove pomenute u upitniku sreću u čak 36% (kada se posmatraju sva tri ranga zbirno) u odgovorima ispitanika i ispitanica na pomenuto pitanje.

Da bi se detaljnije ispitaio značaj kulture (i to visoke kulture) za lokalni kulturni identitet, bilo je postavljeno i pitanje „Koje kulturne ustanove u Zrenjaninu i koje kulturne aktivnosti doprinose stvaranju posebnog zrenjaninskog identiteta, i čime?“

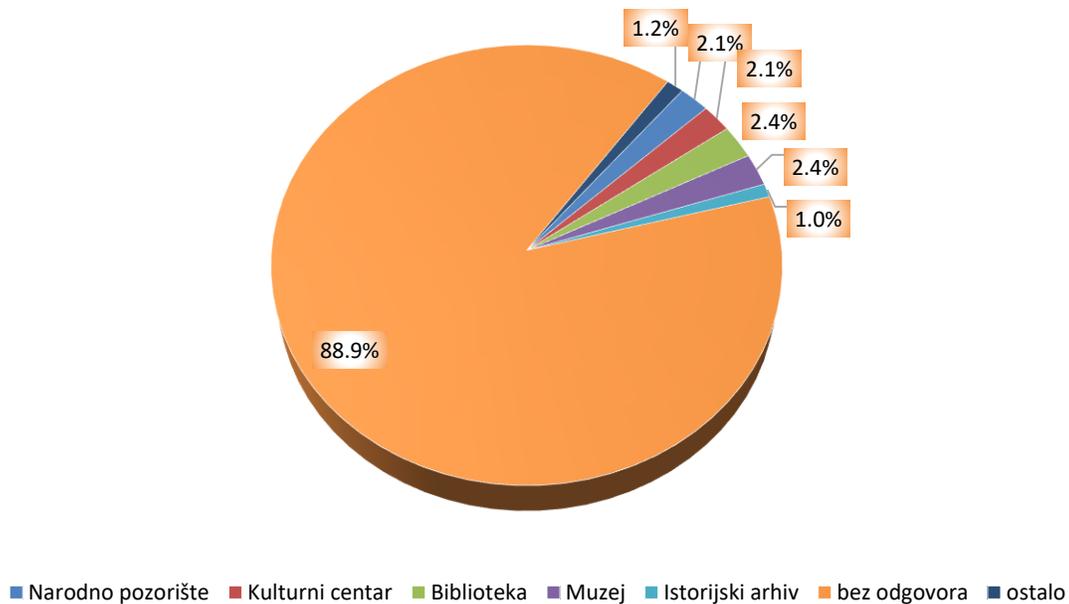
*Kulturne ustanove koje doprinose identitetu Zrenjanina  
- 1. rang odgovora*



*Kulturne ustanove koje doprinose identitetu Zrenjanina  
- 2. rang odgovora*



*Kulturne ustanove koje doprinose identitetu Zrenjanina  
- 3. rang odgovora*



Neophodno je ponovo naglasiti da su ovi (pošto se radi mahom o ustanovama koje se bave visokom kulturom) izuzetno povoljni nalazi (za svaku ustanovu treba posmatrati njeno navođenje u sva tri ranga zbirno) bitno određeni temom istraživanja i primenjenim metodom. Ovo se nije moglo izbeći.

Kada se „doprinosu stvaranju posebnog zrenjaninskog identiteta“ posmatra prema pojedinim institucijama, sreću se zanimljivi odgovori (neki od njih biće predočeni bez znakova navoda, u izvornom obliku): Pozorište – izgled i ljudi koji gostuju i koji su gostovali; programom; premijere novih predstava; predstave različitih karaktera; programom, kvalitetom, izgledom objekta; pravi dobre predstave za naše prostore i za grad Zrenjanin; kvalitet predstava; nekada, Pozorišnim klubom, repertoarom; zbog svog načina rada, ljubaznosti i najveće posećenosti; i samom arhitekturom i repertoarom ; npr. predpremijerom poslednjeg mjuzikla, itd.

U vezi sa Narodnim muzejem pomenuto je i: svojim izložbama, skupljanjem i tematikom; svojim izložbama i posećenošću; stalnim menjanjem repertoara (*sic*); repertoarom, imaš šta da vidiš (*sic*); svojim aktivnostima; od kad je renoviran sam svojim programima utiče na razvoj zrenjaninskog identiteta; čestim menjanjem repertoara (*sic*); ima razne postavke koje su vrlo interesantne; istorijom Srba; obogaćenjem programa; lepe izložbe; izložbama na toj tematici (*sic*); istorijskim izložbama; itd.

U vezi sa Kulturnim centrom i njegovim doprinosom stvaranju posebnog zrenjaninskog identiteta sretali su se i odgovori: organizovanjem nacionalnih manifestacija; svojim predavanjima; kulturnim dešavanjima; sa svim delatnostima; svojim programima; programom koji sprovode; što ima predstave i održavaju se mature; itd.

Gradska narodna biblioteka u pomenutom je kontekstu povezivana i sa: seminari, prezentacije, uticaj na decu; pomaže mladima da više čitaju; knjigama; stalno imaju akcije i nove knjige (promocija); dosta prezentacija koje deca posećuju; Istorijskom arhivu bilo je pripisano „obeležavanje istorijskih praznika i godišnjica putem spomenika“, Savremenoj

galeriji najčešće prepoznatljivost Ečanske kolonije, u vezi sa pozorištem „Madač“ pominjane su „predstave“, kao i u slučaju Lutkarske scene Narodnog pozorišta<sup>23</sup>.

## Uloga kulture na planu inkluzije pripadnika ranjivih grupa

Kako su respondenti videli odnos kulture u Zrenjaninu i ljudi koji pripadaju ranjivim grupama u stanovništvu? Pre svega, trebalo je videti koga oni posmatraju kao ranjive grupe. Bilo je postavljeno pitanje “Šta mislite, kakvi ljudi u Zrenjaninu žive najlošije, odnosno, koji ljudi spadaju u posebno ranjive grupe?” Dobijeni su sledeći odgovori:

Kao pripadnici ranjivih grupa u prvom rangu odgovora najčešće su pominjani nezaposleni (21%), potom potom penzioneri (16%), onda bolesni ljudi i ljudi sa invaliditetom (14%), zatim Romi (9%), “socijalni slučajevi” (8%), siromašni (6%), mladi (5%), itd. Posmatrano zbirno u sva tri ranga, bolesni ljudi i ljudi sa invaliditetom su kao pripadnici ranjive grupe pomenuti u 39% slučajeva, nezaposleni u 30% slučajeva, penzioneri u 24%, Romi u 16%, “socijalni slučajevi” u 10%, siromašni u 7% slučajeva, mladi u 6%, itd.

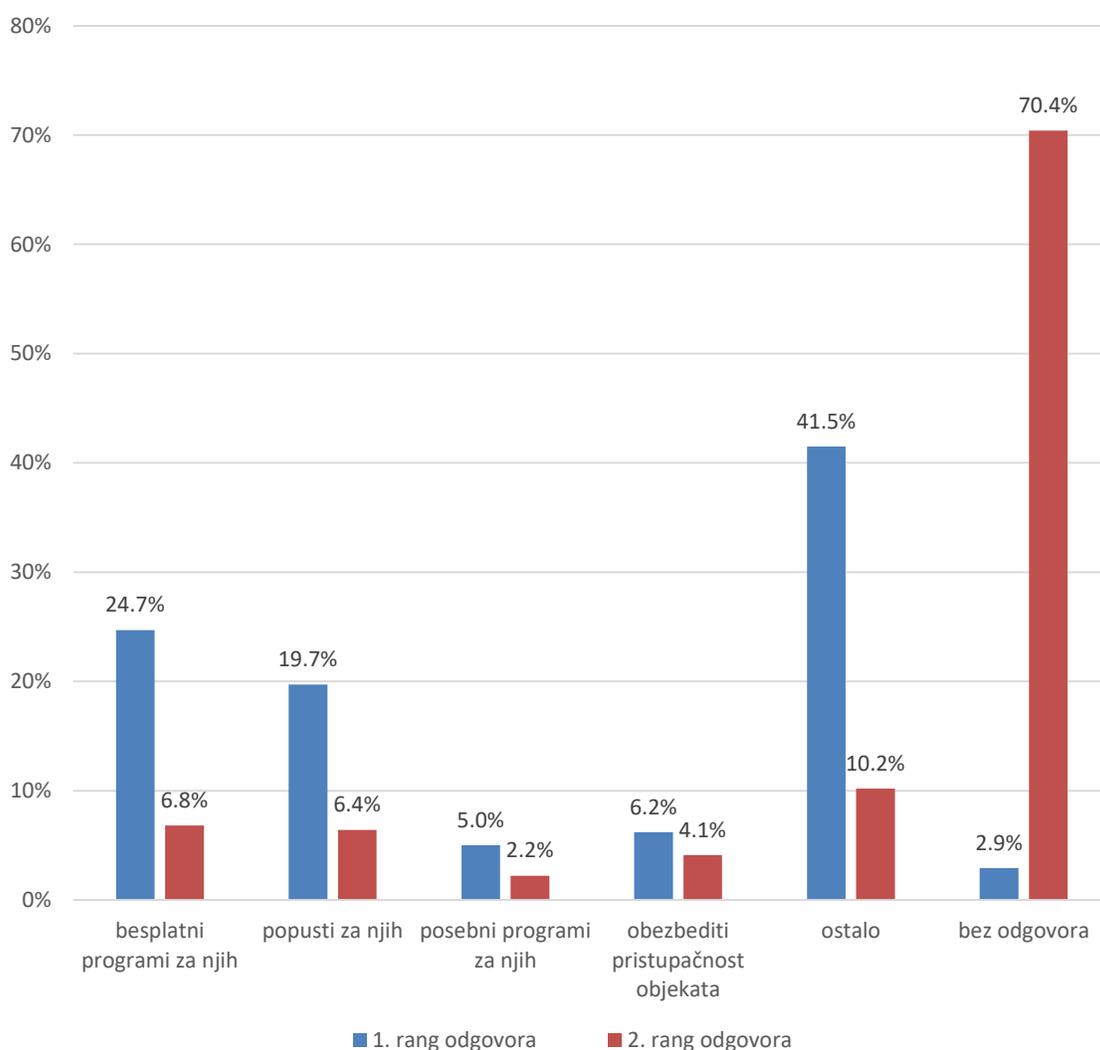
Dobijeni nalazi više su nego zanimljivi. Žene se uopšte ne pominju kao pripadnice najbrojnije ranjive grupe. Isto važi i za seosko stanovništvo, prostorno deprivisano, čak i u uslovima ravničarskog reljefa, od resursa koje pruža urbano naselje. Stari ljudi poistovećeni su sa “penzionerima”. Radnici se, kao ni žene, ne pominju. Ljudi sa invaliditetom najšire su prepoznati kao pripadnice i pripadnici ranjive grupacije. Međutim, u prvom rangu odgovora njima se pretpostavljaju nezaposleni. Društvena mašina proizvodnje kolektivne svesti koja neće biti disfunkcionalna po brutalno kapitalističko društvo obavila je u ovom pogledu svoj zadatak u toku poslednjih decenija.

---

23 Možda ima smisla navesti i neke odgovore, u njihovom izvornom obliku, vezane za druge ustanove: „Turistička organizacija – promocijom”; “Gradska bašta – programom Dani piva”; „Dani piva – manifestacija duga 30 godina (pivara osnovana 1745) svim dešavanjima utiče na formiranje zrenjaninskog identiteta, praktično je Zrenjanin poznat po tih 7 dana (Dani piva); loša privreda - mana!”; „Turistička organizacija sa svojom manifestacijom Dani piva”; „Kafići, kulturom ispijanja kafe, da bi se družili više”; „Dani piva - dolazak turista”, i sl.

Ispitanici su bili upitani kako bi se ljudima iz ranjivih grupa olakšao pristup uslugama i aktivnostima kulturnih ustanova. Prikazujemo tabele sa frekvencijama vezanim za prva dva ranga odgovora. (Skoro potpuno odsustvo odgovora u trećem rangu, koje prelazi 94% ostvarenog uzorka, jasno pokazuje da stanovništvo ne razmišlja iole ozbiljnije o pripadnicama i pripadnicima ranjivih grupa).

*Kako pripadnicima ranjivih grupa olakšati pristup uslugama i aktivnostima kulturnih ustanova*



Dalje produbljivanje ispitivanja ovog potpitanja iziskivalo bi ispitivanje respondenata o tome ko treba da plati “besplatne programe” ili “popuste”. Udeo odgovora kojima se zagovaraju predložena rešenja izvesno bi znatno opao<sup>24</sup>. Zagovaranje “posebnih programa” ne treba shvatiti kao zastupanje društvene ekskluzije. Pripadnice i pripadnici ranjivih grupa imaju neke partikularne potrebe; o ovoj temi bi planeri kulturnih aktivnosti možda mogli da razmisle.

Neke sugestije možda vredi navesti i u osnovnom tekstu ovog izveštaja (bez znakova navoda): Grupno okupljanje srednjoškolaca – grupne karte, i studenata; saradnja ljudi za pomoć bolesnim, pogotovo deci, kako bi iole išta videli; besplatan program za njih, “Dan za njih”; da ugrade pomagala za pristup invalidima; besplatne karte za starije, nezavisno od uzrasta, tačnije jednom mesečno minimum; sprovođenjem programa vezanih za njihovu (romsku) istoriju i kulturu, da ih zainteresovanost i finansije; obezbeđenje fizičkog pristupa invalidima; besplatni povremeni programi samo za studente; mesečno obezbeđenje besplatnih manifestacija; gostovanjima „dolazak na noge“; organizovanje manifestacija po lokalnim mesnim zajednicama; da dobijaju neke pozivnice; humanitarni događaji; više da se promoviše (porodice dece sa smetnjama u razvoju), da bi se ljudi edukovali i da bi se njima prilagodio program; gostovanja; gradska uprava lakšu finansijsku i fizičku pristupačnost; humanitarni događaji; itd.

Sreću se i zahtevi koji pogađaju srž problema ljudi iz ranjivih grupa: više para; bolje plate; više finansija narodu, i slično.

Preko 10% ispitanika zatražilo je veću pristupačnost objekata. Na prvi pogled, ovaj nalaz je loš; nepristrasno posmatrano, ako u društvu ispunjenom siromaštvom i beznađem deset procenata ljudi usmeri svoju pažnju na problem pristupačnosti, to nije beznačajno.

---

24 Vredi ovde navesti odgovor jedne ispitanice: “Da li celom gradu dati besplatne karte? Ako „njima“ daju besplatno i ja bih htela besplatno. Možda popustima za sve, povremenim, naravno”.

## ***Zaključak***

Kako sastaviti celovitu, makar i uprošćenu sliku osnovne teme, koju pružaju rezultati istraživanja?

Ne mislimo, za razliku od izvođača i autora izveštaja o istraživanju iz 2013. godine, da nalazi govore o „poražavajući(m) rezultati(ma)i posećenosti postojeće kulturne ponude. Visoka kultura uvek je bila stvar manjine, a u XXI veku to je pogotovo slučaj. Hobsbawm procenjuje da mnogomilinski centar američke kulture, Njujork, ima publiku od dvadeset hiljada ljudi na planu potrošnje klasične muzike. (Hobsbaum, 2012)

Opet treba ponoviti da su rezultati ovog istraživanja određeni njegovim predmetom i metodom. Pri tom se *ovaj* uticaj merenja ni u sociologiji, kao ni u jednoj drugoj nauci, ne može ustanoviti. U tom smislu procene za populaciju ne samo u ovom istraživanju, nego i u onom izvedenom 2013, nisu realne. Dovoljno je uporediti iskaze respondenata sa podacima kulturnih ustanova o broju korisnika i publike.

Utvrđeno je da svaki društveni akter koji utiče na kreiranje kulturnog života grada Zrenjanina ima svoj ugao posmatranja kulturnog života u gradu i svoje probleme i izazove sa kojima se suočava, ali utisak je da ne postoji delotvorna komunikacija između različitih aktera, te da svaki akter veruje u ispravnost svojih stanovišta, bez dovoljno velike otvorenosti za međusobno slušanje drugih. Ovo je razumljivo: različiti činoci u kulturnom životu Zrenjanina imaju delom različite interese.

Da bi jedan grad stvorio svoj kulturni identitet trebalo bi da vodi računa kako o zaštiti kulturnog nasleđa, položaju umetnika u gradu, te kulturnoj animaciji i duhovnom životu, ali i o kulturnoj difuziji i kulturnom i duhovnom značenju (Dragićević Šešić prema Vasiljević, 2000: 111). Zrenjaninu predstoji još dug put posebno u pogledu zaštite kulturnog nasleđa i položaju umetnika u gradu, dok je pomak napravljen u pogledu kulturne difuzije.

Grad Zrenjanin još uvek nije učinio korak ka definisanju ključnih kulturnih aktivnosti za „brendiranje“ grada. Samo neki od koraka koje bi trebalo preduzeti su: interno i eksterno istraživanje, izrada logoa i dizajna, sveobuhvatna primena brend identiteta,

interna i eksterna edukacija, te najzad i oglašavanje (*Isto: 107-109*). Pred Zrenjaninom je dugačak put, u koji bi trebalo da budu uključeni svi društveni akteri.

Ali, ne radi se samo o ovome. Treba podvući: *Zrenjanin je u percepciji svojih građanki i građana pre svega mesto koje je bilo industrijski grad.*

Promene do kojih je došlo u poslednje gotovo tri decenije nisu, znači, samo promene koje je neminovno donela restauracija kapitalizma. U pitanju je restauracija kapitalizma u njegovoj sadašnjoj formi, kapitalizma usmerenog ka uslugama, na društveno, prostornom i geografskom prostoru koje je bilo usmreno ka industriji. Utoliko je zrenjaninska kultura više pogođena od kulture gradova koji su bili u većoj meri administrativna sedišta ili univerzitetski centri.

S druge strane, ovo je, rečeno je već jednom, i šansa za kulturu: ponovićemo nešto što na ovom mestu treba ponoviti.

Ne treba zaboraviti da u situaciji opterećenoj stvarnim društvenim problemima postoji velika šansa za produktivnu upotrebu kulture: *kultura je jevtina u poređenju sa drugim društvenim delatnostima i proizvodi veći efekat na osnovu manjih ulaganja nego što je slučaj sa pokušajima da se poboljša stanje na drugim područjima*, poput privrede, politike ili zdravstva. Osim toga, kultura ima afirmativni karakter: još je Herbert Markuze pokazivao kako protivrečnosti i nelagode koje se javljaju kao neotklonjive u realnom životu mogu da se simbolički otklone na ravni kulture. (Markuze,1997).

U prilogu se nalaze spisak korišćene literature (1), vodič za vođenje fokusgrupnih razgovora (2) i upitnik namenjen ispitivanju stanovništva (3). Pokušana je primena statističkog upitnika istovetnog onom koji je bio primenjen 2013. godine.

## Literatura

- Andreski, Stanislav 1965: *The Uses of Comparative Sociology*, Berkeley, Los Angeles: Berkeley, University of California Press
- Bryman, Alan 2006, 'Integrating quantitative and qualitative research: How is it done?', *Qualitative Research*, 6(1): 97-113.
- Backović V, Spasić I. 2014. Identitet grada: mišljenje lokalnih aktera u četiri urbane sredine. *Sociologija*. Vol. LVI, No 2 101-123.
- Backović V, Spasić I. 2016. Slika grada između sklada i tenzije: primeri šest gradova u Srbiji. *Sociologija*. Vol. LVIII: 210-231.
- Denzin, N. i Lincoln, Y. S. (1994): »Introduction: Entering the field of qualitative research«, u: Denzin, N. i Lincoln Y. S. (ur.): *Handbook of qualitative research*, Thousand Oaks: Sage
- Hobsbaum, Erik, 2012, *Kraj kulture*, Beograd: Arhipelag
- Ilić, Vladimir. Kvantitativni i kvalitativni pristup u uporednom istraživanju. *Sociologija*, 2000, god. 42.: 247-269
- Ilić, Vladimir, 2013, Odnos posmatranja i drugih istraživačkih postupaka. U: Lazić, Mladen (ur.), Cvejić, Slobodan (ur.). *Promene osnovnih struktura društva Srbije u periodu ubrzane transformacije*. Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta: Čigoja štampa, str. 78-96
- Ilić, Vladimir. 2015, Posmatranje kao metod u kontekstu rasprava oko kvantitativnog i kvalitativnog pristupa. *Sociologija*, vol. 57: 133-151
- Ilić, Vladimir. *Posmatranje i analiza sadržaja*. Beograd: Univerzitet, Filozofski fakultet, 2016.
- Izveštaj o kulturnoj ponudi i potražnji na teritoriji Grada Zrenjanina*, 2013. sociološko istraživanje dobijeno od organa gradske uprave
- Kohn M. L. i Slomczynski, K. M. (1990): *Social Structure and Self-Direction: A Comparative Analysis of the United States and Poland*, Cambridge, MA.: Blackwell
- Markuze, Herbert, 1997, *Kultura i društvo*, Beograd: BIGZ
- Ragin, C. (1989) (1987): *The Comparative Method. Moving Beyond Quantitative and Qualitative Strategies*, Berkeley: University of California Press
- Small, Mario Luis 2011, 'How to Conduct a Mixed Methods Study: Recent Trends in a Rapidly Growing Literature', *Annual Review of Sociology*, 37: 57-86.
- Strategija razvoja kulture grada Zrenjanina za period od 2014. – 2022. godine*, Grad Zrenjanin.
- Vasiljević, Ana. 2000. Kreiranje identiteta, „brendiranje“ grada. *Kultura*, br. 122: 104-119.

## (2) Vodič za fokusgrupni razgovor

### Fokus grupe\_Zrenjanin

#### Pitanja za sve

- Šta je kultura, kako biste je vi definisali? Asocijacije, ispisivanje na flip čartu.
- Šta je to što je kulturna osobenost vašeg grada? Šta je to po čemu je Zrenjanin poznat? Da li vaš grad ima svoj simbol? Koja je to znamenitost koja najbolje predstavlja autentičnost Zrenjanina?
- Da li između vašeg i nekog drugog grada u Srbiji postoji izrazita sličnost? Da li između vašeg i nekog drugog grada u Srbiji postoji konkurencija? Ako da, u čemu ili oko čega je ta konkurencija?
- Ima li Zrenjanin, prema vašem mišljenju, jasno definisan kulturni identitet? Ako da, koji je to? Ako ne, zašto mislite da ga nema?
- Koliko i kako (na koji način) se radi na zaštiti kulturnog nasleđa grada?
- Kako ocenjujete stanje značajnih objekata na teritoriji grada? Koji objekti su u boljem a koji su u lošijem stanju i zbog čega je to tako?
- Koju biste manifestaciju koja se tradicionalno održava u Zrenjaninu ocenili kao najbolju i zašto, a koju biste ocenili kao „najslabiju kariku“ u kulturnoj ponudi grada i zašto?
- (Da li zante) Koliki je udeo budžeta Grada koji se na godišnjem nivou izdvaja za kulturu? Da li je on odgovarajući ili ne? Obrazloženje.
- Da li je poslovanje ustanova u oblasti kulture koje finansira grad dovoljno transparentno? Gde je moguće pronaći podatke, da li se redovno ažuriraju?
- Koliko su ustanove kulture otvorene za sugestije i predloge građana ili stručnjaka? Ako nisu, zašto? Koji kanali komunikacije postoje sa javnosti?
- Da li je kulturna ponuda raznolika ili ne? Da li postoji raznovrsnost u kulturnim ponudama kada posmatrate poslednjih nekoliko godina?
- Koji je to najvažniji tip događaja koji nedostaje ovom gradu?
- Kako ocenjujete položaj umetnika u vašem gradu? Obrazloženje.
- Koliko je kultura bitna građanima a koliko je bitna državi/vašem gradu?
- Koliko je važno da lokalna zajednica pruži podršku otkrivanju i razvoju punih potencijala svih talenata? Kaka je situacija u Zrenjaninu u ovom pogledu?

#### Direktori/ urednici kulturnih ustanova

- Možete li, molim vas, da navedete tri problema sa kojima se vi kao rukovodioci institucija kulture suočavate?
- U čemu vidite rešenja strukturalnih problema sa kojima se institucije kulture suočavaju, a koje ste već pomenuli (verovatno će pomenuti nedostatak mat. sredstava, problem sa tehničkom opremom i objektima, odnos sa lokalnom samoupravom i pokrajinskom i nacionalnom javnom administracijom)?
- Koliko je rad „vaših“ institucija zavisan od lokalne, pokrajinske i nacionalne administracije? Na koje načine komunicirate sa predstavnicima ovih administracija?

Šta su glavni problemi sa kojima se suočavate u komunikaciji? Koliko su ovi nivoi administracija zainteresovani za probleme sa kojima se suočavaju radnici u kulturi? Koje su mere koje bi trebalo da preduzme lokalna, pokrajinska i državna administracija kako bi podržala aktivnosti vaših organizacija? Najzad, možete li da ocenite saradnju sa ovim nivoima dministracije školskim ocenama gde je 1 potpuno nezadovoljavajuća saradnja a 5 potpuno zadovoljavajuća saradnja? (Na flip čartu zapisivati ocene, ali ocenjuju sva tri nivoa posebno, i svako od učesnika fokusgrupnog intervjua će biti zamoljen da da svoju ocenu)

- A kada govorimo o finansiranju kulture, koga vidite kao nosioce finansiranja kulture u vašem gradu? A da li vi sami komunicirate sa različitim akterima i tražite sponzore, možda preduzetnike koji bi bilo voljni da pomognu?
- Da li saradujete sa NVO koji deluju u oblasti kulture? Primeri, obrazloženje. Prema vašoj proceni, koliko grad Zrenjanin podržava rad NVO u oblasti kulture?
- A da li institucije ispred kojih ste međusobno saraduju? Primeri. Da li ostvarujete međusektorsku i međuregionalnu saradnju? Primeri.
- A da li ste ostvarili saradnju sa Kancelarijom za mlade? Kako ocenjujete ovu saradnju? Da li ostvarujete saradnju sa obrazovnim institucijama? Koliko je u protekle tri godine organizovano tribina sa mladima?
- A kakva je situacija sa zaposlenima? Da li ih ima premalo, previše? Da li su stručni, zainteresovani za ono što rade? Da li ste vi kao neko ko upravlja institucijama u oblasti kulture spremni da idete na dodatna usavršavanja? A da li vaši zaposleni iskazuju zainteresovanost i spremnost za dodatna usavršavanja?
- Da li „vaše“ institucije imaju upravljačke strategije koje razvijate na godišnjem nivou? Koji su glavni strateški ciljevi? Da li smatrate da postojanje interne strategije doprinosi unapređenju rada vaše institucije i na koji način? Da li postoji nešto zbog čega smatrate da je postojanje strategije nepotrebno ili ograničavajuće?
- Kada biste generalno ocenjivali efikasnost kulturnih institucija u Zrenjaninu, koju biste školsku ocenu dali od nedovoljan 1 do odličan 5? Možete li da obrazložite, na osnovu čega ste dali baš ovu ocenu? Koja institucija je najefikasnija, a koja najmanje efikasna?
- Da li vi radite evaluaciju svoga rada? Kada i na koji način?
- Šta je to što dominantno određuje i utiče na kulturnu ponudu „vaših“ institucija i kulturnu ponudu grada? Šta utiče na odabir programa, a šta utiče na kvalitet kulturne ponude?
- Da li i koliko koristite mogućnosti informacionih tehnologija? Da li „vaše“ institucije imaju internet prezentaciju i da li ste prisutni na društvenim mrežama? Ako ne, zašto? Ako da, koliko vidite nove načine komuniciranja sa publikom i građanima kao pozitivne, da li ovo utiče na posećenost kulturnih manifestacija?
- U Strategiji razvoja kulture grada Zrenjanina 2014-2022 piše da je neophodno preduzeti set mera kojim bi se podigla svest građana o značaju kulturne baštine. Šta institucije koje predstavljate rade po ovom pitanju?
- Kakva je publika koja posećuje „vaše“ institucije? Da li može svako da navede profil prosečnog posetioca. Na koji način pratite vašu publiku, njene potrebe i interesovanja? Da li radite neka interna istraživanja, da li posedujete neke statistike? Ako ovakve prakse ne postoje, zašto je to tako, koji su razlozi za to?

- Kako vidite cene karata za sadržaje koje nude „vaše“ institucije? Da li je cena previsoka, preniska ili odgovarajuća? Obrazloženje. Ukoliko su sadržaji besplatni, da li to podržavate ili smatrate da bi simbolična naknada ipak trebalo da postoji? Da li postoje popusti za društveno ugrožene kategorije stanovništva?
- Na koji način ustanove iz kojih dolazite omogućavaju integraciju svih građana Zrenjajina u konzumaciji kulturnih sadržaja? (osobe sa invaliditetom/smetnjama u razvoju, različite etničke pripadnosti)

Osobe sa invaliditetom, roditelji dece/mladih sa smetnjama u razvoju
--

- Da li smatrate da u Zrenjaninu postoji dovoljno kulturnih sadržaja koja vama mogu biti interesantni?
- Šta vama najviše nedostaje u kulturnoj ponudi grada? Da li postoji neki programski sadržaj koji je već zastupljen a voleli biste da bude češće prisutan? Ili neki koji uopšte nije zastupljen a voleli biste da jeste?
- Šta Vas motiviše da posećujete kulturne događaje ili obilazite lokacije od kulturnog značaja? Ukoliko ne posećujete kulturne događaje ili ne obilazite lokacije od kulturnog značaja, šta je glavni razlog zbog koga to ne činite?
- Kakav je odnos zaposlenih u kulturi prema osobama sa inv/mladima sa smetnjama u razvoju?
- Da li, prema vašem mišljenju i iskustvu, osobe sa invaliditetom/mladi sa smetnjama u razvoju mogu da zadovoljavaju svoje kulturne potrebe u Zrenjaninu? Ako ne, zbog čega?
- Da li postoje kulturni sadržaji koje biste rado posetili ali ne možete jer pristup ustanovi nije adekvatan odnosno postoje fizičke barijere koje onemogućavaju ljudima koji se kreću u kolicima da prisustvuju kulturnim dešavanjima? (nema rampi, lifta isl)
- Da li iko čak i kada se postavljaju rampe (ili se fizičke barijere sklanjaju) konsultuje vas za savet ili dobijanje bilo kakve povratne informacije?
- Stvaralaštvo osoba sa invaliditetom bi trebalo da bude integralni deo stvaralaštva kulturne scene vašeg grada. Koliko je grad otvoren za vaše stvaralaštvo, da li ga postiče, podržava?
- Da li institucije kulture i NVO sektor u Zrenjaninu radi na osnaživanju i jačanju kapaciteta organizacija osoba sa invaliditetom?
- Da li Narodno pozorište „Toša Jovanović“ omogućava slepima i slabovidima da uz pomoć audio-deskripcije prate predstave/odnosno da se predstava prevodi na znakovni jezik? Ako da koliko je to često? Ako ne da li je iko pokušao da nadležnima skrene pažnju na tu mogućnost i potrebu?
- Na koji način se informišete o kulturnoj ponudi u vašem gradu?
- Da li su kulturni neki kulturni sadržaji besplatni za osobe sa invaliditetom/mlade sa smetnjama u razvoju? Koji sadržaji jesu besplatni a koji ne? Za sadržaje koji se plaćaju, da li smatrate da je cena primerena? Obrazloženje. Da li i pratioci osoba sa invaliditetom/ mladih sa smetnjama u razvoju moraju da plate ulaznicu?
- Šta je to što dominantno određuje i utiče na kulturnu ponudu grada? Šta utiče na odabir programa, a šta utiče na kvalitet kulturne ponude?
- Za koju ustanovu kulture u Zrenjaninu biste rekli da najefikasnije obavlja svoj posao, a za koju biste rekli da je najmanje efikasna?

- Šta je to što vi najčešće posećujete u Zrenjaninu i koliko često?
- Da li znate da navedete barem jedan projekat iz oblasti kulture koji je sproveden ili se i dalje sprovodi u Zrenjaninu i sa kojim ste upoznati?
- Da li postoji neki pomak (bilo pozitivni bilo negativni) u kulturnoj ponudi grada u poslednje tri godine?
- Možete li da navedete ime jedne osobe, udruženja ili lokalne institucije/ustanove koja je prema vašem mišljenju najviše doprinela razvoju kulture u Zrenjaninu u poslednje tri godine? Obrazloženje.
- Najzad, ako biste školskom ocenom od 1 do 5 ocejnivali kulturnu ponudu vašeg grada, koju biste ocenu dali?

Građani/konzumenti kulturnih proizvoda
--

- Koliko je Vama lično važna kultura?
- Kako vi provodite svoje slobodno vreme?
- Da li, prema vašem mišljenju i iskustvu, Zrenjaninci mogu da zadovoljavaju svoje kulturne potrebe u Zrenjaninu? Ako ne, zbog čega? Da li smatrate da u Zrenjaninu postoji dovoljno kulturnih sadržaja koja vama mogu biti interesantni?
- Da li postoje kulturni sadržaji koje biste rado posetili a da trenutno ne postoje? A da li je nešto u prošlosti postojalo što ste posećivali ali više ne postoji i mislite da treba da se vrati u kulturnu ponudu grada?
- Šta Vas motiviše da posećujete kulturne događaje ili obilazite lokacije od kulturnog značaja? Ukoliko ne posećujete kulturne događaje ili ne obilazite lokacije od kulturnog značaja, šta je glavni razlog zbog koga to ne činite?
- Šta je to što vi najčešće posećujete u Zrenjaninu i koliko često? Koji Vam se programi ili aktivnosti kulturnih ustanova posebno dopadaju?
- Na koji način se informišete o kulturnoj ponudi u vašem gradu?
- Šta je to što zamerate ustanovama kulture i na koji način mislite da bi mogli da poboljšaju svoj rad?
- Ko bi trebalo da bude nosilac kulturnog života u Zrenjaninu i na koji način?
- Šta je to zbog čega biste vi češće konzumirali kulturne sadržaje?
- Da li znate da navedete barem jedan projekat iz oblasti kulture koji je sproveden ili se i dalje sprovodi u Zrenjaninu i sa kojim ste upoznati?
- Za koje ste doprinose poslovnog sektora kulturi u Zrenjaninu čuli?
- Koliko izvaše domaćinstvo idvaja na mesečnom nivou za kulturnu potrošnju? A koliko biste bili spremni da izdvojite ukoliko bi kulturna ponuda bila bliža vašim aspiracijama?
- Da li smatrate da učenici svih školskih uzrasta treba u okviru školovanja obavezno da se upoznaju sa svim vrstama kulturnih događaja i lokacija?
- Da li postoji neki pomak (bilo pozitivni bilo negativni) u kulturnoj ponudi grada u poslednje tri godine?
- Možete li da navedete ime jedne osobe, udruženja ili lokalne institucije/ustanove koja je prema vašem mišljenju najviše doprinela razvoju kulture u Zrenjaninu u poslednje tri godine? Obrazloženje.
- Kako vidite cene karata za kulturne sadržaje u Zrenjaninu? Da li su cene odgovarajuće ponudi? Obrazloženje.

- Najzad, ako biste školskom ocenom od 1 do 5 ocejnivali kulturnu ponudu vašeg grada, koju biste ocenu dali?

Preduzetnici/poslovni krugovi
-------------------------------

- Koliko je Vama lično važna kultura?
- Kako vi provodite svoje slobodno vreme?
- Da li, prema vašem mišljenju i iskustvu, Zrenjaninci mogu da zadovoljavaju svoje kulturne potrebe u Zrenjaninu? Ako ne, zbog čega? Da li smatrate da u Zrenjaninu postoji dovoljno kulturnih sadržaja koja vama mogu biti interesantni?
- Da li postoje kulturni sadržaji koje biste rado posetili a da trenutno ne postoje? A da li je nešto u prošlosti postojalo što ste posećivali ali više ne postoji i mislite da treba da se vrati u kulturnu ponudu grada?
- Šta Vas motiviše da posećujete kulturne događaje ili obilazite lokacije od kulturnog značaja? Ukoliko ne posećujete kulturne događaje ili ne obilazite lokacije od kulturnog značaja, šta je glavni razlog zbog koga to ne činite?
- Šta je to što vi najčešće posećujete u Zrenjaninu i koliko često? Koji Vam se programi ili aktivnosti kulturnih ustanova posebno dopadaju?
- Na koji način se informišete o kulturnoj ponudi u vašem gradu?
- Šta je to što zamerate ustanovama kulture i na koji način mislite da bi mogli da poboljšaju svoj rad?
- Ko bi trebalo da bude nosilac kulturnog života u Zrenjaninu i na koji način?
- Da li je jedan od principa vašeg poslovanja društveno odgovorno poslovanje? Šta to znači u praksi? Na koji način vi vidite ovaj princip i da li ga praktikujete?
- Da li ustanove kulture ostvaruju saradnju sa preduzetnicima i poslovnim sektorom u Zrenjaninu? Ako da, kakva je ta saradnja? Obrazloženje, primeri. Sa kojom ustanovom ostvarujete najbolju saradnju, a koja je najmanje zahvalna za saradnju?
- Kako vi vidite vezu između kulture i poslovnog sektora? Kako vidite svoju ulogu i na koji način biste mogli da doprinesete poboljšanju kulturne ponude grada?
- Da li postoji neki pomak (bilo božitivni bilo negativni) u kulturnoj ponudi grada u poslednje tri godine?
- Možete li da navedete ime jedne osobe, udruženja ili lokalne institucije/ustanove koja je prema vašem mišljenju najviše doprinela razvoju kulture u Zrenjaninu u poslednje tri godine? Obrazloženje.
- Kako vidite cene karata za kulturne sadržaje u Zrenjaninu? Da li su cene odgovarajuće ponudi? Obrazloženje.
- Za koju ustanovu kulture u Zrenjaninu biste rekli da najefikasnije obavlja svoj posao, a za koju biste rekli da je najmanje efikasna? Na osnovu čega procenjujete efikasnost?
- Najzad, ako biste školskom ocenom od 1 do 5 ocenjivali kulturnu ponudu vašeg grada, koju biste ocenu dali?

### (3) Anketni upitnik

## KULTURNA PONUDA I POTRAŽNJA U ZRENJANINU

Centar za razvoj civilnog društva kao izvođač usluga izvodi ovo istraživanje za potrebe monitoringa primene Strategije razvoja kulture Grada Zrenjanina 2014 - 2022 u okviru realizacije prekograničnog projekta „InclusiveArt – Access to Culture for Disadvantaged Children and Youth“.

Cilj istraživanja je identifikacija kulturnih potreba, načina njihovog zadovoljavanja i očekivanja građana na ovom planu, kao i uočavanje mogućnosti koje nisu iskorišćene u sadašnjoj kulturnoj ponudi koja postoji u Zrenjaninu. Svaka Vaša sugestija u vezi sa osnovnom temom više je nego dobrodošla. Istraživanjem rukovodi prof. dr Vladimir Ilić. Upotreba dobijenih obaveštenja je anonimna.

### **1. Molimo Vas da ocenite rad najvažnijih kulturnih ustanova u gradu u toku poslednjih nekoliko godina. (ocena 1 je najniža, a ocena 5 najviša) (šifra 8 znači da ispitanik ne poznaje rad konkretne ustanove ili da ne može da oceni)**

- Narodno pozorište "Toša Jovanović"	1	2	3	4	5	8
- Lutkarska scena Narodnog pozorišta	1	2	3	4	5	8
- Gradska narodna biblioteka "Žarko Zrenjanin"	1	2	3	4	5	8
- Narodni muzej	1	2	3	4	5	8
- Kulturni centar	1	2	3	4	5	8
- Istorijski arhiv	1	2	3	4	5	8
- Savremena galerija Umetničke kolonije "Ečka"	1	2	3	4	5	8
- Amatersko pozorište "Madač"	1	2	3	4	5	8
- Zavod za zaštitu spomenika kulture	1	2	3	4	5	8
- Druge kulturne ustanove koje smatrate značajnim:						
_____	1	2	3	4	5	8
_____	1	2	3	4	5	8
_____	1	2	3	4	5	8

### **2. Koji Vam se programi ili aktivnosti ovih ustanova posebno dopadaju?**

Ustanova \_\_\_\_\_ program \_\_\_\_\_

Ustanova \_\_\_\_\_ program \_\_\_\_\_

Ustanova \_\_\_\_\_ program \_\_\_\_\_

**3. Koje su Vaše najvažnije zamerke radu ovih ustanova?**

Ustanova \_\_\_\_\_ zamerka \_\_\_\_\_

Ustanova \_\_\_\_\_ zamerka \_\_\_\_\_

Ustanova \_\_\_\_\_ zamerka \_\_\_\_\_

**4. Imate li neki savet za poboljšanje njihovog rada?**

Ustanova \_\_\_\_\_ savet \_\_\_\_\_

Ustanova \_\_\_\_\_ savet \_\_\_\_\_

Ustanova \_\_\_\_\_ savet \_\_\_\_\_

**5. Ko bi trebalo da bude nosilac kulturnog života u Zrenjaninu i na koji način?**

\_\_\_\_\_

**6. Šta nedostaje gradu na planu zadovoljavanja kulturnih potreba Zrenjaninaca?**

\_\_\_\_\_

**7. Koje kulturne ustanove u Zrenjaninu i koje kulturne aktivnosti doprinose stvaranju posebnog zrenjaninskog identiteta, i čime?**

Ustanova \_\_\_\_\_ čime \_\_\_\_\_

Ustanova \_\_\_\_\_ čime \_\_\_\_\_

Ustanova \_\_\_\_\_ čime \_\_\_\_\_

**8. Da li Vi ili članovi Vaše porodice posećujete neku od ovih ustanova? (zaokružiti odnosni broj kod svake stavke)**

Narodno pozorište "Toša Jovanović"	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada
Lutkarska scena Narodnog pozorišta	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada
Gradska narodna biblioteka "Ž. Zrenjanin"	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada
Kulturni centar	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada
Narodni muzej	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada
Istorijski arhiv	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada
Savremena galerija Umetničke kolonije "Ečka"	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada
Amatersko pozorište "Madač"	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada
Zavod za zaštitu spomenika kulture	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada
Druge kulturne ustanove koje smatrate značajnim: _____	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada
Druge: _____	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada
Druge: _____	1. redovno	2. povremeno	3. vrlo retko	4. nikada

**9. Na koji način koristite mogućnosti koje pružaju aktivnosti ovih ustanova?**

---

---

**10. Šta bi Vas navelo da (češće) koristite programe kulturnih ustanova?**

---

---

**11. Da li i na koji način cene programa i usluga u zrenjaninskim kulturnim ustanovama utiču na njihovu posećenost?**

---

---

**12. Na koji način Vi provodite svoje slobodno vreme?**

---

---

**13. Za koje ste doprinose poslovnog sektora kulturi u Zrenjaninu čuli?**

---

---

14. Starost ispitanika, godina \_\_\_\_\_

15. Pol:           1. Ženski     2. Muški

16. Najviša završena škola \_\_\_\_\_

17. Zanimanje \_\_\_\_\_

18. Koliki je prosečan mesečni prihod Vaše porodice? \_\_\_\_\_ dinara

19. Koji deo ukupnih prihoda Vašeg domaćinstva trošite na kulturne aktivnosti?

1. Ne mogu ništa da odvojim za to
2. 1 do 3 posto
3. 3 do 5 posto
4. Više od 5 posto

20. Šta mislite, kakvi ljudi u Zrenjaninu žive najlošije, odnosno, koji ljudi spadaju u posebno ranjive grupe?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

21. Kako bi se tim ljudima olakšao pristup uslugama i aktivnostima kulturnih ustanova?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

22. Kada Vam dođu u goste ljudi iz drugih mesta, gde ih prvo vodite u obilazak?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

23. Naselje \_\_\_\_\_

Anketar: \_\_\_\_\_

**Najlepše hvala na razgovoru!**