



ЕВРОПСКА УНИЈА



ВЛАДА РУМУНИЈЕ



ВЛАДА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ



Структурни фондови
2007-2013



Poles of Cultures

РЕЗУЛТАТ СОЦИОЛОШКОГ ИСТРАЖИВАЊА
У КУЛТУРИ И АКЦИОНИ ПЛАН
ГРАДА ПАНЧЕВА
ЗА 2014. I 2015. ГОДИНУ



ПРОГРАМ
ПРЕКОГРАНИЧНЕ
САРАДЊЕ

Румунија-Србија

Садржај

Увод	2	3.4.4. Омиљени плес	42
Intro	3	3.4.5. Позоришни укус	44
Културна политика као алатка за заједништво и регионални развој	4	3.4.6. Изложбе	45
1. Опис истраживања	4	3.4.7. Куповина уметничких предмета	47
2. Методологија и опис процеса анкетирања	4	3.4.8. Књижевни укус	48
2.1. Процес анкетирања грађана	4	3.4.9. Куповина књига	51
2.2. Узорак	5	3.4.10. Филмови	53
2.3. Инструмент	5	3.4.11. Куповина филмова	56
3. Резултати истраживања	6	4. Грађани Панчева и стратегија развоја културе	57
3.1. Опис узорка истраживања	6	4.1. Стратегија развоја културе града Панчева (2010 -2015) и установе културе	58
3.2. Ставови грађана Панчева о култури	7	4.2. Стратешки циљеви	59
3.2.1. Колико је важна култура?	7	5. Истраживање културних потреба и навика грађана Панчева (закључак)	63
3.2.2. Задовољство културном понудом	7	5.1. Анализа интервијуа обављених са представницима установа културе и удружења грађана	73
3.2.3. Културни идентитет града	11	5.2. Анализа статистичких упитника установа и удружења у култури града Панчева	80
3.2.4. Развој културног туризма у Панчеву	12	6. Research on cultural needs and habits of the citizens of Pancevo (Conclusion)	85
3.3. Културне навике грађана Панчева	14	6.1 The Analysis of the interviews done with the representatives of the cultural institutions and citizen Associations	95
3.3.1. Слободно време	14	6.2 The Analysis of statistic Questionnaires of Cultural institutions and associations in Pancevo	101
3.3.2. Посећеност културних догађаја у Панчеву	16	6. Акциони план 2014-2015	106
3.3.3. Фестивали у Панчеву	20		
3.3.4. Улазнице	22		
3.3.5. Критеријуми - разлози непосеђивања	24		
3.3.6. Информисање	25		
3.3.7. Популарност културне понуде	29		
3.3.8. Поређење културне понуде Панчева у 2012. и 2013. години	30		
3.3.9. Посећеност културних догађаја у Београду	31		
3.3.10. Најзначајнији културни догађаји	33		
3.4. Културне потребе и укуси грађана Панчева у култури	35		
3.4.1. Побољшање културне понуде	35		
3.4.2. Култура и деца	37		
3.4.3. Музички укус	38		

УВОД

“Уметност није украс доколице, она је тешко освајање.....”

André Malraux

Улагање у културу нису узалудно потрошена средства. Друштво мора да изнађе различите механизме улагања у културу, и то у континуитету. Истинске њене вредности биће видљиве у контексту продуженог дејства.

Град Панчево је искористио шансу, да кроз пројекат “Културна политика као алатка за заједништво и регионални развој - Poles of Cultures”, одобрен од стране ИПА програма прекограничне сарадње, Румунија-Србија, унапреди поједине области деловања у сектору културе. Једна од активности се односила на реализацију истраживања о културним потребама, навикама и културној понуди града Панчева, спроведена је и евалуација постојећег документа: „Стратегија културног развоја града Панчева 2010-2015. године“, и креиран је Акциони план за 2014. и 2015. годину. Поменуте активности су само допринеле да наш град ојача свој капацитет практиковања имплементације пројеката у оквиру фондова ЕУ, али и учврсте позицију нашег града, који је први у Србији усвојио стратешки документ, а на овај начин је успео и да га вреднује.

Овом активношћу је унапређена улога културе у правцу конкретнијег позиционирања у оквиру креирања нових стратешких докумената који подразумевају друштвени развој града. С тим у вези, несумњива је улога медија и нових информационих технологија у правцу развоја креативне економије која може да ојача сектор културе.

Свесни смо чињенице да одређени број проблема нису још решени, да нису реализоване све мере и активности, али је свакако видљив помак у јачању ресурса у сектору културе и његовој продорнијој појави на широј културној мапи. Овај документ је помогао да ојачају појединци као аутори, уметници, установе културе и организације цивилног друштва. Све је присутнија сарадња, као и креирање партнерских пројеката. Стварају се нове вредности, афирмишу се млади таленти, нови програми и пројекти. Евидентна је појава оснивања организација цивилног друштва која се баве културом, бригом о младима и другим сегментима друштвених активности. Саме установе културе су постале све отвореније за различите облике сарадње и

једнако као и цивилни сектор програмски и пројектно добијају средства из буџета града, али се активније односе према другим нивоима власти. Субјекти културе сада имају услове да аплицирају код алтернативних извора финансирања и код различитих фондова ЕУ.

Сигурно је да ће уследити квантитативнија и квалитативнија анализа о спроведеним активностима, мерама и циљевима Стратегије културног развоја града Панчева 2010-2015, након истека периода трајања. Такав извештај ће послужити да се следећи стратешки документ уобличи на конкретнији начин, са циљевима који ће кореспондирати са дефинисаним приоритетима, са концептом одрживости, афирмацијом приватног и јавног партнерства, са конзистентнијим планом заштите и ревитализације културног и индустријског наслеђа, са отварањем нових простора за културу, као и осавремењивање постојећих ресурса.

Драгоценост постојања домова културе у насељеним местима свакако треба поставити на реалније оквире и професионално ојачати. Време ће показати да је било добро што смо имали овакав документ који је био једна врста параметра за реалније усмеравање финансијских средстава према свим субјектима културе, који је стварао услове за једнаке могућности за све и који је препознао ентузијазам у овој области који је одолео удару транзиције и турбулентним околностима.

Процес демократизације који се пре свега односи на деполитизацију у култури је спор, али видљив. Ми смо успели, делимично, да се сачувамо од штетних утицаја политике, али не и до краја. Следећи документ треба да инсистира на неопходности енергичнијег приступа у деполитизацији културе на свим нивоима. Доследно спроводити институцију конкурса за избор директора који је шанса за нове креативне људе. Унапређивати механизам конкурса у додели финансијске подршке пројектима и програмима који кореспондирају са циљевима стратешког документа, као и подстицајна мотивација у суфинансирању одобрених пројеката код иностраних фондова. Никако не смео испустити из вида перманентну интерактивну различиту комуникацију са непубликом и публиком.

INTRO

“Art is not mere decoration of pastime, but a difficult conquest....”

André Malraux

To invest in art is not to waste money. The society has to find different mechanisms to invest in culture continuously. True values of art will be visible in the context of prolonged effect.

The City of Pančevo has used the opportunity of project „Cultural Policy As a Tool for Community and Regional Development - Poles of Culture”, funded from IPA Programme for cross-border cooperation between Romania and Serbia, to improve certain areas of activity in culture. One of the activities pertained to implementation of the **research of cultural needs, habits and cultural offer of the City of Pančevo, as well as evaluation of the existing document - Strategy of Cultural Development of the City of Pančevo** for the period 2010 -2015, while the Action Plan for 2014 and 2015 was developed. The aforementioned activities just contributed to the strengthening of capacities in implementing the projects funded by the EU, but they also consolidated the position of our city which was the first one to adopt the strategic document, and in this way managed to value it.

This activity improved the role of culture towards more specific positioning in creation of new strategic documents which imply social development of the city. With regard to that, the role of media and new information technologies in the development of creative economy that can improve the sector of culture, is doubtless.

We are aware of the fact that certain number of problems have not yet been solved, nor have all the measures and activities been realised, but there is a visible shift towards the promotion of resources in the sector of culture in its more prominent appearance in wider cultural map. This document has helped to strengthen individuals as authors, artists, cultural institutions and civil society organisation. Cooperation is ever more present, as well as creation of partnership projects, new values are being created, young talents promoted, as well as new programmes and projects. Foundation of civil society organisations dealing with culture, care for youngsters, and other segments of social activities is obvious. Cultural institutions themselves have become more open for different forms of cooperation, getting the funds

from the city budget in the same way as civil organisations through programmes and projects, but having more active rapport to other levels of the government. Cultural entities now have the conditions to apply for alternative financial sources and different EU funds.

It is certain that quantitative and more qualitative analysis on the implementing activities, measures and goals of the Strategy of the Cultural Development of the City of Pančevo 2010-2015 is to come, upon the expiry of the duration period. Such report shall serve to shape the forthcoming strategic document in more specific way, with goals that will correspond to the defined priorities, with the concept of sustainability, affirmation of private-public partnership, with more consistent plan of protection and revitalisation of cultural and industrial heritage, with the opening of new spaces for culture, as well as modernisation of the existing resources.

The value of existence of Cultural Centres in the settlements should be surely placed in more realistic frameworks and professionally strengthened. The time will show it was good to have such a document that was a kind of parameter for more realistic directing of financial means towards all cultural entities, which also created conditions for equal opportunities for all, and which recognised enthusiasm in this area that endured transition and turbulent circumstances.

The process of democratisation that primarily pertains to depolitisation of culture is slow, but visible. We have succeed partially in conserving ourselves against harmful effects of politics, but not completely. The next document should insist on the necessity of more energetic approach in depolitisation of culture at all levels. It is necessary to implement the institution of competition consistently in selecting the managers, thus creating a chance for new creative people, as well as to improve the mechanism of competition in allocating financial support to projects and programmes that correspond to the goals of the strategic document, and encourage motivation in co-financing the approved projects from the international funds. We must not lose from our sight permanent interactive communication with both non-audience and audience.

Културна политика као алатка за заједништво и регионални развој Град Панчево

1. ОПИС ИСТРАЖИВАЊА

Пројекат прекограничне сарадње под називом Културна политика као алатка за заједништво и регионални развој представља истраживање културних потреба и културних навика грађана Темишвара, Вршца, Зрењанина и Панчева. Поред истраживања културних потреба и навика грађана испитују се и установе културе, културно уметничка друштва и невладине организације у наведеним градовима који се сматрају битним чиниоцима за развој културе. Циљ овог пројекта је да се на основу проучавања карактеристика и активности публике, али и актера у култури, формулишу мере културне политике на територији српског и румунског Баната, што ће допринети креирању Стратегије развоја културе Баната.

Истраживање културних потреба и културних навика грађана Панчева и истраживање карактеристика и активности актера у култури Панчева поверено је Заводу за проучавање културног развоја, републичкој установи културе чија примарна делатност је истраживања из области социологије културе и културне политике. За период од 2010 до 2015. године град Панчево је донео Стратегију развоја културе града и за сада је једини град у Србији који примењује овакав тип документа. Стога се у граду Панчеву један део истраживања односио на Стратегију развоја културе града, односно на њену евалуацију (и од стране грађана и од стране актера у култури), као и на припрему Акционог плана за 2015. годину и нацрта Стратегије развоја културе града за период 2016 - 2020. године.

2. МЕТОДОЛОГИЈА И ОПИС ПРОЦЕСА АНКЕТИРАЊА

Истраживање културних потреба и културних навика грађана Панчева састојало се из две фазе. Под културним потребама грађана сматрала се мотивација за учешће у културним активностима, док се под културним навикама подразумевало актуелно понашање у области културне потрошње и културне продукције

Као метода испитивања коришћена је анкета креирана од стране стручног тима Интернационалног института у Темишвару. Постојећи упитник је на састанку одржаном 24.10.2013. у згради локалне самоуправе Панчево на коме су присуствовали представници града Панчева, представници Интернационалног института из Темишвара и истраживачи Завода за проучавање културног развоја прилагођен условима у Панчеву, а поред тога је садржавао и специфична питања о постојећој стратегији развоја културе и будућим стратешким циљевима.

2.1. ПРОЦЕС АНКЕТИРАЊА ГРАЂАНА

Податке о културним потребама и културним навикама грађана Панчева прикупљало је 33 анкетара, који су били подељени по реонима града (Центар, Тесла, Стрелиште, Младост, Горњи Град, Војловица, Стари Тамиш, Старчево, Качарево, Јабука, Долово, Глогоњ, Омољица, Банатски Брестовац, Банатско Ново Село и Иваново). Испитаници су бирани методом случајног узорка. Анкетари су били већином млади незапослени грађани Панчева који су се јављали на конкурс објављен 24.10.2013. године на готово свим локалним медијима.

Пре почетка анкетања чланови тима Завода за проучавање културног развоја, одржали су инструктаж за анкетаре у просторијама Градске управе Панчево, 13.11.2013. године. Теренски рад је почео 14.11.2013. године.

Према плану истраживачког дела Пројекта, теренски рад требало је да траје 10 дана. Међутим, због извесних проблема током самог процеса анкетања грађана, као и лоших

временских услова, теренски рад се значајно одужио, те је завршен 6.12.2013. године.

Наиме, већ на самој инструктажи је од посла одустало двоје, а у наредна три дана још троје анкетара, који су врло брзо замењени новим ангажованим лицима. Такође, један анкетар током целог теренског рада није пријављивао тачан број урађених упитника. На дан предаје упитника, истраживачи су дошли до сазнања да ниједан упитник није испуњен. Поменути упитници прослеђени су двома анкетаркама, а поменута ситуација је продужила теренски рад за још 5 дана. Након што су пристигли упитници, организовано је најпре кодирање, а потом и унос података, логичка контрола и коначно «чишћење» базе.

Друга фаза истраживања обухватала је анализу прикупљених и унетих података.

2.2. УЗОРАК

Истраживање је обављено на узорку од 1.060 испитаника, на територији града Панчева током периода новембар - децембар 2013. године. У анкетном истраживању је учествовало 33 анкетарки/анкетара, од којих су највећи број студенти из Панчева. Приликом дизајна узорка водило се рачуна о пропорцијама појединих група становништва у популацији: по старосним кохортама и полу (која је извршена на основу података из Градске управе Панчево о заступљености циљаних старосних и полних кохорти по типу насеља - месне заједнице).

Модел и принцип селекције узорка су били одређени предметом истраживања и дефиницијом циљне популације. Циљану популацију су чинили становници града Панчева старији од 15 година. Међутим, да би се добила прецизнија слика, узорак је направљен тако да буде концентрисан на три старосне кохорте: до 29 година, од 30 до 49 и 50 и више година. С обзиром на овако дефинисану популацију, одмах се јавио проблем непостојања комплетне листе која би могла да послужи као основа за селекцију појединаца са унапред познатом вероватноћом селекције. Управо због ових разлога принцип селекције испитаника био је територијални са елементима систематског.

Узорак је био вишеструко стратификован: по територијалном принципу, по старосним кохортама и полу. Основни територијални стратуми су месне заједнице (16), подељене према степену урбанизације на градске (урбане) - 9 и сеоске (руралне) - 7. Од стране наручиоца добили смо величину узорка по типу урбанизације, где је планирани узорак за градске месне заједнице био 70% испитаника а за сеоске 30% испитаника.

Унутар сваке месне заједнице су путем систематског одабира издвајане по две улице и унутар њих домаћинства. Анкетари су имали инструкције да у оквиру улица систематски бирају домаћинства (само са једне стране улице и свако треће домаћинство, у зависности од величине улице и степена урбанизације) све док се не појави особа која одговара циљној популацији. Уколико се у изабраном домаћинству налазило више особа које испуњавају критеријум по коме би могли бити анкетирани случајним избором је бирана особа према датуму рођења тј. изабрана је она особа којој је првој рођендан.

2.3. ИНСТРУМЕНТ

Упитник за грађане Панчева састојао се од 248 варијабли, а подаци су прикупљани анкетирањем грађана у њиховим домаћинствима. Упитник је подељен на три целине и 52 питања, затвореног и отвореног типа. Први део инструмента односи се на 37 питања о социокултурној партиципацији и интересовањима испитиване популације. У овом сегменту испитаницима су постављана питања о начину провођења слободног времена, о посећивању културних догађаја и установа културе у Панчеву, о посећивању културних догађаја у Београду¹, о интересовањима која подразумевају омиљене музичке правце, врсте плеса, врсте изложби, врсте позоришта, књижевне жанрове и филмске жанрове, о посећености манифестација етничких заједница, о мишљењу испитаника о културној понуди и културном идентитету Панчева, у оквиру којих је требало одговорити колико је испитаник задовољан културном понудом, шта би променио, шта представља културни идентитет града, на који начин се информисе о културним догађајима у граду, да ли културни туризам представља шансу за економски развој града.... Други део инструмента састојао се од 5 питања о постојећој Стратегији развоја културе града Панчева у оквиру којих су испитаници питани да ли желе да се укључе у израду наредне стратегије развоја културе и на који начин, шта сматрају главним стратешким циљевима, коју установу/удружење/појединца сматрају значајним за културу града Панчева. Трећи део инструмента представљао је 10 питања који се односе на социо - демографске податке испитаника. На крају упитника остављен је простор за евентуални коментар испитаника или анкетара.

1 Питање о учесталости посећивања културних догађаја у Београду постављено је само грађанима Панчева јер се Београд налази на 12км од Панчева, те се претпоставило да грађани Панчева посећују и културне догађаје у Београду

3. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

3.1. ОПИС УЗОРКА ИСТРАЖИВАЊА

Пол: женски - 53,8%, мушки - 46,2%

Старост: од 15 до 29 година - 23,5%, од 30 до 49 година - 33,3%, 50 и више година - 43,2%

Место становања: Центар - 12,9%, Горњи Град - 16,7%, Младост - 9,5%, Тесла - 5%, Стрелиште - 7,5%, Војловица - 3,4%, Стари Тамиш - 0,6%, Старчево - 6,1%, Качарево - 5,5%, Банатско Ново Село - 6%, Омољица - 6,7%, Јабука - 6,4%, Долово - 6%, Банатски Брестовац - 3,4%, Глогоњ - 3,2%, Иваново - 1,1%

Брачни статус: у браку - 53,7%, неожењен/неудата - 30,2%, разведен/а - 5,5%, удовац/удовица - 8,5%

Образовање: I и II степен стручне спреме (непотпуна основна школа и основна школа) - 10,6%, III и IV степен стручне спреме (средња стручна школа и гимназија) - 59,8%, VI, VII1, VII2 и VIII степен стручне спреме (виша школа, основне и постдипломске студије) - 27%

Занимање: пољопривредник/ца - 1,5%, домаћица - 6,5%, студент, ученик - 10%, незапослен/а - 8,6%, пензионер/ка - 21,3%, радник/ца - 6,1%, продавац/продавачица - 5,1%, радник/ца у сектору услуга (фризер, педикир, пекар, посластичар...), запослен/а у области медицине/ветерине - 3,6%, запослена у области образовања - 3,1%, запослен/а у војци, полицији, обезбеђењу, ватрогасној служби - 1,2%, свештено лице - 0,1%, запослен/а у области културе - 0,2%, запослен/а у рачуноводству/администрацији - 3,7%, запослен/а у архитектури/геодезији/грађевини - 1,3%, спортиста - 0,1%, службеник/ца у општини/месној заједници - 0,6%, запослен/а у судству - 1,3%, слободни/а уметник/ца - 0,7%, запослен/а у цивилном сектору - 0,1%, запослен/а у медијима - 0,2%, директор/ка - 0,1%, запослен/а у области заштите животне средине - 0,5%, запослен/а у области прехранбене индустрије - 2,1%, запослен/а у машинској индустрији - 2%, запослен/а у IT сектору - 1%,

запослен/а у области саобраћаја - 2,7%, запослен/а у области туризма - 0,8%

Број чланова породице: 1 члан - 9,9%, 2 члана - 18,9%, 3 члана - 22,1%, 4 члана - 30,7%, 5 чланова - 9,8%, 6 чланова - 5,2%, више од 6 чланова - 1,8%

Просечна месечна примања домаћинства: испод 200 евра - 10,8%, Од 201 до 400 евра - 23,9%, од 401 до 600 евра - 15,9%, од 601 до 800 евра - 7,4%, од 801 до 1000 евра - 3,1%, преко 1001 евра - 1,4%. Потребно је напоменути да 37,5% испитаника није желело да одговори на ово питање.

Верска припадност: православна - 73,6%, католичка - 3,1%, атеиста - 1%, реформатска - 0,7%, протестантска - 0,5%, исламска - 0,2%, неопредељени - 0,2%.

На питање о верској припадности 20,6% испитаника није желело да да одговор, те тако 71% становника Глогоња, 38% становника месне заједнице Горњи Град и 30,5% становника Старчева није одговорило на питање о верској припадности.

Национална припадност: српска - 74,7%, мађарска - 2,7%, румунска - 2,4%, македонска - 2,2%, хрватска - 0,6%, ромска - 0,6%, црногорска - 0,4%, словачка - 0,4%, југословенска - 0,4%, бугарска - 0,2%, немачка - 0,1%, бошњачка - 0,1%.

Одговор на питање о националној припадности није дало 15,1% испитаника. Најбројнији су грађани Глогоња којих 64,5% није желело да каже којој нацији припада, а следе их грађани Старчева којих 30,5% није дало одговор на ово питање.

3.2. СТАВОВИ ГРАЂАНА ПАНЧЕВА О КУЛТУРИ

3.2.1. КОЛИКО ЈЕ ВАЖНА КУЛТУРА?

Да би се боље схватило колико грађани Панчева учествују у културном животу свог места било је потребно првенствено сазнати колико је испитаницима култура важна данас.

Грађанима Панчева је култура битна, те тако 35,9% је сматра веома много важном, док 34,8% сматра много важном за данашње друштво. Велике разлике у поимању културе не постоје међу старосним категоријама, међу местима становања испитаника, међу занимањима и стручном спремом испитаника. Једина разлика у важности културе види се код полова, те тако % 42,4% жена и 28,2% мушкараца сматра културу веома много важном и 35,5% жена и 34% мушкараца је сматра много важном за друштвени развој.

ТАБЕЛА:

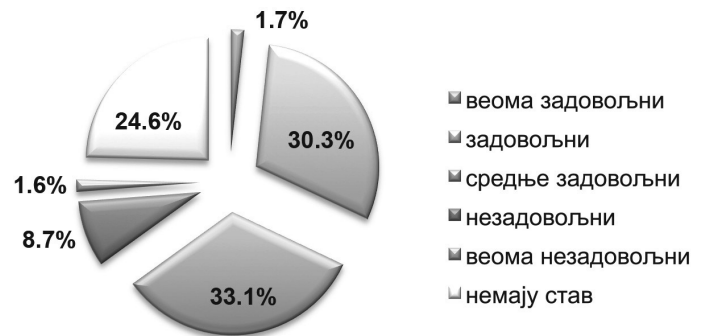
ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА НА ПИТАЊЕ „КОЛИКО ВАМ ЈЕ ВАЖНА КУЛТУРА?“

Колико вам је важна култура?	Укупно	Према полу	
веома много	36.1%	мушки пол	28,2%
		женски пол	42,4%
много	34.6%	мушки пол	34%
		женски пол	35,5%
средње	22.9%	мушки пол	29,8%
		женски пол	16,8%
мало	4.5%	мушки пол	5,9%
		женски пол	3,6%
веома мало	1.4%	мушки пол	1,7%
		женски пол	1,1%
$\chi^2=36.508$, $df=5$, $p=.000$, $c=0.188$, Cramer's $V=0.192$			

3.2.2. ЗАДОВОЉСТВО КУЛТУРНОМ ПОНУДОМ

Највећи број, односно трећина Панчеваца је средње задовољна културном понудом у свом граду. Више од четвртине показује задовољство, док је 1,7% веома задовољно садржајима који се налазе на културној мапи Панчева. Може се закључити да је мало оних који показују незадовољство - 8,4% је незадовољно, а 1,6% веома незадовољно понудом. То наводи на закључак да креатори и носиоци културне понуде у великој мери успевају да задовоље захтеве својих грађана. Ипак, треба обратити пажњу и на то да четвртина грађана нема став о културној понуди, те се може поставити питање да ли се њиховим потребама излази у сусрет или је то ипак резултат њихове незаинтересованости за културне садржаје, па их је потребно анимирати.

ГРАФИКОН: ЗАДОВОЉСТВО ИСПИТАНИКА КУЛТУРНОМ ПОНУДОМ ПАНЧЕВА



Интересантно је да задовољство културном понудом не зависи у већој мери од узраста испитаника ($\chi^2=43.254$, $df=12$, $p=.000$, $V=0.149$, $c=0.207$, $r=0.038$). Одговори су готово подједнако дистрибуирани међу старосним групама. Ипак, може се рећи да су најнезадовољнији културном понудом најмлађи испитаници. Једина изражена разлика је код одговора „немам став“. Наиме, трећина најстаријих нема став о културној понуди, односно чине 57,4% испитаника у групи оних који немају став.

ТАБЕЛА: (НЕ)ЗАДОВОЉСТВО КУЛТУРНОМ ПОНУДОМ ПРЕМА СТАРОСНОЈ СТРУКТУРИ ИСПИТАНИКА

Степен задовољства	ГОДИНЕ		
	до 29	30-49	50 и више
Веома задовољни	0,9%	2,7%	1,4%
Задовољни	27,5%	30,6%	31,5%
Средње задовољни	39,9%	37,6%	25,9%
Незадовољни	12,4%	8,2%	7%
Веома незадовољни	2,1%	1,5%	1,4%
Немају став	16,2%	19,4%	32,7%
X ² =43.348, df=12, p=.000, V= 0.146, c=0.202, r=0.037			

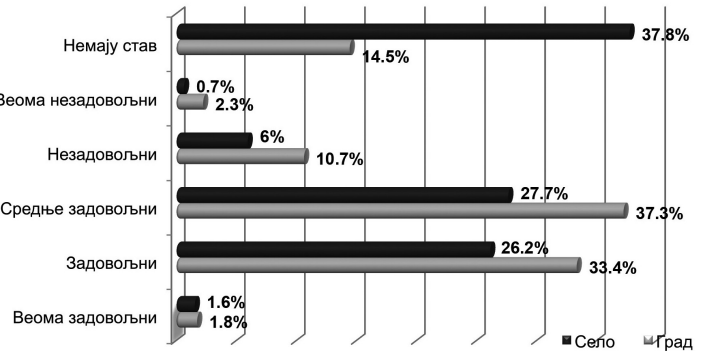
И ниво образовања врши мали утицај на осећај (не)задовољства када је реч о културној понуди Панчева ($X^2=60.974$, $df=12$, $p=.000$, $V= 0.179$, $r=0.057$). Наиме, број оних који су задовољни културном понудом расте са порастом степена образованости испитаника. Са друге стране број оних који немају став о томе опада са порастом степена образованости испитаника. Дакле, може се рећи да су ниже образовани у нешто мањој мери критични према културној понуди и/или мање заинтересовани за културу.

ТАБЕЛА: (НЕ)ЗАДОВОЉСТВО КУЛТУРНОМ ПОНУДОМ ОБРАЗОВНОЈ СТРУКТУРИ ИСПИТАНИКА

Степен задовољства	Степен образовања		
	ОШ	ССС	ВШ/ВСС
Веома задовољни	2,9%	1,7%	1,5%
Задовољни	25%	29,9%	34,2%
Средње задовољни	22,1%	31,5%	40,1%
Незадовољни	3,8%	9,4%	9,7%
Веома незадовољни	1,9%	0,8%	3%
Немају став	44,3%	26,7%	11,5%
X ² =63.270, df=12, p=.000, V= 0.181, r=0.057			

Највеће разлике у задовољству постоје у односу на место становања и то у категорији оних који немају став о културној понуди ($X^2=785.826$, $df=6$, $p=.000$, $V= 0.276$, $c=0.266$). Наиме, више од трећине мештана панчевачких насељених места нема став о културној понуди, за разлику од око 15% Панчеваца урбаног подручја. Истовремено, они показују у нижој мери критички став према култури, те су мање и задовољни и незадовољни културном понудом. Овакав резултат наводи на закључак да поливалентни центри у селима имају велики задатак да анимирају своје грађане, односно не-публику да се укључи у културне догађаје места и града у којем живе.

ГРАФИКОН: (НЕ)ЗАДОВОЉСТВО КУЛТУРНОМ ПОНУДОМ ПРЕМА МЕСТУ СТАНОВАЊА



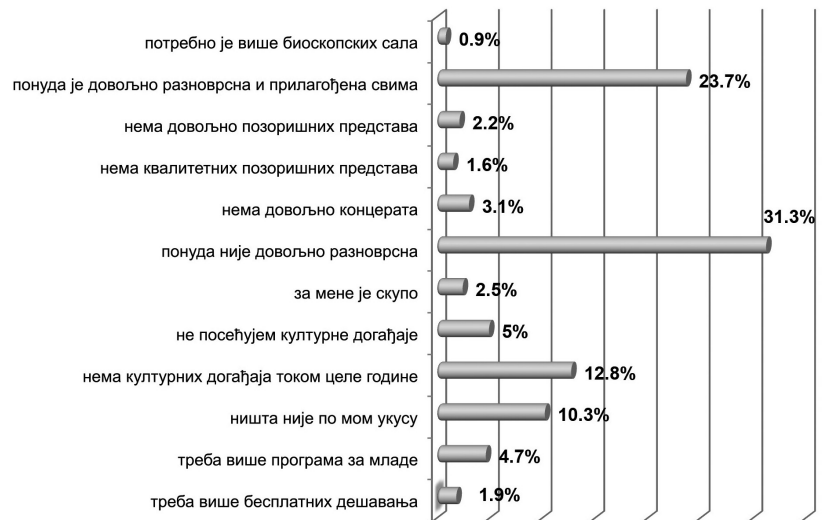
Полна припадност уопште не утиче на степен задовољства културном понудом. И мушкарци и жене у скоро подједнаком броју изражавају задовољство, односно незадовољство културним садржајима у Панчеву.

На питање да објасне своје задовољство односно незадовољство, трећина испитаника навело је одговоре. Веома задовољни и задовољни су наводили разноврсност, квалитет програма и довољан број дешавања као основне карактеристике културне понуде у Панчеву. Ипак одређени број испитаника у овој групи истакли су недовољно разноврсне програме као замерку понуди културних садржаја у Панчеву, као и потребу за више бесплатних програма и садржаја за младе.

Средње задовољни као основну замерку наводе, као и они који су задовољнији, недовољну разноврсност програма (44,8% свих одговора наводи неразноврсност), али и то што нема културних догађаја током целе године (36,2%), односно недостатак равномерности у понуди садржаја. Исте замерке понуди наводе и они који показују највише степене незадовољства међу испитаницима - 34% незадовољних и 57,1% веома незадовољних наводи недовољну разноврсност као главну негативну особину културне понуде; неравномерност у расподели садржаја на годишњем нивоу наводи 36,2% незадовољних и 14,3% веома незадовољних.

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА О РАЗЛОЗИМА (НЕ)ЗАДОВОЉСТВА ИСПИТАНИКА КУЛТУРНОМ ПОНУДОМ У ПАНЧЕВУ

Социо-демографске особине испитаника не врше утицај на разлоге (не)задовољства културном понудом, изузев када је реч о узрасту, односно старости испитаника. Наиме, најстарији у највећем проценту истичу да садржаји нису по њиховом укусу, али у највећем броју показују и највеће задовољство разноврсношћу понуде. Проценат оних који као главну замерку понуди наводе недовољну разноврсност опада са порастом броја година испитаника, што је случај и са равномерном годишњом расподелом програма. Најстарији испитаници чине и највећи део не-публике, а тај проценат опада са смањењем броја година испитаника.



ТАБЕЛА: РАЗЛОЗИ (НЕ)ЗАДОВОЉСТВА ПРЕМА СТАРОСНОЈ СТРУКТУРИ ИСПИТАНИКА

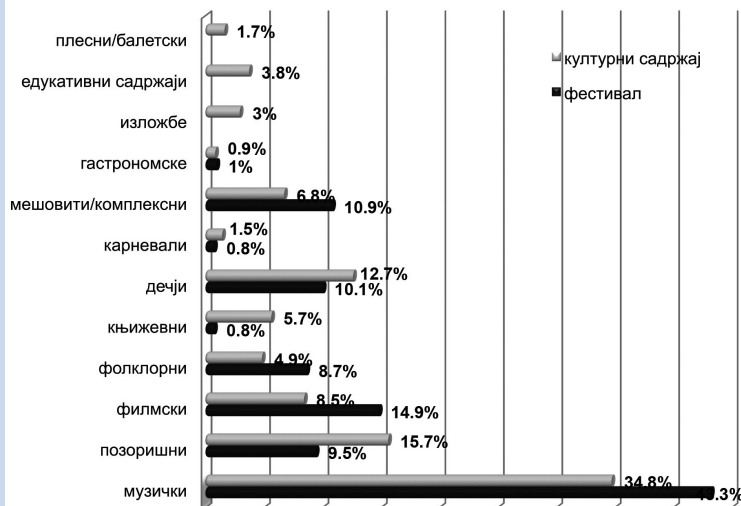
Разлози (не)задовољства	Старосне категорије		
	До 29 година	Од 30 до 49 година	50 и више година
треба више бесплатних дешавања	1,1%	2,9%	1,6%
треба више програма за младе	8,6%	1,9%	4,1%
ништа није по мом укусу	2,2%	13,5%	13,9%
нема културних догађаја током целе године	16,1%	13,5%	9%
не посећујем културне догађаје	1,1%	2,9%	9,8%
за мене је скупо	-	2,9%	4,1%
понуда није довољно разноврсна	37,6%	33,7%	24,6%
нема довољно концерата	7,5%	1,9%	0,8%
нема квалитетних позоришних представа	-	2,9%	0,8%
нема довољно позоришних представа	3,2%	2,9%	1,6%
понуда је довољно разноврсна и прилагођена свима	21,5%	20,2%	28,7%
потребно је више биоскопских сала	1,1%	1%	0,8%
$\chi^2=47.385$, $df=22$, $p=.001$, $V= 0.273$, $c=0.360$			

Иако две трећине Панчеваца изјављује да посећује културне програме у граду, и готово сви су у мањој или већој мери задовољни садржајем тих програма, ипак велики број испитаника истиче да би културна понуда могла да се побољша. Мада је у упитнику направљена разлика између културног садржаја и фестивала као захтевније форме програма, потребе, односно одговори испитаника се, и у једном и другом случају, поклапају.

Тако, само 3,6% анкетираних сматра да културној понуди не недостаје ниједан културни садржај, односно 4,9% наводи да не недостаје ниједан фестивалски садржај, односно да је она у потпуности задовољавајућа. Треба напоменути да половина грађана нема одговор на питање „Која врста садржаја/фестивала, према Вашем мишљењу, недостаје културној понуди Панчева?“ (49,2% када је реч о садржајима, 43,6% када је реч о фестивалима) . То показује да велики број Панчеваца не прати културне програме или нема жељу да о њој дубље промишља.

Према одговорима оних који су рекли своје мишљење на наведено питање, Панчевцима највише недостају музички садржаји и фестивали, потом позоришни садржаји и филмски фестивал, те дечји и комплексни/мешовити, како садржаји, тако и фестивали.

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА О ВРСТИ САДРЖАЈА И ФЕСТИВАЛА КОЈИ НЕДОСТАЈУ КУЛТУРНОЈ ПОНУДИ ПАНЧЕВА



Приметно је међутим да Панчевци осећају велику потребу за позоришним представама, али мању за покретањем позоришног фестивала. Супротно томе, већу потребу осећају за филмским фестивалом, него за редовним филмским програмом. Дечји програми, и редовни и у форми фестивала, су очигледно велики недостајући елемент културне понуде Панчева.

Музички програми добили су највећи број одговора као програми који недостају културној понуди Панчева. Будући да највећи број испитаника воли да слуша поп и народну музику, вероватно за музичким садржајима и фестивалима овог музичког жанра Панчевци осећају највећу потребу. Да Панчевци воле филмове показује и посета биоскопских садржаја јер две трећине грађана посећује биоскопске програме, али и потреба да Панчево „добије“ филмски фестивал. Ипак, треба поменути да мањи број грађана од оних који желе филмски фестивал артикулише потребу за већим бројем филмских садржаја. Овај податак још више долази до изражаја ако се има у виду да Панчево нема самостални биоскоп. То значи да су грађани у највећој мери задовољни биоскопском понудом у оквиру установа културе. Супротан закључак би се могао извести када је реч о позоришним садржајима. За њима потребу показује већи број Панчеваца него за филмске садржаје. Ипак мањи број сматра да би ови садржаји требало да добију форму фестивала, за разлику од филмских.

Као веома битни према броју одговора показали су се комплексни садржаји и фестивали који обједињују више различитих програма. То може значити да Панчевци воле фестивале којима задовољавају различите културне потребе истовремено. То је вероватно и разлог што Панчевачки карневал има бројну публику.

Једини садржаји који недостају културној понуди, али нису погодни за фестивалски програм су изложбе и едукативни програми (трибине, семинари, скупови...), али је за њима потреба уз књижевне програме, судећи по одговорима испитаника, најмања. Такође, потреба за плесним и балетским садржајима је мала и не постоји иницијатива да се они ублажавају у фестивалску форму.

Интересантно је да потреба за одређеним типом садржаја, односно фестивала не зависи од нивоа образовања испитаника, односно да ниједна врста програма нема значајно различити број љубитеља у некој од образовних група.

Иста ситуација је и код старосних категорија. Ниједна старосна група не одскаче значајно у односу на друге са својим потребама. У нешто већој мери најмлађи желе музичке и филмске садржаје и фестивале. Испитаници средњих година нешто више желе дечје, како садржаје тако и фестивале, што је и

очекивано с обзиром да у тим годинама највећи број родитеља има малу децу. Најстарији осећају највећу потребу за комплексним и фолклорним садржајима и фестивалима.

Када је реч о месту становања, може се рећи да постоји вероватноћа да оно у извесној мери утиче на потребу за фестивалима ($\chi^2=24.064$, $df=8$, $p=.002$, $V=0.219$, $c=0.213$), што се не може рећи за редовне садржаје. У граду се, у односу на село, јавља значајно већа потреба за позоришним и дечјим фестивалима, али то није случај када је реч о редовним културним програмима, где је потреба изједначена између становника насељених места и градског подручја.

ТАБЕЛА: АРТИКУЛАЦИЈА ПОТРЕБЕ ЗА ФЕСТИВАЛИМА ПРЕМА МЕСТУ СТАНОВАЊА

Врста фестивала	Место становања	
	Град	Насељено место
музички	41,8%	45,9%
позоришни	11,5%	6,1%
филмски	14,2%	16%
фолклорни	9%	8,3%
књижевни	-	2,2%
дечји	12,1%	6,6%
карневали	0,9%	0,6%
мешовити/комплексни	10,5%	11,6%
гастрономске	-	2,8%

Полна припадност прави значајну разлику једино код дечјих садржаја и фестивала. Наиме, жене у три до четири пута већем броју од мушкараца изражавају потребу за овим типом културног програма - 15,3% жена према 4,3% мушкараца у случају фестивала, односно 18,1% жена према 6% мушкараца када је реч о редовним културним садржајима.

3.2.3. КУЛТУРНИ ИДЕНТИТЕТ ГРАДА

Град Панчево и сва његова насељена места имају дугу историју, те први подаци о насељавању ових простора потичу из периода млађег каменог доба (5000 - 2000 година пре нове ере). Наиме, на територији данашњег Старчева у наведеном периоду налазило се насеље по коме је читав период млађег каменог доба добио име - Старчевачка култура. Територија Панчева била је насељена и у каснијим периодима праисторије, антике, средњег века и новог доба, а први помен Панчева потиче из 850. године (http://www.pancevo.rs/O_Pancevu-14-1), приступљено 13.1.2014.).

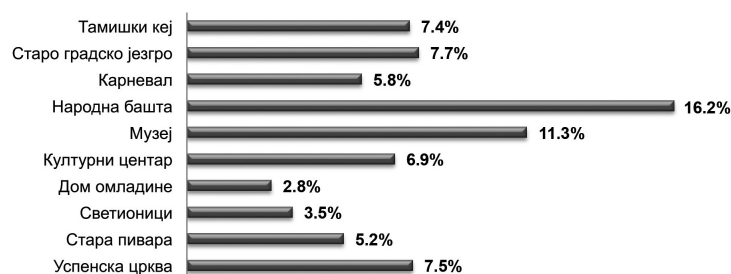
На територији Панчева налазе се многобројни културно историјски споменици који представљају аутентичност града, а то су првенствено споменици саграђени у 18. и 19. веку, када је град био седиште дистрикта и када је у граду почела да се развија индустрија (Пивара је почела да ради 1722. године).

Поред културно - историјских споменика аутентичност града представља и културна понуда, односно културни догађаји који се одржавају у граду и насељеним местима.

Према мишљењу 16,2% грађана Панчева културна знаменитост која представља аутентичност града јесте Народна башта, парк отворен 1829. године, а реновиран 2009. године уз помоћ италијанског града Червије и ЕФГ банке (<http://www.pancevo.com/town/history/zanimlj/narodnab.htm>, приступљено 13.01.2014.). На другом месту, према мишљењу 11,3% Панчеваца, је зграда Народног музеја, некадашњој згради Магистрата, саграђеној 1833. године. На трећем месту је старо градско језгро, односно Гимназијски трг и Градски парк који, такође, потичу из периода 18 - 19. века које 7,7% грађана Панчева сматра аутентичношћу града.

Од установа културе као аутентичност града грађани Панчева препознају Културни центар и Дом омладине. Наиме, 6,9% грађана Панчева види Културни центар аутентичном установом града, а 2,8% Дом омладине. Са друге стране, од културних догађаја који се одржавају у Панчеву 5,8% грађана сматра да је Карневал идентитет града, док остале културне догађаје као културни идентитет града види укупно 0,6% Панчеваца.

ГРАФИКОН: СИМБОЛИ АУТЕНТИЧНОСТИ ГРАДА ПАНЧЕВА ПРЕМА ОДГОВОРИМА ИСПИТАНИКА



Разлике у мишљењу о културном идентитету града постоје само у старосним категоријама и у полу, иако у свим категоријама највећи број испитаника сматра да Народна башта представља аутентичност града Панчева. Ипак, најстарији грађани Панчева поред Народне баште као идентитет града виде зграду Народног музеја и Успенску

цркву, док припадницима средње генерације аутентичност Панчева, поред Народне баште и зграде Музеја, је и старо градско језгро. Испитаници који имају од 15 до 29 година у аутентичности сврставају и Тамишки кеј и Културни центар. Са друге стране, у односу на мушкарце, готово два пута више жена сматра Народну башту идентитетом града (20% према 11,8%). Такође, жене чешће као аутентичност града наводе и зграду Народног музеја и Културног центра (12,9% жена у односу на 9,4% мушкараца наводи Музеј, и 9,2% жена и 4,4% мушкараца наводи Културни центар). Мушкарци као идентитет града наводе Тамишки кеј (8,9% у односу на 6,2%), Светионике (5,9% у односу на 1,5%) и зграду Старе пиваре (7,4% у односу на 3,4%) ($\chi^2 = 88.526$, $df = 37$, $p = .000$, $c = 0.29$, $Cramer'V = 0.30$).

3.2.4. РАЗВОЈ КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА У ПАНЧЕВУ

Према дефиницији Светске туристичке организације из 1993. године која је прихваћена и од стране Европске комисије туризам укључује „активности особа током путовања и боравка у неком месту ван уобичајеног места становања, у периоду мањем од године дана, ради уживања, посла или у друге сврхе“. Када је култура у питању, дефинисање је много тежи посао, те туриста у својим активностима настоји да упозна аутентичност, културу као процес развоја једног народа, што и чини, кроз манифестације, приче и друге елементе, и тако се култура као процес помоћу туризма претвара у културу као производ. Грег Ричардс, један од најактивнијих истраживача културног туризма у Европи истиче да је културни туризам „свако кретање људи изван места становања проузроковано специфичним културним атракцијама као што су културно наслеђе, уметничке и културне манифестације, уметност и драма“. Концептуална дефиниција културног туризма у први план ставља мотивацију за туристичке активности. У том смислу културни туризам је „кретање људи изван места становања проузроковано културним атракцијама, са намером прикупљања нових информација и искустава како би се задовољиле културне потребе“ (Субашић, Б., Миланков, М., Граф, М. 2012: 4). Светска туристичка организација културни туризам дефинише преко мотива и истиче да је то „кретање људи с примарно културном мотивацијом, као што су студијске туре, уметничке и културне туре, путовања на фестивале и друге културне догађаје, обилазак историјских места и културних добара, путовања због проучавања природе, фолклора, уметности и ходочашћа (www.unwto.org, приступљено 24.01.2014.).

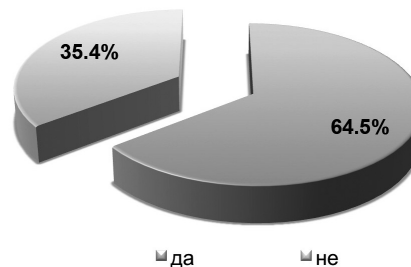
Са развојем културног туризма неизоставно иде и развој креативних индустрија и културне инфраструктуре. Култура и културни туризам, на неколико начина помажу локални привредни развој као што су: приходи од самих посетилаца/ туриста (куповина улазница, сувенира, и других производа у

току боравка), приходи од оних који пружају услуге туристима (смештајни и угоститељски објекти), укључивање локалног становништва и стручњака у туристичке и економске токове (повећање запослености), развој предузетништва (као пратећег елемента у пружању услуга посетиоцима). Такође, увиђањем директне и индиректне користи од развоја културног туризма може се повећати одговорност локалног становништва према наслеђу и жеља да је што боље испромовише, што може резултирати већом иницијативом предузетника да унапреде локалне вредности кроз спонзорства и донације, затим волонтерским ангажманом грађана, покретањем акција у оквиру цивилног сектора. Све то може побољшати локалну средину без учешћа значајних (буџетских) средстава (Субашић, Б., Миланков, М., Граф, М. 2012: 6).

Град Панчево има велике потенцијале за развој културног туризма. Као што је у претходном делу анализе речено, према мишљењу грађана Панчева аутентичност града чине Народна башта, културно - историјски споменици, попут зграде Народног музеја, Старог градског језгра (Гимназијски трг и парк), Светоуспенска црква, зграда Старе пиваре..., али и установа културе (Културни центар, Дом омладине...), због чега је било потребно сазнати да ли житељи општине Панчево сматрају да развој културног туризма у Панчеву може да донесе и економски бољитак за општину.

Према мишљењу 95,2% испитаника који су одговорили на ово питање 64,5% испитаника мисли да је у Панчеву потребно развијати културни туризам. Код овог питање не постоје значајне статистичке разлике према демографским подацима испитаника.

Да ли је потребно развијати културни туризам у Панчеву?



Међу грађанима који подржавају развој културног туризма у Панчеву највећи број њих (преко 85%) сматра да је за развој културног туризма у граду од великог значаја реконструкција зграда, туристички информативни центри, брошуре за презентацију културних потенцијала, висок квалитет туристичких услуга, висок квалитет културних догађаја и промоција града као културне дестинације. Ипак, велики број

грађана (88,2%) сматра да је од великог значаја за развој културног туризма висок квалитет туристичких услуга, под којим се подразумевају смештај, паркинзи и љубазност. Овај податак нимало не изненађује, јер Панчево има укупно око 150 лежачева (Зорана Владу, директорка Туристичке организације Панчево, интервју вођен 05.12.2013.), и једини је град у Србији који нема хотел (http://www.pancevac-online.rs/index.php?module=section&issue_id=557&id=3, приступљено 24.01.2013.), због чега су многи грађани Панчева приликом анкетирања напомињали да:*Панчеву под хитно треба хотел, ако хоћемо да развијемо туризам....* (коментар једног испитаника).

ТАБЕЛА: РАНГИРАЊЕ ПОТЕНЦИЈАЛА ЗА РАЗВОЈ КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА

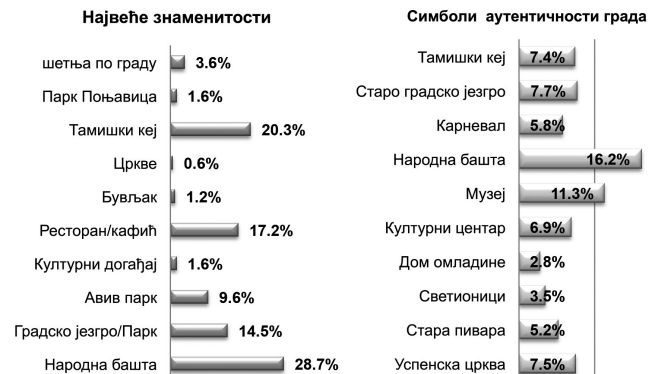
	Висок ниво	Средњи ниво	Низак ниво	Не уопште
Реконструкција зграда	76,5%	20,9%	1,9%	0,6%
Туристички информативни центри	71,5%	24,9%	2,6%	1%
Брошуре за презентацију културних потенцијала	66,8%	27,6%	4,9%	0,7%
Висок квалитет туристичких услуга	88,2%	10%	1,3%	0,5%
Висок квалитет културних догађаја	86,5%	13%	0,3%	0,2%
Промоција града као културне дестинације	83,8%	14,1%	2%	0,2%

И сами грађани могу бити промотери града као културне дестинације тако што ће своје госте који живе у другим градовима Србије, или иностранству одвести у обилазак града и показати туристичку понуду и лепоте Панчева. Такође, уколико своје госте одводе у угоститељске објекте промовишу свој град, а Локалној самоуправи указују на места у којима треба да се појача културна понуда.

На питање где своје госте воде у обилазак одговорило је 85,8% испитаника, од којих нешто мање од четвртине својим гостима показује Народну башту, а 17,4% Тамишки кеј. Од културно - историјских делова града 12,3% Панчеваца својим гостима показује Старо градско језгро/Гимназијски трг/Парк у којима се налазе многе грађевине из 19. века, установе културе и у којима су снимљени многобројне сцене домаћих, али и страних, филмова. Од комерцијалних места 14,7% испитаника своје госте одводи у ресторане и кафиће (Шаран, Липа, Ветрењача, Хедонист, Круна и кактус, Bianco...).

Упоредивањем података који говоре о аутентичности града и места на које анкетирани грађани Панчева воде своје госте закључује се да многи грађани аутентичности града сматрају добром туристичком понудом града, односно туристичким потенцијалом и капацитетом за развој културног туризма.

ГРАФИКОНИ: НАЈВЕЋЕ ЗНАМЕНОСТИ НА КОЈЕ ПАНЧЕВЦИ ВОДЕ СВОЈЕ ГОСТЕ (СЛИКА 1) И СИМБОЛИ АУТЕНТИЧНОСТИ ГРАДА (СЛИКА 2)



Иако статистички значајне разлике не постоје приметно је да грађанке Панчева чешће воде своје госте у Народну башту, у обилазак Старог градског језгра, и у тржни центар Авив парк, док мушкарци са својим гостима одлазе у ресторане, кафиће и на Тамишки кеј. Млађи испитаници много чешће од старијих грађана својим гостима показују панчевачке кафиће и Авив парк, док старији испитаници воле да своје госте проше-тају по граду. Грађани са средњим и вишим и високим образовање својим гостима показују комерцијална места (тржни центар, кафиће, ресторане). Такође, три пута више оних са вишим и високим образовањем и три пута више оних са средњим образовањем, у односу на испитанике са нижим образовањем, са својим гостима одлазе на Тамишки кеј. Једина статистички значајна разлика видљива је у односу места становања према којој 30% становника градског дела и 17,9% насељених места своје госте воде у Народну башту и 20,6% житеља градског дела и 13,2% житеља насељених места са својим гостима одлазе на Тамишки кеј ($\chi^2 = 101.716$, $df = 18$, $p = .000$, $C = 0.31$, $Cramer's V = 0.32$).

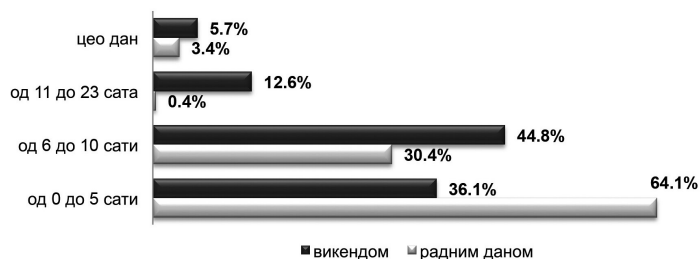
3.3. КУЛТУРНЕ НАВИКЕ ГРАЂАНА ПАНЧЕВА

3.3.1. СЛОБОДНО ВРЕМЕ

Као што је наглашено у циљу истраживања, акценат Рада је на испитивању тренутог стања културног живота грађана Панчева и испитивању њихових интересовања у сектору културе, а управо окретање ка култури би се могло дешавати у слободно време. Појам слободног времена је вишезначан, а у најширем смислу означава оно време које преостаје након рада. Са друге стране, најзначајнији део слободног времена је доколица, која представља време које је лишено свих обавеза и у којем се појединац препушта свом избору (Mrđa, S. 2011: 51-52).

Према подацима добијеним током истраживања грађани Панчева током радног дана имају веома мало слободног времена, те се 64,1% њих може до 5 сати дневно посветити свом избору. Са друге стране, викендом 44,8% испитаника себи може приуштити 6 до 10 сати слободног времена. Такође, радним данима 1,4% испитаника нема нимало слободног времена, а 0,9% грађана не може ни викендом да се посвети неком свом избору.

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА ИСПИТАНИКА О КОЛИЧИНИ СЛОБОДНОГ ВРЕМЕНА



За припаднике мушке популације може се рећи да имају мање слободног времена. Тако, радним данима до 5 сати слободног времена има 60% мушкараца и 67,6% жена, док викендом, такође до 5 сати слободног времена, има 28,8% мушкараца и 42,3% жена. И један и други пол радним данима може највише до 5 сати током дана да се посвети себи, док викендом за слободне активности могу да издвоје и до 10 сати.

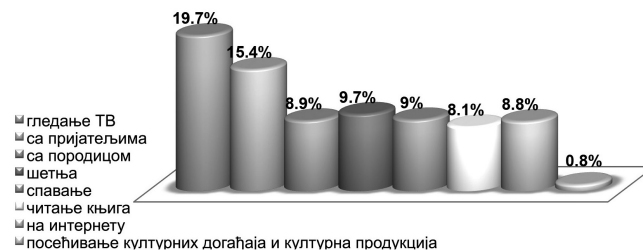
Уколико се време у коме особа може да посвети себи упореди са годинама испитаника примећује се да највећи

број испитаника све три старосне категорије радним данима има до 5 сати слободног времена, док викендом највећи број има од 6 до 10 сати слободног времена. Ипак, припадници средње генерације имају најмање слободног времена (76,8% до 5 сати радним данима и 43,9% викендом), док најстарији испитаници имају највише (51,9% до 5 сати радним данима и 33,1% викендом). Ипак, викендом најмлађи испитаници имају највише слободног времена, те тако више од половине њих може свом избору да се посвети од 6 до 10 сати.

Са друге стране, количина слободног времена не зависи од занимања, стручне спреме, брачног статуса испитаника.

Најчешће спомињане активности којима грађани Панчева највише воле да се баве у слободно време и то чине кад год су прилици су гледање телевизије, дружење са пријатељима, дружење са породицом, читање књига, шетање, спавање и сурфовање интернетом који укупно чине 79,6% свих активности које су навели као „омиљене“. Појединачни случајеви су као свој први избор издвојили посећивање културних догађаја и бављење културном продукцијом са укупно 0,8%.

ГРАФИКОН: НАЧИНИ ПРОВОЂЕЊА СЛОБОДНОГ ВРЕМЕНА



Ако се провођење слободног времена рангира према редоследу важности примећује се да се гледање телевизије за петину испитаника налази на првом месту, а следе га провођење времена са породицом и пријатељима. И као други избор грађани Панчева, готово петина, наводе гледање ТВ-а, а затим провођење времена са пријатељима и шетњу, док као трећи избор 12,6% Панчеваца истиче провођење времена са пријатељима, а затим 10,4% гледање ТВ-а.

ТАБЕЛА: РАНГИРАЊЕ ТРИ ОМИЉЕНА НАЧИНА ПРОВОЂЕЊА СЛОБОДНОГ ВРЕМЕНА

	I избор	II избор	III избор
Гледање ТВ-а	20,4%	19,1%	10,4%
Са пријатељима	10,9%	15,5%	12,6%
Са породицом	13,5%	6%	2,9%
Шетња	7%	10,2%	7,4%
Спавање	11,1%	5,7%	6%
Читање књига	7,7%	7,3%	5,5%
На интернету	7,5%	7,5%	7,1%
Посета културним догађајима	0,3%	0,9%	0,8%

Упоредјујући начине провођења слободног времена према полној припадности испитаника, примећује се да и мушкарци и жене своје слободно време најчешће проводе уз телевизор (22,7% мушкараца и 18,5% жена). Са друге стране, мушкарци ће се у слободно време радије бавити физичком активношћу, сурфоваће интернетом и уређиваће башту/викендицу, док ће се жене дружити са породицом, пријатељима, читаће књигу или шетати.

Према старосним категоријама најстарији испитаници своје слободно време проводе уз телевизор (28,5%, у односу на 18,2% испитаника од 30 до 49 година и 9% испитаника од 15 до 29 година), читају књиге (10,5%, у односу на 4,5%, и 7,3% најмлађих испитаника) и шетају (9,8%, у односу на 4,5% категорије 30 - 49 година и 5,2% категорија 15 до 29 година). Са друге стране, припадници „средње“ генерације у своје слободно време се друже са породицом (24,2%, у односу на 9,1% најстаријих и 6,4% најмлађих испитаника), и спавају (15,5% у односу на 9,3% најстаријих и 7,7% најмлађих). Испитаници најмлађе категорије ће најрадије своје слободно време провести са пријатељима (21,9% у односу на 9,7%

средње генерације и 5,8% најстаријих испитаника) и уз интернет (18,5%, у односу на 6,7% категорије од 30 до 49 година и 2,3% категорије од 50 и више година) ($\chi^2 = 90.202$, $df = 24$, $p = .000$, $C = 29$, $Cramer'V = 0.30$).

И у овом погледу не могу се навести одступања о начину провођења слободног времена по питању занимања, стручне спреме, брачног статуса и места становања испитаника.

ГРАФИКОН: НАЧИНИ ПРОВОЂЕЊА СЛОБОДНОГ ВРЕМЕНА



Генерално говорећи 40% испитаника своје слободно време проводи код куће, док готово петина испитаника подједнако време проводи код куће, са пријатељима или на јавним местима. Код куће своје слободно време проводи четвртина најстаријих испитаника, док то исто чини сваки десети испитаник средње генерације и сваки 25 испитаник најмлађе генерације.

3.3.2. ПОСЕЋЕНОСТ КУЛТУРНИХ ДОГАЂАЈА У ПАНЧЕВУ

Грађани Панчева веома ретко посеђују установе културе и културне догађаје у Панчеву и околним насељеним местима. Наиме, према подацима Завода за проучавање културног развитка трећина грађана Панчева веома ретко - повремено посеђује културне догађаје, док мање од 10% њих до 12 пута годишње посети неки културни догађај. Панчевци се најређе могу видети у позоришту чија представа се изводи на језицима националних мањина (84,8% никада није било у позоришту овог типа) и у галерији Електрика (82% испитаника никада није посетило галерију Електрика), док се најчешће могу видети у Културном центру, биоскопу, књижарама, у Градској библиотеци и на културним догађајима који се одржавају у кафићима, ресторанима, парковима, тржним центрима које никада не посеђује око 30% грађана Панчева.

Ипак, потребно је напоменути да у Панчеву не постоји биоскоп као самостална установа културе, већ се пројекције филмова одржавају у Културном центру Панчева и ређе у Дому војске, те су грађани који посеђују биоскопе навели да филмове гледају у Културном центру. Такође, од новембра 2013. године у оквиру установе културе Дом омладине почела је да ради и Дворана Аполо у којој се, између осталог, приказивају и филмови што ће умногоме употпунити биоскопску понуду у Панчеву и повећати посећеност биоскопа. Треба узети у обзир и то да Дом омладине у протеклих годину и по дана није имао своју салу. Наиме, установа је 2012. године остала без зграде Студентског дома у којој је организовала велики део активности, јер је простор враћен Православној цркви (Ненад Малетин, директор Дома омладине, интервју вођен 28.01.2014.). Дом омладине је, услед недостатка простора, све до пред крај 2013. године организовао у оквиру

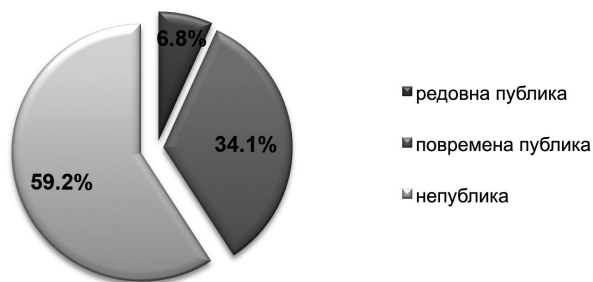
ТАБЕЛА: ПОСЕЋЕНОСТ УСТАНОВА КУЛТУРЕ У ПАНЧЕВУ

	2-3 пута недељно	једном недељно	2-3 пута месечно	једном месечно	2- 3 пута годишње	веома ретко	никад	без одговора
Позориште	0%	0.3%	1.2%	2.5%	18.7%	32.8%	40%	4.50%
Позориште на језицима националних мањина	0%	0%	0.1%	0.1%	1.4%	7.5%	84.8%	6.1%
Културни центар / Дом омладине	0.8%	0.9%	4%	8.8%	24.5%	27.3%	29.3%	4.4%
Уметничке галерије и изложбе	0.2%	0.1%	1%	3.4%	12.8%	24.4%	53.1%	5%
Савремена галерија	0%	0%	0.7%	2.4%	8.6%	21.8%	61.4%	5.1%
Домови културе у насељеним местима	1.2%	0.3%	1.2%	1.6%	13.1%	16.3%	60.2%	6.1%
Историјске споменике	1.1%	0.5%	0.4%	2.4%	11.8%	28.9%	49.4%	5.5%
Дом Војске	0.2%	0%	0.3%	1.1%	9%	29.7%	53.9%	5.8%
Приватне галерије	0%	0.1%	0.4%	1.1%	4.6%	14.6%	73.3%	5.9%
Историјски архив	0.1%	0%	0.1%	0.8%	2.6%	13.1%	77.6%	5.7%
Галерија Електрика	0%	0.3%	0.1%	0.6%	2.9%	7.1%	82%	7%
Библиотека	2.1%	1.1%	4.4%	10.3%	17.5%	22.7%	37.8%	4.1%
Биоскоп	0.1%	0.2%	5%	9.9%	25.9%	21.7%	33%	4.2%
Књижаре	2.1%	2.4%	8.6%	16%	17.2%	18.5%	30.5%	4.7%
Културне активности организоване од стране верских организација	0.3%	0.2%	0.4%	1.1%	4.7%	11.8%	74.8%	6.7%
Наступе КУД - ова	0.5%	0.4%	1%	2.3%	12.4%	21.5%	55.7%	6.2%
Народни музеј Панчево	0.1%	0.1%	0.3%	1.5%	11.4%	29.4%	51.4%	5.8%
Културне активности организоване на неконвенционалним местима	1.2%	0.9%	2.8%	4.9%	22.1%	18.6%	43.6%	5.9%
Културне активности организоване од стране НВО	0%	0.2%	0.3%	1.2%	4.7%	11.9%	75.1%	6.6%
Гостовања	0.3%	0.5%	1.3%	2.7%	17%	21.3%	50%	6.9%

Културног центра (најчешће) и у летњој башти. Стога се одговори испитаника о посети ове две установе преклапају. Када је реч о посетама књижара, поставља се питање колико грађани Панчева посећују продавнице књига, јер су многи навели да често посећују књижаре у којима се првенствено продаје школски и канцеларијски материјал, а не продавнице књига којих у Панчеву има 3.

Ради лакше прегледности и анализе на основу учесталости посећивања публика културних догађаја је подељена у три категорије, редовну публику која бар једном месечно посети неки културни догађај, повремену публику која 2 до 3 пута годишње и/или веома ретко присуствује неком културном дешавању и непублику која се никад не може видети на неком културном догађају.

ГРАФИКОН: ПУБЛИКА ПРЕМА УЧЕСТАЛОСТИ ПОСЕЋИВАЊА УСТАНОВА КУЛТУРЕ



Када се посета културних догађаја у Панчеву упореди са полом испитаника не долази до неких значајнијих одступања, те тако и мушкарци и жене не посећују културна дешавања у свом граду. Ипак, жене се чешће могу срести на догађајима овог типа, и то у посетама уметничких галерији и изложби, Савременој галерији, посетама библиотекама и књижарама.

Статистички значајне разлике постоје код старосних категорија, те млађи испитаници су чешћи посетиоци Културног центра у Панчеву ($\chi^2=89.683$, $df=14$, $p=.000$, $C = 0.29$, $Cramer's V=0.21$), културних програма који се одржавају у не-конвенционалним просторима ($\chi^2=115.645$, $df=14$, $p=.000$, $c=0.32$, $Cramer's V=0.24$), гостујућих програма ($\chi^2=2116.368$, $df=14$, $p=.000$, $c=0.32$, $Cramer's V=0.24$), биоскопа ($\chi^2=215.910$, $df=16$, $p=.000$, $c=0.42$, $Cramer's V=0.33$), библиотека ($\chi^2=106.260$, $df=16$, $p=.000$, $c=0.31$, $Cramer's V=0.23$) и књижара ($\chi^2=84.386$, $df=14$, $p=.000$, $c=0.28$, $Cramer's V = 0.21$) из чега се закључује да посета културним дешавањима опада уласком у зрелије године. Највећа разлика међу генерацијама огледа се у посећености биоскопских пројекција и библиотека. Наиме, у биоскопе никада не иде 15% младих и 55,7% старијих испитаника, а у библиотеке никада не иде 20,7% младих и 53,4% старијих испитаника.

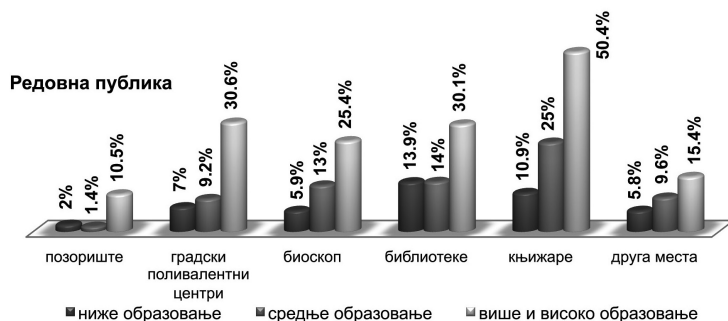
ТАБЕЛА: ПОСЕТА УСТАНОВА КУЛТУРЕ ПРЕМА СТАРСНОЈ СТРУКТУРИ

	50 И ВИШЕ ГОДИНА		30 ДО 49 ГОДИНА		15 ДО 29 ГОДИНА	
	никад	често	никад	често	никад	често
Позориште на српском	47,1%	3,2%	38,8%	5,7%	37,9%	3,7%
Позориште н. мањина	90,5%	0,2%	90%	0,3 %	91,5%	0%
Културни центар	44,7%	8,1%	22,3%	19,2%	17,4%	21,9%
Изложбе	61,5%	3,4%	54,5%	6,4%	47,2%	6%
Савремена галерија	69,2%	2,4%	63,2%	4,1%	58,1%	3,7%
Домови културе	67,7%	2,4%	64,4%	4,5%	58,4%	8,9%
Историјски споменици	58,8%	2,5%	51,7%	4,4%	42,1%	9,3%
Дом војске	65,4%	1%	53,4%	1,9%	47,9%	2,8%
Приватне галерије	82,1%	1,2%	76,8%	1,9%	71,2%	2,3%
Историјски архив	84,1%	0,5%	82,4%	1%	78%	2,8%
Електрика	94,8%	0%	85,3%	1,6%	79,7%	2,4%
Библиотеке	53,4%	10,9%	34,2%	18,4%	20,7%	32,9%
Биоскоп	55,7%	3,7%	21%	18,8%	15%	33,2%
Књижаре	45,4%	20,6%	21%	36,5%	21,1%	40,4%
верске организацијее	79,4%	2,2%	79,4%	1,3%	83,5%	3,3%
Наступи КУД - ова	59,9%	3,4%	58,9%	1,7%	59,4%	5,2%
Народни музеј	61,6%	1,7%	49,2%	2,6%	49,8%	2,8%
Неконвенционална места	61,9%	4,4%	36,3%	10,9%	31,6%	21,9%
Невладине организације	90,1%	0,5%	76,1%	1,9%	69%	4,8%
Гостовања	43,5%	2,5%	45,1%	4,6%	35%	11,5%

Испитаници који нису у браку (нити су икад били у браку) чешће посећују културне догађаје у Панчеву. Овакав резултат је и очекиван јер највећи број припадника ове категорије испитаника има између 15 и 29 година, а управо они као што је и напоменуто у претходном делу анализе, најчешће посећују културне програме у Панчеву.

Учесталост посећивања културних догађаја зависи од нивоа образовања испитаника, те тако они са најнижим образовањем (I и II степен) никад или веома ретко посећују све догађаје који се налазе у културној понуди Панчева, док се испитаници са вишим и високим образовањем најчешће могу видети у установама културе и на културним догађајима, првенствено у градским поливалентним центрима (Културном центру и Дому омладине), у позоришту, у биоскопу, у књижарама и библиотекама.

ГРАФИКОН: РЕДОВНА ПУБЛИКА У УСТАНОВАМА КУЛТУРЕ ПРЕМА ОБРАЗОВНОЈ СТРУКТУРИ



Упоредивањем породичних прихода испитаника и посета културних догађаја закључује се да се са растом прихода у домаћинству повећава и учесталост посете културним дешавањима. Наиме, иако је уочена повезаност слабе јачине код посете културних догађаја закључује се да већи буџет повећава и количину средстава који се могу одвојити (и одвајају се) за задовољавање културних потреба, и обрнуто, те породица са малим породичним приходима много мање одваја за посете културним догађајима. Са друге стране, повезаност слабе јачине постоји и код посета Савременој галерији, приватним галеријама, галерији „Електрика“, библиотекама, догађајима који се одржавају на неконвенционалним местима, онима које организују невладине организације, што је и очекивано јер се ови догађаји који одржавају у галеријама, библиотекама или у кафићима, ресторанима, улицама и парковима најчешће бесплатни, те су доступни и онима који имају мања примања. Од програма код којих постоји повезаност средње јачине позориште на српском језику је најмање доступно, па 62,5% испитаника који имају месечне приходе мање од 200 евра, 42,1% оних који имају примања од 200 до 600 евра и 33,3% оних са примањима већим од 800 евра не посећује културне догађаје овог типа, док су највише доступне књижаре које редовно посећује 24% испитаника са примањима мањим од 200 евра и 66% оних са највишим примањима.

Посета културном догађају зависи од места становања испитаника, те ће они који живе близу установе културе чешће и посетити неки догађај. Тако је повезаност средње јачине у корист оних који живе у градском подручју видљива код посета позоришту на српском језику ($\chi^2=82.222$, $df=2$, $p=.000$, $c=0.28$, $Cramer's V=0.29$), Културном центру ($\chi^2=67.867$, $df=2$, $p=.000$, $c=0.26$, $Cramer's V=0.27$), библиотекама ($\chi^2=58.718$, $df=2$, $p=.000$, $c=0.24$, $Cramer's V=0.25$) и књижарама ($\chi^2=95.703$, $df=2$, $p=.000$, $c=0.30$, $Cramer's V=0.32$), док се средња јачина

повезаност у корист мештана насељених места огледа у посетама домова културе у селима ($\chi^2=136.579$, $df=2$, $p=.000$, $c=0.36$, $Cramer's V=0.38$). Када се посећеност културним дешавањима упоређи са месним заједницама у којима испитаници станују примећује се да су најредовнији посетиоци грађани месне заједнице Центар и Горњи Град, а од насељених места месне заједнице Старчево и Јабука.

ТАБЕЛА: ПОСЕТА УСТАНОВА ПРЕМА ТИПУ ПУБЛИКЕ И МЕСТУ СТАНОВАЊА

	СЕЛО	ГРАД	
ПОЗОРИШТЕ	1,4%	6,2%	редовна
	40,4%	64,1%	повремена
	58,1%	29,7%	непублика
КУЛТУРНИ ЦЕНТАР	10,8%	17,1%	редовна
	43,6%	58,4%	повремена
	43,4%	18,7%	непублика
ДОВОМИ КУЛТУРЕ	19,8%	38,8%	редовна
	47,6%	17,3%	повремена
	44,3%	80,9%	непублика
БИБЛИОТЕКА	10,8%	24,5%	редовна
	37,3%	46,2%	повремена
	51,9%	29,3%	непублика
КЊИЖАРЕ	19,8%	38,8%	редовна
	32,6%	42%	повремена
	47,6%	18,8%	непублика

ФЕСТИВАЛИ У ПАНЧЕВУ

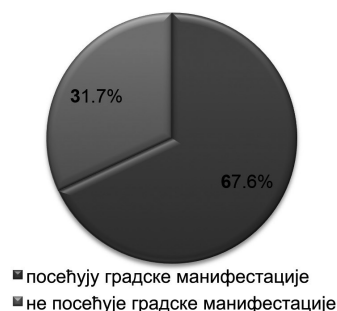
Фестивали који се одржавају у многим градовима и селима у Србији чине, такође, део културне понуде. Општина Панчево поред богатог индустријског наслеђа може да се похвали и богатом фестивалском понудом културно (забавно) - туристичког карактера. Наиме, у граду Панчеву се од 2004. године одржава Интернационални Панчевачки карневал који се организује од стране Туристичке организације Панчева, Асоцијације Пријатељи Панчева и локалне самоуправе Панчево, а делом је финансиран и од стране Министарства привреде Републике Србије (Зорана Владу, директорка Туристичке организације Панчево, интервју вођен 05.12.2013.). Овај фестивал је, управо, и 5,8% грађана Панчева који су учествовали у истраживању Културна политика као алатка за заједништво и регионални развој навело као најзначајнији културни догађај који представља аутентичност града. У значајне манифестације града убрајају се и оне које организује Културни центар Панчево, а од којих се издвајају Бијанале уметности, БУДИ - фестивал дечијег уметничког израза, Фестивал традиционалне музике ETHNO.COM, Класик фест, Џез фестивал од којих су неки суфинансирани од стране Министарства културе и информисања (подаци Завода за проучавање културног развоја). Туристичка организација Панчева организатор је Панчевачких летњих вечери (Зорана Владу, директорка Туристичке организације Панчево, интервју вођен 05.12.2013.), приватна концертна Агенција Бард музичког фестивала посвећеног екологији, *Green day* фестивала (Горан Ђурђевић, власник и директор Агенције Бард, разговор вођен 27.12.2013.), Музички центар Панчева је организатор Распеваног пролећа и Међународног такмичења камерних ансамбала дувача (Борис Матијевић, Музички центар Панчево, разговор вођен 20.12.2013.), а Културно просветна заједница Панчева је организатор ликовне колоније Делибатски песак. Дом омладине организатор је *Reggae Serbia Fest - a* и *Ex Teatar Fest - a*, а отварањем Дворане Аполо прошириле су се могућности за организовањем и одржавањем и других/ другачијих фестивала, те је у децембру 2013. године одржан Блуз и рок фестивал.

Поред поменутих фестивала који се одржавају у градском делу Панчева и у насељеним местима се одржавају многобројни фестивали, од којих се издвајају *Ex -Yu Rock festival*, Поп, рок и блуз фестивал гитаре, Дани дружења, Међународни

фестивал малих тамбурашких састава - Старчевачка тамбурица у Старчеву, Винаријада, Штрудлијада и Интернационални фестивал музичког и фолклорног стваралаштва деце - Ивањско цвеће у Долову, Сланинијада у Качареву, Дани природе и Паприкијада у Банатском Брестовцу, Фијакеријада у Банатском Новом Селу, изложба фотографије Иваново у фокусу у Иванову, међународни фестивал аматерског филма и међународни салон фотографије на тему живота на селу - Жисел, Међународни волонтерски камп *Sunflower*, Гулашијада у Омољници (<http://turizam.pancevo.rs/manifestacije/>, приступљено 19.01.2014.).

Грађани Панчева радо посећују поменуте манифестације у граду и насељеним местима. Наиме, више од две трећине испитаника, тачније 67,6%, одлази на градске манифестације.

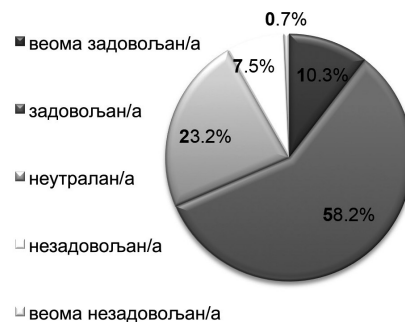
посећеност градских манифестација



Посећивање градских манифестација једино је у вези са старашћу испитаника, тако да преко 40% најстаријих грађана Панчева и петина испитаника средње генерације и нешто мање од четвртине најмлађих грађана не посећује наведене фестивале ($\chi^2 = 55.938$, $df = 6$, $p = .000$, $C = 0.23$, Cramer`s V = 0.17).

На питање у којој мери су задовољни понудом градских манифестација одговорило је 70,2% испитаника, од којих је преко две трећине (веома)задовољно, а мање од 10% незадовољно. Ни у овом случају задовољство понудом градских манифестација не зависи од пола, старости, образовања, брачног

задовољство понудом градских манифестација



статуса, места становања и породичног прихода домаћинства испитаника.

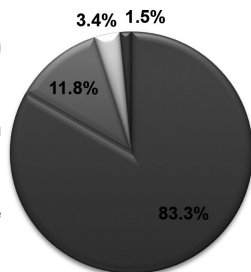
Једно од многобројних обележја Војводине јесте етнички хетерогена средина у којој живи преко двадесет етничких заједница. На територији града Панчева је према подацима Републичког завода за статистику 2011. године живело 23 етничке заједнице, од којих су најбројнији Срби, који чине 79% укупног становништва територије Панчева. Поред Срба у Панчеву су бројније и заједнице Македонаца, Мађара, Румуна, Словака, Рома и Хрвата, док осталих етничких заједница на територији града Панчева има у много мањем проценту (<http://webzrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/ReportResultView.aspx?rptId=1211>, приступљено 20.01.2014.).

ТАБЕЛА: СТРУКТУРА СТАНОВНИШТВА ПАНЧЕВА ПРЕМА ПОПИСУ ИЗ 2011

	Срби	Мађари	Македонци	Роми	Румуни	Словаци	Хрвати
процент укупног становништва града	79%	2,7%	3,7%	1,7%	2,6%	1,1%	0,7%

посета манифестација етничких мањина

- ни на једној манифестацији
- на једној манифестацији
- на две манифестације
- на три и више манифестација



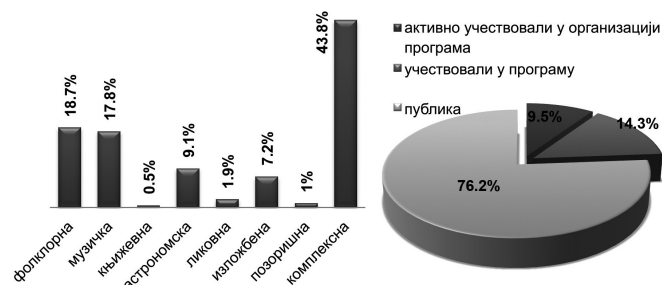
Управо етничка разноликост Панчева даје могућност за развијање мултикултуралности и интеркултуралности. На територији града Панчева одржава се неколико манифестација које организују етничке заједнице и на којима се промовишу култура и традиција свих народа. Ипак, према резултатима истраживања грађани

Панчева не посећују културне манифестације које организују мањинске етничке заједнице. Наиме, 83,3% испитаника који су одговорили на упитник није у последње 3 године учествовало/присуствовало ни на једној манифестацији таквог типа, док је 11,8% учествовало/присуствовало на једној манифестацији.

Међу онима који се чешће могу срести на манифестацијама које организују етничке заједнице издвајају се мештани насељених места којих 19,3% је у последње три године посетило једну манифестацију, у односу на 6,6% становника градског дела Панчева ($\chi^2=43.072$, $df=6$, $p=.000$, $c=.021$, $Cramer's V=0.22$). Ипак, манифестације етничких заједница највише посећују мештани Војловице (36,4% је било на једној манифестацији) и Банатског Новог Села (35,9% је учествовало/присуствовало једној манифестацији).

Према речима испитаника манифестације етничких заједница које су посећене су првенствено комплексног типа (43,8%), па фолклорног и музичког, на којима је 76,2% испитаника било у публици.

ГРАФИКОНИ: МАНИФЕСТАЦИЈЕ ЕТНИЧКИХ МАЊИНА ПРЕМА ТИПУ (СЛИКА 1) И ВРСТА УЧЕШЋА НА ТИМ МАНИФЕСТАЦИЈАМА (СЛИКА 2)



Више од четвртине посећених манифестација организује мађарска заједница, док више од петине румунска заједница. Управо ове заједнице и живе у месној заједници Војловица и у Банатском Новом Селу где, као што је напоменуто, више од трећине испитаника посети једну манифестацију. Такође, од националности који посећују наведене манифестације издвајају се Румуни којих 70,6% је у последње три године посетило/учествовало на неком од програма, 62,5% Македонаца и 55,5% Мађара.



У месној заједници Војловица последње недеље јула месеца одржава се манифестација Жетелачки дани - Кирвај којом се прославља успешан завршетак жетве и коју организују Срби, Мађари и Словаци. У оквиру манифестације одржава се такмичење у кошењу жита старинским начином уз традиционални сеоски доручак и народну песму - српску, мађарску и словачку. Такође, током Жетелачких дана

се организују и изложбе јела од жита, ручних радова, презентација старих јела и културно - уметнички програм. Најатрактивнији сегмент прославе је дефиле жетелаца у традиционалним народним ношњама на фијакерима, тракторима и комбајнима, а након тога се организује жетелачки бал (<http://vojvodinaonline.com/manifestacije/zetelacki-dani-vojlovica/?lang=SR>, приступљено 21.01.2014.). Румунска заједница у августу сваке године организује Фестивал музике и фолклора Румуна, највећу културну манифестацију војвођанских Румуна, на којој поред фолклорних ансамбала наступају и вокални ансамбли и певачка друштва (<http://www.pancevac-online.rs/arhiva/!4023/08kultura.htm>, приступљено 21.01.2014.). Под покровитељством Македонског националног савета у селу Јабука удружење грађана Илинден - Јабука сваког 2.августа организује етно фестивал хране Графче - тавче, а у јануару Македонско вече (<http://vojvodinaonline.com/tov/manifestacije/?activeCatId=56>, приступљено 21.01.2014.). У Качареву, где је 40% становника македонске националности, се у августу месецу одржава Сабор гајдаша у организацији удружења грађана Вардар - Качарево, а под покровитељством Македонског националног савета (<http://rtvpancevo.rs/Vesti/Kultura/susret-gajdaa-u-kaarevu.html>, приступљено 21.01.2014.).

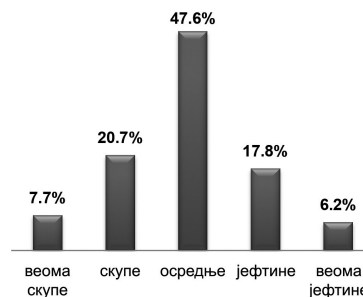
Од свих наведених манифестација грађани Панчева најчешће посећују Жетелачке дане у Војловици (Кирвај), које испитаници везују првенствено за мађарску националну заједницу, иако њу организују српска, мађарска и словачка национална заједница.

Као што је у претходном делу рада напоменуто, манифестације које организују етничке заједнице са територије града Панчева посећује 16,7% испитаника, што је веома мали број људи, поготово ако се има у виду да се многе манифестације одржавају 30 година уназад.

3.3.3. УЛАЗНИЦЕ

Претходна истраживања Завода за проучавање културног развитка (Културне праксе грађана Србије, Култура старења и стари у култури, Културне потребе студената у Србији, Културне потребе средњошколаца Србије) показала су да је чест разлог непосећивања културних садржаја лоша материјална ситуација грађана Србије, те да не могу да издвоје довољно средстава и за културне програме.

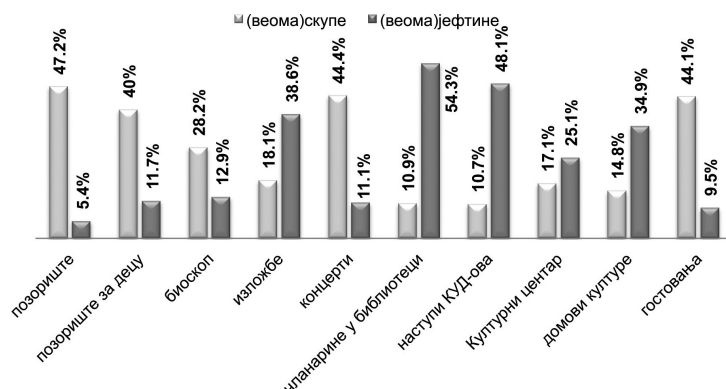
Према истраживању Културна политика као алатка за заједништво и регионални развој нешто више од четвртине грађана Панчева сматра да су улазнице за културне догађаје у Панчеву (веома)скупе, док нешто више од петине грађана цене улазница оцењује као (веома) јефтине.



Трећина грађана са непотпуном или потпуном завршеном основном школом сматра да су улазнице за културне програме у Панчеву (веома)скупе, док то исто мисли нешто више од петине оних са завршеним високим образовањем. Поред стручне спреме на утисак о цени улазница утичу и породични приходи анкетираних грађана, те тако више од трећине испитаника (односно 38,2%) са месечним примањима испод 200 евра и петина (20,8%) оних који месечно примају више од 800 евра сматра да су улазнице за културне догађаје (веома)скупе.

Грађани Панчева сматрају цене улазница за позоришне представе, концерте и гостујуће програме (веома) скупим, док најјефтинијим оцењују цене улазница за наступе КУД - ова и чланарине у библиотеци. Тако, готово половина испитаника за цене карата за позориште мисли да су (веома)скупе (од чега 30,2% мисли да су скупе), док мање од 10% испитаника који су одговорили на ово питање сматра позоришне представе (веома) јефтиним (од чега 0,3% мисли да су веома јефтине). Са друге стране, више од половине испитаника чланарине за библиотеку оцењује као (веома)јефтине (од чега преко 11,4% њих мисли да су веома јефтине), док преко 10% анкетираних грађана сматра да су чланарине скупе, од чега 2,5% их оцењује као веома скупе. Интересантан је податак да нешто мање од петине испитаника (односно 18,1%) сматра да су улазнице за изложбе (веома)скупе, иако се зна да се у Србији улаз на изложбе не плаћа, што говори о незнању испитаника и о непосећивању изложби, које само 4,7% анкетираних грађана Панчева барем једном месечно посети.

ГРАФИКОН: САГЛЕДАВАЊЕ ЦЕНЕ УЛАЗНИЦА ПРЕМА ВРСТИ ПРОГРАМА



Приликом упоређивања цена улазница и демографске структуре испитаника закључило се да улазнице за позоришне представе као (веома)скупе оцењују више од половине особа од 50 и више година живота, док то исто мисли око 40% млађих испитаника. Према истраживању Култура старења и стари у култури, које је спровео Завод за проучавање културног развоја 26,3% старијих људи у Србији непосећује културне догађаје због недостатка новца (Миланков, М., Опачић, Б. 2012: 84), чиме се још једном потврђује мишљење старијих грађана да су улазнице за позоришне представе скупе (од 800 до 1000 динара у Панчеву). Позоришне представе нису лако доступне и грађанима са најнижим породичним приходима којих 62% оцењује улазнице као скупе, док са овим ставом слаже 46% оних са примањима изнад 800 евра.

Цене карата за позориште за децу као (веома)скупе оцењује мање од трећине грађана који имају од 15 до 29 године, и нешто мање од половине најстаријих грађана. Овај податак не изненађује, јер 70,5% анкетираних грађана Панчева је навело да нема децу или унуке млађег узраста, као и 94,2% најмлађих грађана, те немају довољно сазнања о висини цене карата позоришта за децу. Такође, 60% грађана са најмањим породичним приходима и 29,6% са највишим породичним приходима цену карата за позориште за децу оцењује као (веома)скупе.

Слична ситуација је и са биоскопима чије улазнице 17,7% младих и 38,4% старијих грађана Панчева оцењује као (веома)скупе. Наиме, у претходном делу рада је напоменуто да 33,2% младих и 3,7% старијих грађана Панчева редовно посећује биоскоп, те разлог за непосећивање биоскопа од стране оних који имају преко 50 година живота лежи и у недостатку новца.

Повезаност средње јачине постоји и код упоређивања нивоа образовања испитаника и оценое висине улазница за биоскопске

пројекције, где више од трећине оних са (не)потпуном основном школом и мање од петине оних са вишим и високим образовањем улазнице оцењује као (веома)скупе ($\chi^2=70.585$, $df=10$, $p=.000$, $c=0.26$, $Cramer's V=0.19$). Такође, 41,9% испитаника са куповном моћи мањом од 200 евра и 19,7% са куповном моћи већом од 800 евра сматра биоскопске улазнице (веома)скупим ($\chi^2=63.060$, $df=15$, $p=.000$, $c=0.3$, $Cramer's V=0.18$).

Оцена цени улазница за концерте није повезана са демографском структуром испитаника, док код оценое цени чланарина за библиотеке постоји повезаност средње јачине према којој 19,4% испитаника са најнижим образовањем и 5,8% са највишим образовањем сматра чланарине (веома)скупим, чиме се закључује да раст стручне спреме утиче и на став о чланаринама у библиотекама. Такође, повезаност средње јачине постоји и код поређења места становања испитаника, те 3 пута више мештана насељених места у околини Панчева чланарине сматра (веома)скупим ($\chi^2=71.273$, $df=5$, $p=.000$, $c=0.31$, $Cramer's V=0.33$). Овај податак не изненађује јер према подацима истраживања више од половине мештана насељених места не одлази у библиотеке, те и не знају цене чланарина. Одељења Градске библиотеке Панчево постоје у свим насељеним местима, у домовима културе, које би требало више да раде на свој промоцији и привлачењу потенцијалних читалаца из насељених места.

Наступе културно - уметничких друштава (веома)скупим сматрају само грађани чији месечни породични приходи не премашују 200 евра, те тако 24,4% њих у односу на 6,8% оних са примањима од 200 до 600 евра и 4,2% испитаника са највишим месечним приходима улазнице оцењује као скупе ($\chi^2=34.260$, $df=12$, $p=.001$, $c=0.32$, $Cramer's V=0.19$). Ипак, наступи културно -уметничких друштава се ретко наплаћују, односно наплаћују се најчешће годишњи концерти, а цена улазнице у просеку износи 200 динара (<http://www.folkloresrbija.org/kalendar/pastevents.html>, приступљено 22.01.2014.), те се поставља питања колико заиста грађани Панчева имају сазнања о ценама карата за наступе КУД -ова ако се има у виду да 4,2% анкетираних грађана барем једном месечно посети ову врсту културног догађаја.

Културни центар, као што је у претходном делу напоменуто, најчешће посећују грађани вишег и високог образовања, због чега су они и упућени у цену карата за наведену установу. Наиме, по питању оценое цене карата за Културни центар и стручне спреме испитаника постоји веза средње јачине, према којој 11,3% оних са вишом и високом стручном спремом и 21% са нижом стручном спремом улазнице за Културни центар оцењује као (веома)скупе. Такође, растом куповне моћи појачава се и став о јефтиним улазницама за Културни центар, те тако 27,1% испитаника са месечним примањима мањим од

200евра и 14,3% испитаника са месечним примањима већим од 800 евра наводи да су улазнице за ову установу (веома)скупе ($\chi^2=32.424$, $df=12$, $p=.001$, $c=0.27$, Cramer`s V=0.17).

Нешто више од петине анкетираних грађана чије домаћинство месечно прима испод 200евра сматра да су улазнице за домове културе у насељеним местима (веома)скупе, док се са тим ставом не слаже ниједан анкетирани грађанин са примањима већим од 800 евра ($\chi^2=43.970$, $df=12$, $p=.000$, $c=0.35$, Cramer`s V=0.22). Ипак, мора се имати у виду да је на ово питање одговорило 31% оних који су одговорили на питање о висини породичних прихода, те би овај податак требало узети са резервом.

Гостујуће програме као (веома)скупе оцењује 45,9% испитаника са најнижим примањима и 31% оних са највишим примањима ($\chi^2=37.084$, $df= 12$, $p=.000$, $c=0.3$, Cramer`s V=0.19).

Генерално говорећи, оцена цене улазница за културне догађаје и установе културе у Панчеву зависи првенствено од породичних прихода домаћинства, при чему ће породица са вишим примања лакше и одвојити новац за задовољавање културних потреба; и од старости испитаника, при чему старији грађани улазнице сматрају скупим, те можда и из тог разлога ређе посећују културне дешавања у Панчеву. Наиме, и истраживање Култура старења и стари у култури је

показало да 60,1% старијих грађана Србије не издваја новац за задовољавање културних потреба, док око петина може месечно да издвоји до 1.000 динара (Миланков, М., Опачић, Б. 2012: 82).

3.3.4. КРИТЕРИЈУМИ – РАЗЛОЗИ НЕПОСЕЋИВАЊА

Један од разлога непосећивања културних догађаја може бити и недовољна мотивација. Управо из тог разлога грађани Панчева је требало да наведу шта их мотивише да посете неки културни догађај. Требало је изабрати три основна услова и рангирати их по редоследу важности. На ово питање је одговорило 76,2% грађана. Када су се рангирали сви наведени критеријуми, без обзира на редослед важности, примећено је да је готово петини, од 76,2% анкетираних грађана Панчева који су одговорили на питање, основни критеријум за одлазак на неки културно дешавање тема догађаја, док је на другом месту цена, коју наводи 17,1% грађана, од чије висине зависи посета одређеном културном догађају.

ТАБЕЛА: МОТИВИ ЗА ПОСЕЋИВАЊЕ КУЛТУРНИХ ДОГАЂАЈА ПРЕМА УКУПНОМ БРОЈУ ОДГОВОРА ИСПИТАНИКА

МУЛТИПЛИ ОДГОВОРИ			
Интересантна тематика	22%	Популарност учесника	7.4%
Место догађаја	9.6%	Цена	17.1%
Значај догађаја	6.3%	Квалитет догађаја	14%
Медијска промоција	3.4%	Амбијент	5.1%
Иновативност догађаја	5.7%	Могућност резервације	2%
Време догађаја	7.3%		

И када се критеријуми рангирају према редоследу важности за 44,5% грађана тема самог културног програма је основни услов за посету/непосету догађају, а за 17,7% грађана цена је основни критеријум за конзумирање културе, док ће 10,7% грађана прво сагледати квалитет догађаја. Као други критеријум 15,1% анкетираних грађана наводи квалитет

догађаја, а нешто мање, 13,3%, цену, док 12,7% своју посету условљава местом догађаја и 12,6% тему наводи као други услов за посету. Трећи услов за одлазак на неки културни програм за нешто више од петине испитаника је цена, а затим следе квалитет догађаја и време самог дешавања.

ТАБЕЛА: РАНГИРАЊЕ МОТИВА ЗА ПОСЕЂИВАЊЕ КУЛТУРНИХ ДОГАЂАЈА

	I избор	II избор	III избор		I избор	II избор	III избор
Интересантна тематика	44.5%	12.6%	8.4%	Популарност учесника	4.7%	9.5%	8.1%
Место догађаја	7.3%	12.7%	8.9%	Цена	17.7%	13.3%	20.5%
Значај догађаја	4.3%	9.3%	5.4%	Квалитет догађаја	10.1%	15.1%	16.9%
Медијска промоција	2.2%	4.4%	3.6%	Амбијент	1.4%	5%	9.1%
Иновативност догађаја	3.5%	8.8%	4.7%	Могућност резервације	1.5%	0.8%	3.8%
Време догађаја	2.8%	8.6%	10.6%				

Иако не постоје статистички значајне разлике приметно је да је одабир редоследа важности критеријума за одлазак на неки културни догађај повезан са старошћу испитаника. Тако више од половине млађих испитаника посету културном догађају првенствено условљава темом догађаја, док то исто чини више од трећине припадника најстарије категорије испитаника. Са друге стране, више од петине најстаријих грађана ће своју посету културном програму првенствено условити ценом догађаја, за разлику од 10,6% припадника најмлађе популације. Такође, ова разлика је уочена и код образовног нивоа испитаника, иако нема статистички значај, те као први критеријум 38,6% грађана са нижом стручном спремом и 52,4% са вишом и високом стручном спремом бира интересантну тему, док цену бира готово петина оних са нижом стручном спремом у односу на мање од 10% оних са највишом стручном спремом. Иако без статистичког значаја, разлика је видљива и код породичних прихода домаћинства испитаника, према којој растом куповне моћи грађана опада интересовање за висину цене догађаја, а растом куповне моћи расте и условљавање интересантношћу теме догађаја који би требало посетити. Наиме, више од трећине грађана са месечним породичним примањима испод 200 евра као први критеријум наводи тему, док то исто чини више од половине грађана са примањима већим од 800 евра. Са друге стране, готово три пута више испитаника са најмањим месечним приходима од испитаника са највишим месечним приходима одлазак на неки културни догађај првенствено условљава ценом догађаја.

Сагледавањем свих одговора закључује се да грађанима Панчева мотив за посету културног догађаја представља тематика самог догађаја. Ипак, међу најчешћим одговорима у сва три избора редоследа важности наводе се и цена догађаја и целокупни квалитет догађаја, који, ипак, нису од пресудне важности.

3.3.5. ИНФОРМИСАЊЕ

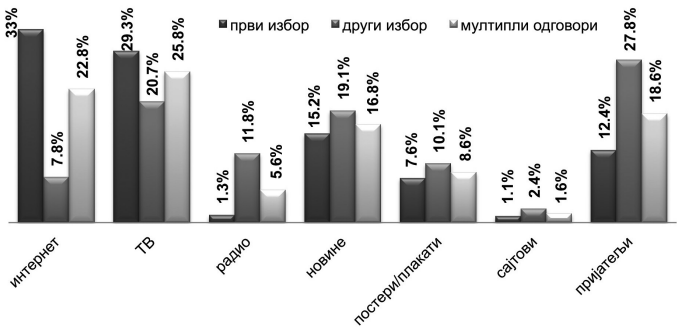
Међу грађанима Панчева укупно је 40,9% оних који редовно или повремено посећују културне догађаје у Панчеву. Управо због овог, релативно, ниског процента посећености било је потреба сазнати на који начин се грађани Панчева информисају о културним програмима који се одржавају у Панчеву, јер узрок непосећености може да лежи и у слабој/недовољној информисаности. Испитаници су замољени да за културне програме и установе културе наведу два начина информисања које могу да рангирају према редоследу учесталости (1. и 2. место). Без обзира на редослед информисања и без обзира на тип културног догађаја, 22% грађана Панчева се о културним догађајима у Панчеву информисају путем телевизије, док мало више од петине (20,4%) грађана информације о културним дешавањима у граду добија од својих пријатеља. Као извор информисања након телевизије и пријатеља следе новине, интернет и плакати.

ТАБЕЛА: НАЧИНИ ИНФОРМИСАЊА О КУЛТУРНИМ ДОГАЂАЈИМА

Мултипли одговори	
Интернет	18.3%
Телевизија	22%
Радио	4.4%
Новине	19.5%
Постери/плакати	12.9%
Сајтови	2%
Пријатељи	20.4%
Деца	0.2%
Професори	0.1%

О спектаклима и концертима грађани Панчева се информишу путем телевизије, интернета и пријатеља. Телевизију као извор информисања наводи више од четвртине испитаника, док интернет истиче више од петине испитаника. Када се ови одговори распореде према редоследу избора примећује се да трећина грађана као први избор за информисање о концертима наводи интернет, док је на другом месту телевизија путем које се информише 29,3% грађана, и на трећем новине које као први извор информација користи 15,2% анкетираних грађана који су одговорили на ово питање. Други извор информисања о концертима навело је 59,1% грађана, од чега је више од четвртине истакло пријатеље, док је на другом месту телевизија коју као извор користи више од петине испитаника.

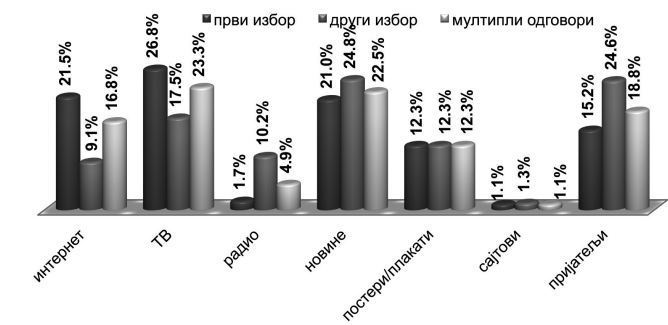
ГРАФИКОН: РАНГИРАЊЕ НАЧИНА ИНФОРМИСАЊА О КОНЦЕРТИМА



На питање о информисању о дешавањима у музеју и галеријама одговорило је 77,7% грађана Панчева, од којих више од четвртине као први извор информисања навело телевизију, а више од петине интернет и новине. Као други избор готово четвртина испитаника је истакла новине и

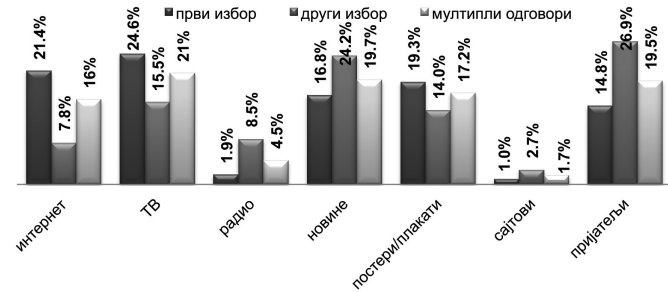
пријатеље, а мање од петине као други извор информисања о музејима и галеријама наводи телевизију. Уколико се извори информисања о музејима и галеријама сагледају без редоследа извора примећује се да се више од петине грађана информише путем телевизије и новине, док нешто мање од петине као извор информисања именује пријатеље.

ГРАФИКОН: РАНГИРАЊЕ НАЧИНА ИНФОРМИСАЊА О ИЗЛОЖБАМА



На питање о информисању о дешавањима у домовима културе и Културном центру одговорило је 82,6% грађана, од којих готово четвртина као први извор наводи ТВ, а нешто више од петине као први избор извора информисања интернет. На трећем месту су постери и плакати путем којих се најчешће информише нешто мање од петине испитаника. Други извор информисања за више од четвртине грађана су пријатељи, а следе их новине путем којих се неретко информише нешто мање од четвртине испитаника који су дали одговор на ово питање. Уопштено говорећи, без обзира на редослед избора о културним дешавањима у домовима културе и Културном центру готово петина грађана Панчева се информише путем ТВ-а, новина и/или чује од пријатеља.

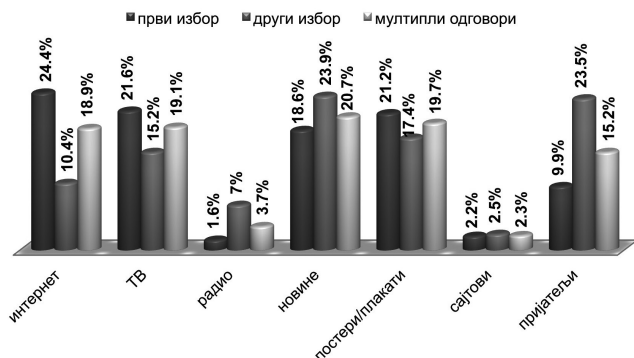
ГРАФИКОН: РАНГИРАЊЕ НАЧИНА ИНФОРМИСАЊА О САДРЖАЈИМА ГРАДСКИХ ПОЛИВАЛЕНТНИХ ЦЕНТРА



О најновијим биоскопским пројекцијама нешто мање од четвртине грађана се најчешће информисе путем интернета, док нешто више од петине испитаника као први извор информисања користи телевизију и плакате/постере. Као други начин информисања о биоскопским пројекцијама у Панчеву готово четвртина грађана бира новине и пријатеље, а мање од петине се информисе и путем плаката. Ипак, уколико се не гледа редослед избора, већ само извор информисања нешто више од петине грађана се о најновијим биоскопским пројекцијама информисе путем новина, док нешто мање од петине користи постере/плакате, телевизију и интернет као извор информисања.

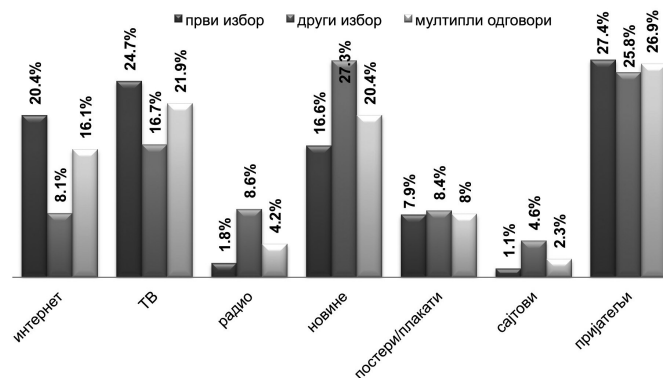
ГРАФИКОН: РАНГИРАЊЕ НАЧИНА ИНФОРМИСАЊА О БИОСКОПСКИМ ПРОЈЕКЦИЈАМА

О новинама у библиотекама више од четвртине грађана



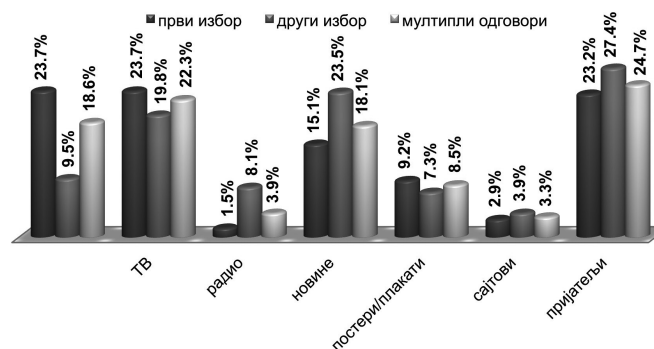
првенствено чује од пријатеља, док нешто више од четвртине грађана најчешће сазна преко телевизијских програма, и нешто више од петине информације добија на интернету. Други избор за информисање о културним дешавањима у библиотекама за више од четвртине грађана су новине и пријатељи. Без обзира на рангирање избора више од четвртине грађана се о програмима у библиотекама информисе преко пријатеља, док нешто више од петине грађана информацију угледа на телевизији или у новинама.

ГРАФИКОН: РАНГИРАЊЕ НАЧИНА ИНФОРМИСАЊА О ПРОГРАМИМА БИБЛИОТЕКЕ



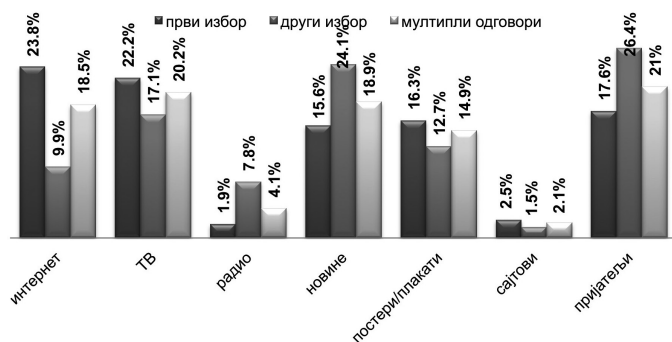
Као први избор за начин информисања о дешавањима у књижарама више од петине испитаника наводи интернет, телевизију и пријатеље, док други извор информисања за више од четвртине грађана представљају пријатељи, а нешто мање од четвртине наводи и новине, а мање од петине телевизију. Сагледавање свих извора информисања о дешавањима у књижарама, без обзира на ранг, показује да за готово четвртину грађана извор информација су пријатељи, и телевизија коју наводи нешто мање од четвртине испитаника.

ГРАФИКОН: РАНГИРАЊЕ НАЧИНА ИНФОРМИСАЊА О ДЕШАВАЊИМА У КЊИЖАРАМА



Први начин информисања о позоришним представама за готово четвртину грађана је интернет, а следи га телевизија коју наводи нешто више од петине анкетираних грађана који су одговорили на ово питање. Са друге стране, други начин информисања за више од четвртине испитаника јесу пријатељи и новине које као други избор наводи мало мање од четвртине грађана. У сваком случају, више од петине грађана је рекло да се о позоришним представама информише преко пријатеља и телевизије, а затим, мање од петине, и преко новина и интернета.

ГРАФИКОН: РАНГИРАЊЕ НАЧИНА ИНФОРМИСАЊА О ПОЗОРИШНИМ ПРЕДСТАВАМА



Статистички значајне разлике и повезаност средње јачине постоји код начина информисања о свим културним догађајима и установама културе у Панчеву и старости испитаника, као и брачног статуса испитаника. Тако повезаност средње јачине код начина информисања о концертима код старосне категорије износи $X^2=257.138$, $df=14$, $p=.000$, $c=0.48$, Cramer's $V=0.39$, а код брачног статуса $X^2=183.319$, $df=28$, $p=.000$, $c=0.42$, Cramer's $V=0.23$. За музеје и галерије повезаност по питању старости испитаника је $X^2=147.942$, $df=18$, $p=.000$, $c=0.40$, Cramer's $V=0.31$, а по питању брачног статуса $X^2=112.582$, $df=36$, $p=.000$, $c=0.36$, Cramer's $V=0.19$. Разлика у начину информисања о догађањима у домовима културе и старости испитаника је, такође, видљива и износи $X^2=190.810$, $df=16$, $p=.000$, $c=0.43$, Cramer's $V=0.34$, а нешто мања јачина повезаности је по питању брачног статуса: $X^2=130.743$, $df=32$, $p=.000$, $c=0.37$, Cramer's $V=0.2$. И код питања о начину информисања о бископским пројекцијама и старосним категоријама постоји повезаност средње јачине која је $X^2=199.117$, $df=18$, $p=.000$, $c=0.44$, Cramer's $V=0.35$, а мања је по питању брачног статуса - $X^2=138.156$, $df=36$, $p=.000$, $c=0.38$, Cramer's $V=0.21$. За библиотеке у питању о старосним категоријама грађана разлика је $X^2=139.939$, $df=14$, $p=.000$, $c=0.4$, Cramer's $V=0.31$, а по

питању брачног статуса је нешто мања и износи $X^2=100.287$, $df=28$, $p=.000$, $c=0.34$, Cramer's $V=0.18$. Повезаност средње јачине видљива је за исте демографске категорије и код питања о начину информисања о књижарама и она је за старосне категорије $X^2=160.607$, $df=16$, $p=.000$, $c=0.42$, Cramer's $V=0.33$, а за брачни статус $X^2=125.168$, $df=32$, $p=.000$, $c=0.38$, Cramer's $V=0.21$, за старосне категорије по питању информисаности о позоришним представама $X^2=179.718$, $df=14$, $p=.000$, $c=0.43$, Cramer's $V=0.34$, и за брачни статус разлика износи $X^2=104.283$, $df=28$, $p=.000$, $c=0.34$, Cramer's $V=0.18$. Све наведене разлике највеће су код употребе интернета као извора информисања, путем којег се најмлађи испитаници информишу осам пута више и чешће од најстаријих испитаника. Анкетирани грађани од 50 и више година и до два пута више од најмлађих испитаника као извор информисања користе новине.

Грађани Панчева се о свим културним догађајима у граду и околини информишу путем телевизије, преко новина, пријатеља и интернета. Ипак, потребно је и подвући да је, поред, разлика у начину информисања по питању старосних категорија видљива и разлика о начину информисања о културним дешавањима код редовне, повремене и непублике. Наиме, резултати су показали да се грађани који барем једно месечно посете неки културни догађај у Панчеву најчешће информишу путем интернета (чак и до два пута чешће у односу на непублику), а затим помоћу телевизије и /или пријатеља сазнају о најновијим дешавањима у Панчеву. Са друге стране, грађани који никада не посећују културна дешавања у Панчеву првенствено као извор информисања о културним догађањима у граду користе телевизију (два пута чешће од редовне публике) и новине, и /или, евентуално, пријатеље. Из свега наведеног поставља се питање колико често локални панчевачки медији рекламирају и извештавају о предстојећим културним догађајима у Панчеву и околини, јер су неки грађани током истраживања напомињали да је потребно путем локалних медија најављивати догађаје, а не само извештавати са догађаја.

«...како да знам шта ће се десити у граду, када нам они показују само оно што се десило...» (коментар једног испитаника)

3.3.6. ПОПУЛАРНОСТ КУЛТУРНЕ ПОНУДЕ

Иако за грађане Панчева не може да се каже да су посетиоци културних догађаја у Панчеву и околини било је потребно сазнати мишљење испитаника о популарности/познатости панчевачких културних програма у самом граду, у Војводини, у Србији и у иностранству. Овај податак може бити веома значајан, јер популарност културних догађаја у Војводини, Србији и иностранству може довести и до развоја туризма у Панчеву.

ТАБЕЛА: ПЕРЦЕПЦИЈА ИСПИТАНИКА О ПОПУЛАРНОСТИ КУЛТУРНЕ ПОНУДЕ

	У граду	У покрајини	У земљи	У иностранству
На високом нивоу	20.1%	4.8%	2.7%	2.7%
На средњем нивоу	49.9%	30.4%	18.7%	8%
На ниском нивоу	14.4%	32.6%	31.8%	19.2%
Не уопште	3.1%	14.4%	27.2%	41.8%
Не знам	9.1%	13.6%	15.2%	23.5%
Без одговора	3.4%	4.1%	4.4%	4.8%

Интересантно је напоменути да значајне статистичке разлике о популарности културне понуде Панчева постаје само у питању места становања анкетираних грађана, те више од 40% мештана насељених места сматра да је популарност панчевачке културне понуде у покрајини на средњем нивоу, док већина (преко 40%) житеља града мисли да се она налази на ниском нивоу ($\chi^2=91.647$, $df=5$, $p=.000$, $c=0.3$, Cramer`s $V=0.31$). Такође, према мишљењу више од четвртине становника руралног дела града Панчева на средњем нивоу се налази и популарност културне понуде Панчева у Србији, док се са овим ставом слаже нешто више од 10% становника урбаног дела Панчева ($\chi^2=119.794$, $df=5$, $p=.000$, $c=0.33$, Cramer`s  $V=0.36$ ). Популарност културне понуде Панчева у иностранству према мишљењу више од трећине мештана насељених места и више од половине житеља градског дела не постоји ( $\chi^2=84.773$ ,  $df=5$ ,  $p=.000$ ,  $c=0.29$ , Cramer`s $V=0.30$).

Резултати су показали да готово половина испитаника сматра да је културна понуда у граду довољно позната (односно рангирана је на средњи ниво), док је у покрајини и у земљи, према мишљењу нешто мање од трећине испитаника она на ниском нивоу. Са друге стране, преко 40% грађана Панчева сматра да до страних земаља уопште не стижу информације о културној понуди Панчева.

Мишљења о нивоу популарности/познатости панчевачке културне понуде у граду, у Војводини, у Србији и у иностранству се подударају код редовних посетилаца, повремених и непосетилаца културних догађаја у Панчеву, те је једино приметно да више од 10% припадника непублике није знало да изнесе свој став о популарности панчевачких догађаја у граду, у покрајини и у земљи, за разлику од мање од 5% припадника редовне и повремене публике. Такође, више од петине непублике не зна колико је културна понуда Панчева популарна у иностранству.

3.3.7. ПОРЕЂЕЊЕ КУЛТУРНЕ ПОНУДЕ ПАНЧЕВА У 2012. И 2013. ГОДИНИ

Културна понуда Панчева је према мишљењу 42,9% грађана Панчева у поређењу са прошлом (2012.годином) годином остала на истом нивоу, док 12,4% грађана сматра да се она побољшала. Ипак, посебно забрињава податак да више од трећине грађана није знало да упореди културну понуду Панчева у 2012. и 2013. години.

мишљење о културној понуди



Иако не постоје значајне статистичке разлике приметно је да више од половине грађана који имају од 15 до 29 година, и више од половине оних који имају од 30 до 49 година мисли да је културна понуда остала на истом нивоу, са чим се слаже трећина најстаријих испитаника, којих више од 40% није знало да да одговор на ово питање. Такође, више од половине испитаника који имају завршене више и високе школе сматра да није дошло до промена у културној понуди Панчева, док се са њима слаже мање од петине оних који имају (не) завршену основну школу, и којих преко 60% не зна да упореди културну понуду Панчева у 2012. и 2013. години. Слична је ситуација и са породичним приходима, према којима више од половине «најбогатијих» грађана сматра да је културна понуда у последње две године иста, што мисли нешто више од четвртине «најсиромашнијих» грађана, међу којима половина не уме да упореди наведене године. Једина статистички значајна разлика и повезаност средње јачине видљива је код поређења места становања испитаника према којој више од половине испитаника који живе у градском делу Панчева и нешто мање од трећине оних који живе у насељеним местима сматрају да није у последње две године дошло до промена у побољшању културне понуде Панчева. Такође, готово половина мештана насељених места није знала да одговори на ово питање, у односу на нешто више од четвртине мештана градског дела ($X^2=102.252$, $df=4$, $p=.000$, $c=0.31$, $Cramer's V=0.32$, $r=0.32$). У поређењу културне понуде и редовности одласка на културне догађаје у Панчеву постоје мање разлике, те више од половине редовне пубlike сматра да је културна

понуда остала на истом нивоу, са чим се слаже и више од трећине непубlike. Ипак, потребно је напоменути да је побољшање културне понуде приметио највећи број редовних посетилаца (16,7%), у односу на 12,7% повремених посетилаца и 10,8% непосетилаца културних програма у Панчеву.

На питање како грађани Панчева виде промене у културној понуди Панчева у последње две године одговорило је 28,5% испитаника, од којих је више од половине рекло да је „...*све исто, ништа се не мења*...“, док је 11,2% рекло да „...*има мање дешавања у граду*...“, а 10,1% је дало потпуно супротну изјаву: „...*има више дешавања*...“. Интересантно је напоменути да је 6,1% грађана као разлог побољшања навело отварање Дворане Аполо, који се десио у време анкетирања грађана.

ГРАФИКОН: РАЗЛОЗИ ПОБОЉШАЊА/ПОГОРШАЊА КУЛТУРНЕ ПОНУДЕ У 2013. У ОДНОСУ НА 2012. ГОДИНУ



Статистички значајна разлика у навођењу разлога за (не) побољшање културне понуде Панчева у 2013. години, у односу на 2012. годину приметна је само код брачног статуса испитаника, према којој више од половине оних који нису у браку (нити су икада били) и више од половине оних који су у браку сматра да није дошло до промене у културној понуди Панчева, са чим се слаже мање од трећине удоваца/удовица. Као највећи критичари културне понуде Панчева издвајају се испитаници који су у браку и којих више од 10% сматра да је у Панчеву током 2013. године било више дешавања (у односу на 8,2% «самаца»), али и више од 10% мисле да има мање дешавања (у односу на 7,6% «самаца»). Ипак, највећа разлика се уочава у одговору «отворио се Аполо» које наводи 11% самаца, и 3,5% оних који су у браку ($X^2=90.084$, $df=4$, $p=.000$, $c=0.45$, $Cramer's V=0.29$).

3.3.8. ПОСЕЋЕНОСТ КУЛТУРНИХ ДОГАЂАЈА У БЕОГРАДУ

Град Београд удаљен је 12 км од Панчева, што представља предност за грађане Панчева који поред културних дешавања која се одржавају у Панчеву имају могућност да често посећују и културна дешавања у Београду. Близина Београда је понукала представнике Интернационалног института у Темишвару, представнике Локалне самоуправе Панчево и истраживаче Завода за проучавање културног развитака да грађанима Панчева поставе питање колико често посећују културна дешавања у Београду, где је највећа понуда културних програма у Србији.

На питање о посећености културних програма у Београду одговорило је 91% испитаника који су учествовали у овом истраживању. Према резултатима истраживања грађани Панчева не посећују културне догађаје у Београду, односно 76,7% њих се може сврстати у непублику, док 3,3% редовно одлази у Београд ради уживања у културним програмима.



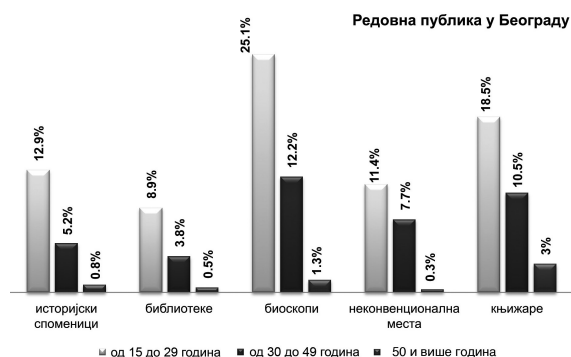
Редовни посетиоци културних догађаја у Београду првенствено ће погледати неки филм у биоскопу (9,5% њих), посетити књижару (8%) и/или уживати у културном програму у неком од београдских кафића, ресторана, тргова, тржних центара... (4,7%). Са друге стране, око 80% грађана Панчева никада не посећује луткарска позоришта, архиве и програме које организују верске организације.

ТАБЕЛА: УЧЕСТАЛОСТ ПОСЕТЕ САДРЖАЈА У БЕОГРАДУ

	редовна публика	повремена публика	непублика	без одговора
Позориште	3,4%	28,1%	57,5%	11%
Луткарско позориште	0,5%	7,5%	80,2%	11,8%
Галерије	2,1%	18,8%	68,2%	11%
Историјске споменике	4,5%	29,2%	55,2%	11,1%
Архиве	0,2%	7,5%	80,1%	12,2%
Библиотеке	3,2%	15,4%	70,1%	11,3%
Биоскопе	9,5%	25,9%	54,6%	10%
Музеје	0,8%	25,1%	62,1%	12%
Културне догађаје на неконвенционалним местима	4,7%	22,5%	61%	11,8%
Културне догађаје организоване од стране НВО	0,8%	10,7%	75,9%	12,6%
Наступе КУД -ова	0,2%	10,5%	76,6%	12,7%
Књижаре	8%	21,8%	58%	12,2%
Културне догађаје организоване од стране верских организација	0,4%	5,7%	80,9%	12,9%

Статистички значајне разлике не постоје код упоређивања посете културних догађаја у Београду и пола испитаника, иако се примећује да и програме у Београду чешиће посећују особе женског пола, те тако редовно 6% жена и 4% мушкараца обилази историјске споменике, 4,5% жена и 2,5% библиотеке и књижаре 10,2% жена и 7,8% мушкараца. Филмске пројекције у биоскопима у Београду радо посећују оба пола, односно 11,2% мушкараца и 10,9% жена барем једном месечно посете неки од београдских биоскопа.

ГРАФИКОН: РЕДОВНА ПУБЛИКА НА ДЕШАВАЊИМА У БЕОГРАДУ ПРЕМА СТАРОСНОЈ СТРУКТУРИ



Између старости испитаника и учесталости посете појединим културним догађајима у Београду постоји повезаност средње јачине у корист најмлађе популације испитаника, који најчешће посећују биоскопе, књижаре, историјске споменике, библиотеке и програме који се одржавају на трговима, парковима, у кафићима. Овакав резултат је и очекиван јер се велики број младих грађана Панчева школује у Београду, често и бораве у њему, због чега су им и културни програми доступнији, а најомиљенији су им биоскопи које четвртина младих посећује редовно. Ова популација испитаника најчешће није у браку, те и не изненађује резултат према коме су неочеђени/неудате испитаници/испитанице најредовнији посетиоци установа културе у Београду.

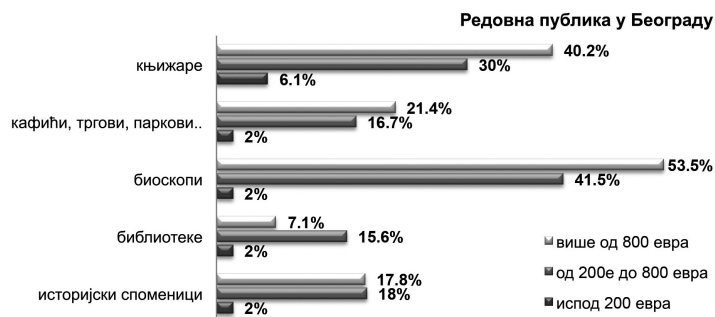
Растом стручне спреме испитаника расте и интересовање за посетом културних догађаја у Београду, те су тако испитаници са вишим и високим образовањем редовнији посетиоци београдских културних програма, нарочито позоришта ($\chi^2=131.407$, $df=4$, $p=.000$, $c=0.36$, $Cramer's V=0.27$), луткарских позоришта ($\chi^2=50.198$, $df=4$, $p=.000$, $c=0.24$, $Cramer's V=0.17$), историјских споменика ($\chi^2=92.638$, $df=4$, $p=.000$, $c=0.31$, $Cramer's V=0.23$), библиотека ($\chi^2=81.450$, $df=4$, $p=.000$, $c=0.29$,

$Cramer's V=0.22$), биоскопа ($\chi^2=100.137$, $df=4$, $p=.000$, $c=0.32$, $Cramer's V=0.24$), музеја ($\chi^2=106.254$, $df=4$, $p=.000$, $c=0.33$, $Cramer's V=0.25$), програма на неконвенционалним местима ($\chi^2=90.560$, $df=4$, $p=.000$, $c=0.31$, $Cramer's V=0.23$) и књижара ($\chi^2=109.356$, $df=4$, $p=.000$, $c=0.34$, $Cramer's V=0.25$). Биоскопи и у поређењу са образовним нивоом испитаника представљају омиљено место за конзумацију културе, те ради уживања у филмовима у Београд бар једном месечно путује 3,8% испитаника са основним образовањем, 54,6% испитаника са средњим образовањем и 75,4% испитаника са вишим и високим образовањем. На другом месту су књижаре, а следе их културни догађаји који се дешавају на трговима, у кафићима, улицама, тржним центрима...

Поред високообразованих испитаника који посећују културне догађаје у Београду, студенти који свакодневно због школских/универзитетских обавеза путују за Београд, такође су најредовнији посетиоци београдских установа културе, те тако више од трећине њих барем једном месечно погледа филм у биоскопу, а око петине обиђе књижару и/или историјски споменик.

Куповна (не)моћ испитаника није разлог за (не)посећивање културних догађаја у Београду. Наиме, до 2% грађана Панчева са месечним примањима мањим од 200 евра редовно посећује програме који се одржавају у Београду, док књижаре редовно посећује око 6% припадника наведене групе испитаника. Ипак, и поређење учесталости посете београдских културних догађаја и породичних прихода показало је да се највећи проценат редовних посетилаца из Панчева може срести у београдским књижарама, биоскопима, програмима на трговима, у кафићима, парковима, у библиотекама и на историјским споменицима, те је средња јачина повезаности утврђена код биоскопа ($\chi^2=43.498$, $df=6$, $p=.000$, $c=0.27$, $Cramer's V=0.19$) и код књижара ($\chi^2=37.618$, $df=6$, $p=.000$, $c=0.25$, $Cramer's V=0.19$). Ипак, више од половине грађана Панчева чија месечна породична примања премашују 800 евра барем једном у току месеца издвоји новац за биоскопске карте (које су и до 2 пута скупље у Београду). То исто чини више од трећине грађана са примањима од 200 до 800 евра.

ГРАФИКОН: ПОСЕТА ДОГАЂАЈА У БЕОГРАДУ ПРЕМА МЕСЕЧНИМ ПРИХОДИМА ДОМАЋИНСТВА



Да ли су испитаници становници урбаног или руралног дела општине Панчево није битно за посећивање културних програма у Београду, те се у анализи као најјача веза повезаности показала код посете историјских споменика у Београду ($\chi^2=43.107$, $df=2$, $p=.000$, $c=0.22$, Cramer`s $V=0.22$). Ипак, учено је да од оних грађана који редовно одлазе на културне догађаје у Београд преко 60% њих живи у урбаном делу Панчева.

Генерално говорећи грађани Панчева своје слободно време не проводе на београдским културним дешавањима, те ће они, ако се и одлуче да посете неки културни догађај, радије то учинити у свом месту. Београдске програме посетиће они који због својих обавезе своје радно време проводе у Београду, односно студенти и млађи људи који с времена на време оду у

књижару, библиотеку, биоскоп, и/или на дешавање које се одржава у/на неком од тргова, паркова, кафића.

3.3.9. НАЈЗНАЧАЈНИЈИ КУЛТУРНИ ДОГАЂАЈИ

У оквиру испитивања културних навика грађана Панчева било је потребно испитати и који најзначајнији културни догађај су посетили у последњих годину дана, чиме су уједно сазнаје и о културном укусу грађана, али и о ономе што је најзанимљивије у културној понуди како Панчева и околине, тако и целе Србије. Од 79,6% грађана који су одговорили на ово питање 42,2% као најзначајнији посећени културни догађај наводи Панчевачки карневал. Овај податак ни мало не изненађује, јер, као што је у претходном делу анализе напоменуто, 5,8% грађана Панчева ову манифестацију сматра културним идентитетом града. Поред Карневала, као најзначајније културне догађаје које 12,9% испитаника радо посећују и сматра веома значајним су културна дешавања која су се одржала (и одржавају) у насељеним местима (Рок фестивал у Старчеву, Дани дружења у Старчеву, фестивал Жисел у Омољци и Сланинијада у Качареву), и концерти које најзначајнијим посећеним културним програмом сматра 10,3% анкетираних грађана. Са друге стране, културне догађаје који су се током 2012. године одржали у неком другом месту Србији посетило је 6,7% грађана који ове догађаје третира као најзначајније. Ипак, требало би подвући да 11,2% грађана Панчева током 2012. године није посетило ниједан културни догађај ни у Панчеву и околини, нити у неком другом месту у земљи и/или иностранству, и они су управо припадници групе 32,4% испитаника који не посећују градске манифестације.

ТАБЕЛА: НАЈЗНАЧАЈНИЈИ ДОГАЂАЈИ КОЈЕ СУ ИСПИТАНИЦИ ПОСЕТИЛИ ТОКОМ 2013. ГОДИНЕ

Најзначајнији догађаји који су грађани посетили током поседњих годину дана			
Карневал	42.2%	Културни догађај у околини Панчева	12.9%
Концерт	10.3%	Наступ фолклорног ансамбла	2.3%
Позоришна представа	3.5%	Промоција књиге	1.4%
Филмска пројекција	1.2%	Џез фестивал у Панчеву	3.5%
Културни догађај у Београду	4.3%	Ноћ музеја	3.4%
Културни догађај у Новом Саду	0.9%	Етно фестивал	0.1%
Културни догађај у другом граду у Србији	1.5%	Изложба слика	0.6%
Културни догађај у иностранству	0.5%	Нисам посетио/ла ниједан културни догађај	11.2%

Грађани свих старосних категорија најчешће као најзначајнији посећену културни догађај наводе Панчевачки Карневал. Ипак, припадницима најмлађе и средње генерације анкетираних грађана у успоменама из 2012. године остају концерти, док су за оне од 50 и више година то догађаји који се се одржали у неком од насељених места у околини Панчева. Тако, 14,2% оних од 15 до 29 година, 12,1% оних од 30 до 49 година и 6,6% испитаника од 50 више година живота као најзначајнији културни догађај наводи концерт, док културне догађаје у околини Панчева као најзначајније и посећене види 18% најстаријих, 10,2% средње генерације и 8,4% најмлађих испитаника. Значајна разлика постоји и у непосећивању ниједног културног догађаја током 2012. године, што је учинило 3,7% младих, 6,8% оних од 30 до 49 година и готово петина (19,2%) старијих грађана Панчева ($\chi^2=89.724$, $df=32$, $p=.000$, $c=0.32$, $Cramer's V=0.24$).

Од грађана Панчева који су удовци/удовице 92,7% припада најстаријој популацији испитаника због чега и у категорији брачног статуса постоји значајна статистичка разлика и према којој готово трећина удоваца/удовица није посетила ниједан културни догађај. Са друге стране, неактивизам у посећивању културних догађаја у 2012. години показало је 4,5% неожењених/неудатих, 11,2% оних који су у браку. Такође, као и остале категорије подељене према брачном статусу, и удовци/удовице (скоро четвртина) најчешће као најзначајнији посећени културни догађај наводе Панчевачки карневал. Међу неожењенима/неудатим 14,5% значајним сматра и посету концерту, док то исто мисли 3,4% удоваца/удовица и 8,5% оних који су у браку. Културни догађај који се одржао у Београду најзначајнијим сматра 7,4% неожењених/неудатих и 3,4% оних који су у браку, због чега су и посетили тај догађај. Са овим ставом се не слаже ниједан разведени испитаник ни удовац/удовица. Са друге стране, културна дешавања која су у 2012. години организовала у насељеним местима велики значај имају за 7% самаца, за преко 15% оних који су у браку и оних који су разведени и за 19% удоваца/удовица ($\chi^2=114.355$, $df=48$, $p=.000$, $c=0.36$, $Cramer's V=0.22$).

Грађани Панчева са вишим и високим образовањем ретко ће себи дозволити да не посете неки значајни културни догађај, те тако током 2012. године 3,7% њих није посетило ниједан културни догађај, а исто није учинило о 6 пута више оних са нижим образовањем и 3 пута више оних са средњим образовањем. Ниво образовање утиче на посету концертима, чију посећеност сматра веома значајном 14,2% високообразованих Панчеваца и 1,4% Панчеваца са не/завршеном основном школом. Испитаницима са нижим образовањем најзначајније су посете културним догађајима који су се одржали у околини Панчева, са чим се слаже готово исти проценат оних са средњим образовањем и 5 пута мање

оних са вишим и високим образовањем. Ипак и у овом случају Панчевачки карневал грађани Панчева, без обзира на ниво образовања, сматрају најзначајнијим културним догађајем који су посетили током 2012. године ($\chi^2=112.773$, $df=32$, $p=.000$, $c=0.36$, $Cramer's V=0.27$).

Од грађана који током 2012. године нису посетили ниједан културни догађај највише је оних чија су месечна примања мања од 200 евра (25,9% од укупног броја испитаника са примањима мањим од 200 евра), а најмање грађана (3,4%) чије домаћинство месечно зарађује од 600 до 800 евра. Панчевачки Карневал се, поново, истиче као најзначајнији посећени културни догађај, кога је навело 42% оних који имају мање од 200 евра месечно и 42% са примањима од 200 до 600 евра, док са тим ставом слаже мање од трећине «најбогатијих» анкетираних грађана, међу којима више од петине наводи посете концертима као најзначајније догађаје у 2012. години. Преко 10% грађана са примањима од 200 до 600 евра и преко 10% грађана са примањима од 600 до 800 евра, такође, концерте сматра најзначајнијим културним догађајима које су посетили. Са друге стране, 13,2% оних са примањима од 200 до 600 евра и 9,9% испитаника са примањима мањим од 200 евра «поносно» је на своју посету догађајима који су се одржали у неком од насељених места, док то мисли мање од 5% испитаника чије домаћинство месечно приходује и више од 800 евра ($\chi^2=85.438$, $df=45$, $p=.000$, $c=0.38$, $Cramer's V=0.24$). Ипак, требало би напоменути да ови подаци немају статистичку јачину јер је на питање Најзначајнији културни догађај који сте посетили прошле године био је...? одговорило само 51% оних који су одговорили на питање о породичним приходима домаћинства.

Нешто више од половине испитаника који живе у градском делу Панчева наводи Панчевачки карневал као најзначајнији културни догађај који су посетили, док се са тим слаже 30,7% мештана насељених места. За готово четвртину мештана насељених места најзначајнији посећени културни догађаји током 2012. године били су управо они који су се и одржавали у тим местима, које у најлепшим успоменама чува мање од 5% људи из урбаног дела. Међу житељима градског дела Панчева је и 5,2% оних којима је најзначајнији културни догађај био Џез фестивал у Панчеву, док се међу житељима насељених места са овим ставом слаже 1,2% испитаника. Међу не/посетиоцима значајних културних догађаја је 9,2% становника града и 14% становника насељених места ($\chi^2=129.789$, $df=16$, $p=.000$, $c=0.38$, $Cramer's V=0.40$).

Као што је већ речено 42,2% грађана Панчева је као најзначајнији културни догађај који су посетили 2012. године навело Панчевачки карневал. Те године Карневалом је продефиловало око 2.500 учесника, а манифестацију

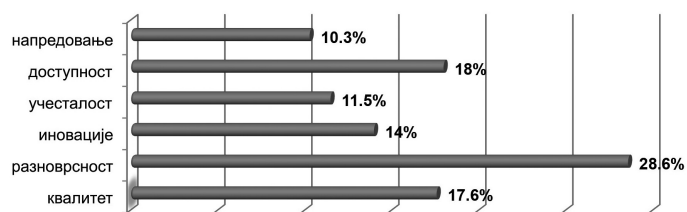
је посетило преко 50.000 људи (<http://www.telegraf.rs/vesti/255044-ka0-u-riju-karneval-u-pancevu-odsevio-vise-od-50-000-ljudi-foto-video>, приступљено 23.01.2014.), због чега и не изненађује оволико велики проценат грађана који ову манифестацију сматра најзначајнијим културним догађајем који су посетили 2012. године. Ипак, може се закључити и да више од половине (57,8%) грађана Панчева не сматра Карневал најзначајнијим посећеним догађајем који већи значај придају другим културним програмима и манифестацијама што би требало да буде подстрек за организаторе тих програма који би наредних година могли да постану значајнији за панчевачку публику.

3.4. КУЛТУРНЕ ПОТРЕБЕ И УКУСИ ГРАЂАНА ПАНЧЕВА У КУЛТУРИ

3.4.1. ПОБОЉШАЊЕ КУЛТУРНЕ ПОНУДЕ

Грађани Панчева највећи простор за побољшање културне понуде виде у сфери унапређења разноврсности програма, а потом у сфери доступности садржаја. Овакав резултат се у потпуности поклапа са одговорима испитаника о главним разлозима већег и мањег (не)задовољства културном понудом у Панчеву, где је недовољна разноврсност наведена од стране 31,3% испитаника. Четири грађанина је експлицитно навело да недостају програми за пензионере, односно припаднике најстаријих генерација.

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА О НАЈЗНАЧАЈНИЈЕМ ПОБОЉШАЊУ КУЛТУРНОГ ЖИВОТА ПАНЧЕВА



Изузев пола, све остале социо-демографске карактеристике испитаника имају, али незнатан или веома слаб утицај на одабир начина унапређења културног живота Панчева (начин унапређења културног живота и: образовне групе $\chi^2=20.202$, $df=10$, $p=.027$, $V=0.105$, $c=0.147$; старосне категорије $\chi^2=46.385$, $df=10$, $p=.000$, $V=0.157$, $c=0.217$; место становања $\chi^2=30.427$, $df=5$, $p=.000$, $V=0.180$, $c=0.177$).

Потреба за разноврснијим програмима је готово подједнако изражена код оба пола, свих старосних и образовних група, и не зависи од места становања. Ипак, може се рећи да се она у нешто већој мери истиче код високообразованих испитаника средњих година у насељеним местима.

Са дуге стране да треба унапредити доступност садржаја, у већем проценту од осталих истичу високообразовани становници градског подручја оба пола, који имају више од 49 година, те се може рећи да се доступност највише односила на недовољан број садржаја који би одговарали старијој високообразованој популацији. Са друге стране најмлађи становници града који имају најниже образовање најмање се жале на доступност садржаја.

Посматрајући најчешће одговоре испитаника, може се извести закључак да се разноврсност и доступност у одговорима испитаника у великој мери преклопила, и да су очигледан недостатак у културној понуди Панчева садржаји намењени најстаријима и високообразованим становницима градског подручја, односно високообразованим становницима насељених места. У том правцу установе културе могле би радити на обогаћивању своје културне понуде.

Да су садржаји недовољно квалитетни истиче 17,6% грађана. Међутим, како је квалитет посве субјективан доживљај појединца, овај одговор је и прилично једнако распоређен у готово свим категоријама испитаника. Ипак, интересантно је да се на квалитет највише жале најстарији становници насељених места, најнижег образовања. Основнообразовани у насељеним местима сматрају и да је културној понуди потребно да више напредује.

Да садржаји нису довољно иновативни најчешће сматрају високообразовани припадници омладине у градском подручју Панчева, те тако и сагледавање потреба младих може бити један од задатака установа културе.

Повећање учесталости садржаја као вид побољшања културног живота, најчешће помињу високообразовани становници града средњих година.

Из свега наведеног, установе културе требало би да уведу праксу истраживања потреба посебних врста публике што би могло да унапреди и културну понуду и задовољство грађана. Битно је поменути и то да свега 5,1% грађана није дало одговор на питање унапређења културног живота, што само повећава значај добијених резултата.

ТАБЕЛА: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРИМА О НАЧИНИМА ПОБОЉШАЊА КУЛТУРНОГ ЖИВОТА ПРЕМА МЕСТУ СТАНОВАЊА, ОБРАЗОВНОЈ И СТАРОСНОЈ СТРУКТУРИ

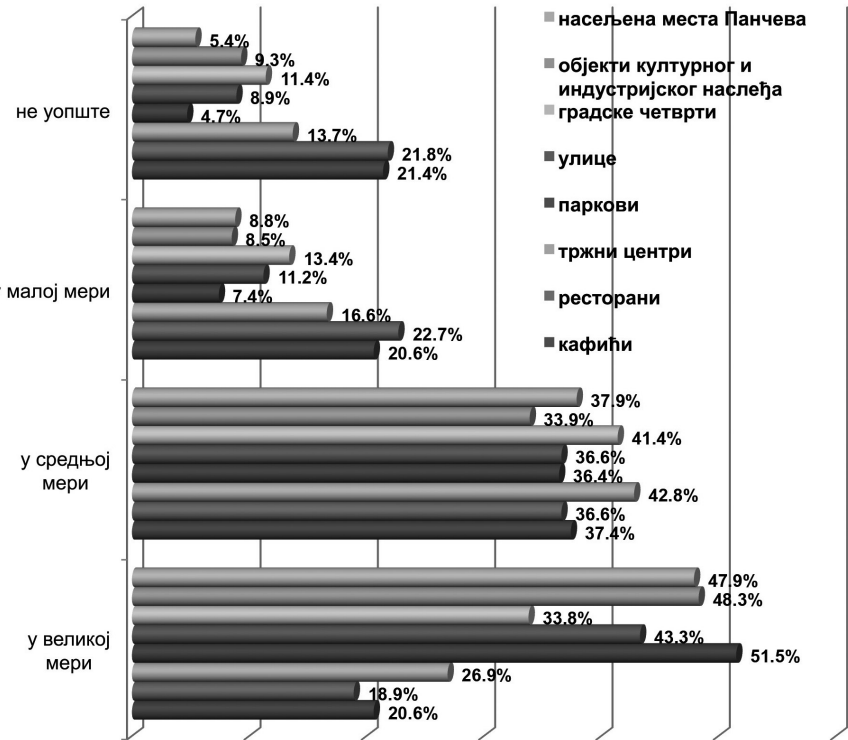
Начин побољшања културног живота	Становање		Образовање			Узраст		
	Град	Село	ОШ	ССС	ВШ/ ВСС	до 29	од 30 до 49	50 и више
квалитет	16,1%	19,5%	25,8%	16,5%	17,1%	19,4%	12,3%	20,7%
разноврсност	28%	29,5%	22,7%	28,8%	30,6%	27%	31,5%	27,2%
иновације	15,4%	12%	8,2%	14,5%	13,6%	22,5%	13,6%	9,3%
учесталост	12,8%	9,8%	12,4%	10,6%	13,6%	12,2%	13,2%	9,8%
доступност	21,2%	13,8%	13,4%	17,8%	19%	8,1%	18,9%	22,9%
напредовање	6,5%	15,5%	17,5%	11,8%	6,2%	10,8%	10,4%	10,1%
	$\chi^2=30.427$, $df=5$, $p=.000$, $V= 0.180$, $c=0.177$		$\chi^2=20.202$, $df=10$, $p=.027$, $V=0.105$, $c=0.147$			$\chi^2=46.385$, $df=10$, $p=.000$, $V= 0.157$, $c=0.217$		

Унапређење културног живота могло би се сагледати и кроз сферу његове веће присутности у свим областима друштвеног живота. У том смислу, култура би се могла доживљавати и приликом куповине, шетања и рекреације, вечере у ресторану, уз кафу са пријатељима у кафићима... Управо због тога су грађани давали своје виђење питања у којој мери би култура требало да се прошири ван установа културе.

Највећи број грађана сматра да би културни садржаји најпре требало да се прошире у паркове, а да су или већ довољно присутни (или им ту није ни место) у кафићима и ресторанима.

Требало би истаћи велики број одговора који сматрају да су културни садржаји централизовани у градском подручју, да нису довољно заступљени у насељеним местима и градским четвртима - свега 5,4% испитаних сматра да култура не треба да буде проширена на насељена места, а 11,4% на градске четврти.

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА НА ПИТАЊЕ „У КОЈОЈ МЕРИ БИ КУЛТУРНА СЦЕНА ТРЕБАЛО ДА СЕ ПРОШИРИ У ПРОСТОРЕ ВАН УСТАНОВА КУЛТУРЕ?“



Иако се у Народној башти већ уприличавају културни програми, грађани Панчева сматрају да то није довољно, већ да садржаје треба организовати у великој мери у парковима. Наиме, више од половине анкетираних сматра да култура у великој мери треба да се прошири на ова места и у томе види могућност њеног унапређење.

Други најбитнији простор проширења културне сцене, према броју одговора испитаника, су објекти културног и индустријског наслеђа. Реактивација индустријског наслеђа је један од стратешких циљева у локалном плану развоја културе града Панчева, а грађани показују да би то требало да остане подручје интересовања доносилаца одлука, будући да свега око 10% грађана у томе не види „шансу“ за унапређење културе.

Велики број грађана желело би да култура буде у великој мери присутна на улицама. Овакве жеље грађана могле би да буду водич за установе културе да своје садржаје у већој мери износе у отворене градске просторе, или бар да им то буде место маркетинга, анимације и привлачења посетилаца.

Тржни центри се такође доживљавају као простори за културне садржаје, али највећи број испитаних сматра да то проширење треба да буде средњег нивоа. Дакле, могло би се рећи да је примаран разлог куповине ипак пресудан, али да се у извесној мери куповина може улепшати садржајима из културе.

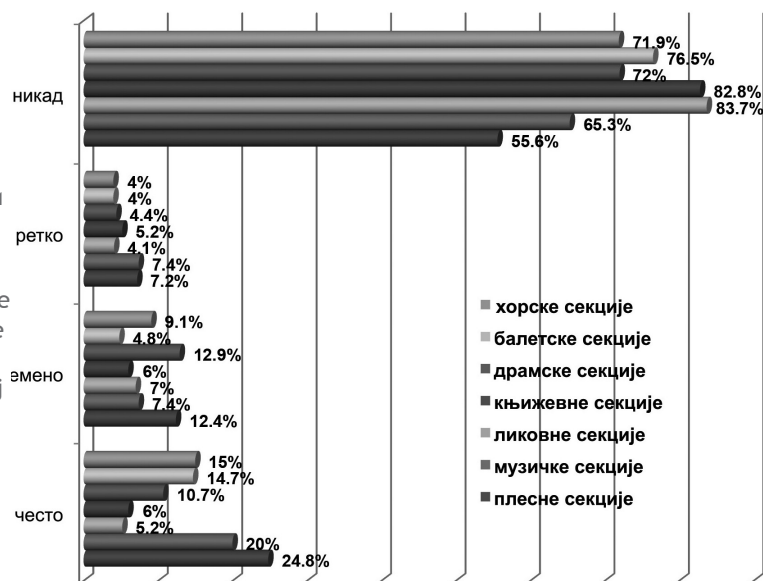
Интересантно је да социо-демографске карактеристике не показују утицај на мишљење о проширењу културе у алтернативне просторе. Ставови у комбинацији са образовним нивоом, старосним категоријама, полом и местом становања не показују статистички значајне везе. Једино се у неким случајевима издвајају разлике према старости испитаника, те тако млади у нешто већој мери сматрају да културне садржаје треба организовати у кафићима и тржним центрима, за разлику од старијих суграђана. Занимљиво је и то да чак и код проширења културе на насељена места не постоје изражене разлике међу становницима околних места и градског подручја. Наиме, чак и грађани урбаног дела Панчева сматрају да културни садржаји „не обилазе“ у довољној мери околна насељена места, те да би то требало да чине чешће. Тако, свега 6% градске популације и 4,8% сеоске сматра да је култура у довољној мери присутна у насељеним местима, те да не треба уопште да се проширује у руралне просторе.

Дакле, на основу резултата може се закључити да би култура своју публику имала у свим алтернативним просторима. Ипак, најпре би требало освајати отворене просторе - паркове, тргове, улице, али и објекте индустријског наслеђа који се могу ревитализовати и пренаменити за садржаје из културе.

3.4.2. КУЛТУРА И ДЕЦА

Иако извесан број грађана Панчева истиче потребу за већим бројем дечјих садржаја и фестивала (око 12%), и иако готово сви који имају децу истичу да је културно образовање веома битно за развој њихове деце, панчевачка деца ретко похађају секције из области културе.

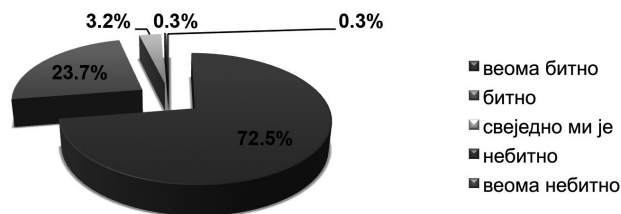
ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА НА ПИТАЊЕ О ПОХАЂАЊУ СЕКЦИЈА ДЕЦЕ ИЛИ УНУКА ИСПИТАНИКА



Судећи према одговорима испитаника, деца у Панчеву највише похађају плесне, па музичке секције. Најмање су атрактивне ликовне и књижевне секције. Чињеница да 72,2% свих одговора говори о непохађању уметничких секција, највише забрињава. Али управо у томе се може видети простор за умрежавање установа културе и образовања (укључујући и обданишта) ради анимације деце да се прикључе неком од програма. Такође, повезивањем школа и установа културе, односно укључивањем уметника у програме, секције би се могле обогатити и учинити занимљивијим деци и ученицима.

Питања о културним активностима деце или унука била су применљива на 38,2% испитаника. Више од 95% родитеља, бака и дека истакло је да је културно образовање веома битно за развој деце. Међутим, имајући у виду резултате о похађању секција поставља се питање колико је овакав одговор само декларативан, односно означен зато што је друштвено пожељан.

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА НА ПИТАЊЕ: „У КОЈОЈ МЕРИ ЈЕ КУЛТУРНО ОБРАЗОВАЊЕ БИТНО ЗА РАЗВОЈ ВАШЕ ДЕЦЕ?“

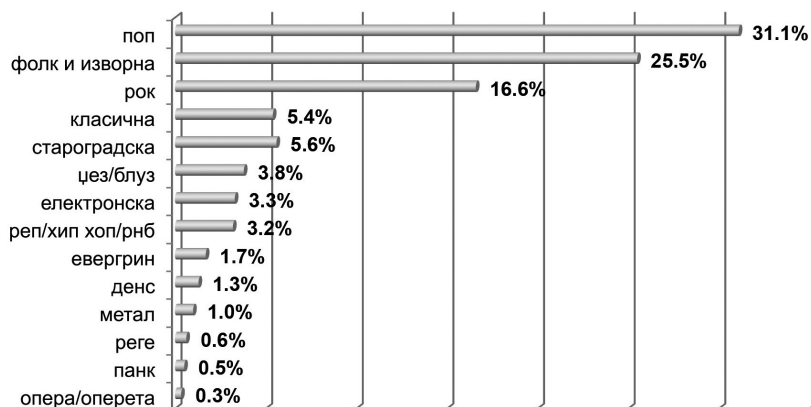


Ипак, нешто већа наклоњеност народној музици је видљивија када се сагледа рангирање музичких праваца према степену омиљености. Грађани Панчева највише воле да слушају фолк и изворну музику. Као први избор у својим музичким преференцијама, ову врсту музике истиче 33,2% анкетираних. Они који слушају и друге врсте музике којих је око 60%, као други избор најчешће наводе поп (38,8% одговора међу онима који наводе други избор или 22,9% укупног броја одговора) и рок музику (17,5% од оних који наводе други избор или 10,4% укупног броја одговора). Трећи избор наводи око 25% испитаника, а као најчешћи одговори појављују се поп и народна музика са нешто више од 5% укупног броја одговора или са нешто више од 20% у групи испитаника који наводе трећи избор.

3.4.3. МУЗИЧКИ УКУС

Када је реч о музичком укусу, 96,2% анкетираних Панчеваца има издефинисан музички укус, док 3,8% грађана не наводи своје музичке преференције. С обзиром на то да се је питање о музичком укусу подразумевало рангирање 3 омиљена правца уколико их испитаника као такве препознаје, у суми свих одговора (*multiple responses*) највише се појављује поп музика коју као омиљену наводи скоро трећина испитаника. На другом месту се, према укупном броју одговора, налази фолк и изворна музика коју воли да слуша око четвртине испитаника.

ГРАФИКОН: МУЗИЧКЕ ПРЕФЕРЕНЦИЈЕ ИСПИТАНИКА (УКУПАН БРОЈ ОДГОВОРА)



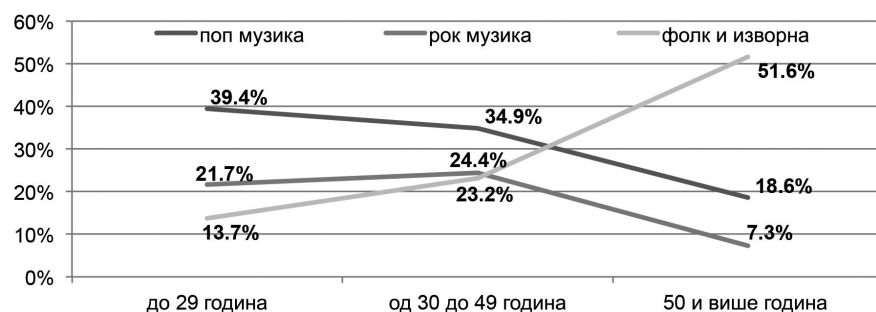
ТАБЕЛА: РАНГИРАЊЕ МУЗИЧКИХ ПРАВАЦА ПРЕМА СТЕПЕНУ ОМИЉЕНОСТИ

Музички правац	Први избор	Други избор	Трећи избор
	Проценат одговора	Проценат одговора	Проценат одговора
поп	29,1%	38,8%	21,3%
рок	16,3%	17,5%	15,4%
џез/блуз	2,1%	4,9%	8,3%
народна/новокомпонована/изворна	33,2%	15,4%	20,1%
староградска	4%	7,5%	7,1%
класична	4,4%	4,9%	10,2%
опера/оперета	0,3%	0,2%	0,8%
денс	1,5%	0,5%	2,4%
електронска	2,8%	3,2%	5,5%
панк	0,4%	0,3%	1,2%
реп/хип хоп/рнб	3,2%	2,9%	3,5%
реге	0,1%	0,7%	2,4%
евергрин	2,4%	1,0%	0,8%
метал	0,2%	2,2%	1,2%

У укрштању социо-демографских карактеристика приметно је да узраст испитаника, пол, место становања и образовање значајно утичу на музички укус грађана Панчева. На избор музичког жанра највећи утицај имају године живота ($\chi^2=301.507$, $df=26$, $p=.000$, $c=0.490$, Cramer's $V=0.398$). Наиме, млађи и испитаници средњих година у знатно већем броју опредељују се за поп и рок музику, док су старији Панчевци знатно више окренути народној и староградској музици. На

графикону испод приказане су разлике у три најомиљенија музичка правца Панчеваца. Приметно је да број љубитеља фолк и изворне музике значајно расте са бројем година испитаника. Са друге стране број љубитеља поп музике опада са старосћу испитаника. Код рок музике приметно је да је нешто омиљенија међу средњом генерацијом у односу на најмлађе, али је неколико пута мање заступљена код старијих од 49 година.

ГРАФИКОН: ОМИЉЕНИ МУЗИЧКИ ПРАВЦИ ПРЕМА ГЕНЕРАЦИЈСКОЈ ПРИПАДНОСТИ ИСПИТАНИКА



Такође, музички укус код млађих испитаника је знатно издиференциранији него код најстаријих анкетираних Панчеваца. Тако се међу најмлађима могу наћи, у већој мери од осталих, они који слушају хип хоп (9%), електронску музику (6,2), денс (4,4%), џез/блуз (1,8%). Најстарији су у највећој мери, са 60,4% свих одговора, усмерени на два музичка правца - фолк и изворну, и евергрин музику.

Иако слабије изражене у односу на генерацијску припадност, разлике постоје и код дистрибуције одговора према образовном нивоу испитаника ($\chi^2=171.681$, $df=26$, $p=.000$, $c=0.393$, Cramer's $V=0.303$). Тако, наклоњеност фолк и изворној музици опада са порастом нивоа образовања Панчеваца, док са друге стране са порастом нивоа образовања расте наклоњеност поп, рок, џез и класичној музици.

ТАБЕЛА: ДИСТРИБУЦИЈА МУЗИЧКИХ УКУСА ИСПИТАНИКА ПРЕМА ОБРАЗОВАЊУ

Врста музике	Образовни ниво испитаника		
	ОШ	ССС	ВШ/ВСС
поп	15,6%	29,3%	33,2%
рок	4,2%	15,2%	22,9%
џез/блуз	1%	0,9%	5,3%
фолк и изворна	64,6%	38,8%	9,9%
староградска	5,2%	3,6%	4,2%
класична	1%	2,6%	9,5%
опера/оперета	-	-	1,1%
денс	1%	1,4%	1,9%
електронска	4,2%	2,6%	2,3%
панк	-	0,2%	1,1%
реп/хип хоп/рнб	2,1%	3,1%	4,2%
реге	1%	-	-
евергрин	-	2,1%	4,2%
метал	-	0,3%	-
	$\chi^2=171.681$, $df=26$, $p=.000$, $c=0.393$, Cramer's $V=0.303$		

Разлике у музичким укусима постоје и у односу на пол испитаника, али нису изражене ($X^2=60.275$, $df=13$, $p=.000$, $c=0.244$, Cramer's $V=0.251$). Резултати показују да се жене чешће од мушкараца опредељују за поп музику (35,1% жена према 21,6% мушкараца), док су мушкарци чешће љубитељи

рок музике (22,5% мушкараца према 11,6% жена). Такође, класичну музику чешће слушају особе женског пола (5,8% жена према 3% мушкараца), док особе мушког пола чешће од жена воле да слушају електронску музику (4,5% мушкараца према 1,6%).

ТАБЕЛА: ДИСТРИБУЦИЈА МУЗИЧКИХ УКУСА ИСПИТАНИКА ПРЕМА ПОЛУ И ГОДИНАМА

Врста музике	ПОЛ		ГОДИНЕ		
	Мушкарци	Жене	до 29	30-49	50 и више
поп	21,8%	35,4%	39,4%	34,9%	18,6%
рок	22,1%	11,3%	21,7%	24,4%	7,3%
џез/блуз	2,9%	1,4%	1,8%	3,2%	1,5%
фолк и изворна	34,9%	31,6%	13,7%	23,2%	51,7%
староградска	3,8%	4,1%	0,4%	1,6%	7,7%
класична	2,9%	5,7%	0,4%	2,9%	7,7%
опера/оперета	0,2%	0,4%	-	0,3%	0,5%
денс	1,8%	1,2%	4,4%	1,3%	-
електронска	4,3%	1,5%	6,2%	3,8%	0,2%
панк	0,5%	0,4%	1,3%	0,3%	-
реп/хип хоп/рнб	3,4%	3,1%	9,7%	2,5%	0,2%
реге	0,2%	-	0,5%	-	-
евергрин	0,7%	3,9%	0,5%	1%	4,6%
метал	0,5%	-	-	0,6%	-
$X^2=60.275$, $df=13$, $p=.000$, $c=0.244$, Cramer's $V=0.251$			$X^2=301.507$, $df=26$, $p=.000$, $c=0.490$, Cramer's $V=0.398$		

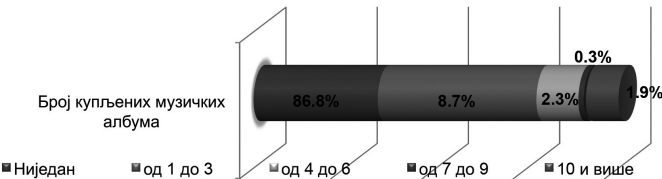
Разлике у музичком укусу испитаника постоје и када је реч о месту становања ($X^2=69.956$, $df=13$, $p=.000$, $c=0.261$, Cramer's $V=0.271$). Наиме, становници градског дела Панчева чешће од становника насељених места, као своју омиљену врсту музике наводе поп и рок музику. Са друге стране, становници насељених места најчешће наводе народну музику као ону коју највише воле да слушају. Разлике су приметне и код класичне и евергрин музике коју више слуша популација у градској средини.

ТАБЕЛА: МУЗИЧКИ УКУС ИСПИТАНИКА ПРЕМА МЕСТУ СТАНОВАЊА

Врста музике	Град	Насељена места
поп	30,7%	27%
рок	18,6%	13,4%
џез/блуз	2,6%	1,4%
фолк и изворна	23,6%	45,3%
староградска	4,5%	3,3%
класична	6,5%	1,7%
опера/оперета	0,2%	0,5%
денс	1,9%	1%
електронска	3%	2,6%
панк	0,6%	0,2%
реп/хип хоп/рнб	3,9%	2,4%
реге	0,2%	-
евергрин	3,7%	0,7%
метал	-	0,5%
$X^2=69.956$, $df=13$, $p=.000$, $c=0.261$, Cramer's $V=0.271$		

Иако, генерално гледано, Панчевци воле музику (96,2% наводи свој музички укус), веома ретко се опредељују за куповину музичких албума. Наиме, 86,8% испитаника у протеклих година дана није купило ниједан музички албум. Овакав резултат је био очекиван с обзиром на то да многи грађани Србије најчешће до музике долазе преузимањем песама са интернета, док се држава и уметници са мало успеха боре против пиратерије. Притом, социо-демографске карактеристике испитаника не утичу на учесталост куповине музичких албума.

ГРАФИКОН: БРОЈ КУПЉЕНИХ АЛБУМА НА ГОДИШЊЕМ НИВОУ

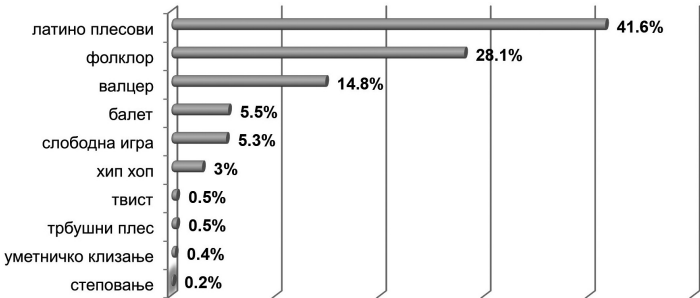


3.4.4. ОМИЉЕНИ ПЛЕС

Панчевци су за плес у мањој мери заинтересовани него за музику. Тако се 24,6% грађана није изјаснило на питање о омиљеном плесу.

Испитаници су, као и у случају музике, у упитнику наводили три омиљене врсте плеса. Дистрибуција свих одговора показује да су испитаници највише наклоњени латино ритмовима за које се као омиљене опредељује 41,6% испитаника (танго 21,4%; латино плесови 10%; салса 9,1%; самба 0,8%; ча ча 0,3%). За фолклор се, приликом навођења три омиљене врсте плеса, опредељује 28,1% испитаника. Након латино плесова и фолклора, грађани Панчева као један од три омиљена плеса наводе валцер (14,8% одговора). Овакав поредак се јавља и код првог, али и код другог и трећег избора омиљеног плеса од стране испитаника.

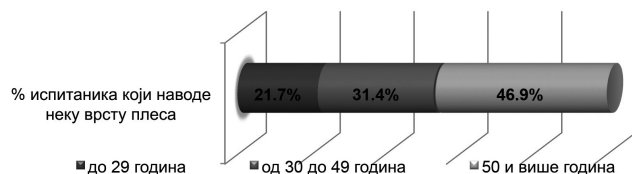
ГРАФИКОН: РАНГИРАЊЕ ОМИЉЕНИХ ПЛЕСОВА ИСПИТАНИКА



Приметно је да између избора омиљене врсте плеса и узраста испитаника постоји значајна статистичка веза ($X^2=171.337$, $df=26$, $p=.000$, $c=0.432$, Cramer's $V=0.339$).

Наиме, млади Панчевци у знатно мањој мери изражавају интересовање ка плесу од старијих испитаника (око петине испитаника у овој старосној групи наводи неку врсту плеса у својим одговорима, док то чини 46,9% најстаријих).

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА ИСПИТАНИКА О ОМИЉЕНОЈ ВРСТИ ПЛЕСА, ПРЕМА СТАРОСНОЈ СТРУКТУРИ

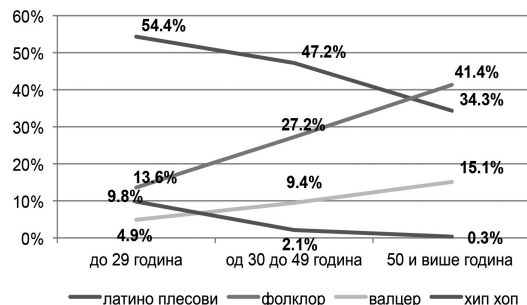


Највеће разлике између младих и старијих испитаника приметне су када је реч о фолклору (13,6% младих показује наклоност ка фолклорним играма, за разлику од 41,4% најстаријих), валцеру (само 4,9% младих наводи валцер као најомиљенију врсту плеса, према 15,1% најстаријих), али и када је реч о хип хопу (8,9% младих према 0,3% најстарије категорије испитаника). Млади такође више воле да слободно играју невезујући се за посебне плесове. Више од половине младих изражава наклоност ка латино плесовима - 54,4%, за разлику од 34,3% најстаријих испитаника.

ТАБЕЛА: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА У ВЕЗИ СА ОМИЉЕНИМ ПЛЕСОВИМА ПРЕМА ПОЛУ И ГЕНЕРАЦИЈСКОЈ ПРИПАДНОСТИ

Врста плеса	ПОЛ		ГОДИНЕ		
	Мушкарци	Жене	до 29	30-49	50 и више
фолклор	36,4%	27,3%	13,6%	27,2%	41,4%
латино плесови	39,7%	44,5%	54,4%	47,2%	34,3%
валцер	11,1%	11%	4,9%	9,4%	15,1%
трбушни плес	-	0,7%	0,6%	0,9%	-
степовање	0,3%	0,2%	0,6%	0,4%	-
слободни стил	5,6%	5,2%	9,3%	6,8%	2,6%
балет	2%	7,7%	6,2%	5,5%	4,9%
уметничко клизање	1%	0,2%	0,6%	0,4%	0,6%
хип хоп	3,6%	2,7%	9,8%	2,1%	0,3%
твист	0,3%	0,5%	-	-	0,8%
$\chi^2=34.763$, $df=13$, $p=.001$, $c=0.211$, Cramer's $V=0.215$			$\chi^2=171.337$, $df=26$, $p=.000$, $c=0.432$, Cramer's $V=0.339$		

ГРАФИКОН: ОМИЉЕНИ МУЗИЧКИ ПРАВЦИ ПРЕМА ГЕНЕРАЦИЈСКОЈ ПРИПАДНОСТИ ИСПИТАНИКА



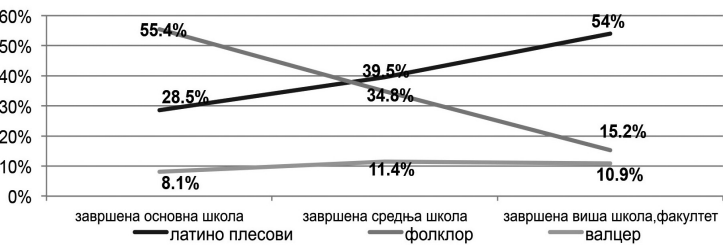
Исто као и код музичких праваца, приметно је да број љубитеља фолклора и валцера значајно расте са бројем година испитаника.

Са друге стране број љубитеља хип хоп музике опада са старошћу испитаника. Латино плесови, иако најомиљенији код свих посматраних старосних група, такође показују тенденцију опадања са повећањем броја година испитаника.

Утицај на избор омиљеног плеса врши и пол ($\chi^2=34.763$, $df=13$, $p=.001$, $c=0.211$, Cramer's $V=0.215$) и ниво образовања ($\chi^2=71.039$, $df=26$, $p=.000$, Cramer's $V=0.220$, $c=0.297$), мада у мањој мери од узраста испитаника. Жене су нешто наклоњеније латино ритмовима, мушкарци фолклору, а најизраженија разлика је код балета у којем значајно више уживају жене (7,7% жена према 2% мушкараца). Приметно је да је наклоност фолклору највише изражена код најниже

образованих, а потом опада са растом образовног нивоа. Супротно томе, окренутост ка латино плесовима, али и валцеру, најмање је изражена код оних који имају непотпуну или завршену основну школу, а наклоност расте са степеном образовања испитаника.

ГРАФИКОН: ОМИЉЕНИ ПЛЕСОВИ ПРЕМА ОБРАЗОВАЊУ ИСПИТАНИКА



Када је реч о месту становања грађани у насељеним местима су најнаклоњенији фолклорним играма, док су становници градског дела Панчева највише окренути латино ритмовима. Такође, балет и валцер су омиљенији код урбане популације.

ТАБЕЛА: НАКЛОЊЕНОСТ ПЛЕСУ ИСПИТАНИКА ПРЕМА МЕСТУ СТАНОВАЊА

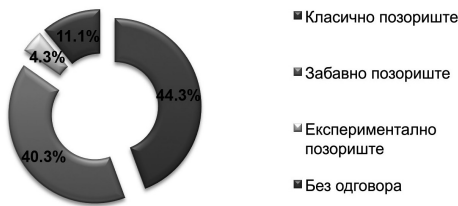
Врста музике	Град	Насељена места
фолклор	24,2%	40,6%
латино плесови	46,2%	37,3%
валцер	13,1%	8,1%
трбушни плес	0,5%	0,3%
степовање	0,5%	-
слободни стил	4,8%	6,2%
балет	7,5%	2,4%
уметничко клизање	0,5%	0,6%
хип хоп	2,5%	3,9%
твист	0,2%	0,6%

(X²=43.075, df=13, p=.000, c=0.233, Cramer's V=0.240)

ПОЗОРИШНИ УКУС

Када је реч о позоришном укусу, Панчевци највише воле класично позориште за које се одлучује 44,3% испитаника, потом забавно са 40,3% одговора, док су најмање окренути експерименталном позоришту са 4,3% одговора. Могло би се рећи да Панчевци воле да прате позоришне представе као гледаоци, али не и да се ангажују у позоришту као интерактивна публика, што често захтева експериментални театар. Са друге стране експерименталне представе су значајно ређе у позоришима у Србији

ГРАФИКОН: ПОПУЛАРНОСТ ПОЗОРИШТА ПРЕМА ТИПУ МЕЂУ ИСПИТАНИЦИМА

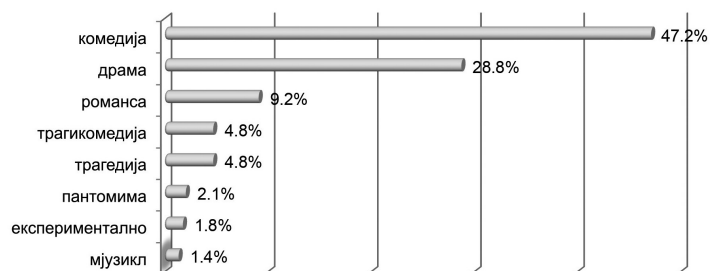


Социо-демографске карактеристике не утичу пресудно на наклоњеност одређеном типу позоришта. Све образовне категорије испитаника подељене су између класичног и забавног позоришта, с тим што су високообразовани више окренути класичном, а средњеобразовани и испитаници са непотпуном и завршеном основном школом забавном позоришту и мјузиклу. Такође млађи и испитаници средњих година наклоњенији су забавном, а најстарији анкетирани становници Панчева класичном позоришту. Жене су у већој мери наклоњене забавном позоришту, док су мушкарци више окренути класичном позоришту.

Експериментално позориште у највећој мери воле високообразовани, најмлађи испитаници мушког пола.

Жанровски, Панчевци се најчешће одлучују за комедије што као један од три омиљена позоришна жанра наводи скоро половина испитаника. Након комедија, испитаници се најчешће опредељују за драме са 28,8% испитаника, док су најмање популарни мјузикли.

ГРАФИКОН: РАНГИРАЊЕ ОМИЉЕНИХ ПОЗОРИШНИХ ЖАНРОВА ОД СТРАНЕ ИСПИТАНИКА



Резултати показују да између одређивања за омиљени жанр и узраста испитаника не постоји статистичка веза, као ни између позоришног жанра и места становања. Веома благе статистичке везе код избора позоришног жанра постоје једино у односу према образовању и полу испитаника.

ТАБЕЛА: НАКЛОЊЕНОСТ ИСПИТАНИКА ПОЗОРИШНОМ ЖАНРУ ПРЕМА ПОЛУ И ОБРАЗОВНОЈ СТРУКТУРИ

Позоришни жанр	ПОЛ		ОБРАЗОВАЊЕ		
	Мушкарци	Жене	ОШ	ССС	ВШ/ВСС
Драма	26,2%	31,5%	26%	26,6%	34,8%
Комедија	65,7%	57,1%	67,5%	64,1%	53,1%
Трагедија	1,8%	1,2%	2,6%	1,7%	0,8%
Трагикомедија	3,1%	1,7%	-	2,7%	2,3%
Романса	1%	6,4%	2,6%	3,7%	4,7%
Пантомима	0,8%	0,6%	1,3%	0,8%	0,4%
Мјузикл	-	1%	-	-	2%
Експериментално	1,3%	0,4%	-	0,4%	2%
$\chi^2=28.572$, $df=7$, $p=.000$, $c=0.179$, Cramer's $V=0.181$			$\chi^2=30.928$, $df=14$, $p=.006$, $c=0.187$, Cramer's $V=0.135$		

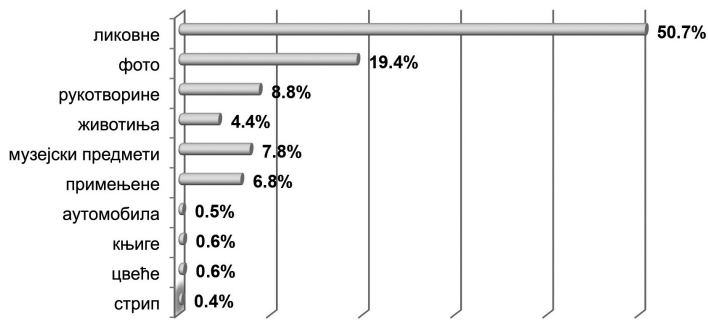
Ипак, чини се да је наклоност Панчеваца према позоришту више декларативна него што је изражена у пракси и притом је знатно нижа него на нивоу Србије где редовно у позориште иде 45,5% грађана (Mrđa 2010: 24). Наиме, на позоришне представе у Панчеву, према одговорима испитаника, никада не иде 42% грађана, веома ретко и повремено (2 до 3 пута годишње) у позориште иде 53,8%, док се тек 4,2% Панчеваца може сматрати редовном публиком која иде често у позориште, односно бар једном месечно.

3.4.5. ИЗЛОЖБЕ

Када је реч о изложбама, могло би се рећи да Панчевци нису љубитељи овог културног садржаја. Наиме, поред тога што више од половине Панчеваца никада не иде на изложбе, а око четвртине то чини веома ретко (једном годишње и ређе), 30,7% испитаника није дало ни један одговор на питање коју врсту изложби највише воле. Испитаницима је и у овом случају дата могућност навођења три омиљене врсте изложби. Други и трећи избор омиљених изложби није навело 77,8%, односно 95%. Тако, даља анализа није узимала у обзир укупан број одговора, већ само одговоре првог избора, односно најомиљеније врсте изложби.

Од оних који су дали одговор на ово питање, у збиру свих одговора најомиљеније су ликовне и фото изложбе које заједно наводи више од две трећине анкетираних. _

ГРАФИКОН: РАНГИРАЊЕ ОМИЉЕНИХ ВРСТА ИЗЛОЖБИ ОД СТРАНЕ ИСПИТАНИКА ПРЕМА ПРВОМ ИЗБОРУ ИСПИТАНИКА



Иако становници градског дела Панчева у нешто већој мери воле ликовне изложбе од мештана насељених места, резултати показују да статистичка веза између места становања и избора омиљене врсте изложби не постоји, што значи да место становања не утиче на избор испитаника. Иста ситуација је и са полном структуром.

Старосна структура гради веома слабе везе са избором омиљене врсте изложбе, те је мало вероватно да она утиче на то које ће изложбе бити посећене од које старосне групе ($\chi^2=36.502$, $df=18$, $p=.006$, $c=0.225$, Cramer's $V=0.163$). Ипак, приметно је да најмлађи више од осталих воле фото изложбе, а да популарност ликовних расте са повећањем броја година испитаника.

Слична ситуација је и са образовном структуром ($\chi^2=38.353$, $df=18$, $p=.003$, $c=0.232$, Cramer's $V=0.169$). Приметно је ипак да наклоњеност ликовним и музејским изложбама расте са степеном образовања, а да су најниже образован набројнији када је реч о љубитељима примењених изложби.

ТАБЕЛА: НАКЛОЊЕНОСТ ИСПИТАНИКА ВРСТАМА ИЗЛОЖБИ ПРЕМА СТАРОСНОЈ И ОБРАЗОВНОЈ СТРУКТУРИ

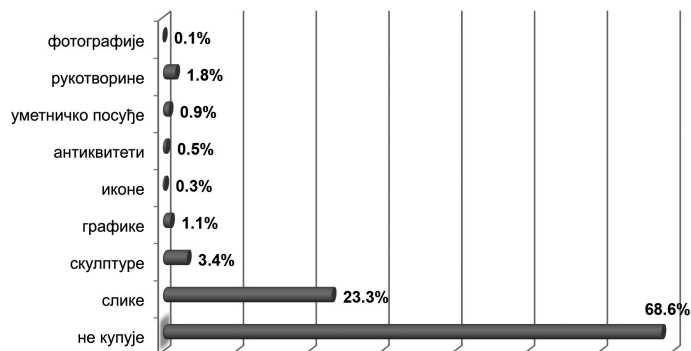
Врста изложби	УЗРАСТ			ОБРАЗОВАЊЕ		
	до 29	од 30 до 49	50 и више	ОШ	ССС	ВШ/ВСС
Ликовне	52,2%	57%	67,5%	48,4%	61%	63,9%
Примењене	4,5%	5,9%	3,8%	8,1%	4,1%	5,1%
Фото изложбе	23,6%	19%	12,3%	19,4%	15,9%	18,1%
Рукотворине	2,5%	5,9%	7,2%	12,9%	6,6%	1,9%
Музејски предмети	7%	6,8%	3,5%	1,6%	4,3%	8,3%
Стрип	-	-	0,7%	1,6%	0,3%	-
Књиге	0,6%	-	-	-	-	0,5%
Цвеће	1,3%	-	-	-	0,5%	-
Животиње	7,6%	4,6%	4,5%	8,1%	6,3%	2,3%
Аутомобили	0,6%	0,8%	0,3%	-	0,6%	-
$\chi^2=36.502$, $df=18$, $p=.006$, $c=0.225$, Cramer's $V=0.163$				$\chi^2=38.353$, $df=18$, $p=.003$, $c=0.232$, Cramer's $V=0.169$		

3.4.6. КУПОВИНА УМЕТНИЧКИХ ПРЕДМЕТА

Панчевци у малој мери купују уметничке предмете. Наиме, две трећине испитаника наводи да не купује уметничке производе. Од 314 испитаника који купе у току године неки уметнички предмет, 73,8% се опредељује за слике, 10,8% за скулптуре, 5,7% за рукотворине и 3,5% за графике. Остали предмети попут икона, антиквитета, уметничког посуђа и фотографија појављују се веома ретко у одговорима испитаника, мање од 10 пута.

Када је реч о броју предмета, 29,2% испитаника који су одговорили на то питање или њих 293, годишње купи 714 предмета, или у просеку сваки испитаник 2,4 предмета годишње. Највише испитаника који купују уметнине купи један предмет у току године - 43%, док два предмета годишње купи 31,1% испитаника.

ГРАФИКОН: ВРСТА УМЕТНИЧКИХ ПРЕДМЕТА КОЈИ СЕ НАЈЧЕШЋЕ КУПУЈУ



Интересантно је да материјално стање испитаника не утиче на куповину уметничких предмета. Највећи купци налазе се у категорији испитаника којима породични приход износи између 400 и 600 евра и оних којима приход износи више од 800 евра. Треба, наравно имати у виду да значајан број испитаника (више од трећине) није желео да да одговори на питање о приходима домаћинства, тако да овакав резултат треба прихватити са резервом.

ТАБЕЛА: КУПОВИНА УМЕТНИЧКИХ ПРЕДМЕТА ПРЕМА ПОРОДИЧНИМ ПРИХОДИМА ИСПИТАНИКА

Куповина уметничких предмета	Породични приход					
	До 200 евра	Од 200 до 400 евра	Од 400 до 600 евра	Од 600 до 800 евра	Од 800 до 1000 евра	1000 и више евра
1	6,7%	11,2%	19,4%	13,9%	6,7%	28,6%
2	8,6%	7,7%	13,5%	9,7%	20%	7,1%
3	1%	3%	5,2%	2,8%	6,7%	7,1%
4 и више	4,9%	2,1%	8,9%	2,8%	10%	-
Не купује	79,1%	76%	53%	70,8%	56,6%	57,2%

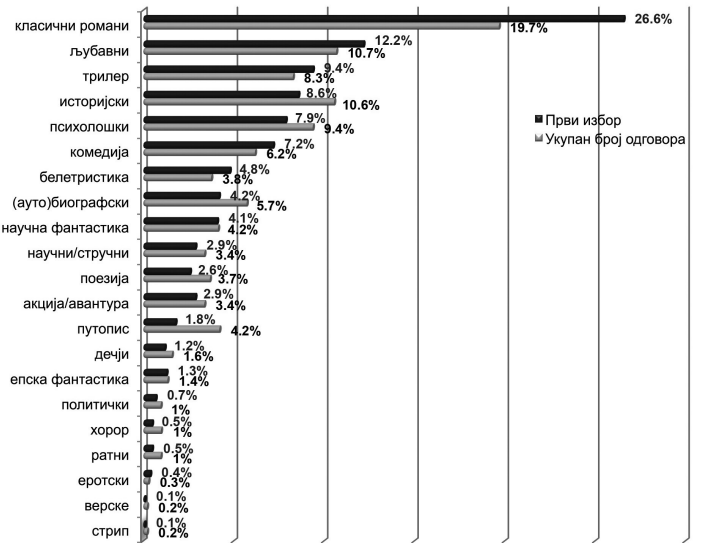
На куповину уметничких предмета не утичу ни социо-демографске карактеристике испитаника, али ни став анкетираних о томе колико је култура битна, јер веома мали број сматра је да култура мало битна или небитна - око 6% њих.

3.4.7. КЊИЖЕВНИ УКУС

Панчевци су највећим делом изричити када је реч о књижевном укусу. Наиме, иако имају могућност да наведу три омиљена књижевна жанра, највећи број њих наводи само најомиљенију врсту књига, односно први избор-83,7%. Други избор наводи 37,6%,а трећи само 14,6% испитаника. Збир свих одговора показује да грађани Панчева највише воле да читају класичне, затим љубавне, па историјске романе. Када је реч о првом избору, поредак је нешто другачији. Наиме, као најомиљенији најчешће се наводе класични романи, па љубавни, а на трећем месту трилер романи. Историјски, психолошки, (ауто)биографски романи и путописи добијају на значају као други и трећи избор.

Интересантно је да одређени број испитаника нема издефинисан књижевни укус према жанру него у својим одговорима наводи да је наклонен белетристици - око 4% испитаника. Најмање популарни су стрипови, верски и еротски романи, али и ратне, политичке, и хорор књиге. Све наведене жанрове као омиљене истиче мање од 1% испитаника.

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА СВИХ ОДГОВОРА И ДИСТРИБУЦИЈА КОД ПРВОГ ИЗБОРА



На избор књижевног жанра значајно утиче пол испитаника ($\chi^2=143.810$, $df=20$, $p=.000$, Cramer's $V=0.415$). Мушкарци и жене у готово истом проценту воле класичне романе. Али мушкарци се, у односу на жене, у знатно већој мери одлучују за акционе романе, епску и научну фантастику, трилере и историјске романе као своје омиљене. Са друге стране жене су много више окренуте љубавних и психолошким романима.

И узраст испитаника има извесни утицај на избор омиљеног књижевног жанра, али је та веза слаба ($\chi^2=79.680$, $df=40$, $p=.000$, Cramer's $V=0.219$) Испитаници свих старосних категорија класичне романе наводе као омиљене. Међутим, њима су најмање наклонени најмлађи, а популарност им расте са узрашћу испитаника. Такође, најмлађи испитаници су најзаинтересованији за авантуристичке романе, научну фантастику, психолошке и биографске романе.

Најстарији испитаници не показују наклоност ка еротским и хорор романима, као ни према стрипу. Најмлађи испитаници не показују наклоност ка политичким и верским публикацијама. Интересантно је, међутим, да најмлађи не читају стрипове.

ТАБЕЛА: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА О НАЈОМИЉЕНИЈЕМ КЊИЖЕВНОМ ЖАНРУ ПРЕМА ПОЛУ И СТАРОСНОЈ КАТЕГОРИЈИ ИСПИТАНИКА

Врста	ПОЛ		ГОДИНЕ		
	Мушкарци	Жене	до 29	30-49	50 и више
акција/авантура	4,4%	1,7%	3,6%	3,2%	2,3%
комедија	7,5%	6,9%	6,6%	9,2%	5,7%
епска фантастика	2,5%	0,4%	1,5%	2,1%	0,6%
научна фантастика	7,5%	1,5%	8,1%	4,3%	1,7%
историјски	14,2%	4,4%	8,1%	6%	11%
љубавни	1,7%	20,2%	13,2%	9,6%	13,9%
политички	1,7%	-	-	0,7%	1,1%
ратни	0,6%	0,4%	0,5%	0,4%	0,6%
психолошки	4,7%	10,3%	11,7%	9,2%	4,8%
еротски	0,6%	0,2%	0,5%	0,7%	-
путопис	2,2%	1,5%	1,5%	2,5%	1,4%
(ауто)биографски	5,3%	3,4%	5,1%	2,8%	4,8%
научни/стручни	3,1%	2,7%	3%	3,5%	2,3%
дечји	1,1%	1,3%	0,5%	2,5%	0,6%
хорор	1,1%	-	1%	0,7%	-
трилер	11,4%	8%	11,7%	11,3%	6,8%
класични романи	23,9%	28,6%	19,3%	25,9%	31,2%
белетристика	4,2%	5,3%	3%	2,8%	7,1%
поезија	1,9%	3,2%	1%	2,1%	4%
стрип	0,3%	-	-	0,4%	-
верске	0,3%	-	-	-	0,3%
$\chi^2=143.810$, $df=20$, $p=.000$, $V= 0.415$			$\chi^2=79.680$, $df=40$, $p=.000$, $V= 0.219$		

Разлике у књижевном укусу у односу на образовни ниво и место становања испитаника такође постоје, иако нису изражене.

ТАБЕЛА: НАКЛОЊЕНОСТ КЊИЖЕВНИМ ЖАНРОВИМА ПРЕМА ОБРАЗОВАЊУ И МЕСТУ СТАНОВАЊА

Књижевни жанр	Образовање			Место становања	
	ОШ	ССС	ВШ/ВСС.	Град	Насељена места
акција/авантура	2,9%	3,4%	1,6%	3,7%	1,6%
комедија	11,7%	8,7%	2,8%	4,5%	11,6%
епска фантастика	-	1,2%	2%	1,7%	0,6%
научна фантастика	1,4%	4%	4,4%	3,9%	4,4%
историјски	5,8%	8,5%	9,1%	9,1%	7,8%
љубавни	26,1%	13,3%	7%	11,2%	13,8%
политички	-	0,2%	2%	0,6%	0,9%
ратни	2,9%	0,2%	0,4%	0,6%	0,3%
психолошки	1,4%	8,1%	9,5%	6,2%	10,8%
еротски	-	0,6%	-	0,4%	0,3%
путопис	1,4%	0,8%	4%	2,1%	1,3%
(ауто)биографски	1,4%	3,8%	6%	5,4%	2,2%
научни/стручни	2,9%	2,1%	4,1%	3,7%	1,3%
дечји	1,9%	0,8%	1,6%	0,8%	1,9%
хорор	2,9%	0,2%	0,4%	0,8%	-
трилер	4,8%	10,4%	9,1%	12,4%	4,7%
класични романи	20,4%	26,3%	28,5%	25,6%	28,3%
белетристика	-	4,6%	6,3%	5,2%	4,1%
поезија	10,6%	2,4%	1,2%	1,7%	4,1%
стрип	-	0,2%	-	0,2%	-
верске	1,5%	-	-	0,2%	-
УКУПНО	100%	100%	100%	100%	100%
X ² =113.471, df=40, p=,000, Cramer's V=0.267,			X ² =58.142, df=20, p=,000, , Cramer's V=0.264		

Панчевци са основном школом више од осталих воле комедију и љубавне романе, док су томе најмање наклоњени испитаници са факултетом. Окренутост психолошким, историјским, научним, и биографским романима највећа је код високообразованих, а затим та наклоност опада са смањењем образовног нивоа.

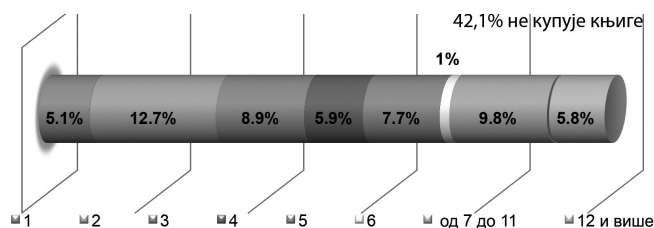
Када је реч о месту становања, примећује се да су у нешто већој мери грађани урбаног дела Панчева окренути научним књигама и историјским романима, али и трилерима, акционим романима, научној и епској фантастици. Становници насељених места у нешто већој мери од суграђана градског дела воле поезију и комедије.

Може се закључити да Панчевци нижег образовања, као и они из насељених места више воле „лаку“ литературу, док су они са вишим нивоима образовања и из урбаног дела Панчева, окренути захтевнијим књигама. Ипак, љубав према класичним књигама је готово подједнако изражена у све три образовне групе, код оба пола, и независно од места становања. Када је реч о класичним романима, једина приметна разлика је идентификована између старосних категорија, којој су у знатно већој мери наклоњенији старији Панчевци у односу на најмлађе.

3.4.8. КУПОВИНА КЊИГА

Књиге се од стране грађана Панчева купују знатно чешће од уметничких предмета. - 56,9% Панчеваца купи макар једну књигу у току године. Ипак, око 52% анкетираних купује више од једне књиге у току године. Највећи број Панчеваца купује две књиге годишње. На другом месту су испитаници који купују бар једну књигу у шест месеци. Резултати показују да су Панчевци по куповини књига мало испод просека на нивоу Србије будући да 61,5% грађана на националном нивоу купи једну књигу годишње. Такође, оних који купују бар једну књигу месечно је на нивоу Србије 9,9% (Cvetičanin, Milankov 2011:41), а међу Панчевцима 5,7%.

ГРАФИКОН: БРОЈ КУПЉЕНИХ КЊИГА НА ГОДИШЊЕМ НИВОУ



ТАБЕЛА: КУПОВИНА КЊИГА ПРЕМА ПОРОДИЧНИМ ПРИХОДИМА ИСПИТАНИКА

Куповина књига	Породични приход				
	До 200 евра	Од 200 до 400 евра	Од 400 до 600 евра	Од 600 до 800 евра	800 и више евра
1-4	22,8%	33%	40%	43,1%	27,3%
5-6	3,8%	10,3%	14,2%	5,6%	6,8%
7-11	7,6%	6,9%	9%	22,2%	13,6%
12 и више	4,8%	2,6%	5,8%	8,3%	25%
Не купују	61%	47,2%	31%	20,8%	27,3%

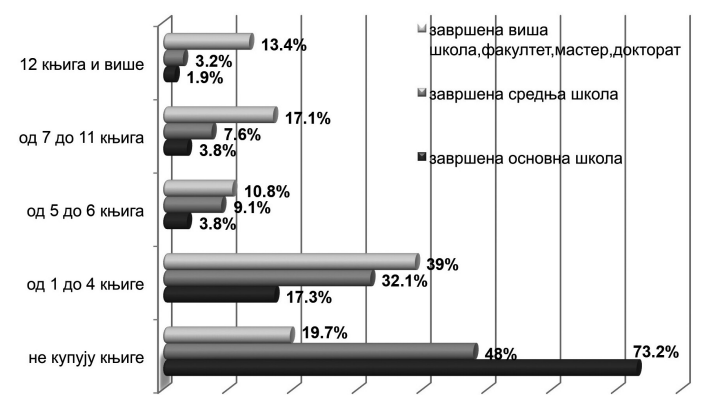
Када је реч о вези између броја купљених књига и прихода испитаника, приметно је да постоји могућност да приходи утичу на број купљених књига, али не нужно ($X^2=67.170$, $df=12$, $p=.000$, $r=0.258$, $c=0,311$). Исто као и код куповине уметничких предмета, овакав резултат треба узети са резервом, будући да 37,5% испитаника није дало одговор о породичним приходима.

Не-купци књига најчешћи су у категорији оних који имају најниже приходе, односно до 200 евра. Број не-купаца опада са растом породичних прихода. Такође, испитаници који наводе ниске породичне приходе најчешће купују мањи број књига у току године у односу на оне са вишим примањима. Испитаници који наводе приход већи од 800 евра, најбројнији су у категорији купаца који купују барем једну књигу месечно.

Од основних социо-демографских карактеристика, највећи утицај на куповину књига има образовни ниво испитаника, а најмањи пол испитаника.

Резултати показују да образовни ниво у знатној мери утиче на куповину књига ($X^2=131.786$, $df=8$, $p=.000$, $r=0.329$, $c=0.346$). Наиме, анкетирани грађани са завршених 4 разреда основне школе не купују књиге. Број купаца се потом повећава са повећањем образовног нивоа испитаника. Тако, две трећине испитаника са завршеном основном школом не купује књиге, док то не чини свега петина више и високообразованих.

ГРАФИКОН: КУПОВИНА КЊИГА ПРЕМА ОБРАЗОВНОМ НИВОУ ИСПИТАНИКА



Утицај узраста испитаника на куповину књига је такође приметан, иако није велики. Приметно је да најмлађи Панчевци купују највише књига, и да број купљених књига опада са порастом броја година испитаника ($X^2=67.959$, $df=8$, $p=.000$, $r=-0.180$, $c=0.253$).

Такође и место становања утиче на куповину књига, али у мањој мери него узраст. Више књига на годишњем нивоу купују становници градског подручја него становници насељених места ($X^2=32.785$, $df=4$, $p=.000$, Cramer's $V=0.182$, $c=0.179$), што је и очекивано јер је Панчевцима у градском делу књижара доступнија. Та разлика је све видљивија са повећањем броја купљених књига. Тако, једну књигу и више на месечном нивоу купи 7,3% Панчеваца из градског подручја и 3,9% мештана насељених места.

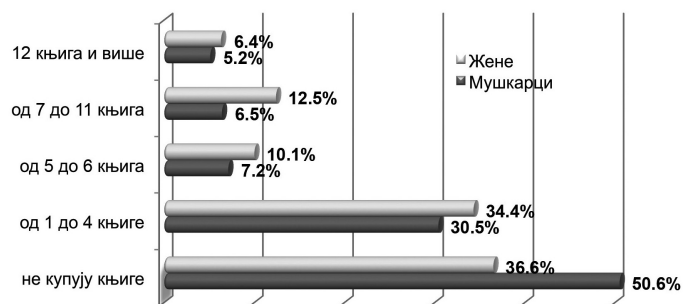
ТАБЕЛА: БРОЈ КУПЉЕНИХ КЊИГА ПРЕМА СТАРОСНОЈ СТРУКТУРИ И МЕСТУ СТАНОВАЊА

Број књига	МЕСТО СТАНОВАЊА		ГОДИНЕ		
	Град	Насељено место	до 29	30-49	50 и више
1-4	36,9%	26,9%	43,3%	34,5%	25,2%
5-6	8,9%	8,6%	9,9%	10%	7,2%
7-11	11,4%	7,7%	12,4%	11,8%	6,8%
12 и више	7,3%	3,9%	6%	8,5%	3,8%
Не купују	35,5%	52,9%	28,4%	35,2%	57%
$X^2=32.785$, $df=4$, $p=.000$, Cramer's $V=0.182$, $c=0.179$			$X^2=67.959$, $df=8$, $p=.000$, $r=-0.180$, $c=0.253$		

Разлике према полу код броја купљених књига су најмање изражене ($X^2=24.241$, $df=4$, $p=.000$, Cramer's $V=0.156$, $r=0.134$,

али може се приметити да су жене у већем броју, али и чешћи купци књига.

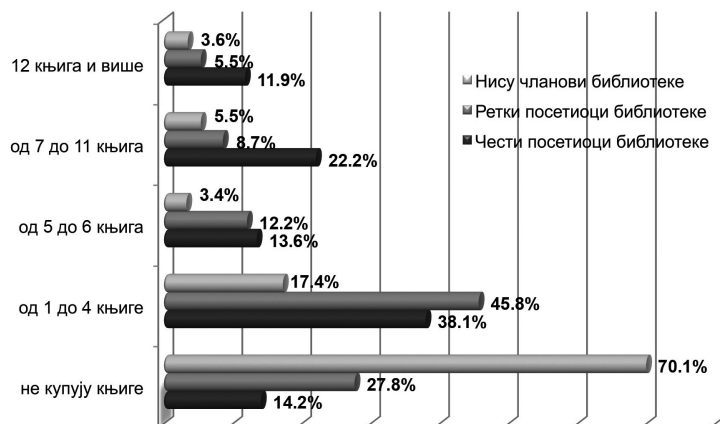
ГРАФИКОН: КУПОВИНА КЊИГА ПРЕМА ПОЛНОЈ СТРУКТУРИ ИСПИТАНИКА



Интересантно је да је веза између чланства у библиотеци и куповине књига статистички изражена ($X^2=253.989$, $df=8$, $p=.000$, $V=0.357$, $c=0.451$, $r=-0.381$). Наиме, чланови библиотеке који најчешће посећују ову установу, су и највећи купци књига. Под честим посетиоцима подразумевају се они који библиотеку посете бар једном месечно. Скоро половина честих посетилаца библиотеке купи више од 5 књига на годишњем нивоу (47,7%), док то чини 26,4% оних који ретко долазе у библиотеку, односно свега 12,5% оних који никада не посећују библиотеке. Такође, две трећине испитаника који никада не посећују библиотеку, односно нису њени чланови, не купују књиге, док то чини свега 14,2% честих посетилаца.

Може се закључити да прави љубитељи књига не само да позајмљују књиге из библиотеке, већ и купују књиге које желе да прочитају.

ГРАФИКОН: КУПОВИНА КЊИГА ПРЕМА ПОСЕТИ БИБЛИОТЕКЕ

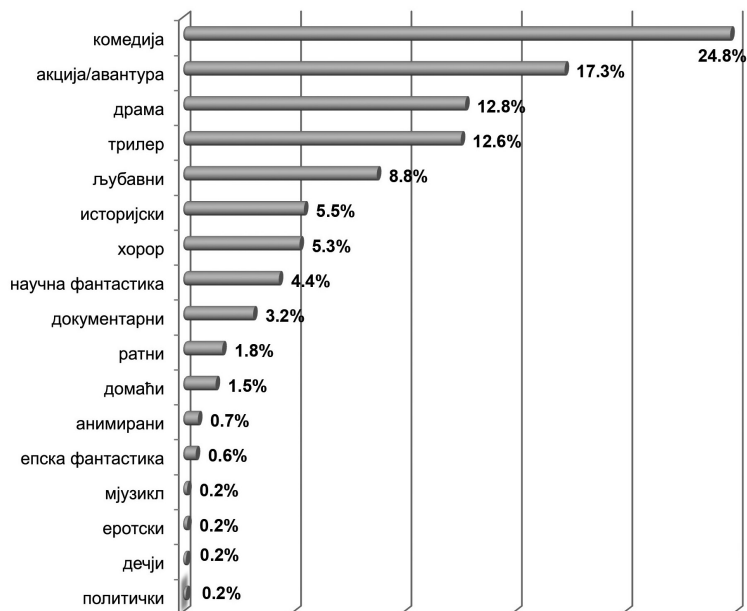


3.4.9. ФИЛМОВИ

Судећи према одговорима испитаника, Панчевци су велики љубитељи филмске уметности, будући да само 5,1% њих није дало бар један одговор (од могућа три) о омиљеним филмским жанровима. Највећи број испитаника одлучује се за комедије као омиљени филмски жанр, а потом за акционе филмове, трилере и драме. Најмање љубитеља имају мјузикли, дечји, еротски и политички филмови. Интересантно је да 1,3% грађана као омиљену врсту филма наводи домаће филмове, не диференцирајући их на жанрове.

Трећина Панчеваца има јасну слику о омиљеном жанру, те наводи само један одговор, иако постоји могућност навођења три омиљена жанра. Такође, две трећине показује наклоност ка два филмска жанра, док једна трећина испитаних наводи три омиљене врсте филмова

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА О ОМИЉЕНОМ ФИЛМСКОМ ЖАНРУ ИСПИТАНИКА

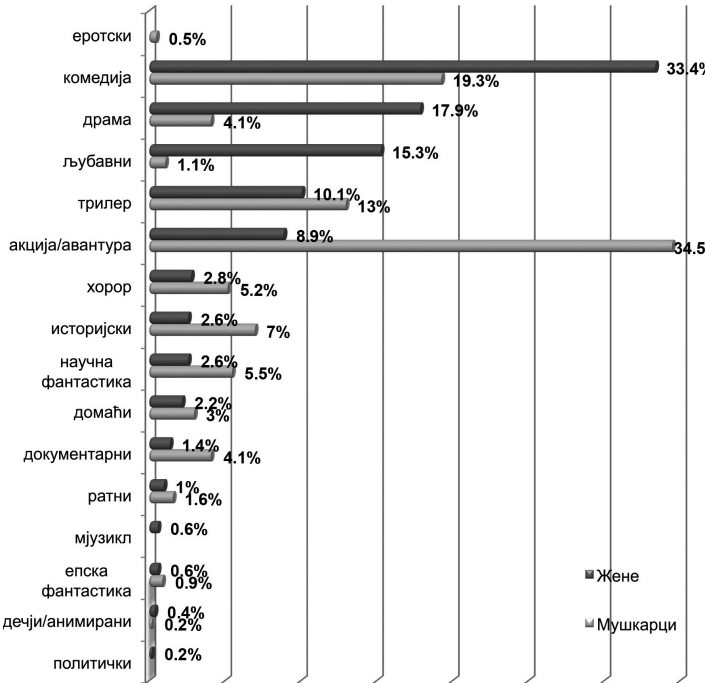


Од социо-демографских карактеристика испитаника, на избор омиљеног жанра највише утиче полна припадност, потом узраст анкетираниог, образовање, па место становања.

Диференцијација одговора је највећа код полне припадности испитаника. Највећи утицај пол врши код првог избора, односно најомиљенијег жанра ($\chi^2=218.304$, $df=15$, $p=.000$, $V= 0.481$, $c=0.434$). Наиме, жене су, код избора најомиљенијег жанра, у знатно већој мери наклоњене љубавним филмовима (15 пута више жена опредељује се у свом првом избору за овај жанр), затим драмама (4,7 пута више жена највише воли ове филмове), па комедијама (жена је двоструко више него мушкараца међу љубитељима овог жанра). Са друге стране, мушкараца који воле акцију је око 3 пута више него жена. Слична ситуација је код хорора, трилера, историјских филмова и научне фантастике.

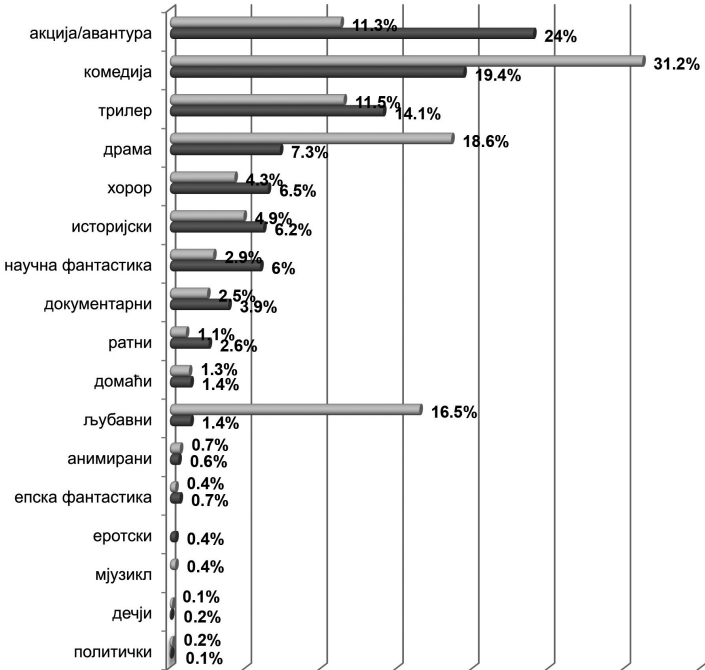
Дакле, очекивано, жене су већи љубитељи забавних и романтичних филмова, са једне стране, и тешких животних прича, са друге стране. Мушкарци су ближи бржим, застрашујућим филмовима, и онима који обилују елементима фантастике. Другим речима, жене се пре опредељују за реалне филмове, а мушкарци за апстрактне и нестварне садржаје.

ГРАФИКОН: НАЈОМИЉЕНИЈИ ФИЛМСКИ ЖАНР (ПРВИ ИЗБОР ОД МОГУЋА ТРИ) ПРЕМА ПОЛУ ИСПИТАНИКА



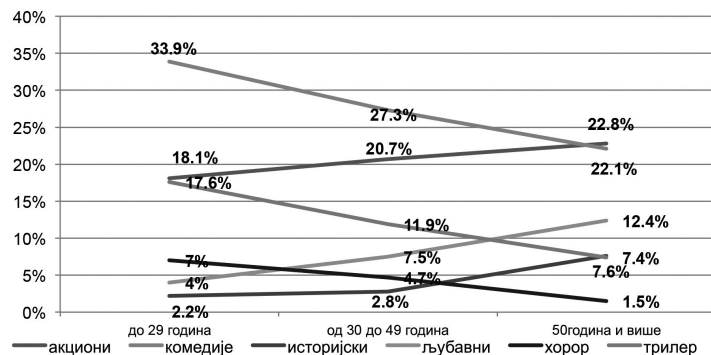
Са навођењем другог, а затим и трећег избора, полне разлике се смањују, али опстају. Тако, када се сагледа дистрибуција свих одговора према полу, и даље је највећа разлика у љубавним филмским програмима, акционим филмовима, комедијама и драмама.

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА УКУПНОГ БРОЈА ОДГОВОРА (СВА ТРИ ИЗБОРА) ПРЕМА ПОЛУ ИСПИТАНИКА



Када је реч о избору филмова према старосним категоријама испитаника ($\chi^2=104.178$, $df=30$, $p=.000$, $V= 0.235$, $c=0.316$), интересантно је да популарност акционих филмова расте са бројем година испитаника и да је то омиљени жанр старијих од 49 година. Са друге стране, код младих и код испитаника средњих година су у одговорима најзаступљеније комедије као омиљени филмски жанр. Разлике су приметне и код историјских и љубавних филмова, чија популарност расте са бројем година испитаника. Са друге стране наклоњеност ка хорорима и трилерима опада са порастом броја година. Најстарији испитаници су у највећем броју љубитељи домаћих филмова.

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА И ОМИЉЕНИМ ФИЛМСКИМ ЖАНРОВИ ПРЕМА ГЕНЕРАЦИЈСКОЈ ПРИПАДНОСТИ ИСПИТАНИКА



Утицај места становања према најомиљенијем филмском жанру је мали. Једина два жанра која имају нешто наклоњености публику у насељеним местима, у односу на градску популацију су комедије и акциони филмови.

ТАБЕЛА: НАКЛОЊЕНОСТ ФИЛМСКИМ ЖАНРОВИМА

Филмски жанр	МЕСТО СТАНОВАЊА		ГОДИНЕ		
	Град	Насељено место	до 29	30-49	50 и више
акција/авантура	19,8%	22,4%	18,1%	20,7%	22,8%
комедија	22,6%	32,5%	33,9%	27,3%	22,1%
епска фантастика	0,9%	0,5%	0,9%	1,3%	0,3%
научна фантастика	4,1%	3,7%	2,6%	6,9%	2,3%
историјски	5,6%	3,4%	2,2%	2,8%	7,6%
љубавни	10,3%	6,6%	4%	7,5%	12,4%
политички	0,2%	-	-	-	0,3%
ратни	0,6%	2,2%	0,4%	0,6%	2,3%
драма	13,2%	9,1%	10,1%	12,2%	11,7%
еротски	0,2%	0,2%	0,4%	0,3%	-
документарни	3%	2,2%	1,8%	1,9%	3,8%
дечји/анимирани	0,6%	-	0,4%	0,3%	0,3%
хорор	3%	5,2%	7%	4,7%	1,5%
трилер	13,6%	8,6%	17,6%	11,9%	7,4%
домаћи	1,9%	3,4%	0,4%	0,9%	5,1%
мјузикл	0,6%	-	-	0,6%	0,3%
$\chi^2=40.089$, $df=15$, $p=.001$, $V=0.206$, $c=0.202$			$\chi^2=104.178$, $df=30$, $p=.000$, $V=0.235$, $c=0.316$		

Конечно, и степен образовања испитаника може имати извесни утицај на наклоњеност неком филмском жанру. Тако, испитаници основног образовања не воле епску и научну фантастику, мјузикле, политичке и еротске филмове. Са друге стране у највећем броју воле комедију, те су и најбројнији љубитељи овог жанра. Високообразовани у мањем проценту

воле комедије од друге две старосне групе, а на друго место стављају трилере, потом драме, чији су и најбројнији гледаоци међу образовним категоријама испитаника. Код нижеобразованих на другом месту се према броју одговора налазе акциони филмови.

ТАБЕЛА: НАКЛОЊЕНОСТ ФИЛМСКИМ ЖАНРОВИМА ПРЕМА ОБРАЗОВАЊУ

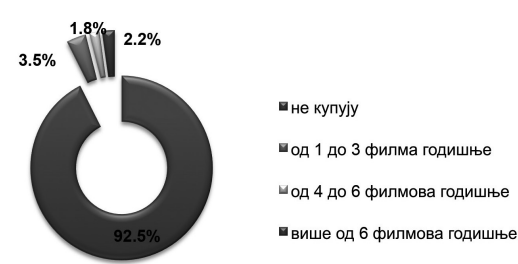
Филмски жанр	Степен образовања		
	ОШ	ССС	ВШ/ВСС
акција/авантура	19,1%	24,9%	12,7%
комедија	29,8%	28,2%	22,4%
епска фантастика	-	0,4%	1,9%
научна фантастика	-	3,5%	5,4%
историјски	3,2%	4,9%	4,2%
љубавни	12,8%	8,4%	8,5%
политички	-	-	0,4%
ратни	3,2%	1,1%	1,2%
драма	11,7%	9,1%	16,6%
еротски	-	0,2%	0,4%
документарни	2,1%	2,8%	2,7%
дечји/анимирани	1,1%	0,2%	0,4%
хорор	4,3%	4%	3,9%
трилер	4,3%	10%	17,8%
домаћи	8,5%	2,3%	1,2%
мјузикл	-	0,2%	0,4%
X²=76.615, df=30, p=.000, V= 0.204, c=0.277			

3.4.10. КУПОВИНА ФИЛМОВА

Иако су највећим делом љубитељи филмова, Панчевци готово уопште не купују филмске садржаје. Наиме, више од 90% Панчеваца годишње не купи ни један филм. Од оних који купују филмове, најбројнији су испитаници који купе између 1 и 3 филма годишње. Социо-демографске карактеристике не утичу на то да ли је и колико неко купац филмских садржаја.

Исто као и у случају музике, овакав резултат је био очекиван, будући да држава и дистрибутерске куће имају слабе механизме за спречавање пиратерије, те највише грађана бесплатно, преко интернета, долази до филмова.

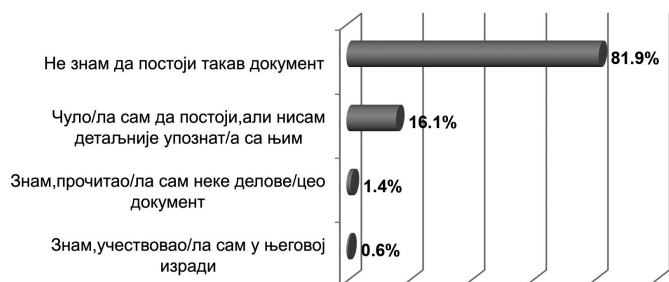
ГРАФИКОН: КУПОВИНА ФИЛМОВА НА ГОДИШЊЕМ НИВОУ



4. ГРАЂАНИ ПАНЧЕВА И СТРАТЕГИЈА РАЗВОЈА КУЛТУРЕ

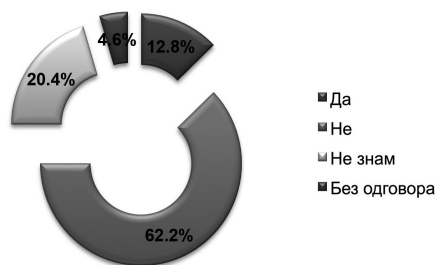
Иако је град Панчево усвојио стратешки документ 2009. године развоја културе за период 2010-2015 година, 82% грађана Панчева не зна да такав документ постоји.

ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА НА ПИТАЊЕ „ДА ЛИ ЗНАТЕ ДА ГРАД ПАНЧЕВО ИМА СТРАТЕГИЈУ РАЗВОЈА КУЛТУРЕ ЗА ПЕРИОД 2010-2015?“



То што грађани не знају за постојање стратешког документа не чуди, јер је таква ситуација са већином правних и нормативних аката који се доносе не само на нивоу градова, него и на нивоу Републике. Ипак, интересантна је чињеница да већина грађана, 62,2% испитаних, нема жељу да у наредном периоду учествује у изради таквог документа. Овај податак постаје још значајнији када се зна да је најчешћи разлог томе недостатак интересовања.

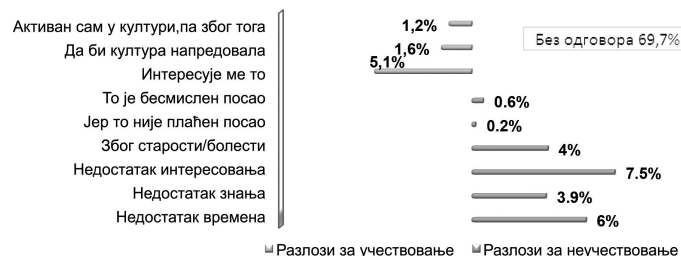
ГРАФИКОН: ДИСТРИБУЦИЈА ОДГОВОРА НА ПИТАЊЕ „ДА ЛИ БИСТЕ ВОЛЕЛИ ДА УЧЕСТВУЈЕТЕ У ИЗРАДИ СТРАТЕШКОГ ДОКУМЕНТА ЗА НАРЕДНИ ПЕРИОД?“



Упитани за разлоге, највећи део грађана није дао одговор на то питање, што може водити закључку да грађани, иако знају да не би учествовали у изради стратешког документа, не знају зашто то не би учинили. Они који имају жељу да учествују у

изради стратешког плана развоја културе града Панчева, као разлог најчешће наводе лично интересовање за сферу културе.

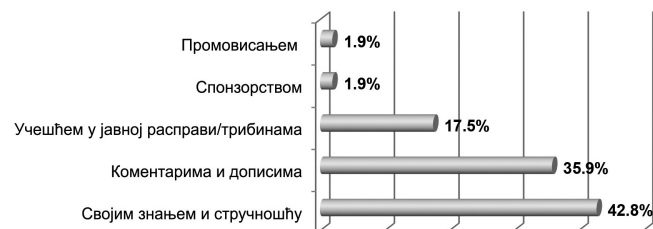
ГРАФИКОН: РАЗЛОЗИ ЗА УЧЕСТВОВАЊЕ, ОДНОСНО НЕУЧЕСТВОВАЊЕ У ИЗРАДИ БУДУЋЕГ СТРАТЕШКОГ ПЛАНА



Недостатак знања најчешће као разлог неучествовања истичу пензионери, незапослени, домаћице и студенти који чине 56,8% у овој групи испитаника. Слично томе, недостатак интересовања највише показују пензионери, незапослени и занатски радници који чине 54,2% у овој категорији испитаних. Они који као разлог наводе недостатак времена у 60% случајева су запослени грађани, док је студената 6,7%.

Од 12,8% грађана који су изразили жељу да учествују у изради стратегије у култури свог града, 42,8% сматра да би стратегији највише допринело својим знањем. Више од трећине заинтересованих би волело да има могућност да да коментар на готов документ, а нешто више од 15% би желело да учествује у јавној расправи пре усвајања. Интересантно је да би два испитаника истичу да је спонзорство један од начина помоћи у изради стратегије, а ради се о испитаницима мушког пола, физичком раднику и раднику у административном сектору, средњих година, који имају најнижа примања међу испитаницима, до 400 евра.

ГРАФИКОН: ВИДОВИ ДОПРИНОСА ИЗРАДИ СТРАТЕГИЈЕ



Социо-демографске карактеристике не граде статистички значајне везе са опредељивањем за учествовање у изради стратегије. То значи да је порив да допринесе култури крајње субјективни осећај појединца и не зависи од пола, узраста, образовања, прихода, занимања, нити места становања појединца.

4.1. СТРАТЕГИЈА РАЗВОЈА КУЛТУРЕ ГРАДА ПАНЧЕВА (2010 -2015) И УСТАНОВЕ КУЛТУРЕ

Грађани Панчева, 40,5% њих, сматрају да су све установе културе у Панчеву и околини подједнако важне за израду будуће Стратегије развоја културе града Панчева (2016 - 2020). Ипак, више од четвртине анкетираних грађана сматра да је најзначајнија установа у граду Културни центар Панчева, а мање од 10% грађана ову титулу даје Дому омладине, као и Народном музеју у Панчеву. Са друге стране, укупно 3,3% грађана сматра најзначајнијим домове културе у насељеним местима и то првенствено Дом културе у Банатском Брестовцу, кога је навело 0,8% анкетираних грађана.

ГРАФИКОН: НАЈЗНАЧАЈНИЈЕ УСТАНОВЕ КУЛТУРЕ У ГРАДУ ПРЕМА ИСПИТАНИЦИМА

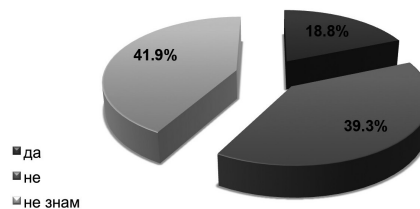


Очекивано, Дом омладине као најзначајнију установу културе наводи 15,9% најмлађих испитаника и 4,9% најстаријих испитаника, док се са њима слаже и 11,2% припадника средње генерације. Најстарији Панчевци, њих 11,9%, сматрају да је Народни музеј носилац културе у Панчеву, док то мисли дупло мање грађана који имају од 15 до 29 година. Ипак, највећи број испитаника све три старосне категорије сматра да су све установе културе у Панчеву подједнако важне.

Поред установа културе значајни за развој културе могу бити и други актери (удружења грађана, појединци, институције). Град Панчево има веома развијену независну сцену, те се

претпоставило да ће анкетирани грађани и навести неке актере који ће помоћи у усавршавању културе у Панчеву. Ипак, 18,8% анкетираних грађана је рекла да види, поред установа културе, и друге актере који би допринели развоју културе у граду. Такође, 41,9% грађана је на ово питање одговорило са не знам.

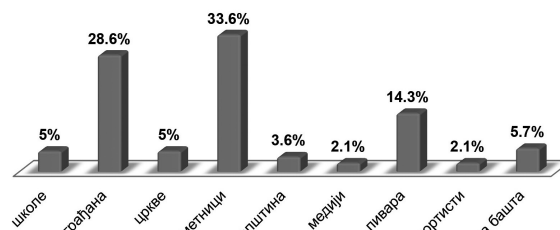
ГРАФИКОН: САГЛЕДАВАЊЕ УКЉУЧИВАЊА ДРУГИХ АКТЕРА У РАЗВОЈ КУЛТУРЕ



Статистички значајне разлике не постоје у поређењу овог питања са демографским подацима испитаника, али је примећено да међу испитаницима, који сматрају да поред установа културе постоје још неки актери који су значајни за развој културе у граду, је највише (29%) оних са вишим и високим образовањем, док је исти одговор дало 6,7% грађана са (не)потпуном основном школом и 15,6% са завршеном средњом школом.

Када је требало да наведу име појединца, удружења или институције грађани Панчева нису знали да дају конкретан одговор, те је на овај део питања одговорило 14,1% испитаника. Више од трећине анкетираних грађана који су дали одговор на ово питање сматра да су то слободни уметници - појединци, а више од петине сматра да су то удружења грађана, првенствено културно - уметничка друштва.

ГРАФИКОН: АКТЕРИ КОЈИ ПОРЕД УСТАНОВА МОГУ ДОПРИНЕТИ РАЗВОЈ КУЛТУРЕ



Грађани који сматрају да у Панчеву живе и раде људи који, такође, могу да дају допринос развоју културе, именовали су културно - уметничка друштва из Панчева (НИС -Станко Пауновић, Жисел, Вељко Влаховић, Аксентије Максимовић...), и појединце (глумце Мирослава Жужића, Младена Вуковића, Младена Сивиља, Небојшу Глоговца, сликарку Милицу Ускоковић...), и инситуције (Локалну самоуправу, Гимназију, ЈКП Зеленило - Народну башту...).

4.2. СТРАТЕШКИ ЦИЉЕВИ

Конечно, када је реч о стратегији испитаници су бирали три приоритетна стратешка циља развоја културе у наредном периоду. У збиру свих одговора највећи приоритет би требало да буде неговање традиције и заштита културне баштине, а потом разноврсност и број програма.

ГРАФИКОН: ПРИОРИТЕТНИ СТРАТЕШКИ ЦИЉЕВИ ПРЕМА УКУПНОМ БРОЈУ ОДГОВОРА ИСПИТАНИКА



Очигледно је да су грађани Панчева, судећи по избору приоритетних циљева у култури, много више окренути традицији, него савременом стваралаштву. Ипак, традиција се не тиче нематеријалне баштине, односно подршке

културно-уметничким друштвима као њиховим чуварима, с обзиром на то да се она помињу у свега нешто више од 3% одговора.

Што се тиче других приоритетних циљева она су у потпуности у складу са прегледом потреба испитаника у културној понуди који су раније представљени у овом извештају. Наиме, поново се као даљи ток културе подвлачи повећање разноврсности према потребама различитих публика, али повећање и броја културних програма.

Као битан стратешки циљ наводи се и улагање у установе културе. Такви одговори сугеришу да публика жели да ужива у лепшим просторима културе.

Интересантно је да, иако су индустријско наслеђе навели као један од најбитнијих простора за ширење културе ван установа, свега 5% испитаника ревитализацију и пренамену објеката за потребе културе, види као један од три главна стратешка циља у наредном периоду.

Социо-демографске карактеристике имале су утицај, али незнатни, само на одређивање првог приоритета у стратешким циљевима код испитаника. Може се закључити да су и стратешки циљеви већим делом субјективно одређивање испитаника.

ТАБЕЛА: ПРИОРИТЕТНИ СТРАТЕШКИ ЦИЉ ИСПИТАНИКА ПРЕМА ПОЛНОЈ И СТАРОСНОЈ СТРУКТУРИ (ПРВИ СТРАТЕШКИ ЦИЉ ОД ТРИ МОГУЋА)

Стратешки циљ	ПОЛ		ГОДИНЕ		
	Мушкарци	Жене	до 29	30-49	50 и више
неговање традиције и заштита културне баштине	38,4%	35,1%	24,9%	32,4%	45,9%
савремено стваралаштво	4,7%	4,2%	8%	4,4%	2,5%
опремање/реновирање/реконструкција установа културе	10,9%	11,9%	12,2%	13,3%	9,4%
већи број културних програма	10,5%	13,7%	17,8%	14,3%	7,7%
већа разноврсност програма по типовима публике	7,7%	10,1%	11,3%	10,2%	6,9%
већа разноврсност према типу програма	3%	3,4%	4,7%	1,6%	3,7%
већи акценат на развоју културног туризма	1,9%	1,2%	1,9%	1%	1,7%
усклађивање програма са потребама и укусом публике	3,5%	2,8%	5,2%	3,2%	2%
боља промоција и подршка КУДовима	1,6%	1,0%	0,9%	1,6%	1,2%
боља промоција културних програма	2,3%	2,6%	1,9%	4,1%	1,5%
промовисање мултикултуралности	3,3%	3,4%	3,8%	3,2%	3,2%
опремање старих индустријских објеката за потребе културе	3,5%	4,2%	2,3%	3,5%	5%
едукације из области културе	0,2%	-	-	-	0,2%
не знам/не размишљам о томе	8,6%	6,5%	5,2%	7,3%	8,9%
	X ² =332.769, df=26, p=.002, Cramer's V=0.193		X ² =70.533, df=26, p=.000, Cramer's V=0.195		

Код првог избора, односно приоритета, најмлађи највише инсистирају на већој разноврсности и учесталости програма. Мада га испитаници свих старосних група стављају на прво место, најстарији испитаници у највећем проценту (скоро половина) неговање традиције и заштиту културне баштине наводе као најбитнији стратешки циљ у наредном периоду када је о култури реч.

Испитаници најнижег образовања најчешће као први стратешки циљ бирају очување баштине и традиције, иако је то највећи приоритет за све образовне групе испитаника. Са друге стране високообразовани су најбројнији у групи испитаника која инсистира на савременом стваралаштву и већем броју културних програма. Високообразовани у највећем проценту виде потребу за реновирањем објеката културе.

ТАБЕЛА: ПРИОРИТЕТНИ СТРАТЕШКИ ЦИЉ ИСПИТАНИКА ПРЕМА МЕСТУ СТАНОВАЊА И ОБРАЗОВНОЈ СТРУКТУРИ (ПРВИ СТРАТЕШКИ ЦИЉ ОД ТРИ МОГУЋА)

Стратешки циљ	МЕСТО СТАНОВАЊА		ОБРАЗОВАЊЕ		
	Град	Насељено место	ОШ	ССС	ВШ/ВСС
неговање традиције и заштита културне баштине	33,8%	40,5%	44,6%	36%	35%
савремено стваралаштво	4,2%	4,7%	5,9%	3,6%	5,5%
опремање/реновирање/реконструкција установа културе	14%	7,8%	5%	11,8%	13,4%
већи број културних програма	12,6%	11,7%	8,9%	11,4%	14,2%
већа разноврсност програма по типовима публике	11,3%	5,7%	8,9%	8,8%	9,4%
већа разноврсност према типу програма	2,7%	3,9%	1%	4,3%	2%
већи акценат на развоју културног туризма	1,8%	1%	1%	0,7%	3,5%
усклађивање програма са потребама и укусом публике	3,1%	3,1%	1%	3,9%	2,4%
боља промоција и подршка КУДовима	1,1%	1,6%	2%	1,3%	1,2%
боља промоција културних програма	2,9%	1,8%	1%	2,3%	3,1%
промовисање мултикултуралности	2,6%	4,4%	1%	4,1%	2,8%
опремање старих индустријских објеката за потребе културе	4,4%	3,1%	5,8%	3,6%	3,9%
едукације из области културе	0,2%	-	-	-	0,1%
не знам/не размишљај о томе	5,3%	10,6%	13,9%	8,2%	3,5%
	$\chi^2=34.558$, $df=13$, $p=.001$, Cramer's $V=0.192$		$\chi^2=44.842$, $df=24$, $p=.006$, Cramer's $V=0.157$.		

Дакле, може се закључити да је очување традиције најважнији стратешки циљ у култури за све групе испитаника. Ипак, њој су највише окренути најстарији мушкарци из насељених места, најнижег нивоа образовања. Савремено стваралаштво се веома ретко јавља као приоритет развоја културе, што може навести на закључак да испитаници сматрају да су садржаји из ове сфере довољно заступљени у културној понуди. Међутим, да

би програми могли бити и разноврснији и чешћи сматрају у највећем проценту високообразоване жене до 29 година старости, становнице градског подручја. Као трећи најважнији циљ у наредном периоду је улагање у просторе установа културе, како би се повећао комфор публике и удовољило захтевима модерне, културне сцене, технолошки и садржајно.



**ИСТРАЖИВАЊЕ КУЛТУРНИХ ПОТРЕБА
И НАВИКА ГРАЂАНА ПАНЧЕВА
(ЗАКЉУЧАК)**

Резултати истраживања

СЛОБОДНО ВРЕМЕ

Подаци показују да грађани Панчева током радног дана имају веома мало слободног времена, те се 64,1% њих може до 5 сати дневно посветити свом избору. Са друге стране, викендом 44,8% испитаника себи може приуштити 6 до 10 сати слободног времена. Ипак, треба нагласити да 14,7% испитаника има више од 10 сати слободног времена дневно, те тако у просеку сваки грађанин током радног дана има 5,67 часова за слободне активности. Са друге стране 28,5% испитаника викендом има више од 10 сати слободног времена, а у просеку сваки анкетирани на располагању има 8,36 часова за слободне активности.

Припадници мушке популације имају мање слободног времена током дана од припадница женског пола. Такође, припадници средње генерације имају најмање слободног времена, док најстарији испитаници имају највише. Ипак, викендом најмлађи испитаници имају највише слободног времена, те тако више од половине њих може свом избору да се посвети од 6 до 10 сати. Количина слободног времена не зависи од занимања, стручне спреме, брачног статуса испитаника. Можемо закључити да се мушкарци средњих година највише жале на недостатак слободног времена, и то током целе недеље.

Начини провођења слободног времена су најчешће гледање телевизије, дружење са пријатељима и породицом, и шетња. Гледање телевизије као први избор наводи петина испитаника, а као други нешто мање од петине. Мушкарци нешто више времена проводе уз телевизор, али ће се у слободно време пре него жене бавити физичком активношћу, сурфоваће интернетом и уређиваће башту/викендицу, док ће се жене дружити са породицом, пријатељима, и проводити време уз књигу или у шетњи. Такође, провођење времена уз телевизију расте са повећањем броја година испитаника, док време проведено у дружењу са пријатељима или на интернету опада са старашћу испитаника. Очекивано, са породицом највише времена проводе људи средњих година (30-49).

Генерално говорећи 40% испитаника своје слободно време воли да проводи код куће, док готово петина испитаника

поједнако време проводи код куће, са пријатељима или на јавним местима. Код куће своје слободно време проводи четвртина најстаријих испитаника, док то исто чини сваки десети испитаник средње генерације и сваки 25 испитаник најмлађе генерације. Треба наћи начина да се анимирају грађани који време проводе код куће да посете неко од културних дешавања.

ПОСЕЋЕНОСТ УСТАНОВА КУЛТУРЕ

Грађанима Панчева је култура битна, те је тако 70,7% сматра (веома) много важном за данашње друштво, док свега 6% сматра да је култура мало или нимало важна. Разлике у поимању културе постоје једино код полних карактеристика испитаника, те тако 78% жена културу схвата као (веома) много важну, док то чини 62,2% припадника мушког пола. Међутим, поставља се питање колико је поимање културе само декларативно, јер није у сагласју са праксом посећивања културних дешавања.

Трећина грађана Панчева веома ретко посећује културне догађаје, док се око 7% њих може сматрати редовном публиком. Панчевци се најређе могу видети у позоришту чија представа се изводи на језицима националних мањина (84,8% никада није било у позоришту овог типа) и у галерији Електрика (82% испитаника никада није посетило галерију Електрика), док се најчешће могу видети у Културном центру, па биоскопу, књижарама, у Градској библиотеци и на културним догађајима који се одржавају у кафићима, ресторанима, парковима, тржним центрима.

На основу учесталости посећивања културних догађаја публика се може поделити у три категорије, редовну публику која бар једном месечно посети неки културни догађај, повремену публику која 2 до 3 пута годишње и/или веома ретко присуствује неком културном дешавању и непублику која се никад не може видети на неком културном догађају. Нажалост, непублика је најбројнија и они чине око 60% популације, док је редовна публика најмалобројнија.

ТАБЕЛА ПОСЕЋЕНОСТИ УСТАНОВА КУЛТУРЕ

	Редовна публика	Повремена публика	Непублика	без одговора
Позориште	4%	51,5%	40%	4.5%
Позориште на језицима националних мањина	0,2%	8,9%	84.8%	6.1%
Културни центар и Дом омладине	14,5%	51,8%	29.3%	4.4%
Уметничке галерије и изложбе	4,7%	37,2%	53.1%	5%
Савремена галерија	3,3%	30,4%	61.4%	5.1%
Домови културе у насељеним местима	4,3%	29,4%	60.2%	6.1%
Историјске споменике	4,4%	40,7%	49.4%	5.5%
Дом Војске	1,6%	38,7%	53.9%	5.8%
Приватне галерије	1,6%	19,2%	73.3%	5.9%
Историјски архив	1%	15,7%	77.6%	5.7%
Галерија Електрика	1%	8%	82%	7%
Библиотека	16,9%	40,2%	37.8%	4.1%
Биоскоп	15,2%	47,6%	33%	4.2%
Књижаре	29,1%	35,7%	30.5%	4.7%
Културне активности организоване од стране верских организација	2%	16,5%	74.8%	6.7%
Наступе КУД - ова	4,2%	33,9%	55.7%	6.2%
Народни музеј Панчево	2%	40,8%	51.4%	5.8%
Културне активности организоване на неконвенционалним местима	9,8%	40,7%	43.6%	5.9%
Културне активности организоване од стране НВО	1,7%	16,6%	75.1%	6.6%
Гостовања	4,8%	38,3%	50%	6.9%

Статистички значајне разлике у посећености постоје код старосних категорија, те су млађи испитаници чешћи посетиоци градских поливалентних центара, културних програма који се одржавају у неконвенционалним просторима гостујућих програма, биоскопа, библиотека. Из овога се може закључити да посета културним дешавањима опада уласком у зрелије године. Највећа разлика међу генерацијама огледа се у посећености биоскопских пројекција и библиотека. Наиме, у биоскопе никада не иде 15% младих и 55,7% старијих испитаника, а у библиотеке никада не иде 20,7% младих и 53,4% старијих испитаника.

Типичан посетилац културних догађаја у Панчеву је високообразована особа женског пола, припадница млађе генерације до 29 година старости, из градског подручја, са породичним буџетом изнад 800 евра. Изузетак од овог профила су позоришне представе на које најчешће иду жене средњих

година, те биоскоп и архив у који подједнако иду и мушкарци и жене.

Догађаји који се одржавају на неконвенционалним местима, они које организују невладине организације, и остали најчешће бесплатни програми (у галеријама, библиотекама или у кафићима, ресторанима, улицама и парковима) су доступнији онима који имају мања примања, те се на овим догађајима они чешће срећу него на онима са улазницама.

Што се тиче насељених места, профил посетиоца домова културе указује да се ради о особи мушког пола до 29 година старости, средњег образовања са приходима домаћинства између 400 и 800 евра.

Наступе КУДова најчешће посећују жене средњих година, са завршеном средњом школом, са породичним приходима мањим од 800 евра, које живе у насељеним местима. Веза између места становања и наступа КУД-ова је очекивана, јер

је ова врста аматеризма много више заступљена у културним програмима установа него у градским институцијама културе.

Грађани Панчева радо посећују фестивале у граду и насељеним местима. Наиме, више од две трећине испитаника, тачније 67,6%, одлази на градске манифестације. На основу одговора не може се извући профил типичног посетиоца. Једино значајна карактеристика је да је он/она најчешће представник омладине, до 29 година старости. Треба поменути да иако град Панчево има дугу традицију организације садржаја који негују баштину етничких заједница, 83,3% грађана Панчева у последње три године није посетило ниједну манифестацију овог типа.

Генерално говорећи грађани Панчева своје слободно време не проводе много на београдским културним дешавањима - свега 3,3% су редовни посетиоци београдских садржаја, а 76,7% могу се сврстати у непублику. И ако се одлуче да посете неки културни догађај, Панчевци ће радије то учинити у свом месту. Београдске програме посетиће они који због обавезе своје радно време проводе у Београду, односно млади људи, висококообразовани или студенти, који најчешће посећују биоскопе, књижаре, библиотеке и/или дешавања које се одржавају на неком од тргова, паркова, кафића.

Мотивација грађана да посете неки културни садржај може да укаже актерима и организаторима програма у ком правцу да профилишу своје садржаје. Ипак, велики број грађана истакао је да је најбитније да им је догађај интересантан и квалитетан, на шта саме установе не могу дати једнообразан одговор. Друга битна ставка је цена програма, што такође понекад није ствар одлуке самог организатора већ зависи од материјалних трошкова. Ипак, место и време догађаја је нешто где установе могу имати адекватан приступ. Због тога је од велике важности испитати потребе и навике публике, те уколико је могуће изаћи им у сусрет око ових питања. Иако не постоје статистички значајне разлике приметно је да је одабир редоследа важности критеријума за одлазак на неки културни догађај повезан са старошћу испитаника. Тако више од половине млађих испитаника посету културном догађају првенствено условљава темом догађаја, док то исто чини нешто више од трећине најстарије групе испитаника. Иако не значајно изражена, разлика је видљива и код породичних прихода домаћинства испитаника, према којој растом куповне моћи грађана опада интересовање за висину цене догађаја, а растом куповне моћи расте и условљавање тематиком догађаја који би требало посетити.

Мотиви за посећивање културних догађаја			
Интересантна тематика	22%	Популарност учесника	7.4%
Место догађаја	9.6%	Цена	17.1%
Значај догађаја	6.3%	Квалитет догађаја	14%
Медијска промоција	3.4%	Амбијент	5.1%
Иновативност догађаја	5.7%	Могућност резервације	2%
Време догађаја	7.3%		

Сагледавањем свих одговора закључује се да грађанима Панчева мотив за посету културног догађаја представља тематика самог догађаја. Ипак, међу најчешћим одговорима у

сва три избора редоследа важности наводе се и цена догађаја и целокупни квалитет догађаја, који, ипак, нису од пресудне важности.

ИНФОРМИСАЊЕ КАО ИНСТРУМЕНТ ПОВЕЋАЊА ПОСЕЋЕНОСТИ

Начин на који информације долазе до грађана када су културни садржаји у питању, често су од пресудног значаја за посету одређеном програму. Грађани често истичу да нису знали да се одређени програми дешавају у њиховом граду, те се слаба информисаност наводи као разлог непосеђивања. Због тога је веома битно ослушкивати које канале информисања грађани највише прате. У случају догађаја у Панчеву, грађани се најчешће информишу путем телевизије и пријатеља и новина. И то су управо канали којима би установе могле да анимирају грађане који ретко или никад не одлазе на културне догађаје. У споју интернета који је према броју одговора на четвртм месту, и пријатељских веза у информисању налази се бесплатан, а делотворан начин информисања грађана - друштвене мреже. С тим у вези треба истаћи да је већина установа и других организатора догађаја у Панчеву препознала значај овог модела и отворила своје налоге на друштвеној мрежи Фејсбук (Градска библиотека, Културни центар, Дом омладине, Народни музеј и сви домови културе у насељеним местима). Такође, веома је важно да установе развијају интерактивне интернет презентације, кроз форуме, мејлинг листе, оцењивање програма, навођење листе жеља и слично, јер су ово најјефтинији начини увида у укусе и потребе публике.

Према врсти садржаја телевизија је неизоставни вид информисања код свих садржаја изузев када је о биоскопу реч. Интернет се највише користи код информисања о музичким садржајима, а на препоруку пријатеља грађани се највише ослањају када је реч о избору књига (било у библиотекама, било у књижарама), али се значајно ослањају и на препоруке које чују на телевизији.

Када је реч о социо-демографским разликама у начинима информисања, оне су највидљивије код употребе интернета као извора информација. Наиме, путем интернета се најмлађи испитаници информишу осам пута више од најстаријих испитаника. Такође грађани од 50 и више година и до два пута више од најмлађих испитаника као извор информисања користе штампане медије.

Разлика у начину информисања видљива је код начина информисања о културним дешавањима код редовне, повремене и непублике. Наиме, резултати су показали да се грађани који барем једно месечно посете неки културни догађај у Панчеву најчешће информишу путем интернета (чак и до два пута чешће у односу на непублику), а затим помоћу телевизије и /или пријатеља сазнају о најновијим дешавањима у Панчеву. Са друге стране, грађани који никада

не посеђују културна дешавања у Панчеву првенствено као извор информисања о културним догађањима у граду користе телевизију (два пута чешће од редовне публике) и новине, и /или, евентуално, пријатеље. Из свега наведеног поставља се питање колико често локални панчевачки медији рекламирају и извештавају о предстојећим културним догађајима у Панчеву и околини, јер су неки грађани током истраживања напомињали да је потребно путем локалних медија најављивати догађаје, а не само извештавати са догађаја.

Промоција културних садржаја не треба да се заустави само на грађане подручја на којем се неки програм реализује, већ је битно привући људи „са стране“. То говоре и одговори анкетираних Панчеваца. Наиме, половина грађана Панчева сматра да је ниво упознатости грађана Панчева са понудом у свом граду на средњем нивоу. У покрајини и у земљи је тај ниво, према мишљењу скоро трећине испитаника, на ниском нивоу, док преко 40% грађана Панчева сматра да до страних земаља уопште не стижу информације о културној понуди Панчева.

На учесталост посеђивања културних садржаја утиче и цена улазница. Наиме, бројна истраживања показала су да је лоше материјална ситуација често разлог непосеђивања културних програма. Према истраживању Културна политика као алатка за заједништво и регионални развој свега четвртина грађана цене улазница оцењује као јефтине и исто толико наводи да су улазнице за културне догађаје у Панчеву веома скупе или скупе. Највећи број грађана сматра да су цене осредње, што највероватније значи да су по њиховом мишљењу за неке програме скупе, а за неке јефтине. Оцена цена улазница зависи од образовног нивоа испитаника и породичних прихода. Тако, трећина грађана са (не)завршеном основном школом сматра да су улазнице скупе, а то чини нешто више од петине високообразованих грађана. Такође, око 40% становника (односно 38,2%) са ниским месечним примањима (испод 200 евра) двоструко мање (20,8%) оних који месечно примају више од 800 евра сматра да су улазнице за културне догађаје (веома)скупе.

Став о ценама улазница зависи од садржаја. Грађани Панчева сматрају цене улазница за позоришне представе, концерте и гостујуће програме (веома) скупим, док најјефтинијим оцењују цене улазница за наступе КУД - ова и чланарине у библиотеци. Скоро половина испитаника сматра цене улазница за позориште (веома)скупим, а више од половине испитаника чланарине за библиотеку оцењује као (веома)јефтине. Интересантан је податак да нешто мање од петине испитаника (односно 18,1%) сматра да су улазнице за изложбе (веома)скупе, иако се зна да се у Србији улаз на изложбе најчешће не наплаћује, што

је у складу са слабом посећеношћу изложби, које барем једном месечно посети свега 4,7% анкетираних.

Поређења става о ценама улазница са демографским карактеристикама испитаника показује да су улазнице за садржаје из културе у већој мери скупе за најстарије, да је број оних који мисле да су улазнице скупе три пута већи у насељеним местима него у градском подручју, и да су у мањој мери скупе високообразованим Панчевцима.

Да културна сцена Панчева има потенцијал да задовољи потребе својих грађана говори и податак да Панчевци када наводе најзначајнији догађај који су посетили у протеклих годину дана 82% наводи догађај у Панчеву, док су веома ретки они који наводе садржаје изван свог града или земље.

Грађани свих старосних категорија најчешће као најзначајнији посећени културни догађај наводе Панчевачки Карневал. Ипак, припадницима најмлађе и средње генерације анкетираних грађана у успоменама из 2012. године остају концерти, док су за оне од 50 и више година то догађаји који су се одржали у неком од насељених места у околини Панчева. Типичан посетилац Карневала, према одговорима испитаника, је становник градског подручја, између 30 и 49 година старости, нешто чешће жена, средњеобразована са породичним приходима вишим од 400 евра. Може се рећи да је типичан посетилац цез фестивала такође жена средњих година, али високообразована са вишим породичним примањима, преко 800 евра. Са друге стране типичан представник публике догађаја у насељеним местима је средњеобразовани мушкарац из руралног подручја, старији од 49 година који има приходе до 400 евра.

Најзначајнији догађаји који су грађани посетили током последњих годину дана			
Карневал	42.2%	Културни догађај у околини Панчева	12.9%
Концерт	10.3%	Наступ фолклорног ансамбла	2.3%
Позоришна представа	3.5%	Промоција књиге	1.4%
Филмска пројекција	1.2%	Цез фестивал у Панчеву	3.5%
Културни догађај у Београду	4.3%	Ноћ музеја	3.4%
Културни догађај у Новом Саду	0.9%	Етно фестивал	0.1%
Културни догађај у другом граду у Србији	1.5%	Изложба слика	0.6%
Културни догађај у иностранству	0.5%	Нисам посетио/ла ниједан културни догађај	11.2%

ЗАДОВОЉСТВО КУЛТУРНОМ ПОНУДОМ

Највећи број, односно трећина Панчеваца је средње задовољна културном понудом у свом граду. Више од четвртине показује задовољство, док је 1,7% веома задовољно садржајима који се налазе на културној мапи Панчева. Свега 10% Панчеваца исказује незадовољство понудом. Овакав резултат говори да иако понуда културе у Панчеву није лоша, грађани сматрају да постоји простор да се она унапреди.

Изузетно важно је и да четвртина грађана нема став о културној понуди, те се може поставити питање да ли се њиховим потребама излази у сусрет или је то ипак резултат њихове незаинтересованости за културне садржаје, па их је потребно анимирати. Више од половине грађана „без става“ су испитаници старији од 49 година, односно најстарија група.

Слична ситуација се јавља и када су грађани упитани да упореде културну понуду у 2013, са понудом у 2012. години.

Грађани у највећем броју указују да она није динамична, да је остала иста (42,9% оних који су дали одговор и половина редовних посетилаца мисли тако). Свега 12,4% грађана сматра да се она побољшала, док забрињава податак да више од трећине грађана није знало да упореди културну понуду Панчева у 2012. и 2013. години. То је у складу са високим процентом непублике, али и говори о потреби веће анимације и иновације у културном простору која мора бити изведена по типовима публике. Интересантно је напоменути да је 6,1% грађана као разлог побољшања навело отварање Дворане Аполо, који се десио у време анкетања грађана.

У објашњавању свог (не)задовољства културном понудом, као највећи недостатак културне понуде у Панчеву, грађани су навели недовољну разноврсност и неадекватну годишњу распоређеност културних садржаја.

Када је реч о програмима који могу унапредити понуду у култури, само 3,6% анкетираних сматра да културној понуди не недостаје ниједан културни садржај, док највећи број грађана жели више музичких и позоришних садржаја. Слична ситуација се јавља и када је реч о фестивалима. Наиме, иако је значајно виши проценат оних који су задовољни понудом фестивала (преко две трећине изражава задовољство фестивалском понудом) у односу на свакодневне садржаје, скоро половина испитаника сматра, да би град требало да има музички фестивал (43,3%), . На другом месту је филмски фестивал (14,9%), а потом фестивали који су посвећени најмлађима (10,1%).

Артикулација садржаја, односно фестивала не зависи од социодемографских карактеристика испитаника. Једино су полне разлике значајне код дејчјих садржаја и дејчјих фестивала. Наиме, жене у три до четири пута већем броју од мушкараца изражавају потребу за овим типом културног програма - 15,3% жена према 4,3% мушкараца у случају фестивала, односно 18,1% жена према 6% мушкараца када је реч о редовним културним садржајима.

Грађани Панчева највећи простор за побољшање културне понуде виде у сфери унапређења разноврсности програма, а потом у сфери доступности садржаја. Посматрајући најчешће одговоре испитаника, може се извести закључак да се разноврсност и доступност у одговорима испитаника у великој мери преклопила, и да су очигледан недостатак у културној понуди Панчева садржаји намењени најстаријима и високообразованим становницима градског подручја, односно високообразованим становницима насељених места. У том правцу установе културе могле би радити на обогаћивању своје културне понуде.

Да садржаји нису довољно иновативни најчешће сматрају високообразовани припадници омладине у градском подручју Панчева, те тако и сагледавање потреба младих може бити један од задатака установа културе.

Повећање учесталости садржаја као вид побољшања културног живота, најчешће помињу високообразовани становници града средњих година.

Из свега наведеног, установе културе требало би да уведу праксу истраживања потреба посебних врста публике што би могло да унапреди и културну понуду и задовољство грађана. Битно је поменути и то да свега 5,1% грађана није дало одговор на питање унапређења културног живота, што само повећава значај добијених резултата.

Унапређење културног живота могло би се сагледати и кроз сферу његове веће присутности у свим областима друштвеног живота. У том смислу, култура би се могла доживљавати и приликом куповине, шетања и рекреације, вечере у ресторану, уз кафу са пријатељима у кафићима... Највећи број грађана сматра да би културни садржаји најпре требало да се прошире у паркове, а да су или већ довољно присутни (или им ту није ни место) у кафићима и ресторанима. Други најбитнији простор проширења културне сцене, према броју одговора испитаника, су објекти културног и индустријског наслеђа. Велики број грађана желело би да култура буде у великој мери присутна на улицама. Овакве жеље грађана могле би да буду водич за установе културе да своје садржаје у већој мери износе у отворене градске просторе, или бар да им то буде место маркетинга, анимације и привлачења посетилаца.

Дакле, на основу резултата може се закључити да би култура своју публику имала у свим алтернативним просторима. Ипак, најпре би требало освајати отворене просторе - паркове, тргове, улице, али и објекте индустријског наслеђа који се могу ревитализовати и пренаменити за садржаје из културе.

УКУСИ ГРАЂАНА ПАНЧЕВА

Музички укус: Грађани Панчева највише воле да слушају поп (коју заузима око трећине свих одговора), а затим фолк и изворну, па рок музику. Интересантно је да је на четвртој позицији класична музика. На избор музичког жанра највећи утицај имају године живота, те се јасно виде тенденције опадања популарности са растом броја година испитаника код поп и рок музике, док је код изворне и фолк музике ситуација обрнута.

Такође, разлике су видљиве и у односу на степен образованости. Са порастом нивоа образовања расте наклоњеност поп, рок, џез и класичној музици, а опада наклоњеност фолк и изворној која је најзаступљенија код најниже образованих. И када је пол у питању, жене чешће од мушкараца опредељују за поп музику (35,1% жена према 21,6% мушкараца), док су мушкарци чешће љубитељи рок музике (22,5% мушкараца према 11,6% жена). Такође, класичну музику чешће слушају особе женског пола (5,8% жена према 3% мушкараца), док особе мушког пола чешће од жена воле да слушају електронску музику (4,5% мушкараца према 1,6%). И према месту становања уочене су разлике, те становници градског дела Панчева чешће од становника насељених места, као своју омиљену врсту музике наводе поп и рок музику. Са друге стране, становници насељених места најчешће наводе народну музику као ону коју највише воле да слушају.

Разлике су приметне и код класичне и евергрин музике коју више слуша популација у градској средини. Иако, генерално гледано, Панчевци воле музику 86,8% испитаника у протеклих годину дана није купило ниједан музички албум.

Плес: Када је реч о плесу, четвртина грађана нема афинитет према овом уметничком изразу. Панчевци су највише наклоњени латино ритмовима, затим фолклору, па валцеру. Разлике су највидљиве код узраста испитаника, те млади Панчевци у знатно мањој мери изражавају интересовање ка плесу од старијих испитаника. Тако, 13,6% младих показује наклоност ка фолклорним играма, за разлику од 41,4% најстаријих), више од половине младих изражава наклоност ка латино плесовима - 54,4%, за разлику од 34,3% најстаријих испитаника. Такође, код полних разлика, жене су нешто наклоњеније латино ритмовима, мушкарци фолклору, а најизраженија разлика је код балета у којем значајно више уживају жене (7,7% жена према 2% мушкараца). Приметно је да је наклоност фолклору највише изражена код најниже образованих, а потом опада са растом образовног нивоа. Ситуација је обрнута код латино ритмова и валцера. Када је реч о месту становања грађани у насељеним местима су најнаклоњенији фолклорним играма, док су становници градског дела Панчева највише окренути латино ритмовима. Такође, балет и валцер су омиљенији код урбане популације.

Позоришни укус: Када је реч о позоришном укусу, Панчевци највише воле класично позориште за које се одлучује 44,3% испитаника, потом забавно са 40,3% одговора, док су најмање окренути експерименталном позоришту са 4,3% одговора. Могло би се рећи да Панчевци воле да прате позоришне представе као гледаоци, али не и да се ангажују у позоришту као интерактивна публика, што често захтева експериментални театар. Жанровски, грађани Панчева највише воле комедије и драме, а најмање мјузикле. Избор позоришног жанра не зависи од социо-демографских карактеристика испитаника. Ипак, чини се да је наклоност Панчеваца према позоришту више декларативна јер представе никада не иде 42% грађана, веома ретко и повремено (2 до 3 пута годишње) у позориште иде 53,8%, док се тек 4,2% Панчеваца може сматрати редовном публиком која иде често у позориште, односно бар једном месечно.

Изложбе: Када је реч о изложбама, могло би се рећи да Панчевци нису велики љубитељи овог културног садржаја. Наиме, поред тога што више од половине Панчеваца никада не иде на изложбе, а око четвртине то чини веома ретко (једном годишње и ређе), 30,7% испитаника није дало ни један

одговор на питање коју врсту изложби највише воле. Према онима који су дали одговор, Панчевци највише воле ликовне и фото изложбе. Социо-демографске особине не утичу много на избор омиљених изложби. Ипак, приметно је да најмлађи више од осталих воле фото изложбе, а да популарност ликовних расте са повећањем броја година испитаника. Такође, наклоњеност ликовним и музејским изложбама расте са степеном образовања, а најниже образован су набројнији када је реч о љубитељима изложби примењене уметности. У складу са наведеним подацима Панчевци у веома малој мери купују уметничке предмете, а најчешће су то слике. Од 31,6% испитаника који у току године купе неки уметнички предмет, 73,8% се опредељује за слике, 10,8% за скулптуре, 5,7% за рукотворине и 3,5% за графике.

Књижевни укус: Када је реч о књижевном жанру грађани Панчева највише воле да читају класичне, затим љубавне, па историјске романе. Најмање популарни су стрипови, верски и еротски романи, али и ратне, политичке, и хорор књиге. Све наведене жанрове као омиљене истиче мање од 1% испитаника. На избор књижевног жанра значајно утиче пол испитаника. Мушкарци и жене у готово истом проценту воле класичне романе. Али мушкарци се, у односу на жене, у знатно већој мери одлучују за акционе романе, епску и научну фантастику, трилере и историјске романе као своје омиљене. Са друге стране жене су много више окренуте љубавним и психолошким романима. Може се закључити да Панчевци нижег образовања, као и они из насељених места више воле „лаку“ литературу (комедије, љубавне романе), док су они са вишим нивоима образовања и из урбаног дела Панчева, окренути захтевнијим књигама (психолошким, историјским, научним и биографским). Ипак, љубав према класичним књигама је готово подједнако изражена у све три образовне групе, код оба пола, и независно од места становања. Када је реч о класичним романима, једина приметна разлика је идентификована између старосних категорија, којој су у знатно већој мери наклоњенији старији Панчевци у односу на најмлађе.

Књиге се од стране грађана Панчева купују знатно чешће од уметничких предмета. - 56,9% Панчеваца купи макар једну књигу у току године, док око 52% анкетираних купује и више од једне књиге у току године. Не-купци књига најчешћи су у категорији оних који имају најниже приходе, односно до 200 евра. Број не-купаца опада са растом породичних прихода. Такође, испитаници који наводе ниске породичне приходе најчешће купују мањи број књига у току године у односу на оне са вишим примањима. Испитаници који наводе приход већи од 800 евра, најбројнији су у категорији купаца који купују барем једну књигу месечно. Од основних социо-демографских

карактеристика, највећи утицај на куповину књига има образовни ниво испитаника, а најмањи пол испитаника. Наиме, анкетирани грађани са завршених 4 разреда основне школе не купују књиге. Број купаца се потом повећава са повећањем образовног нивоа испитаника. Тако, две трећине испитаника са завршеном основном школом не купује књиге, док то не чини свега петина више и високообразованих. Када је о узрасту реч, приметно је да најмлађи Панчевци купују највише књига, и да број купљених књига опада са порастом броја година испитаника. У погледу места становања, становници градског подручја купују више књига на годишњем нивоу него становници насељених места. Коначно, и када се пол узме у обзир, су жене и бројнији и чешћи купци књига. Типичан редован купац књига који купи једну књигу месечно је млада високообразована жена из градског подручја, са породичним приходима већим од 800 евра.

Филмски укус: Највећи број испитаника одлучује се за комедије као омиљени филмски жанр, а потом за акционе филмове, трилере и драме. Најмање љубитеља имају мјузикли, дечји, еротски и политички филмови. Интересантно је да 1,3% грађана као омиљену врсту филма наводи домаће филмове, не диференцирајући их на жанрове. Од социо-демографских карактеристика испитаника, на избор омиљеног жанра највише утиче полна припадност, где се жене код избора најомиљенијег жанра у 15 пута већем броју опредељују за љубавне филмове, затим за драме пет пута више и за комедије два пута више, у односу на мушкарце. Са друге стране, мушкараца који воле акцију је око 3 пута више него жена. Слична ситуација је код хорора, трилера, историјских филмова и научне фантастике. Дакле, очекивано, жене су већи љубитељи забавних и романтичних филмова, са једне стране, и тешких животних прича, са друге стране. Мушкарци су ближи бржим, застрашујућим филмовима, и онима који обилују елементима фантастике. Након пола и узраст анкетираног има велики утицај, јер, популарност акционих филмова расте са бројем година испитаника и то је омиљени жанр старијих од 49 година. Са друге стране, код младих и код испитаника средњих година су у одговорима најзаступљеније комедије као омиљени филмски жанр. Образовање и место становања не утичу значајно на избор омиљеног филмског жанра. Иако веома воле филм, више од 90% Панчеваца годишње не купи ни један.

РАЗВОЈ КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА

Идентитет града великим делом чине културне знаменитости и аутентичности, било да се ради о материјалним елементима или нематеријалним какви су манифестације, музика, игра и слично. Највећи број Панчеваца који су дали одговор на питање шта је највећа знаменитост града, виде Народну башту као највећи симбол аутентичности, а потом Народни музеј, односно некадашњу зграду Магистрата, саграђену 1833. године. На трећем месту је старо градско језгро, односно Гимназијски трг и Градски парк који, такође, потичу из периода 18 - 19. века. Дакле, може се закључити да су материјални елементи у центру града Панчева нешто што га чини аутентичним и на шта треба ставити акценат у развоју културног туризма. Одступање од тога је Карневал као једини елемент нематеријалне културе. С обзиром на то да је веома популаран код грађана Панчевачки карневал би требало да буде простор сарадње свих установа културе у циљу развоја туризма и културне едукације публике.

Две трећине грађана Панчева сматра да треба развијати културни туризам у Панчеву, а према мишљењу око 90% испитаника од великог значаја за ту област је најпре висок квалитет туристичких услуга, затим квалитет културних догађаја а онда и промоција града као културне дестинације.

	Висок ниво	Средњи ниво	Низак ниво	Не уопште
Реконструкција зграда	76,5%	20,9%	1,9%	0,6%
Туристички информативни центри	71,5%	24,9%	2,6%	1%
Брошуре за презентацију културних потенцијала	66,8%	27,6%	4,9%	0,7%
Висок квалитет туристичких услуга	88,2%	10%	1,3%	0,5%
Висок квалитет културних догађаја	86,5%	13%	0,3%	0,2%
Промоција града као културне дестинације	83,8%	14,1%	2%	0,2%

Овакви одговори наводе на закључак да Панчевци сматрају да њихов град треба да се развија у правцу брендирања фестивалског града. Ако се томе дода чињеница да грађанима највише недостаје музички, а потом филмски фестивал, па комплексни догађај који обједињује различите садржаје (попут Карневала) може се рећи да је се покрећање и јачање тих фестивала перципира као правац развоја у сфери културног туризма.

И сами грађани могу бити промотери града као културне дестинације тако што ће своје госте који живе у другим градовима Србије, или иностранству одвести у обилазак града и показати туристичку понуду и лепоте Панчева. На питање где своје госте воде у обилазак одговорило је 85,8% испитаника, од којих нешто мање од четвртине својим гостима показује Народну башту, а 17,4% Тамишки кеј. Од културно - историјских делова града 12,3% Панчеваца својим гостима

показује Старо градско језгро/Гимназијски трг/Парк у којима се налазе многе грађевине из 19.века, установе културе и у којима су снимљени многобројне сцене домаћих, али и страних, филмова. Од комерцијалних места 14,7% испитаника своје госте одводи у ресторане и кафиће (Шаран, Липа, Ветрењача, Хедонист, Круна и кактус, Bianco...).

Треба поменути да, иако према одговорима упућују на жељу за брендирањем Панчева као фестивалског града, грађани као знаменитост града коју презентују гостима, не доживљавају програме установа културе. Свега 1,6% испитаних наводи да неки културни догађај може бити одабрани садржај за госте. То значи да су грађани пре свега промотери визуелних елемената културе и природе које могу показати у шетњи или доживети на излету и ту се опет као кључни мотив јавља градско језгро.

АНАЛИЗА ИНТЕРВЈУА ОБАВЉЕНИХ СА ПРЕДСТАВНИЦИМА УСТАНОВА КУЛТУРЕ И УДРУЖЕЊА ГРАЂАНА

Други део истраживања у оквиру Пројекта
Културна политика као алатка за заједништво и
регионални развој састојао се од интервјуисања
установа културе на територији града Панчева
и удружења грађана (невладиних организација
и културно – уметничких друштава) који
представљају веома битне факторе за развој и
унапређење културе у Панчеву.

ПРОЦЕС ИНТЕРВЈУИСАЊА

У Панчеву има укупно 15 установа културе и 49 удружења грађана и организација који су били активни током 2012. и 2013. године и чија је једна од основних делатности култура.

Интервјуисање за потребе истраживања у оквиру Пројекта културна политика за заједништво и регионални развој је обављено са представницима свих установа културе на територији Панчева, којих има укупно 15, са представницима 18 удружења грађана и са 5 представника културно – уметничких друштава, те се може рећи да је интервјуисано укупно 38 представника културних делатника у Панчеву.

УЗОРАК

Према подацима Локалне самоуправе града Панчева у установама културе на територији града укупно је 179 запослених, међу којима је преко 60% особа женског пола и 46% са завршеним вишим и високим образовањем. Према подацима Завода за проучавање културног развоја у установама културе у Панчеву 2009. године је било запослених 188 особа, међу којима је и тада било више особа женског пола -61,7%. Такође, у односу на 2009. годину смањено се број запослених са завршеном основном школом и са завршеном средњом школом, а повећали су се високообразовани кадрови. Међу директорима/менаџерима установа културе у Панчеву трећина су особе женског пола. По питању година живота, 80% директора/менаџера припада „средњој“ генерацији, односно има од 30 до 49 година живота.

Завод за проучавање културног развоја је разговарао са председницима и потпредседницима удружења грађана, од којих је 60% мушког пола, а више од половине припада „средњој“ генерацији, од 30 до 49 година.

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Резултати истраживања показали да установама културе у Панчеву највећи проблем представљају технички и финансијски ресурси, док се на другом месту наводи неадекватан простор у којима се одржавају програми. Такође, проблем представља и професионални квалитет запослених.

Директори домова културе у насељеним местима као највећи проблем виде неадекватан простор за одржавање програма, а следе га недостатак финансија, недовољна техничка опремљеност и недовољно професионални кадрови.

Удружења грађана наводе да су недовољна финансијска средства највећи проблем, на другом месту је лоша техничка опремљеност, док се као треће ранжирани проблем издваја

неразумевање са локалном самоуправом., а представницима КУД-ова велики проблем представљају и простори за припрему и одржавање програма.

Проблем финансија требало би решити обезбеђивањем средстава из других фондова, односно конкурисањем за европске и националне пројекте. Проблем кадрова могао би се решити запошљавањем високообразованих, што кочи правна регулатива, и колективним уговорима и/или правилницима о раду, мотивацијама и казнама кроз систем плата за запослене на неодређено време. Такође, за удружења грађана једно од решења је и јача подршка локалне самоуправе.

Решење проблема рада културно - уметничких друштава представници виде у константним састанцима, организовању тимова који ће пратити рад културно - уметничких друштава, и одређивањем особе од стране локалне самоуправе која ће бити задужена за културни аматеризам.

Готово све установе културе имају стратегију која служи као водич у даљим активностима. Као најважнији циљеви наводе се обезбеђивање и реконструкција простора за рад, неговање публике, унапређење програма и садржаја и обезбеђивање додатних финансијских средстава, док удружења грађана као циљеве наводе и омасовљавање чланства и неговање културног наслеђа.

ФАКТОРИ КОЈИ УТИЧУ НА ДОНОШЕЊЕ ОДЛУКА У ВЕЗИ СА КУЛТУРНОМ ПОНУДОМ

Установе културе у Панчеву немају уједначене одговоре на питање о факторима који утичу на културну понуду. Наиме, примећује се да директори установа највише спомињу подршку државне администрације, публику, сарадњу са различитим културним радницима, квалитет властитих људских ресурса и менаџерски тим. Ипак, према редоследу важности не може се издвојити ниједан фактор који представља основу за све установе културе. Такође, потребно је напоменути да само Дом омладине као један од основних фактора доношења одлуке у вези са културном понудом наводи Стратегију културног развоја Панчева 2010 - 2015. године, у којој се, између осталог, захтева придржавање принципа наведеног документа.

Према редоследу важности домови културе у руралном делу Панчева на прво, односно друго, место истичу сарадњу са различитим културним радницима, затим квалитет властитих људских ресурса и публику, док на друго и треће место постављају сопствене фондове.

Сарадња са различитим културним радницима и квалитет властитих људских ресурса најзначајнији су фактори који утичу на доношење одлука у вези са културном понудом

удружења грађана са територије Панчева. Такође, удружења грађана, као један од фактора наводе и руководство локалне самоуправе, сарадњу са локалном самоуправом, а затим и подршку покрајинске и државне администрације.

ОДНОС ПРЕМА ЗАПОСЛЕНИМА И СТРУЧНО УСАВРШАВАЊЕ ЗАПОСЛЕНИХ

Сви директори установа културе на територији Панчева примењују демократски приступ руковођења према својим запосленима, док међу (пот)председницима удружења грађана има и оних који се либерарно опходе према својим члановима.

Што се тиче стручног усавршавања запослених у установама културе директори установа које се налазе у градском делу Панчева и представници удружења грађана су (веома) много заинтересовани, док су директори домова културе у насељеним местима у мањој мери заинтересовани. Као разлог наводи се да се стручним усавршавањем стиче знање које доводи до бољег, квалитетнијег, ефикаснијег и лакшег рада организације у дугорочном периоду, због чега је велики број запослених у установама културе и чланова удружења грађана већ похађао многа предавања и курсеве, који су првенствено бесплатни.

Највећи број директора установа културе и председника удружења грађана су заинтересовани за похађање курсева ради повећања стручности у руковођењу. Тако, директори установа културе са територије урбаног дела Панчева највише су заинтересовани за похађање курса о пројектном менаџменту, организационом менаџменту и стратешком планирању, док су директорима у насељеним местима интересантне и теме о техникама мотивације, менаџменту у кризним периодима и техникама преговарања, а председници удружења грађана овај списак употпуњују и комуникацијским вештинама.

ПУБЛИКА

Трећина директора установа културе сматра да своју публику много познаје, а трећина сматра да је умерено познаје, док 75% представника удружења грађана сматра да своју публику много познаје.

У којој мери је публика...	Градске установе	Домови културе у насељеним местима	Удружења грађана
...посвећена	умерено	умерено	много
...добро информисана	много	умерено	(веома)много
....заинтересована за ново	умерено	умерено	(веома)много
...зна да цени културно дешавање и његове вредности	много	умерено	(веома)много и умерено
....задовољна културном понудом установе	много	много	много
....задовољна амбијентом и атмосфером	много/умерено	много/умерено	много/умерено
....задовољна понуђеним додатним услугама	много/мало	много/мало	умерено

О динамици очекивања публике директори установа културе се информишу директним разговорима или преко друштвених мрежа, док председници удружења грађана се и консултују са својим члановима.

Пет установа културе и 9 удружења грађана имају своју циљну групу. Ипак, када се сумирају сви подаци, може се рећи, да би циљна група свих установа културе и удружења грађана требало да буду деца и млади чиме ће се створити нове генерације конзумента културе.

Назив установе/удружења	Циљна публика
Дом омладине	Млади од 15 до 30 година
Културни центар	Старија и средовечна популација, просвећене грађанске провенијенције
Градска библиотека	Средњошколци
Дом културе Јабука	Особе са посебним потребама ЛОМР „Срце у Јабуци“
Дом културе Долово	Ученици основне школе у Долову
Удружење књижевника...	Млади и високообразовани
Светионик	Љубитељи уметности
Електрика	Средње и високообразовани, Уметници, Теоретичари уметности, Млади, Особе са посебним потребама
Refraction tim	Млади Корисници јавних простора
Музички центар	Деца
Галерија М кафе	Млади
КУД Станко Пауновић	Љубитељи традиције
МКУД Тамаши Арон	Деца
Доловке	Мештани села

Активности установа културе које се налазе на градској територији Панчева у великој мери, односно много, одговарају на очекивања публике. Наиме, једина установа која не може у потпуности да ради у складу са очекивањима и потребама публике је Завод за заштиту споменика културе, који, врло ретко има публику, а корисници услуга Завода су, првенствено, власници непокретних

културних добара, јер је и основна делатност ове установе заштита непокретних културних добара. Установе које се налазе у насељеним местима имају различита мишљења по питању кореспонденције са очекивањима публике, те тако домови културе у Банатском Брестовцу, Иванову и Долову оцењују да су активности на осредњем нивоу по питању очекивања публике, првенствено због неадекватног

простора за рад, али и због очекивања публике која, према речима директора Дом културе у Долову, жели искључиво фолклорне програме. Такође, и највећи број представника удружења грађана сматра да активности удружења много одговарају на очекивања публике, што потврђује повећан број посетилаца.

Установе културе које се налазе у градском делу Панчева грађане о културним програмима које организују најчешће обавештавају путем локалних медија (ТВ Панчево, Радио Панчево, недељник Панчевац) и путем плаката и флајера, док у мањој мери прибегавају обавештавању преко интернета, односно преко друштвених мрежа и е - mail-а. Наиме, друштвене мреже као први начин информисања једино користи Дом омладине, што не изненађује јер циљна група ове установе јесу млади који најчешће и користе друштвене мреже. Домови културе у насељеним местима грађане о културним дешавањима обавештавају најчешће путем плаката и друштвених мрежа, док се локални медији у мањој мери користе за обавештавање грађана. Такође, ове установе често своју публику обавештавају и позивницама, телефоном и **SMS порукама**. Удружења грађана грађане о културним програмима које организују најчешће обавештавају путем локалних медија и путем друштвених мрежа, а у мањој мери путем плаката.

Удружења грађана су чешће едуковала своју публику од установа културе. Током разговора са представницима и установа културе и удружења грађана закључило се да је потребна хитна едукација публике, односно грађана, уколико град Панчево има жељу да остане на културној мапи Србије. Наиме, решење проблема у виду непостојања публике лежи у школама, те би управо преко школа требало едуковати публику, или за наредне периоде створити редовну публику панчевачких културних догађаја.

Цене улазнице за културне догађаје у Панчеву оцењене су на рангу од високе (скупе) до веома ниске (веома јефтине), док се програми у неколико установа културе не наплаћују. Наиме, цене улазница за Културни центар, Историјски архив и догађаје које организује ПанАрт су високе, док су за догађаје у осталим установама културе и удружењима грађана умерене до ниске.

Попусте за посебне категорије грађана дају се ученицима, студентима, групним посетама, пензионерима, социјално - угроженима и вишечланим породицама.

КУЛТУРНА ПОНУДА У ЛОКАЛНОЈ ЗАЈЕДНИЦИ

Директори/менаџери највећег броја културних институција на територији града Панчева сматрају да је културна понуда

у локалној заједници добра, односно задовољавајућа, и да су културни програми разноврсни. Ипак, сви се слажу да велики проблем представљају финансије, те је с обзиром на финансијску ситуацију и улагање у културу културна понуда добра. Директори домова културе сматрају да је културна понуда добра и у насељеним местима и у урбаном делу Панчева, а представници установа културе које се налазе у градском делу Панчева сматрају да је културна понуда у насељеним местима на ниском нивоу, управо због недостатка адекватног простора за извођење програма, односно због нефункционалних превеликих сала. Представници удружења грађана, такође, мисле да је културна понуда у рангу задовољавајућа до добра, због велике конкуренције која постоји, али због тога што поред великог броја квалитетних програма има и превише неквалитетних, комерцијалних програма који „уништавају“ културу.

Највећи број представника установа културе и удружења грађана сматра да Панчевачки карневал није културна манифестација, и оцењује је као (искључиво) туристичку - забавну манифестацију, у којој се не промовишу културне вредности, те се слажу да из буџета за културу Града Панчева не би требало да се издвајају средства за финансирање ове манифестације. Са овим ставом се не слаже директор Дома омладине према коме би установе културе требало да искористе велику посећеност Карневала, да учествују у организацији и програму ове манифестације.

САРАДЊА И ПОДРШКА ОД СТРАНЕ ЛОКАЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ, ПОКРАЈИНЕ, ДРЖАВЕ

Трећина установа културе и нешто мање од трећине удружења грађана је иницирало акције за раст независности, конкурсима код националних и европских фондова, издавањем простора, тражењем помоћи од локалне привреде.

Већина директора градских установа културе сматра да је локална администрација веома много заинтересована за пројекте културних институција којима руководе, док представници домова културе у насељеним местима и удружења грађана сматрају да је локална администрација умерено заинтересована за њихове пројекте, што се огледа у недовољном финансирању, због чега директори домова културе сматрају да су градске установе културе фаворизоване од стране локалне администрације.

По питању мера које би локална, покрајинска и државна администрација требало да предузму ради подршке активности градских установа културе директори/менаџери ових установа имају различите погледе. Ипак, у три главне мере убрајају се подршка за приступ европским фондовима, набавка савремене

опреме и (дугогодишње) финансирање пројеката и програма. Такође, градске установе културе траже промене и у државној администрацији, те тако сматрају да је хитно потребна израда националне Стратегије развоја културе (Културни центар) и елаборација и унапређење Закона о култури. Представници домова културе у насељеним местима другачије рангирају мере подршке, те тако као први избор установе издвајају финансирање пројеката и програма, а као други избор подршку за приступ европским фондовима и набавку савремене опреме. Представници удружења грађана на прво место постављају финансирање пројеката и програма, на друго дугогодишње финансирање и подршку за приступ европским фондовима. У мањој мери удружења грађана сматрају да је потребно да наведене администрације омогуће финансијска средства за усавршавање културних актера, набавка савремене опреме.

Финансијску подршку култури у Србији, требало би да пруже сва владајућа тела, како на локалном, тако и на покрајинском и државном нивоу, док представници удружења грађана сматрају да би подршку могли да пруже и спонзори - донатори.

Са Градском управом Панчева установе културе и удружења грађана имају (веома)добру сарадњу, док је сарадња са Покрајинским секретаријатом за културу и Министарством културе и информисања Републике Србије много слабија, односно оцењује се од умерене до веома слабе, како је најчешће оцењују представници домова културе у насељеним местима и представници удружења грађана.

ОДНОС ПРЕМА ДРУГИМ УСТАНОВАМА КУЛТУРЕ И ПРЕМА ДРУГИМ ИНСТИТУЦИЈАМА КОЈЕ ДОПРИНОСЕ РАЗВОЈУ КУЛТУРЕ

Са позориштем националних мањина (мађарско и словачко) нешто више од четвртине установа културе и само једно удружење грађана има сарадњу и реципрочну подршку.

Сарадњу и реципрочну подршку са Народним музејем у Панчеву има преко 70% установа културе, и више од две трећине удружења грађана.

Готово половина установа културе и трећина удружења грађана са галеријама у Панчеву сарађује и има реципрочну подршку, док Народни музеј и галерије имају конкурентски однос.

Са библиотекама на територији града Панчева (са Градском библиотеком и библиотекама у насељеним местима) све установе културе сарађују и имају реципрочан однос, док такав однос има половина удружења грађана.

Са Домом омладине сарађује и има реципрочну подршку готово две трећине установа културе и више од половине удружења грађана. Према речима представника удружења грађана сарадња се нарочито појачала отварањем дворане Аполо којој су од самог почетка многа удружења имала своје наступе.

Одличну сарадњу и реципрочну подршку 80% установа културе има са домовима културе у насељеним местима. Такође, такву сарадњу имају готово сви домови културе међусобно и готово сва удружења грађана.

Готово 80% установа и половина удружења грађана сарађује са Културним центром. Са друге стране, Народни музеј сматра да са Културним центром има конкурентски однос, а поједина удружења грађана наводе конфликтне односе са овом установом.

Сарадњу са цивилним сектором (НВО) 40% установа културе и 40% удружења грађана оцењује као одличну, и наводи међусобну реципрочну подршку.

Добру сарадњу и реципрочну подршку са факултетима у Панчеву навело је половина установа културе и трећина удружења грађана.

Сарадњу са школама готово све установе културе (93,3%) оцењује као одличну и напомиње да између ових институција постоји и реципрочна сарадња, те је једина установа која не сарађује са школама Завод за заштиту споменика културе. Такође, и три четвртине удружења грађана сарађује са школама. Ипак, уколико решење проблема недостатка/непостојања публике лежи у сарадњи са школама, требало би увести процедуру о умрежавању школа и установа и удружења грађана које се баве културом, који би својим радом употпунили многе школске часове.

Да постоји сарадња са Историјским архивом навело је готово две трећине установа културе у Панчеву и половина удружења грађана и то првенствено оних који имају издавачку и излагачку делатност.

Нешто више од половине установа културе и удружења грађана сарађује са предузећима креативних индустрија из Панчева. Под термином предузећа креативних индустрија сматрају се издавачи, аудио студији, дизајнерске куће..са којима би свака. установа културе могла да успостави сарадњу ради обостране добити.

Сарадњу са кафићима, тржним центрима и осталим неконвенционалним местима примењује 40% установа културе и нешто више од 40% удружења грађана. Приликом истраживања културних потреба и навика грађана Панчева дошло до закључка да 10% грађана Панчева редовно посећује

културна дешавањима на неконвенционалним местима, те би овај податак требало да пробуди установе културе и удружења грађана, које ће своје програме изводити и на оваквим местима и на тај начин промовисати своју организацију и свој рад.

Сарадњу са болницама, сиротиштима и старачким домовима има трећина удружења грађана и само једна установа културе - Дом културе у Иванову. Требало би напоменути да сарадња са сиротиштима треба да буде једнаке јачине као што је сарадња са школама, док ради сарадње са болницама и старачким домовима програме установа културе и удружења грађана треба ускладити са потребама корисника и евентуално кориснике старачких домова и сиротишта укључити у рад удружења и установа.

Са етничким заједницама сарађује преко 70% установа културе и половина удружења грађана, што не изненађује јер на територији Панчева, према подацима Завода за статистику, живи 23 етничке заједнице.

Са Заводом за заштиту споменика културе сарађује више од половине установа културе и више од 40% удружења грађана, иако је Завод за заштиту споменика навео непостојање сарадње са многим установама и удружењима.

Са Музичком школом „Јован Бандур“ сарађује 60% установа културе и једно удружење грађана - КУД Станко Пауновић. Музичка школа Јован Бандур има дугу традицију у Панчеву и представља и установу образовања и установу културе, те би сва удружења грађана које се баве културом и образовањем требало да успоставе контакт са овом школом, која у свом колективу има запослене који се баве модерном музиком, али и традиционалном, због чега би она могла да буде и један од консултаната и сарадника при изради годишњих активности удружења грађана.

Трећина установа и удружење грађана - КУД Станко Пауновић наводе да сарађују са Балетском школом Димитрије Парлић.

Током разговора са (пот)председницима удружења грађана закључено је да Балетска школа ради изврсно, да има одличне резултате и капацитете, али да на културној мапи Панчева није довољно приметна.

Са КУД -овима и осталим аматерским друштвима сарађују готово све установе културе и готово сва удружења грађана.

Сарадњу са приватним сектором 40% установа културе и више од половине удружења грађана оцењује као добру.

Сарадњу са установама и организацијама ван града остварује две трећине установа и готово сва удружења грађана. Сарадња се, првенствено, остварује са сродним установама и удружењима на територији Србије, али и ван њених граница.

Генерално говорећи установе културе и удружења грађана на територији Панчева остварују међусобну сарадњу, која се првенствено огледа у логистичкој подршци, а ређе у заједничким пројектима.

ОЦЕНА ЗАКОНОДАВСТВА У ОБЛАСТИ КУЛТУРЕ У СРБИЈИ ОД СТРАНЕ ПРЕДСТАВНИКА УСТАНОВА/УДРУЖЕЊА

Градске установе културе законодавство у области културе у Србији сматрају лошим, те само директор Градске библиотеке сматра да је оно задовољавајуће. Установе културе чија основна делатност јесте заштита културних добара највећу замерку имају на Закон о културним добрима кога сматрају застарелим и неупотребљивим, односно неусклађеним са законом о планирању и изградњи.

Директори домова културе у насељеним местима законодавство у области културе у Србији оцењују као задовољавајуће, а према мишљењу више од трећине представника удружења грађана Закон о култури Републике Србије је лош, а петица удружења мисли да је задовољавајући.

Приоритети за деловање у области културе

	Рангирање приоритета - установе културе	Рангирање приоритета - удружења грађана
1	Неговање традиције и заштита културне баштине	Неговање традиције и заштита културне баштине
2	Опремање/реновирање/реконструкција установа културе	Савремено стваралаштво
3	Већи број културних програма	Промовисање мултикултуралности
4	Већа разноврсност културних програма према узрасту публике	Боља промоција културних програма
5	Већи акценат на развоју културног туризма	Већи акценат на развоју културног туризма
6	Већа разноврсност културних програма према типу програма	Развој међународне сарадње
7	Развој међународне сарадње	Већи број културних програма
8	Промовисање мултикултуралности	Промовисање мултикултуралности
9	Боља промоција и подршка културно - уметничком аматеризму	Опремање/реновирање/реконструкција установа културе
10	Опремање старих индустријских објеката за потребе културе.	Усклађивање програма са потребама и укусом публике

АНАЛИЗА СТАТИСТИЧКИХ УПИТНИКА УСТАНОВА КУЛТУРЕ И УДРУЖЕЊА У КУЛТУРИ ГРАДА ПАНЧЕВА

УСТАНОВЕ КУЛТУРЕ

Кретање буџета показује да се удео средстава за културу у укупном буџету града од 2008. године континуирано смањује, али не пада испод 5,5%. Најмањи удео култура је имала у претходној 2013. години, а највећи 2008. године када је и градски буџет био највећи.

Издвајање по глави становника било је највише 2008. године, када је једини пут прешао 20 евра. Просечан буџет за културу за последњих осам година је 17,32 евра по глави становника, док је најнижи је био 2010. године када је био испод 15 евра.

Град Панчево неколико година уназад има установљен конкурс за актере у култури и на тај начин обогађује културну понуду. За потребе конкурса град Панчево сваке године издваја одређена средства којима подржава стваралаштво актера и унапређење културне понуде. У последње четири године град је најмање средстава издвојио 2010. године (0,06% градског буџета).

Конкурс за пројекте из културе	Износ средстава за конкурс	% у односу на градски буџет
2010.	1.700.000,00	0,06%
2011.	6.980.000,00	0,2%
2012.	5.657.400,00	0,13%
2013.	8.226.726,00	0,19%
2014	11.500.000,00	-

Из буџета града Панчева финансира се 15 установа културе у домену плата запослених, сталних трошкова, програма у оквиру основних делатности, текућих поправки и одржавања опреме. Специфичност Панчева, која га одваја од свих осталих градова у Србији, лежи у чињеници да финансира девет поливалентних центара, односно домова културе у околним насељеним местима.

Највећим буџетом од свих установа културе располаже Културни центар Панчева (око 800.000,00 евра), што је и очекивано с обзиром на чињеницу да је то најкомплекснија установа у граду. Најмањим буџетом, у складу са бројем запослених, располажу домови културе у Банатском Брестовцу (око 22.500,00 евра) и Иванову (око 24.000,00 евра). Поливалентни центри у насељеним местима имају значајно мање буџете од градских установа културе, те је тако буџет Дома културе у Иванову чак 32 пута мањи од буџета Културног центра Панчева, или 14 пута мањи у односу на буџет Градске библиотеке Панчево.

Од градских установа најдиверзификованије изворе финансирања има Културни центар који буџету и највише доприноси сопственим средствима - око трећине свог буџета. На градски буџет највише се ослања музеј којем град обезбеђује око 95% буџета. Највеће сопствене приходе имају Културни центар и Завод за заштиту споменика културе

У буџетима одређеног броја установа културе спорадично су учествовале Покрајина, преко Покрајинског секретаријата за културу, и Република, искључиво преко Министарства културе и информисања. Остали органи на вишим нивоима власти (друга министарства и/или секретаријати) нису учествовали у финансирању установа културе у Панчеву. Међутим, средства Републике и Покрајине заузимају веома мали део установа културе (не прелази 5% буџета, а често износи мање од 1% годишњег буџета). Врло је вероватно да су та средства обезбеђена преко пројеката, односно учешћем на конкурсима.

Инострана средства је успео да обезбеди једино Културни центар Панчева и то само у 2010. години у посматраном периоду.

Не рачунајући инвестициона улагања која су спорадична, структура расхода у градским установама показује да организација програма представља најмањи део трошкова установа. За организовање садржаја највише издвајају поливалентни центри, Културни центар и Дом омладине, што је због природе установа и очекивано. Једино у овим установама организација догађаја прелази 10% буџета (у просеку за три посматране године).

Градски поливалентни центри и Историјски архив имају и највише материјалне трошкове због чињенице да Културни центар и Архив располажу највећим просторима (3.905 м² Култури центар и 3.060 м² Архив), док је Дом омладине до скоро имао трошкове у две зграде, а сада у три објекта које користи (око 2.300 м²). Генерално гледано, структура прихода на нивоу свих установа културе показује установе успевају да обезбеде око 20% средстава свог буџета, а веома мали удео у буџету, поред градских и сопствених средстава чине други извори финансирања - између 1% и 3%. Структура расхода показује да се готово 90% буџета троши на одржавање простора и плате запослених, а свега око 10% чине трошкови програмских активности. Иако материјални трошкови одржавања установа, после плата, чине најзначајнију ставку у буџету који се издваја за културу, инвестиције су ретке и у малим износима. Према подацима локалне самоуправе, 179 запослених чине највећи део буџета за културу - око 50% средстава.

Сагледавањем структуре прихода и расхода, може се закључити да је установе потребно стимулисати за налажење алтернативних видова финансирања. Неки од модела стимулације могу бити едукације из области писања пројеката и аплицирања на конкурсе; затим то могу бити и захтеви за отварање установа ка цивилном сектору које може пружити, не само неопходно знање у сфери алтернативног финансирања, него и средства које ће донети партнерска сарадња. Такође, важно је направити и листу приоритета за инвестициона улагања која ће унапредити неадекватне и неусловне просторе и обезбедити нове тамо где за њима постоји потреба.

Иако су зараде запослених највећа ставка у буџету, у разговору са представницима установа, постојећи кадрови нису довољни и/или немају одговарајуће знање и вештине за разноврсне програме. Директорима установа културе у насељеним местима највећи проблем је недостатак кадрова, а установама у градском подручју немогућност кадрова да одговоре потребама публике и савременим токовима у култури. Отуда се јавља потреба за издвајањем средстава који би обезбедили континуирано усавршавање кадрова у култури и увођење нових пракси у ову област рада установа.

ПРОГРАМИ УСТАНОВА КУЛТУРЕ

ПРОГРАМИ ПОЛИВАЛЕНТНИХ ЦЕНТАРА

Када је реч о поливалентним центрима, очекивано, највећу разноврсност програма имају Културни центар Панчево и Дом омладине Панчево. Најбројније активности које организују све установе културе су позоришни садржаји, музички садржаји и изложбене активности. Четири установе имају и биоскопске пројекције.

Позоришни програм: Све установе културе имају позоришни програм, односно уприличавају представе за своје посетиоце. Највећи број позоришних представа има Културни центар, око 50 годишње, затим Дом културе у Омољници, око 15 на годишњем нивоу. Све остале установе имају мање од 10 представа на годишњем нивоу. Своју позоришну продукцију има три од девет анализираних установа - Културни центар, Дом омладине и Дом културе у Јабучи, те обезбеђују и гостовања својих представа, али и копродукцијске пројекте.

Најпосећеније позоришне представе имају Културни центар и Дом омладине, између 250 и 390 посетилаца по представи, док домови културе у насељеним местима бележе знатно нижу посету на својим позоришним садржајима. Најпосећеније представе има Дом омладине у Омољници са публиком између 130 и 160 гледалаца по представи. Сви остали поливалентни

центри имају мање од 80 посетилаца по представи. Најмању посету бележи Дом културе у Иванову, од 25 до 33 гледаоца по позоришном садржају.

Грађани Панчева су у периоду од 2010. до 2012. године били у могућности да посете 322 позоришне представе у поливалентним центрима, што даје просек од око 110 представа годишње. Приметно је да је бројност укупне позоришне публике, према достављеним подацима, на готово истом нивоу у све три посматране године. То може бити показатељ недовољне анимације не-публике да посети позоришне садржаје. Због тога је неопходно да установе које су најактивније у овој области културе, осмисле маркетинг стратегије и облике привлачења грађана у „позориште“.

Музички програм: Највећи број музичких садржаја има Дом омладине (у просеку око 100 годишње), док Културни центар бележи три пута мањи број музичких програма. Домови културе у насељеним местима бележе до 10 музичких садржаја годишње, а најчешће између пет и осам концерата. Треба поменути да је из упитника остало нејасно да ли су неки домови културе под концертима подразумевали и наступе фолклорних група, које су присутне у свим установама у насељеним местима.

У периоду од 2010. до 2012. године Панчевци су могли да уживају у укупно 579 концерта, најчешће у Дому омладине, а најређе у Дому културе у Иванову. Према достављеним подацима, да посети музичке садржаје одабрало је посети 115.551 Панчевац.

Иако је Дом омладине у посматраном периоду најчешће уприличавао концерте, то су били мањи, интимнији музички програми. Са друге стране, Културни центар је реализовао „веће“ музичке програме, у смислу посећености. Наиме, један концерт у Културном центру Панчева у просеку је посећивало око 580 љубитеља садржаја, док је то у Дому омладине чинило 100. Наравно да значајну улогу у оваквој разлици игра и простор који је на стани Културног центра. Ипак, треба очекивати значајан пораст и посећености музичких садржаја у организацији Дома омладине јер је крајем 2013. године ова установа за реализацију својих програма добила градску дворану Аполо.

Изложбени програм: Све поливалентне установе културе, изузев дома културе у Долову, наводе да имају изложбене

активности. Највећи број изложби, очекивано, има Културни центар, у чијем се саставу налази Савремена галерија. Тако Културни центар има око 40 изложби на годишњем нивоу, док остале установе имају значајно мање. Дом културе у Банатском Новом Селу једини од свих поливалентних установа у граду наводи да има две сталне изложбе годишње, као и изложбене активности у неконвенционалним просторима, али и изложбе са којима гостује у земљи и иностранству.

Панчевци су у периоду од 2010. до 2012. године могли да посете 337 изложби у установама културе и седам у неконвенционалним просторима.

Посећеност изложбених садржаја највећа је у Културном центру, док је најмање љубитеља изложби посетило Дом културе у Глогоњу. Треба истаћи да су изложбене активности у поливалентним центрима Панчева готово увек бесплатне за посетиоце, што отежава вођење статистике посећености.

Биоскопски програм: Једино Културни центар Панчево има редовну биоскопску активност, те тако уприличи између 500 и 650 биоскопских пројекција у току године на којима присуствује између 12.000 и 22.000 посетилаца. Оваква посећеност могла би се назвати слабом, јер у просеку једној биоскопској пројекцији присуствује 27 љубитеља филма. Ипак, позитивно је што у граду постоји установа која има сталну биоскопску делатност. Са друге стране, филмови у биоскопу у насељеним местима су права реткост. Грађани Панчева су у периоду 2010-2012 имали прилике да погледају 1930 биоскопских пројекција

Тенденција кретања биоскопске публике у Панчеву показује да су филмски садржаји били најпосећенији у 2011. години, а да се у 2012. години бележи значајан пад посетилаца од 36,5%. Због тога је неопходно да Културни центар, као водећа установа у биоскопској делатности у Панчеву, осмисли начин да поново привуче изгубљену публику и дође до нове: бољим маркетингом, бољом организацијом и изласком у сусрет потребама публике - увести могућност резервације, прилагодити термине дечијих садржаја радним обавезама родитеља, набавити дигиталну опрему која обезбеђује квалитет слике.

Едукативне програме реализују готово све установе културе, било циљано за школе, било отвореног карактера за своје посетиоце у виду едукативних курсева, уметничких садржаја и слично. Водећа установа у организацији едукативних садржаја је Дом омладине која реализује највећи број едукативних позоришних, музичких и филмских садржаја (2-3 недељно; у просеку око 150 годишње).

Када је реч о хуманитарним бесплатним програмима, они су део активности пет поливалентних центара, а највише Дом омладине.

Организација фестивала често се појављује у програмима поливалентних установа. Тако, Културни центар организује 3-4 фестивала годишње, Дом омладине 8-9, установа у Старчеву 1-2, домови културе у Омољници, Банатском Новом Селу и Јабуци по један.

За разлику од организације фестивала где предњаче установе у градском подручју, учешће на фестивалима и гостовања су програми који су заступљенији у установама културе у насељеним местима, а најчешћи разлог је што велики број ових установа у свом саставу има фолклорне ансамбле који у оквиру својих активности посећују фестивале и такмичарске програме. Ипак, иако не учествује на фестивалима Културни центар истиче гостовања својих програма.

БИБЛИОТЕЧКА ДЕЛАТНОСТ

Градска библиотека Панчева у свим насељеним местима има огранке. Библиотечка делатност је организована у оквиру домова културе. Наравно, централна библиотека у градском подручју има највећи број библиотечких јединица (178.572 у 2012. години), највећи број књига на језицима националних мањина, највећи број чланова и једина има и води бригу о завичајном фонду који броју нешто преко 10.000 јединица. Највећи број библиотечких јединица међу огранцима има дом културе, односно библиотека у Омољници, док најмањи број има Старчево.

Када је реч о структури фонда, највећи удео дечје литературе у свом фонду има библиотечки огранак у Омољници, а најмањи библиотека у Јабуци и Глогоњу. Дечја литература у централној библиотеци заузима четвртину фонда. Када је реч о публикацијама на језицима националних мањина, највећи удео ова литература има у библиотеци у Јабуци - око 30%. Са друге стране, у упитнику дома културе, односно библиотечког огранка у Старчеву, литература на другим језицима се и не наводи, док у глогоњској библиотеци чине 0,1% фонда. У централној библиотеци књиге намењене националним мањинама чине 5,7% библиотечког фонда.

Највећи број уписаних чланова свакако има централна библиотека - око 14.000. У свим осталим библиотекама број чланова не прелази 850. Али, када се сагледа број чланова у односу на укупан број становника подручја које библиотека својом делатношћу покрива, највећи број чланова има Иваново, које иако номинално има најмањи број чланова, иако и најмање становника, па процентуално има највећи удео чланова у популацији.

Структура чланства показује да деца чине око четвртине уписаних чланова у библиотечким огранцима и централној библиотеци. Деца су бројнији чланови у готово свим насељеним местима. Изузетак је библиотека у Омољници, која једина има мање од трећине деце међу члановима.

ОСТАЛИ ПРОГРАМИ УСТАНОВА ЗАШТИТЕ

Изузев Библиотеке, од установа заштите, још једино Архив наводи податке о програмима. Музеј и Завод за заштиту споменика културе нису навели да, поред бриге о материјалном и нематеријалном наслеђу, имају пратеће програме. Од додатних активности Градска библиотека често организује промоције и књижевне вечери и друге садржаје, тако да Панчевци могу сваке недеље уживати у оваквим програмима. Реч је о садржајима којима у просеку присуствује 38 љубитеља оваквих програма

Историјски архив активан је у изложбеној делатности и у оквиру установе има посебан простор за ту намену. Годишње Панчевци у овом простору могу да посете око 10 изложби које организују запослени у Архиву

ПРОСТОРНИ КАПАЦИТЕТИ УСТАНОВА КУЛТУРЕ

Највећим простором од установа културе у Панчеву располаже Културни центар и Историјски архив - преко 3.000 м², док најмањи простор има Дом културе у Качареву. Међутим највећом салом располаже Дом културе у Долову, док најмањи простор за програме има Дом културе у Иванову.

ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ И МАТЕРИЈАЛ УСТАНОВА

Највише промотивног материјала и највећи број промо активности има Културни центар Панчева, затим Дом омладине, па Библиотека. Домови културе, ако и имају промотивне

активности, то је најчешће један вид промо материјала, односно садржаја

УДРУЖЕЊА У КУЛТУРИ ГРАДА ПАНЧЕВА

ФИНАНСИРАЊЕ УДРУЖЕЊА

С обзиром на то да удружења у култури немају стабилне и сталне изворе финансирања, њихови годишњи буџети значајно осетније варирају у односу на установе културе. Од осам удружења која су доставила статистички упитник Заводу, највећи буџет има КУД Станко Пауновић који се делатношћу везује за Рафинерију у Панчеву (која учествује и у финансирању), али остварује и значајне сопствене приходе. Најмањи буџет има Месни одбор матице Словачке, мање од 1.000 евра годишње.

Структура прихода показује да се удружења финансијски најчешће и највише ослањају локалну самоуправу и покрајинске фондове. Ретко се окрећу страним фондовима, а и спонзорства/донације нису чести у средствима удружења. Једино КУД Станко Пауновић има сталног спонзора, Рафинерију нафте Панчево. Чланарине у свом буџету наводе једино КУД-ови Жисел и Доловке. Инострана средства, и то из програма Култура 2007-2013, успео је да прибави једино Рифрекшн Тим. Најразноврсније изворе прихода имају КУД Станко Пауновић и КУД Жисел.

Структура расхода показује да КУД-ови средства углавном опредељују за материјалне трошкове, док Рифрекшн Тим и Матица Словачка значајна средства издвајају за организацију програма. Овакви резултати не чуде, јер културно-уметничка друштва доста средстава троше на гостовања и опрему (ношње, опанке и друго).

ПРОСТОРНИ КАПАЦИТЕТИ УДРУЖЕЊА

Простор за реализацију активности уопште је највећи проблем удружења. Због тога су они често окренути сарадњи са установама културе, те њихове просторе за програме користе за реализацију својих активности. Неретко успостављају сарадњу са другим удружењима која располажу простором.

Програмске активности удружења

За разлику од установа, карактеристика удружења није разноврсност програма. Удружења се углавном профилишу за одређене врсте садржаја. Најчешће активности удружења која су доставила упитнике Заводу јесу музички и музичко-сценски програми, али су и веома активни у едукативним садржајима.

У броју концертних активности предњачи КУД Станко Пауновић који је у периоду 2010-2012. година у просеку забележио 85 наступа годишње.

Поред концертних активности, од садржаја које организују удружења најбројнији су они едукативног карактера. У тим активностима предњачи Панарт са 34 у току 2012. године.

Изложбене садржаји су главна врста активности Месног одбора Матице Словачке, која организује и до 10 таквих садржаја годишње, а 2011. године једну је имао и у иностранству. Изложбе етнографског карактера организује и КУД Станко Пауновић и то по две годишње.

Позоришне програме реализује једино удружење Бард (између осам и 12 годишње) и Месни одбор Матице Словачке, али знатно ређе у односу на Бард.

Промотивне активности удружења

Удружења најчешће комбинују неколико промотивних активности, попут плаката, брошура, гостовања и других видова промоције. Најактивнији у овој сфери је КУД Станко Пауновић.

RESEARCH ON CULTURAL NEEDS AND HABITS OF THE CITIZENS OF PANČEVO (CONCLUSION)

February 2014

The project of cross-border cooperation called *Cultural policy as a tool for unity and regional development* implied a survey of attitudes, cultural needs and cultural habits of the citizens of Pančevo in the first phase.

The cultural needs of the citizens involved the motivation to participate in cultural activities, while the cultural habits entailed the current behavior in the field of cultural consumption and cultural production

The research was done on a sample of 1,060 respondents. The survey was done in the city of Pančevo during the period between November and December 2013. The sample was stratified variously: according to the territorial principle, age cohorts and gender. The basic territorial strata were local communities (16), divided by the degree of urbanization into the urban - 9 and rural - 7.

The final sample had the following characteristics

Gender

female - 53.8 %, male - 46.2 %

Age:

from 15 to 29 - 23.5%, from 30 to 49 - 33.3%, 50 and more - 43.2%

Residence:

Centar - 12.9%, Gornji Grad - 16.7%, Mladost - 9.5%, Tesla - 5%, Strelište - 7.5%, Vojlovica - 3.4%, Stari Tamiš - 0.6%, Starčevo - 6.1%, Kačarevo - 5.5%, Banatsko Novo Selo - 6%, Omoljica - 6.7%, Jabuka - 6.4%, Dolovo - 6%, Banatski Brestovac - 3.4%, Glogonj - 3.2%, Ivanovo - 1.1%

Marital status:

married - 53.7%, single - 30.2%, divorced - 5.5%, widower/ widow - 8.5%

Education:

1st and 2nd degree of qualification (incomplete primary school and primary school) - 10.6%, 3rd and 4th degree of qualification (vocational school and high school - 59.8 %, 6th, 7th-1, 7th-2 and 8th degree of qualification (college, undergraduate and postgraduate studies) - 27%

Occupation:

farmer - 1.5%, housewife - 6.5%, student 10 %, unemployed - 8.6%, retired - 21.3%, worker - 6.1%, shop assistant - 5.1%, services sector (hairstylist, pedicurist, baker, confectioner...), medicine/veterinary medicine - 3.6%, education - 3.1%, army, police, security, fire department - 1.2%, clergy - 0.1 %, culture - 0.2 %, accounting/administration - 3.7%, architecture/geodesy/construction - 1.3%, sportsman - 0.1%, municipality/ local community - 0.6%, judiciary - 1.3%, independent artist - 0.7%, civil sector - 0.1%, media - 0.2%, CEO - 0.1 %, environmental protection - 0.5%, food industry - 2.1%, engineering industry - 2%, IT sector - 1%, transport - 2.7%, tourism - 0.8%

Number of family members:

1 member - 9.9%, 2 members - 18.9%, 3 members - 22.1%, 4 members - 30.7%, 5 members - 9.8%, 6 people - 5.2%, more than 6 members - 1.8%

Average monthly household income:

less than €200 - 10.8%, from €201 to €400 - 23.9%, from €401 to €600 - 15.9%, from €601 to €800 - 7.4%, from €801 to €1000 - 3.1%, more than €1001 - 1.4%. It should be noted that 37.5% of respondents did not want to answer this question.

Religious affiliation:

Orthodox - 73.6%, Catholic - 3.1%, atheists - 1%, Calvinist - 0.7%, Protestants - 0.5%, Muslim - 0.2 %, undecided - 0.2%.

When asked about religious affiliation 20.6% of respondents did not want to answer, and therefore 71% of the population of Glogonj, 38% of the population of the local community of Gornji Grad and 30.5% of the population of Starčevo did not answer the question about religious affiliation.

Nationality:

Serbian - 74.7%, Hungarian - 2.7%, Romanian - 2.4%, Macedonian - 2.2%, Croatian - 0.6%, Romani - 0.6%, Montenegrin - 0.4 %, Slovakian - 0.4%, Yugoslav - 0.4%, Bulgarian - 0.2%, German - 0.1%, Bosniak - 0.1%.

The answer to the question of nationality was not provided by 15.1% of the respondents. The most numerous were the inhabitants of Glogonj of which 64.5% did not want to say what nation they belonged to, followed by the people of Starčevo of which 30.5% did not answer this question.

The survey results

LEISURE

Data show that the citizens of Pančevo have very little free time during working days, and 64.1% of them can spend up to 5 hours a day at their own will. On the other hand, during weekends 44.8% of respondents can afford 6 to 10 hours of free time. However, it should be noted that 14.7% of respondents have more than 10 hours of free time a day, and that on average each citizen has 5.67 hours for leisure activities during workdays. On the other hand, on weekends 28.5% of respondents have more than 10 hours of free time, and on average, each respondent has 8.36 hours of leisure available.

Members of the male population have less free time during the day than members of the female population. Also, members of the middle-aged generation have the least free time, while the oldest respondents have the most. Nevertheless, on weekends the youngest respondents have the most spare time, and that more than half of them can devote 6 to 10 hours to their own choice of action. The amount of free time does not depend on occupation, qualifications, marital status of the respondents. We can conclude that **most middle-aged men complain about the lack of free time, and throughout the week.**

Ways of spending free time are usually watching TV, socializing with friends and family and walking. Watching television as the first choice was named by a fifth of respondents, and less than a fifth designated it as the second choice. Men spend a little more time watching TV, but they engage in physical activity in free time more than women, surf internet and tend a garden, while women socialize with family, friends, and spend time reading a book or taking a walk. Also, spending time with television increases with the age of the respondents, while the time spent socializing with friends or on the Internet decreases with age. As expected, middle-aged people (30-49) spend most of the time with the family.

Generally speaking, 40% of respondents spend their free time at home, while almost a fifth of respondents spend their time at home, with friends or in public spaces. A quarter of the oldest respondents spend their free time at home, while every tenth respondent of the middle-aged generation and every 25th respondent of the younger generation does the same. **Ways for motivating people who spend time at home to visit some of the cultural events must be found.**

VISITING CULTURAL INSTITUTIONS

Culture is important to the citizens of Pančevo, therefore 70.7% consider it very important for modern society, whereas only 6% believe that culture is of little or no importance. Differences in the perception of culture exist only in sexual characteristics of respondents and 78% of women as well as 62.2% of males see culture as very important. However, there is question if the concept of culture is only declarative because it is not in accord with the habit of visiting cultural events.

A third of the citizens of Pančevo visit cultural events rarely, while about 7% of them can be considered as a regular audience. Citizens of Pančevo can most rarely be seen in theatres with plays being performed in the languages of national minorities (84.8 % have never been in a theatre of this type) and in the gallery *Elektrika* (82% of respondents had never visited the gallery *Elektrika*), and are most commonly seen in the Cultural Centre of Pančevo and then in the cinema, bookshops, the City Library and cultural events held in bars, restaurants, parks, shopping malls .

Based on the frequency of visiting cultural events, audience can be divided into three categories, *regular audience* which visits a cultural event at least once a month, *periodical audience* which attends a cultural event 2 to 3 times a year and/or rarely and *non-audience*, which can never be seen at a cultural event. **Unfortunately, non-audience is the most numerous and they comprise about 60% of the population, while the regular audience is the least numerous.**

TABLE - VISITING CULTURAL INSTITUTIONS

	Regular audience	Periodical audience	Non-audience	no response
Theatre	4%	51,5%	40%	4.5%
Theatre plays performed in the languages of national minorities	0,2%	8,9%	84.8%	6.1%
Cultural Centre of Pančevo and Pančevo Youth Centre	14,5%	51,8%	29.3%	4.4%
Art galleries and exhibitions	4,7%	37,2%	53.1%	5%
Contemporary art gallery	3,3%	30,4%	61.4%	5.1%
Cultural centres in settlements	4,3%	29,4%	60.2%	6.1%
Historical monuments	4,4%	40,7%	49.4%	5.5%
Army Centre	1,6%	38,7%	53.9%	5.8%
Private galleries	1,6%	19,2%	73.3%	5.9%
Historical archives	1%	15,7%	77.6%	5.7%
Gallery <i>Elektrika</i>	1%	8%	82%	7%
Library	16,9%	40,2%	37.8%	4.1%
Cinema	15,2%	47,6%	33%	4.2%
Bookshops	29,1%	35,7%	30.5%	4.7%
Cultural activities organized by religious organizations	2%	16,5%	74.8%	6.7%
Performances of ensembles of folk songs and dances	4,2%	33,9%	55.7%	6.2%
National Museum of Pančevo	2%	40,8%	51.4%	5.8%
Cultural activities organized at unconventional places	9,8%	40,7%	43.6%	5.9%
Cultural activities organized by NGO	1,7%	16,6%	75.1%	6.6%
Visits	4,8%	38,3%	50%	6.9%

Statistically significant differences in the number of visitors can be found in age categories - consequently, younger respondents are frequent visitors of the city's multipurpose centres, cultural programs held in unconventional places, visiting programs, cinemas, libraries. Thus it can be concluded that the visits to cultural events decrease in more mature years. The biggest difference between generations is reflected in the attendance of cinema shows and visits to the library. Namely, 15% of younger respondents and 55.7% of older ones never go to cinema, and 20.7 % of younger respondents and 53.4 % of older ones never go to library.

The typical visitor to cultural events in Pančevo is a female person of higher education, a member of the younger generation under 29 years of age, from an urban area, with the family budget above €800. The exceptions to this profile are theatre performances that usually middle-aged women go to, and cinema and archives which both men and women equally go to.

Events held in unconventional places, the ones organized by non-governmental organizations, and other usually free programs (in galleries, libraries or cafes, restaurants, streets and parks) are more accessible to those with lower incomes, and so they more frequent to these events than to the ones with entrance fees.

As for the settlements, the profile of a visitor to cultural centers indicates that it is a male person under 29 years of age, of secondary education with household income between €400 and €800.

Performances of ensembles of folk dances and songs are most frequently visited by middle-aged women of secondary education with family incomes of less than €800, who live in urban areas. Relation between residence and performances of folk ensembles is expected because this type of amateurism is much more prevalent in the cultural programs of institutions than in public cultural institutions.

The citizens of Pančevo like to visit festivals in the city and in settlements. In fact, more than two-thirds of the respondents, i.e. 67.6%, go to local events. The profile of a typical visitor cannot be outlined based on the answers of respondents. The only significant feature is that he/she is usually a representative of youth under 29 years of age. It should be noted that although the city of Pančevo has a long tradition of the organization of events which cherish the heritage of ethnic groups, 83.3 % of the citizens of Pančevo did not see any event of this type in the last three years.

Generally speaking, citizens of Pančevo do not spend their free time on Belgrade’s cultural events a lot - only 3.3% have been regular visitors to Belgrade’s events, and 76.7 % can be classified as non-audience. And if they decide to visit a cultural event, citizens of Pančevo would rather do it in their own city. Belgrade’s program will be visited by those who spend their working hours in Belgrade, i.e. young people of higher education or students, who often visit theatres, bookshops, libraries, and/or events that take place in one of the squares, parks and cafes.

The motivation of citizens to visit some cultural event can indicate to the participants and the organizers of the program which direction to profile their content in. However, many citizens emphasized that the most important thing to them is an event of interest and quality, to which institutions themselves cannot provide a uniform response. Another important item is the cost of a program, which is sometimes also not a matter of the decision of the organizer but it depends on material costs. Nonetheless, place and time of the event are items which institutions can have adequate access to. It is therefore of great importance to study the needs and habits of the audience, and if it is possible to satisfy them concerning these issues. Although there are no statistically significant differences, it is noticeable that selecting the order of important criteria for going to a cultural event is associated with the age of respondents. More than half of younger respondents conditions visiting a cultural event mainly by the event subject, while also a little more than a third of the oldest group of respondents does the same. Although not being significant, this difference is visible in the family household incomes of respondents, according to which the increase in the purchasing power of citizens causes the decline in interest in the amount of the price events, and a rise in purchasing power increases the conditioning by the subject of the event which should be visited.

Motives for visiting cultural events			
Interesting subject	22%	Participants’ popularity	7.4%
Venue of the event	9.6%	Price	17.1%
Importance of the event	6.3%	Quality of the event	14%
Promotion in media	3.4%	Setting	5.1%
Inventiveness	5.7%	Possibility of booking	2%
Time of the event	7.3%		

Taking all the responses into account, it is concluded that the subject of the event represents the motive of the citizens of Pančevo for visiting cultural events. However, the most common responses in all three choices of the order of importance are cost of events and the overall quality of the event, which, however, are not of crucial importance.

INFORMATION AS A TOOL TO INCREASE TRAFFIC

The way in which information is provided to people concerning cultural events is often a crucial factor for a visit to a particular program. People often point out that they did not know that certain events took place in their city, and they specify that the lack of information is a reason of not visiting. Therefore, it is very important to observe what media people follow mostly. Regarding an event in Pančevo, citizens are usually informed via television and friends and newspapers. And these are the very media through which institutions could stimulate citizens who seldom or never go to cultural events. The combination of the Internet, which according to the number of responses is the fourth way in the table, and friendly relations in getting information represents a free and effective way of informing people - social networks. Concerning this, it should be noted that most institutions and other organizers of events in Pančevo recognized the importance of this model and opened their accounts on the social network Facebook (City Library, Cultural Centre, Youth Centre, National Museum, and all the cultural centres settlements). Also, it is very important that institutions develop interactive websites, through forums, mailing lists, event evaluation, stating wish lists and alike, because this are the cheapest ways of insight into the tastes and needs of the audience.

According to the type of program, television is an inevitable source of information for all events except for the cinema. Internet is mostly used for getting information about music events, and most people rely on the recommendations of friends when it comes to choosing books (either in libraries or in bookshops), but they also rely on the recommendations they hear on television very much.

As for socio-demographic differences in the way of acquiring information, they are most evident when using the internet as a source of information. In fact, the youngest respondents get informed via Internet eight times more than the oldest respondents. Furthermore, citizens of 50 years of age or more use print media as a source of information two times more than the youngest respondents.

The difference in the way of getting information is visible in the way of acquiring information about cultural events by the regular, frequent and non-public. Namely, results showed that

people who visit cultural events in Pančevo at least once a month are usually informed through the Internet (up to twice as often as the non-public), and then they find out about the latest events in Pančevo on the television and/or through friends. On the other hand, people who never attend cultural events in Pančevo primarily use television as a source of information about cultural events in the city (two times more than the regular audience) and newspapers, and/or possibly friends. From the above mentioned data, the question comes about how often Pančevo's local media advertise and report on upcoming cultural events in and around Pančevo, because some people remarked in the study that it is necessary to announce events in the local media, and not just to report on the event.

Promotion of cultural events should not aim just the citizens of the area in which a program is held, but it is also important to attract "indifferent" people. It is confirmed by the responses of surveyed citizens of Pančevo, too. Actually, half of the citizens of Pančevo believe that the level of awareness of citizens of Pančevo of the cultural offer in their city is at medium level. That level is low in the province of Vojvodina and in the whole country according to nearly a third of respondents, while over 40% of the citizens Pančevo believe that the foreign countries do not get information about the cultural offer of Pančevo.

The price of tickets affects the frequency of visiting cultural events. As a matter of fact, numerous studies have shown that the bad financial situation is often the reason of not visiting cultural programmes. According to the research on *Cultural policy as a tool for unity and regional development*, only a quarter of the citizens estimates ticket prices as cheap and the same number states that the tickets for cultural events in Pančevo are expensive or very expensive. The greatest number of people believes that prices are medium, which probably means that, in their opinion, they are expensive for some events, and cheap for some other events. Ticket price rating depends on the education level and family income of the respondents. Consequently, one third of people with (un) finished primary school considers the tickets to be expensive, and it makes little more than a fifth of citizens with higher education. Moreover, about 40% of the population (or 38.2%) with a low monthly income (under €200) and 20.8% of those who earn more than €800 per month believe that the tickets for cultural events are (very) expensive.

The attitude towards ticket prices depends on the subject of an event. The citizens of Pančevo deem the price of tickets for theatre performances, concerts and visiting programs to be (very) expensive, whereas they consider ticket prices of folk ensembles' performances and the library membership fee to be the

cheapest. Almost half of respondents believe that ticket prices for theatre performances are (very) expensive, and more than half of them estimate the library membership fee as (very) cheap. An interesting fact is that less than a fifth of respondents (i.e. 18.1%) believe that the tickets for the exhibitions are (very) expensive, although it is known that there is commonly no admission fee for exhibitions in Serbia, which correlates with low attendance at exhibitions which are visited by only 4.7% of respondents at least once a month.

Comparisons of the attitude towards ticket prices and the demographic characteristics of respondents show **that the tickets for cultural events are mostly expensive for the oldest ones, that the number of those who think that tickets are expensive is three times higher in settlements than in the urban area, and that they are expensive to the locals of higher education to a smaller extent.**

The potential of the cultural scene of Pančevo to meet the needs of its citizens is proved by the following fact: when

people of Pančevo state the most significant event that they visited in the past year, 82% of them mention an event in Pančevo , while those who specify events outside their city or country are very rare. People of all age groups most often list the Pančevo Carnival as the most visited cultural event. However , members of the youngest and middle-aged generation of citizens surveyed remember concerts of 2012, while those aged 50 or more recall events that were held in some of the settlements around Pančevo . According to the respondents’ answers , a typical visitor to the Carnival is a resident of the urban area, between 30 and 49 years of age, more frequently a woman of secondary education with a household income higher than €400. It can be said that a typical visitor to the jazz festival is also a middle-aged woman of higher education but with higher family incomes, over € 800. On the other hand, a typical representative of the events’ audience in the urban areas is a male of secondary education from rural areas, older than 49 years of age who have incomes up to €400.

The most important events visited by citizens during the last year			
Carnival	42.2%	Cultural event around Pančevo	12.9%
Concert	10.3%	Folk ensemble performance	2.3%
Theatre performance	3.5%	Book promotion	1.4%
Cinema show	1.2%	Jazz festival in Pančevo	3.5%
Cultural event in Belgrade	4.3%	Night of museums	3.4%
Cultural event in Novi Sad	0.9%	Ethno festival	0.1%
Cultural event in some other city in Serbia	1.5%	Exhibition	0.6%
Cultural event abroad	0.5%	I have not visited any cultural event	11.2%

SATISFACTION WITH THE CULTURAL PROGRAMME

The largest number, i.e. a third of the citizens of Pančevo is satisfied with the cultural programme in their city. More than a quarter is pleased, while 1.7% is rather satisfied with the programme which is on the cultural map of Pančevo. Only 10% of the citizens of Pančevo expressed dissatisfaction with the offer. This result suggests that **although cultural programme in Pančevo is not bad, people feel that there is room for improvement.**

It is vital that a quarter of people do not have any opinion about the cultural programme, so one might ask the question whether their needs are being met or if it is a result of their lack of interest in cultural events and they need to be stimulated. More

than half of the respondents “without any opinion” were older than 49 years of age, i.e. they were the oldest group.

A similar situation occurs when citizens are asked to compare cultural programme in 2013 with the offer of 2012. Most citizens indicate that it is not dynamic, it has remained the same (42.9% of those who answered, and half of the regular visitors think so). Only 12.4% believe that it has improved, whereas **there is a worrying fact that more than a third of people could not compare the cultural programme in Pančevo of 2012 and 2013.** This correlates with the high percentage of non-audience, but it also expresses the need for greater stimulation and innovation in cultural facilities which must be done according to the type of audience. It is interesting to notice that 6.1% of

interviewees stated that the reason for improvement was opening the *Hall of Apollo* which took place at the time of the survey.

When explaining their (dis)satisfaction with cultural events, **citizens stated lack of diversity and inadequate schedule of cultural events during the year as most serious of lack the cultural offer in Pančevo.**

When it comes to programmes that can improve the cultural offer, only 3.6% of respondents believe that the cultural offer does not lack any cultural subject, while the majority of citizens want more musical and theatre events. A similar situation arises when it comes to festivals. Although a significantly higher percentage of those who are satisfied with the offer of festivals (more than two-thirds expressed satisfaction with festival programmes) in relation to everyday events, almost half of the respondents think that the city should have a music festival (43.3%). A film festival is at the second place (14.9%), followed by festivals that are dedicated to the youngest population (10.1%).

Articulation of the programme, that is the festival, does not depend on socio-demographic characteristics of respondents. Only the gender differences are significant in children's programme and children's festivals. Namely, women express the need for this type of cultural programmes three to four times more than men - 15.3% of women compared to 4.3% of men in the case of festivals, and 18.1% of women compared to 6% of men when it comes to regular cultural events .

The citizens of Pančevo see room for improvement in the cultural programme mostly in the field of advancing diverse programmes, and then in the field of access to programmes. Analyzing the most frequent responses of interviewees, it can be concluded that the diversity and availability of the responses largely overlapped and that the **apparent lacks of Pančevo's cultural offer are programmes designed for the oldest and residents of higher education from urban areas, i.e. intellectual residents of settlements.** In this regard, cultural institutions could work on enriching their cultural programme .

Members of the youth of higher education most commonly think that the events are not usually innovative enough in the urban area of Pančevo, and thus understanding the needs of young people can be one of the tasks of the cultural institutions.

Increasing the frequency content as a means of enhancing the cultural life is most frequently mentioned by the middle-aged city residents of higher education.

Judging from the above mentioned, cultural institutions should introduce a custom of researching the needs of specific types

of audience that could improve both cultural programme and satisfaction of citizens. It is important to mention that only 5.1% of people did not answer the question about improving cultural life, which only increases the significance of the results .

Improving the cultural life could be seen through the sphere of its increasing presence in all areas of social life. In this sense, the culture could be also perceived during shopping, walking and recreation, dinner at a restaurant, over a cup of coffee with friends in cafes ... The majority of citizens assume that the cultural events should first expand to parks, and that they are already present enough (or they are out of place) in bars and restaurants. According to the number of answers, the second most important areas of expanding of the cultural scene are the facilities of cultural and industrial heritage. A large number of people want culture to be present in the streets to a large extent. These desires of the citizens could be a guide for cultural institutions to exhibit their programme in open urban spaces to a greater extent, or at least make them a place of marketing, animation and attracting visitors.

Therefore, based on the results, it can be concluded that the culture would have audience in all alternative places. However, you should first occupy open spaces - parks, squares, streets, but also buildings of industrial heritage that can be revitalized and rearranged for the cultural events.

TASTES OF THE CITIZENS OF PANČEVO

Musical taste: The citizens of Pančevo like to listen to pop music the most (which comprises about a third of all responses), then folk and traditional music, and rock music in the third place. It is interesting that classical music is in the fourth position. The choice of music genre is mostly affected by age, and the trend of decline in popularity with the increasing age of the respondents is clear in pop and rock music, while as far as the traditional and folk music are concerned, the situation is reversed.

Also, the differences are visible in relation to the level of education . With the increase in the level of education, preference to pop, rock, jazz and classical music increases too, and preference to folk and traditional music declines because they most common with the low-educated people. And when it comes to gender, women prefer pop music more than men (35.1% of women compared to 21.6% of men), while men are more likely fans of rock music (22.5% of men to 11.6% of women). Also, females listen to classical music more often (5.8% of women compared to 3% of men), while males love to listen to electronic

music more often than females (4.5% of men to 1.6% of women). Moreover, differences were observed according to residence, and so the inhabitants of the urban area of Pančevo declare pop and rock music as their favorite kind of music more often than residents of settlements. On the other hand, residents of settlements commonly specify folk music as the most preferable. The differences are noticeable with classical and evergreen music which is listened to by the urban population more. Although, generally speaking, citizens of Pančevo love music, 86.8% of respondents have not bought any music album in the past year.

Dance: Regarding dance, a quarter of citizens do not have any affinity for this artistic expression. Citizens of Pančevo are mostly inclined to Latin rhythms, then folklore, and waltz. The differences are mostly noticeable with the age of respondents, and the young people of Pančevo express interest towards dance than significantly less older respondents. Accordingly, 13.6% of young people show affection for folk dances, unlike 41.4% of the oldest respondents, and more than half of young people express affection for Latin dances - 54.4% as opposed to 34.3% of the oldest respondents. Also, regarding gender differences, women are somewhat more inclined to Latin rhythms, while men are more inclined to folklore, and the most obvious difference is with ballet which women enjoy significantly more (7.7% of women against 2% of men). It is obvious that the affection for folklore is the most explicit with the people of lowest education, and then it decreases with the increase in the educational level. The situation is reversed with Latin rhythms and waltz. When it comes to the residence, citizens of settlements are mostly inclined to folk dances, while the residents of the urban part of Pančevo are mostly part inclined to Latin rhythms. Also, ballet and waltz are more popular with the urban population.

Theatrical taste: In regard to the theatrical taste, citizens of Pančevo prefer classical theatre which was chosen by 44.3% of respondents, then entertainment with 40.3% of responses, while least of them are inclined to the experimental theatre with 4.3% of responses. It can be said that people of Pančevo like to follow theatrical performances as spectators, but they do not get involved in theatre as an interactive audience, which is often required by the experimental theatre. Respecting genre, the citizens of Pančevo prefer comedies and dramas, but they like musicals the least. The choice of a theatrical genre does not depend on socio-demographic characteristics of respondents. However, it seems that the affection for theatre of the citizens of Pančevo is more declarative because 42% of the population never go to see the performance, or 53.8 % go to the theatre very rarely and occasionally (2 to 3 times a year), while only 4.2% of the citizens of Pančevo can be considered a regular audience that often goes to theatre, or at least once a month.

Exhibitions: When it comes to exhibitions, one could say that Pančevo are not big fans of this cultural content. Actually, despite the fact that more than half of the citizens of Pančevo never go to exhibitions, and about a quarter does that very seldom (once a year and less), 30.7% of respondents did not give any answer to the question about what kind of show they prefer. According to those who answered, citizens of Pančevo prefer art and photo exhibitions.

Socio -demographic characteristics do not affect much the choice of preferred shows much. However, it is striking that the youngest interviewees like photo exhibitions more than the others, and the popularity of art exhibitions increases with the age of respondents. Additionally, preference of art and museum exhibitions increases with the level of education, and those with the lowest education are most numerous regarding the fans of applied arts exhibitions. In accordance with these data, people of Pančevo buy works of art in a very small amount, and they most often buy pictures. 31.6% of respondents buy an art object during the year, 73.8 % opt for pictures, 10.8% for sculptures, 5.7% for handicrafts and 3.5 % for graphics.

Literary tastes: When it comes to the literary genre, the citizens of Pančevo prefer to read classics, then love, and historical novels. The least popular ones are comic books, religious and erotic novels, as well as war, political, and horror books. Less than 1% of respondents specify all these genres as favourites. The choice of literary genre is significantly affected by the gender of respondents. Men and women like classic novels in almost the same percentage. But men, compared to women, choose action novels, epic and science fiction, thrillers and historical novels as their favorite to a greater extent than women. On the other hand, women are much more oriented towards romantic and psychological novels. **It can be concluded that the citizens of Pančevo of lower education and those from settlements prefer “light “ reading (comedies, romance novels) , while those of higher levels of education from the urban part of Pančevo, opt more demanding books (psychological, historical, scientific and biographical).** However, love for classic books is almost equally expressed in all three educational groups, in both genders, and irrespective of the residence. Concerning classic novels, the only noticeable difference was identified between the age groups, which are much more inclined towards the older inhabitants of Pančevo in relation to children.

The citizens of Pančevo buy books considerably more than art objects - 56.9% of Pančevo buy at least one book per year, while about 52% of interviewees buy more than one book a year. Non-buyers of books are the most common in the category of those with the lowest income, i.e. up to €200. Number of non- buyers decreases with the increase in family income. Also, respondents

who report low family incomes usually buy fewer books during the year compared to those with higher incomes. Respondents who report income higher than €800 are the most numerous in the category of customers who buy at least one book per month. Among basic socio-demographic characteristics, the educational level of the respondents has the greatest influence and the gender of respondents has the smallest influence on the purchase of books. Namely, the interviewed people with completed four years of primary school do not buy books. Number of customers then increases with the educational level of respondents. Hence, two-thirds of respondents with primary education do not buy books, while a fifth of the people who finished college or university do. When it comes to the age, it is evident that the youngest citizens of Pančevo buy most books and that the number of books bought decreases with the age of respondents. In terms of residence, residents of urban areas buy more books a year than the residents of settlements. Finally, when the gender is taken into account, women are more numerous and frequent buyers of books. **A typical regular buyer of books who buys one book a month is a young woman of higher education from urban areas, with a family income of more than €800.**

Movie taste: The largest number of respondents chooses comedies as their favourite movie genre, and then action movies, thrillers and dramas. Musicals, children, erotic and political movies have least fans. It is interesting that 1.3% of the population state that domestic films are their favourite ones not differentiating them to genres. Among the socio-demographic characteristics of respondents, the choice of favorite genre is mostly influenced by gender, where women select romantic movies as their most preferred genres 15 times, then dramas five times and comedies twice more than men.

On the other hand, men like action about 3 times more than women. The situation is similar with horrors, thrillers, historical movies and science fiction. **Therefore, as expected, women are bigger fans of romantic movies and entertainment, on the one hand, and serious life stories, on the other hand. Men are closer to faster, scary movies, and those that are full of elements of fantasy.** After the gender, the age of respondents has a great impact too, because the popularity of action movies increases with the age of respondents and it is the favourite genre of people over the age of 49. On the other hand, comedies are most common responses relating the favourite movie genre with younger and middle-aged respondents. Education and residence do not significantly affect the choice of a favourite movie genre.

Although very fond of movies, more than 90% of the citizens of Pančevo do not buy even one per year.

DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURISM

The identity of the city mainly consists of cultural facilities and authenticity, whether they are material or non-material elements such as events, music, dance etc. The largest number of the citizens of Pančevo who answered the question what the biggest attractions of the city is, see the National Garden as the greatest symbol of authenticity, and then the National Museum, that is the building of the former Magistrate, built in 1833. In the third place are the old city centre, or Gymnasium Square, and City Park, which also date back to the period between the eighteenth and the nineteenth century. **Therefore, it can be concluded that material elements in the centre of Pančevo are something that makes it authentic and emphasis should be put to it in the development of cultural tourism. The Carnival is the exception to this as the unique element of non-material culture. Given that it is very popular among the citizens of Pančevo, the Carnival should be the setting for cooperation of all cultural institutions in order to develop tourism and cultural education of the audience.**

Two-thirds of the citizens of Pančevo think that cultural tourism should be developed in Pančevo, and high quality of touristic services, the quality of cultural events and then the promotion of the city as a cultural destination are of great importance for that field according to 90% of respondents.

Development of the cultural tourism potentials	High level	Medium level	Low level	Not at all
Reconstruction of buildings	76,5%	20,9%	1,9%	0,6%
Touristic informative centres	71,5%	24,9%	2,6%	1%
Brochures for the presentation of cultural potentials	66,8%	27,6%	4,9%	0,7%
High quality of touristic services	88,2%	10%	1,3%	0,5%
High quality of cultural events	86,5%	13%	0,3%	0,2%
Promotion of the city as a cultural destination	83,8%	14,1%	2%	0,2%

These responses suggest that the citizens of Pančevo believe that their city should evolve towards the brand of a festival city. Besides the fact that most citizens lack the music, and then the movie festival, and a complex event that combines a variety of topics (such as the Carnival), we can say that the establishing and consolidation of these festivals are perceived as the direction of development in the field of cultural tourism.

Citizens can also be promoters of the city as a cultural destination by taking their guests who live in other cities of Serbia or abroad on a tour of the city and showing them the touristic offer and the beauty of Pančevo. When asked where they took their guests on a tour, 85.8 % of the respondents responded; slightly less than a quarter shows the National Garden to their guests, whereas 17.4% specify the Tamiš quay as the favourite destination. Among the cultural - historical parts of the city, 12.3% of the citizens of Pančevo shows their guests the Old city centre/Gymnasium Square/the Park with many buildings from the nineteenth century, cultural institutions where many scenes of domestic and

foreign movies were shot. Among the commercial places, 14.7% of respondents take their guests to restaurants and cafes (*The Šaran [The carp]*, *The Lipa [The Linden]* , *The Vetrenjača [The Windmill]*, *The Hedonist*, *The Kruna i Kaktus [The Crown and The Cactus]*, *The Bianco...*).

Although the citizens indicate a desire for branding Pančevo as a festival city according to their responses, it should be emphasized that they do not experience the programs of cultural institutions as a landmark which they present to their guests. Only 1.6% of respondents stated that a cultural event could be a chosen programme for guests. This means that citizens are primarily promoters of the visual elements of culture and nature which could be shown during a walk or a trip and here the city centre is a key motive again.

THE ANALYSIS OF THE INTERVIEWS DONE WITH THE REPRESENTATIVES OF THE CULTURAL INSTITUTIONS AND CITIZEN ASSOCIATIONS

The second part of the research within the Project Cultural politics as a tool for a fellowship and a regional development, consisted of interviewing cultural institutions within the city of Pančevo and citizen associations (non-governmental organizations and Cultural Artistic Associations) which represent important factors for development and promotion of culture in Pančevo.

THE INTERVIEWING PROCESS

In Pančevo, there were 15 cultural institutions in total and 49 citizen associations and organizations which were active during 2012. and 2013. and whose one of the main activities was culture in general.

Interviewing for the research within the Project cultural politics for fellowship and regional development was conducted with the representatives of all cultural institutions in Pančevo, 15 in total, with the representatives of 18 citizen associations and with 5 representatives of the cultural artistic associations, and it can be said that 38 representatives of the cultural workers in Pančevo were interviewed altogether.

THE SAMPLE

According to the Local government of Pančevo data, there are 179 employees, among them over 60% female and 46% with higher education and university degrees in cultural institutions in the city of Pančevo. According to the Center for Study in Cultural Development data, in the cultural institutions in Pančevo in 2009. there were 188 employees, and, at that time there also were more female employees, -61,7%. In comparison to 2009. the number of employees with elementary school education and high school education has been reduced and the number of the employees with the university degrees has been increased. Among the executives/managers of the cultural institutions in Pančevo, 1/3 are female. When concerning the age of life, 80% of executives/managers are middle aged, meaning 30-49 years old.

The Center for Study in Cultural Development has conducted interviews with presidents and vicepresidents of citizen associations, and among them 60% are male and over a half are middle aged, 30-49 years old.

THE RESULTS OF THE RESEARCH

The results of the research have shown that in the cultural institutions in Pančevo the biggest problems are technical and financial resources, followed by inadequate facilities in which the programs have been held. Professional qualifications of the employees are also a problem.

The executives of the cultural centers in villages as the biggest problem see *inadequate facilities for holding programmes*, followed by *the lack of finance, insufficient technical equipment* and *poor staff professionalism*.

The citizen associations claim that *insufficient fundings* is the biggest problem. In the second place is the *poor technical equipment*, and in the third place is *lack of understanding*

with the local government. And for the representatives of the Cultural Artistic Associations the facilities for *preparing and holding programmes* are the great problem .

The financial problem should be solved by *securing means from different funds, that is applying for European and national projects.* The human resources problem could be solved by *employing highly educated personnel*, but legal issues prevent it, and through *collective agreements and/or work regulations, motivation and penalties through the salaries of full-time employees.* Also, a *stronger support of the local government* is one of the solutions for the citizen associations.

As the representatives see it, the solution to the problem of Cultural Artistic Associations work lies in constant meetings in organizing monitoring teams for the Cultural Artistic Associations work, and in appointing a person, by the local government, who will be in charge of cultural amateurism (non professionals).

Almost all cultural institutions have a strategy as a guide in further activities. *Providing and reconstruction of working facilities, nourishing the audience, improving programmes and securing additional financial funds,* are stated as the main goals, whereas the citizen associations state *increasing the membership number and preservation of cultural heritage* as their goals.

THE FACTORS AFFECTING THE DECISION-MAKING IN CULTURAL OFFERINGS

The cultural institutions in Pančevo have no unique answer to the question about the factors affecting the cultural offering. It is evident that the *support of the government administration, the audience, cooperation with various cultural workers, the quality of human resources and managerial team* are often mentioned by the executives. Anyway, no factor representing the basis for all cultural institutions can be singled out as the most important. It is also necessary to mention that only the Youth Center states the *Strategy of the Cultural Development of Pančevo 2010-2015* as, one of the main decision-making factors regarding the cultural offering, in which, among other things, holding to the principles of the document is demanded.

According to the importance, cultural centers in the rural part of Pančevo, place in the first i.e. second place the *cooperation with different cultural workers*, then the *quality of their own human resources* and *the audience*, whereas in the second and the third place they *put their own funds*.

Cooperation with various cultural workers and *the quality of their own human resources* are the most important factors affecting decision-making in the cultural offering according to

the citizen association in Pančevo. Citizen associations also state *the management of the local government, cooperation with the local government, and support of the provincial and state administration* as one of the factors.

THE EMPLOYEE TREATMENT AND THE PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF EMPLOYEES

All cultural institution executives in the city of Pančevo apply a democratic approach when managing their employees, whereas among (vice) presidents of the citizen associations there are those who treat their members liberally.

The executives of the institutions in the city of Pančevo and the representatives of the citizen associations are highly interested in the personal development of the employees in the cultural institutions, while the presidents of the cultural centres in villages are interested to a lesser extent. As the reason for that, it is stated that a personal development gives knowledge which leads to a better, higher quality, more efficient and easier work of the organization in the long-term period. Because of that, large number of employees in the cultural centers and citizen association members have already attended many lectures and courses which are mainly free of charge

The largest number of the cultural institutions executives and citizen association presidents are interested in attending courses to improve their managing skills. Therefore, the executives of the cultural institutions in the city of Pančevo are mainly interested in attending courses in *project management, organizational management and strategic planning*, while the directors in villages find the courses in *motivational techniques, crisis management and negotiation techniques* more interesting, and the presidents of the citizens associations add the courses in *communication skills* to the list.

THE AUDIENCE

One third of the cultural institution executives consider that they know their audience well, and a third of them consider that they know it moderately, while 75% of the citizen association representatives consider that they know their audience very well.

To what extent the audience is...	Institutions of the city	Cultural centres in villages	Citizen associations
...dedicated	moderately	moderately	very
...well informed	very	moderately	(highly) very
....interested in new things	moderately	moderately	(highly) very
...know to appreciate cultural event and its values	very	moderately	(highly) very and moderately
....satisfied with the cultural offerings of the instituion	very	very	very
....satisfied with the ambiance and atmosphere	very / moderately	very / moderately	very / moderately
....satisfied with the additional services	very / a little	very / a little	moderately

Cultural institution executives get their information of the dynamics of the audience expectation through direct conversations or social networks, while citizen associations presidents also consult their members too. Five cultural institutions and 9 citizen associations have their target group.

However, when all the data is summarized, it can be said that the target group of all cultural institutions and citizen associations should be children and the young which will create new generations of the cultural consumers.

Name of the institution/ association	Target audience
Youth Center	Young between the ages of 15-30
Cultural Center Pančevo	Older and middle aged population, , enlightened civil provenance
City Library	High school students
Culture Center Jabuka	People with special needs ISCMDP „Srce u Jabuci“
Culture Center Dolovo	Elementary school students in Dolovo
Writers Association	Young and highly educated
Lighthouse	Art lovers
Elektrika	Intermediate and highly educated, Artists, Art theorists, Young, People with special needs
Refraction team	Young Public facility users
Music Center	Children
M Gallery Caffè	Young
CAA Stanko Paunović	Tradition lovers
MCAA Tamaši Aroi	Children
Dolovke	Villagers

Activities of the cultural institutions within the city of Pančevo respond to a great extent to the expectations of the audience. Actually, the only institution who cannot operate entirely within the audience expectations is the Institute for the Protection of Cultural Monuments. It rarely has an audience and its users are mainly owners of the cultural properties because the main activity of this institution is protection of the cultural properties. Institutions in villages have different opinions on corresponding to

the audience expectations Therefore cultural centers in Banatski Brestovac, Ivanovo and Dolovo place the activities on a moderate level when concerning audience expectations, mainly because of the lack of proper working facilities and because of the audience expectations who, according to the director of Culture Center in Dolovo, wants only folklore programmes. Also, the largest number of the citizen association representatives think that the activities of the associations match to a great extent the expectations

of the audience, which is confirmed by the enlarged number of visitors.

Cultural institutions within the city of Pančevo inform the citizens about the cultural programmes mainly through the *local media* (TV Pančevo, radio Pančevo, weekly Pančevac) and through *posters and flyers*, while in lesser extent they use internet or social networks and e-mails. Actually, *social networks*, as the primary source of informing the audience, is only used by Youth Center. That is not surprising because the target group of this institution is the young who most often use social networks. **Cultural centres in villages** usually inform their citizens of the cultural centres through *posters and social networks*, while the local media are less used. Also, these institutions often inform their public *through invitations, by the phone and text messages*. **Citizen associations** inform their audience about the events they organize usually through *local media* and *social networks* and less by posters.

Citizen associations have educated their audience more often than cultural institutions. In speaking with the representatives of both, cultural institutions and citizen associations, it has been concluded that urgent education of the audience i.e. citizens, is needed, if the city of Pančevo wants to remain present on the cultural map of Serbia. In fact, **the solution to the problem of the lack of audience lies in schools, and therefore the audience should be educated through schools. Regular audience of the cultural events in Pančevo should be created for times to come.**

Tickets for the cultural events in Pančevo are rated on a scale from high (expensive) to very low (very cheap), while the events in several cultural institutions are free of charge. The tickets for the Cultural Center, The Historical Archive and the events organized by PanArt, are high, whereas the tickets for the other cultural institutions and citizen associations are moderate to low.

Discounts for the special categories of citizens include pupils, students, group visits, retired people and poor and large families.

CULTURAL OFFERINGS IN THE LOCAL COMMUNITY

The executives/managers of the largest number of cultural institutions within the city of Pančevo think that the cultural offerings in the local community is good, satisfying, and that there are various cultural events. Still, everyone agrees that finances are a big problem, and cultural offering is good when considering the financial situation and investments in culture. **Directors of cultural centres** think that the cultural offering is good in the villages as well in the urban part of Pančevo, The cultural institutions representatives within the city of Pančevo

think that cultural offering in villages is on a low level because they lack adequate facilities for organizing programmes, in other words there are non-functional, over-sized auditoriums. Representatives of the **citizen associations** also think that the **cultural offering is within the range of satisfying to good**, because of the large competition. Also, apart from a large number of quality programmes, there are too many poor quality, commercial events, which “destroy” culture.

The largest number of cultural institutions and citizen associations representatives think that the **Carnival of Pančevo is not a cultural event, and qualify it as (only) tourist event**, not promoting cultural values. Hence, they agree that the funds for financing this event should not be provided from the budget of culture of the city of Pančevo. The executive of the Youth Centre does not agree and thinks that cultural institutions should use the large audience Carnival attracts, and participate in the organization and the programme of this event.

COOPERATION AND THE SUPPORT OF THE LOCAL COMMUNITY, PROVINCE AND THE STATE

One third of the cultural institutions and little less than a third of the citizen associations initiated steps to raise independence, by applying for the national and European funds, renting their facilities, asking help from the local economy.

Most of the city cultural institution executives think that the local administration is greatly interested in cultural institution projects they manage. The representatives of the cultural centres in villages and citizen associations think that the local administration is moderately interested in their projects which results in insufficient financing. That is the reason why directors of the cultural centres think that cultural institutions in the city are favored by the local administration.

The executives/managers of the cultural institutions in the city have different views in regarding measures which local, provincial and state administration should take in supporting the activities of these institutions. Anyway, three main measures are: *support of accessing European funds, obtaining modern equipment, and (long-term period) financing projects and programmes*. Also, *cultural institutions of the city are asking for changes in the state administration as well*. They think that *defining National Strategy and Law on Culture (Cultural Center), and improving the existing Law on Culture* is greatly needed. Cultural center representatives in villages position the supporting measures differently. As the *first choice of the institution, they name projects and programmes financing. As the second choice they name the support for accessing European funds and obtaining modern equipment*. Citizen association representatives place

projects and programmes financing on the first and *long-term financing and support of accesing the European funds* on the second place. Citizen associations consider it less necessary that those administrations provide funds for *development of cultural workers and obtaining modern equipment*.

The financial support of the culture in Serbia should be provided by all governing bodies, on the local level, as well as, on the province and state level, while the citizen association representatives think that the support could be obtained through sponsors-donations.

Cultural institutions and the citizen associations have (very) good cooperation with the City Government of Pančevo, The cooperation with the Province Secretary of Culture and the Ministry of Culture and Information of the Republic of Serbia is much weaker. It is rated from moderate to very weak, as it is mostly rated by the representatives of cultural centres in villages and citizen association representatives.

THE RELATIONSHIP WITH THE OTHER CULTURAL INSTITUTIONS AND INSTITUTIONS WHICH CONTRIBUTE TO CULTURAL DEVELOPMENT

Little over a quarter of cultural institutions and only one citizen association have cooperation and a two-way support with the ethnic minority theater (Hungarian and Slovak).

Cooperation and a two-way support with the National Museum in Pančevo have over 70% of cultural institutions and over two-thirds of citizen associations.

Almost half of cultural institutions and one-third of citizen associations cooperate with galleries in Pančevo and have a two-way support with them, whereas the National Museum and galleries are rivals.

All cultural institutions cooperate and have a two-way relationship with libraries in Pančevo (the City Library and libraries in villages), while half of the citizen associations have such relationship.

Almost two-thirds of cultural institutions and over a half of citizen associations cooperate and have a two-way support with the Youth Center. According to the citizen association representative, the cooperation has improved by the opening of the „Apolo club“ where many associations have had their performances from the very beginning.

80% of the cultural institutions have an excellent cooperation and a two-way support with cultural centers in villages. Also, almost

all cultural centres have such cooperation among themselves as well as almost all citizen associations.

Almost 80% of the institutions and a half of the citizen associations cooperate with the Cultural Centre of Pančevo. On the other hand, the National Museum considers the Cultural Center of Pančevo a rival, and certain citizen associations express conflicts with this institution.

40% of the cultural institutions and 40% of citizen associations rate their cooperation with the civil sector (NGO) as excellent and point out a two-way support among them.

A good cooperation and a two-way support with the universities in Pančevo are stated by the half of the cultural institutions and the third of the citizen associations.

Almost all cultural institutions (93,3%) rate their cooperation with schools as excellent and state that there is a two-way cooperation between these institutions. The only institution which does not cooperate with schools is the Institute for the Protection of Cultural Monuments. Also, three quarters of the citizen associations cooperate with schools too. However, if the solution to the problem of the lack/inexistence of the audience lies in cooperation with schools, the procedure of networking schools, institutions and culture-related citizen associations should be introduced, in order to improve school classes.

The cooperation with the Historical Archive is stated by almost two thirds of the cultural institutions in Pančevo and a half of citizen associations, mainly those dealing with exhibits and publishing.

A little over a half of the cultural institutions and citizen associations cooperate with creative industry companies of Pančevo. The term **creative industry company** refers to the publishers, audio studios, designer studios... with which every cultural institution could establish cooperation to a mutual benefit.

The cooperation with cafes, malls and other unconventional places have 40% of the cultural institutions and a little over 40% of citizen associations. During the research of cultural needs and habits of the citizens of Pančevo it has been concluded that 10% of the citizens of Pančevo visit cultural events in unconventional places regularly. Thus this information should affect cultural institutions and citizen associations which will have their events in the places like these and, in that way, promote their organization and work.

A third of the citizen associations and only one cultural institution - Cultural Center in Ivanovo have cooperation with hospitals, orphanages and nursery homes. It should be mentioned that the cooperation with orphanages should be equal as the one with schools, while the programmes of cultural institutions and

citizen associations should be coordinated with needs of the users, regarding cooperation with hospitals and nursery homes and maybe include orphanage and nursery homes beneficiaries in the work of associations and institutions.

With the ethnic communities cooperate over 70% of the cultural institutions and a half of citizen associations. That is not surprising, because according to the Bureau of Statistics data, there are 23 ethnic communities in the city of Pančevo.

With the Institute for the Protection of Cultural Monuments cooperate over a half of cultural institutions and over 40% of citizen associations, although the Institute for the Protection of Cultural Monuments stated that there is no cooperation with many institutions and associations.

With the Music School „Jovan Bandur“ cooperate 60% of the cultural institutions and one citizen association - CAA Stanko Paunović. The Music School „Jovan Bandur“ has a long history in Pančevo and represents an educational institution as well as a cultural institution. According to that, all cultural and educational citizen institutions should establish a relationship with this school, which has employees working with both modern and traditional music. That is the reason why it could be one of the consultants and co-workers in designing annual citizen association activities.

One third of the institutions and the citizen association - CAA „Stanko Paunović“ state their cooperation with the Ballet School „Dimitrije Parlić“. During the conversation with(vice) presidents of citizen associations it has been concluded that the Ballet School does an excellent work and has excellent results and

capacities, but it is not recognized enough on the cultural map of Pančevo.

With CAA-s and other amateur associations cooperate almost all cultural institutions and citizen associations.

The cooperation with the private sector is rated as good by 40% of cultural institutions and over a half of citizen associations.

With the institutions and organizations outside the city cooperate two-thirds of the institutions and almost all citizen associations. The cooperation is mainly established with related institutions and associations within Serbia, but outside its borders too.

Generally speaking, cultural institutions and citizen associations in Pančevo cooperate, which is mainly reflected in the logistics, and rarely in mutual projects.

Evaluation of the cultural legislation in Serbia by institution/ association representatives

City cultural institutions find the cultural legislation in Serbia bad, and only the executive of the City Library finds it satisfying. Cultural institutions, whose primary activity is protection of cultural heritage, have the greatest objection to the Cultural Heritage Law, which they think is obsolete and useless i.e. unadjusted to the Law of Planning and Development.

Cultural center executives in villages mark the cultural legislation in Serbia as satisfying and according to over a third of citizen association representatives, the law on culture in Republic of Serbia is bad, while one fifth of the associations find it satisfying.

TABLE - ACTIVITY PRIORITIES IN CULTURE

	Priority ranking - cultural institutions	Priority ranking - citizen associations
1	Preservation of tradition and protection of cultural heritage	Preservation of tradition and protection of cultural heritage
2	Equippingt/renovation/reconstruction of the cultural in stitutions	Contemporary art
3	Larger number of cultural programmes	Better promotion of cultural programmes
4	Greater variety of cultural programmes according to the audience age	Promoting multiculturalism
5	Greater stress on development of cultural tourism	Greater stress on development of cultural tourism
6	Greater variety of cultural programmes according to type of programmes	Development of the international cooperation
7	Development of the international cooperation	Larger number of cultural programmes
8	Promoting multiculturalism	Equipping/renovation/reconstruction of the cultural institutions
9	Better promotion and support of cultural-artistic amateurism	Adjusting programmes to the audience needs and taste
10	Equipping old industrial facilities for cultural needs	Equipping old industrial facilities for cultural needs

THE ANALYSIS OF STATISTIC QUESTIONNAIRES OF CULTURAL INSTITUTIONS AND ASSOCIATIONS IN PANČEVO

CULTURAL INSTITUTIONS

Budget flow shows that the cultural funds within the city budget since 2008. has continually decreased, but has not gone under 5,5%. The lowest portion of budget assigned for the culture was in 2013. and the highest in 2008, in the same year the city budget was the highest.

The cultural funds per capita was the highest in 2008. and it was the only time it went over 20 euros. An average culture budget

for the last 8 years has been 17, 32 euros per capita, while the lowest was in 2010. when it was under 15 euros.

For a few years the city of Pančevo has had an established public contest for cultural participants and in that way it has been enriching the cultural offer. For the public contest needs, the city of Pančevo allocates certain funds every year, to support creativity of participants and improve cultural offer. In the last four years, the city allocated the least amount of money in 2010. (0,06% of the city budget).

Public contest for cultural projects	Public contest budget	% compared to the city budget
2010.	1.700.000,00	0,06%
2011.	6.980.000,00	0,2%
2012.	5.657.400,00	0,13%
2013.	8.226.726,00	0,19%
2014	11.500.000,00	-

15 cultural institutions are financed from the city of Pančevo budget in the domain of salaries, permanent expenses, programmes within basic activities, current repairs and maintenance. The uniqueness of Pančevo, which separates it from all other cities in Serbia, lies in a fact that it finances nine polyvalent centers, i.e. cultural centres in villages .

The highest budget of all cultural institutions has the Cultural Centre of Pančevo (about 800.000 euros), which has been expected concerning the fact that it is the most complex institution in the city. The lowest budget, according to the number of employees, have cultural centres in Banatski Brestovac (about 22.500 euros) and Ivanovo (about 24.000 euros). Polyvalent centres in villages have significantly smaller budgets then cultural institutions in the city, so the budget of Cultural Centre in Ivanovo is even 32 times less than budget of the Cultural Centre in Pančevo, or 14 times less than the budget of the City Library of Pančevo.

Of all institutions in the city, the most diverse sources of financing has the Cultural Centre, which also contributes the most to the

budget, by its own means - around one third of its own budget. The museum relies mostly on the city budget and around 95% of its budget is provided by the city. The highest income have the Cultural Center and Institute for the Protection of Cultural Monuments.

To the budgets of a certain number of the cultural institutions have occasionally been contributed by the Province, through the Provincial Secretary of Culture, and the Republic, only through the Ministry of Culture and Information. Other higher rank authorities (other ministries and/or secretariates) have not participated in financing cultural institutions in Pančevo. However, fundings of the Republic and Province represent only a small portion of the budget of cultural institutions in Pančevo (not over 5% of the budget, and often less than 1% of a budget per year). Most probably those fundings were obtained through projects i.e. participation in public contests.

Only Cultural Center of Pančevo has managed to obtain foreign fundings, and only in the year 2010.

Not counting occasional investments, the structure of expenses in city institutions shows that the organization of programmes takes the least portion of the institution expenses. The highest amount of money for event organizations is invested by Cultural Center and Youth Center, which is expected because of the polyvalent nature of the institutions. Only in these institutions, the event organization raises over 10% of the budget (in a three-year average).

Polyvalent city centres and the Historical Archive have the highest material expenses because of the fact that the Cultural Center and the Archive have the largest facilities (Cultural Center - 3.905 m² and Archive - 3.060 m²), while the Youth Center had expenses in two separate buildings until recently, and now it has expenses in three facilities it uses (around 2.300 m²). Generally speaking, the income structure in all cultural institutions shows that institutions manage to obtain around 20% of its own budget. A very small portion in the budget, aside of the city and their own funds, are other sources of financing - between 1% and 3%. The expenses structure shows that almost 90% of the budget is spent on maintenance and salaries, and only about 10% are the programme activities expenses. Although maintenance expenses are the biggest budget entry in culture spending, right after salaries, the investments are rare and in small amounts. According to the local government data, 179 employees are the biggest portion of the cultural budget - around 50% of funds.

Reviewing the income and expenses structure it can be concluded that institutions need to be stimulated in finding alternative ways of financing. Some of the stimulation models could be education in the domains of the project-writing and applying to the public contests; then it could be applications for opening institutions towards civil sector which can give not only the necessary knowledge in the alternative financing, but also funds brought by cooperation. It is also important to make an investments priority list which will improve inadequate facilities and provide new ones where they are needed.

Although the salaries are the biggest entry in the budget, the existing staff members are not enough and/or don't have the knowledge and skills for various programmes, as the representatives of the institutions said. To the executives of the cultural institutions in villages, the biggest problem is the lack of staff members, and to the institutions within the city area, the problem is inability of the staff members to meet the needs of the audience and contemporary trends in culture. Hence the need

for fundings which would secure continuous staff development in culture and introduce new practice in this area.

CULTURAL INSTITUTIONS PROGRAMMES

PROGRAMMES OF THE POLYVALENT CENTERS

Among polyvalent centers, as expected, the greatest variety of programmes have the Cultural Center of Pančevo and the Youth Center of Pančevo. The largest number of activities organized by all cultural institutions are theater events, musical events and exhibits. Four institutions also have movie projections.

The theater programme: All cultural institutions have theater programme i.e. have shows for their audience. The largest number of the theater shows has the Cultural Center, around 50 a year, then the Cultural Center in Omoljica, around 15 a year. All other institutions have less than 10 shows a year. Their own theater production have three out of nine analysed institutions - the Cultural Center, the Youth Center and the Cultural Center in Jabuka, and they provide touring shows as well as coproduction projects.

Most visited theater shows are in the Cultural Center and the Youth Center, between 250 and 390 visitors per show, while cultural centers in villages have much less attendance on their theater events. The most visited theater shows are in the Youth Center in Omoljica with among 130 and 160 visitors per show. All other polyvalent centers have less than 80 visitors per show. The lowest attendance is in the Cultural Center in Ivanovo, between 25 -33 visitors per theater event.

In the period between 2010. and 2012. the citizens of Pančevo were able to visit 322 theater shows in polyvalent centers, which is an average of 110 shows a year. According to the given data, it is evident that the number of theater audience is at the almost the same level in all three given years. That can be an indicator of insufficient interest of non-public in visiting theater events. Because of that, it is necessary for institutions most active in this area of culture, to develop marketing strategies and forms to attract citizens in „theater“.

The musical programme: The largest number of musical events has the Youth Center (an average of about 100 a year), while the Cultural Center has three times less musical events. Cultural centers in villages have up to 10 musical events a year, and usually between five and eight concerts. It should be mentioned that it remained unclear from the questionnaires, whether some

of the cultural centers in concert events also included folk group performances, which are present in all institutions in villages.

In the period from 2010. to 2012. the citizens of Pančevo could enjoy 579 concerts, most often in the Youth Center and seldom in the Culture Center in Ivanovo. According to the data 115.551 citizen of Pančevo chose to attend musical events.

Although the Youth Center most often put on concerts in that period, those were smaller, more intimate musical events. On the other hand, the Cultural Center organized „bigger“ musical events attendance regarding. Actually, a concert in the Cultural Center in Pančevo was attended by 580 lovers of the event in average, while in the Youth Center there were 100 attendants. The important role in this disbalance plays the facility, of course, which is in favor of the Cultural Center. Nevertheless, a significant growth of events and the attendance of the musical events organized by the Youth Center should be expected, because in the end of 2013. this institution has received the city club „Apolo“ to organize its programmes.

Exhibitions: All polyvalent cultural institutions except of the Culture Center in Dolovo, state that they have exhibiting activities. As expected, the largest number of exhibitions has the Cultural Center, which also has the Contemporary Gallery in its possession. So, the Cultural Center has about 40 exhibitions a year, while other institutions have significantly less number of exhibitions. The Culture Center in Banatsko Novo Selo is the only of all polyvalent institutions which states that it has two permanent exhibitions a year, as well as exhibition activities in unconventional facilities and also touring exhibitions in the country and abroad.

In the period from 2010. to 2012. citizens of Pančevo could visit 337 exhibitions in the cultural institutions and seven in unconventional facilities.

The greatest attendance of exhibitional events is in the Cultural Center, while the lowest attendance is in the Culture Center in Glogonj. It should be pointed out that the exhibitional activities in polyvalent centers of Pančevo are almost always free of charge, which makes it difficult to have statistics on attendance.

The cinema programme: Only the Cultural Center of Pančevo has a regular cinema activity, and between 500-650 movie projections

a year attended by between 12.000 and 22.000 visitors. This attendance could be seen as poor, because in average there are 27 movie lovers per projection. Anyway, it is a positive thing that there is an institution with the constant cinema activity. On the other hand, cinema projections in villages are extremely rare.

The flow tendency of the cinema audience in Pančevo shows that cinema events were attended the most in 2011. and that in 2012. there was a significant decrease of 36,5% in the attendance. Because of that it is necessary that the Cultural Center, as the leading institution in the cinema activity in Pančevo finds a way to attract lost audience again and to attract new one: with better marketing, better organization and meeting the audience needs - introducing the possibility of booking, adjusting the time of the children events with parents workhours, obtaining digital equipment for better picture quality.

Educational programmes are realised by almost all cultural institutions, whether they target schools or they are open to visitors as educational courses, artistic events etc. The leading institution in the organization of educational events is the Youth Center which organises the largest number of educational theater, music and movie events (2-3 per week; in average of about 150 a year).

Humanitarian free-of-charge programmes are a part of the activities of five polyvalent centers, mostly of the Youth Center.

The organization of festivals often appears in programmes of polyvalent institutions. So, the Cultural Center organizes 3-4 festivals a year, the Youth Center 8-9, the institution in Starčevo 1-2, cultural centers in Omoljica, Banatsko Novo Selo and Jabuka 1 festival a year.

The institutions within the city area lead in the organization of festivals, whereas participation in festivals and touring programmes are more present in cultural institutions in villages. The greatest reason for that is that large number of these institutions have folklore ensembles which attend festivals and competitions within their activities. Although it does not participate in festivals, the Cultural Center points out touring of its programmes.

THE LIBRARY ACTIVITY

The City Library of Pančevo has its branches in all villages. The library activity is organized within culture centers. Of course, the central library within the city area has the largest number of units, books in languages of national minorities, the largest number of members and is the only one which has the native collection with a little over 10.000 units and takes care of it. The largest number of the library units among the library branches has the Cultural Center, i.e. the library in Omoljica, while the least has Starčevo. Regarding the fund structure, the largest portion of the literature for children has the library branch in Omoljica, and the smallest portion have the libraries in Jabuka and Glogonj. The literature for children makes a quarter of the book fund in the central library. Regarding the publications in the languages of the national minorities, the largest number is in the library in Jabuka - around 30%. On the other hand, in the Cultural Center questionnaire, i.e. the library branch in Starčevo, the literature in other languages is not even mentioned while in the library in Glogonj it makes 0,1% of the fund. In the central library, the books for national minorities make 5,7% of the library fund.

The largest number of registered members is, of course, in the Central Library - around 14.000. In all other libraries the number of members is not over 850. But when regarding the number of members in comparison to the population of the area in which a library operates, the largest number has Ivanovo. Although it has the least number of members it also has the lowest population. So, it has the largest number of members compared to population in percentage.

The membership structure shows that children make around a quarter of the registered members in the Central Library and its branches. Children outnumber other members in almost all villages. The exception is the library in Omoljica which has less than a third of children among its members.

OTHER PROGRAMMES OF THE CULTURE-PRESERVING INSTITUTIONS

Except of the Library, of all other culture-preserving institutions only the Archive gives data of its programmes. The Museum and The Institute for the Protection of the Cultural Monuments did not state that, aside of the caring of material and immaterial heritage, they have other following programmes. As other extra activities, the City Library often organises literary programmes. The people of Pančevo can enjoy these programmes every week. Those are the programmes usually attended by, in average, 38 lovers of these events.

The Historical Archive is active in the exhibiting activities and within the institution there is a special space for that purpose. In it people of Pančevo can visit around 10 exhibits a year, organized by the Archive employees.

CAPACITIES OF THE CULTURAL INSTITUTIONS FACILITIES

The largest capacity of all cultural institutions in Pančevo have the Cultural Center and the Historical Archive - over 3.000 m², while the smallest capacity has the Culture Center in Kačarevo. However, the largest auditorium has the Culture Center in Dolovo, while the smallest has the Culture Center in Ivanovo.

PROMOTIONAL ACTIVITIES AND THE INSTITUTION MATERIAL

The largest number of promotional material and activities has the Cultural center in Pančevo, then the Youth Center, and then the Library. Cultural centers, if they even have promotional activities, use most often a single form of promotional material.

CULTURAL ASSOCIATIONS IN THE CITY OF PANČEVO

FINANCING OF THE ASSOCIATIONS

Regarding the fact that cultural associations don't have constant sources of financing, their annual budgets significantly vary in comparison to the cultural institutions. Out of eight associations which gave the statistical enquiry, to the Center for Study, the highest budget has CAA *Stanko Paunović*. It is closely related to the Refractory in Pančevo (which participates in financing), but it also makes significant income of its own. The smallest budget has the city department of Slovak Matica, less than 1.000 euros per year.

The income structure shows that, when it comes to financing, the associations most often and highly rely on local government and provincial funds. They rarely turn to foreign funds and sponsorships/donations also are not often present in the association fundings. Only the CAA *Stanko Paunović* has a permanent sponsor, the oil-refinery in Pančevo. Membership fees in their budget state only CAAs *Žisel* and *Dolovke*. Foreign funds, those from the programme Culture 2007-2013, managed to obtain only *Refraction Team*. The most versatile income sources have the CAA *Stanko Paunović* and the CAA *Žisel*.

The expenses structure shows that CAAs usually spend their funds on material expenses, while the Refraction team and Slovak Matica significant amount spend on the programme organization. These results are not surprising because cultural artistic

associations spend a lot of their funds on touring and equipment (costumes etc).

ASSOCIATION FACILITY CAPACITIES

The facility for activity realization is the biggest problem of the associations. Because of that they often cooperate with cultural institutions and use their programme facilities for their own activity realization. Often they cooperate with other associations which own facilities.

PROGRAMME ACITIVITIES OF THE ASSOCIATIONS

Unlike the institutions, associations characteristic is not the diversity of programmes. Associations mostly turn to a specific type of events. The most frequent activities of the associations, which delivered questionnaires for the Center for Study, are music and musical/drama forms, but they are also very active in educational events.

Regarding the number of the *concert activities*, the leader is the CAA *Stanko Paunović* which had an average of 85 shows a year, during the 2010.-2012 period.

Aside of the concert activities, among other events organized by the associations, the most frequent are those of *educational character*. In those activities *Panart* stands out with 34 events during the year of 2012.

The exhibiting events are the main activity of the city department of Slovak Matica, which organizes up to 10 such events per year, and in 2011. It also had such an event abroad. Ethnographic exhibitings are also organized by the CAA *Stanko Paunović*, at two per year.

Theater programmes are realized only by the *Bard* association (between eight and 12 per year), and by the city department of Slovak Matica, but considerably less when compared to Bard.

PROMOTIONAL ACTIVITIES OF THE ASSOCIATIONS

Associations usually combine several promotional activities like posters, brochures, tourings and other kinds of promotion. The most active in this department is the CAA *Stanko Paunović*.

Очување културних добара и нематеријалне баштине је препознато као приоритетни циљ и од стране свих установа културе и од стране грађана међу којима њих 17,6% ставља овај циљ на прво место. Културну баштину града Панчева чине различити сегменти: од археолошки једног од најпознатијих локалитета у свету (Старчево - Град), преко важних материјалних и нематеријалних историјских елемената (најприсутнији 18. и 19. век, али споменици из новије историје - зграда Магистрата, зграда болнице, зграда гимназије, Стратиште и други), уметничких доприноса великих стваралаца (Паја Јовановић, Урош Предих, Константин Данило, Мирослав Антић, Јован Јовановић Змај и многи други), аутентичних верских објеката (Манастир Војловица, Светоуспенска црква, Преображенска црква, Римокатоличка црква и остала верска здања). Поред богате културне баштине, Панчево је један од најрепрезентативнијих градова када је реч о индустријском наслеђу, те се тако издвајају бројни објекти и приче о Старој пивари, Свиларама, Црвеном магацину као потенцијалним просторима за културне програме и уметничко изражавање. Сви елементи баштине и наслеђа требало би да буду доступни грађанима, да информишу и едукују Панчевце, како би се што боље упознали и стекли могућност да презентују свој град потенцијалним гостима на прави начин. Најпопуларнији вид за промоцију традиције и културне баштине јесте укључивање и усклађивање програмна током манифестација значајних за град.

Панчево је један од ретких градова који нема комплетну сталну музејску поставку која представља увид у локалну историју и културу. Како је креирање поставке веома исцрпан и дугострајан посао, припреме треба отпочети одмах и креирати идејно решење у постојећем простору.

У фокус групама представника установа, удружења и истакнутих појединаца неретко се могло чути да разнородне установе не сарађују у довољној мери. Стога је неопходно повезивање установа заштите са свим актерима у култури ради богатијих програма и једних и других и стицања нових пракси у раду.

Град Панчево поседује велики број објеката - споменика културе у приватном власништву појединаца/породица који немају довољно информација на који начин би могли да допринесу очувању културног добра које поседују. Стога је изузетно значајно развити бољу сарадњу са власницима и покренути едукативне програме о значају, начину поступања према споменику културе и потенцијала које поседује културно добро за самог власника, али и за град.

КУЛТУРНА БАШТИНА И ИНДУСТРИЈСКО НАСЛЕЂЕ

Мера	Активност	Носилац	Рок	Индикатор успеха
ПРОБЛЕМ 1: Низак ниво свести грађана о значају, материјалне, нематеријалне баштине и индустријског наслеђа				
Циљ 1.1: Подизање свести грађана о значају баштине				
Организовање јавних презентација фонду-са културног и индустријског наслеђа града и рада установа заштите, уз сачињавање регистра заштићених и потенцијалних добара која чине индустријско наслеђе Јужног Баната	Постављање на сајт града и портал за културу регистра заштићених културних добара Јужног Баната	Завод за заштиту спомени-ка културе Панчево Историјски архив	Крај 2014. године	Постављени регистри на сајтове града, установа и на портал за културу
	Постављање на сајт града и портал за културу регистра индустријског наслеђа Јужног Баната	Завод за заштиту споменика културе Панчево Тим за имплементацију - Јасна Цизлер Историјски архив	Крај 2014. године	
	Постављање на сајт града, портал за културу и сајт установе листе старих и ретких књига фонду-са Градске библиотеке	Градска библиотека Панчево	Крај 2014. године	
	Постављање вишејезичних табли на непокретне споменике културе	Завод за заштиту споменика културе Панчево Градска управа Панчево	Половина 2015. године	Постављене вишејезичне табле на споменике културе
	Организовање најмање једног програма посвећеног презентацији културно-индустријске баштине - изложбе старих и ретких књига, фотографија, едукативни програми... у установама, на отвореним просторима, у школама	Установе културе у граду и насељеним местима	Крај 2015. године	Број програма посвећених презентацији баштине
	Обнављање праксе обележавања Дана европске баштине и осмишљавање и достављање програма од стране установа културе градској управи Панчево, којим ће се представити у оквиру Дана европске баштине	Установе културе у граду и насељеним местима Савет за културу	Крај 2014. године	Укључивање у манифестацију Припремљени програми за Дане европске баштине
	Осмишљавање и достављање програма (од стране установа) културе градској управи Панчево, за битне градске манифестације - Прослава дана града, Ноћ музеја	Савет за културу Установе и удружења у култури Образовне установе Градска управа	Континуирано	Достављени програми од стране установа Савету за културу
	Организација састанака ради дефинисања програма и координације дешавања током градских манифестација	Савет за културу Установе и удружења у култури Образовне установе Градска управа		Одржани састанци поводом градских манифестација

Информисање о тенденцијама савремених музејских поставки и примена примера добре праксе у области заштите	Формирање радне групе која ће урадити припрему тендерске документације и грађе за формирање поставке	Народни музеј Савет за културу Градска управа	Крај 2014. године	Формирана радна група за припрему тендерске документације
	Тендер за идејни пројекат сталне поставке и дизајн поставке	Народни музеј Градска управа Експертски тим за дизајнирање поставке	Крај 2015. године	Постављање тендера за идејни пројекат сталне поставке Народног музеја
Циљ 1.2. Друштвено одговорно понашање релевантних субјеката у јавном и приватном сектору према (не)материјалној културној баштини и индустријском наслеђу				
Унапређивање сарадње установа заштите и других културних институција и привредних субјеката	Побољшање комуникације установа надлежних за непокретно наслеђе	Завод за заштиту споменика културе Панчево ЈП Дирекција за унапређење и изградњу Панчева	Континуирано	Успостављена и побољшана сарадња и комуникација међу установама заштите
	Унапређење комуникације и сарадње са власницима објеката који имају статус културног добра	Завод за заштиту споменика културе Панчево ЈП Дирекција за унапређење и изградњу Панчева	Континуирано	Успостављена сарадња и комуникација са власницима објеката који имају статус културног добра
	Организовање едукативног семинара за грађане/ власнике о значају културних добара уопште, а посебно оних у њиховом власништву	Тим за имплементацију - Александар Станојловић и Јасна Цизлер Завод за заштиту споменика културе Панчево ЈП Дирекција за унапређење и изградњу Панчева	Крај 2015. године	Организован и одржан семинар за грађане и власнике објеката који имају статус културног добра
Утврђивање стања и евенуална пренамена објекта Евангеличке цркве у Др Светислава Касапиновића улици 66	Покретање поступка за израду студије изводљивости за концертну дворану	Завод за заштиту споменика културе Панчево	Крај 2014. године	Дати услови за израду студије изводљивости
	Израда студије изводљивости за концертну дворану	ЈП Дирекција за унапређење и изградњу Панчева Градска управа Панчево УГ Музички центар Панчево Власник Инвеститор	Крај 2015. године	Израђена студије изводљивости
	Израда публикације о Евангеличкој цркви - превод и штампа	Историјски архив	Крај 2015. године	Објављена публикација

2. ОТВОРЕНОСТ И ДОСТУПНОСТ УСТАНОВА КУЛТУРЕ

Сарадњу са школама готово све установе културе (93,3%) оцењују као одличну и напомињу да између ових институција постоји и реципрочна сарадња. Са Музичком школом Јован Бандур сарађује 60% установа културе, док са балетком школом Димитрије Парлић сарађује двоструко мање установа. Међутим, на разговорима у фокус групама представника установа културе, удружења и истакнутих појединаца могло се чути да је сарадња установа и школа повремена, неутемељена, и често само логистичка, те је потребно сарадњу формално дефинисати и унапредити. Стога је једно од решења и Меморандум о сарадњи актера у култури и школа кроз редован програм (посета ученика установама културе и слично), ваннаставне активности (кроз секције и друге видове ваншколских активности) и пројектне и програмске садржаје (заједнички пројекти школа и установа, радионичарски и едукативни рад у установама и школама уз присуство радника у култури и уметника, програми упознавања са функционисањем установа културе - радионице о изложбама, архивистици, позоришним представама, конзервацији и слично).

Због недостатка програмског континуитета установа културе, неопходно је дугорочније планирање садржаја који неће зависити од појединаца и тренутних околности. Самим тим

олакшава се и планирање градских, односно буџетских средстава. Стога је у акциони план уклопљена активност креирања планова функционисања које ће креирати свака установа (Акциони план установа културе 2016-2017).

Истраживање је показало да се 22% грађана Панчева се о културним догађајима у Панчеву информише путем телевизије, а петина преко својих пријатеља, док се на трећем месту као извор информација нашле новине, а на четвртом интернет. Ипак, грађани су подвукли да ретко наилазе на најаве догађаја, односно културних програма, а много чешће на извештаје са догађаја. Зато је један од кључних циљева акционог плана да унапреди информисање грађана. Тако ће бити креиран интернет портал за културу који ће садржавати све битне информације о култури, као најаве, извештаје и импресије са догађаја, али ће пружати и могућности да се грађани изјасне о култури свога града.

Редовна пракса установа културе је достављање годишњих извештаја о раду градској управи, односно оснивачу. Сада ће та пракса бити употпуњена формуларима за евалуацију програма који ће пружати увид у исплативост и популарност садржаја код публике. Конкурси из области културе требало би да имају посебну линију за финансирање пројеката из области креативне економије као подршка овом све актуелнијем виду пословања и изражавања.

ОТВОРЕНОСТ И ДОСТУПНОСТ УСТАНОВА КУЛТУРЕ

Мера	Активност	Носилац	Рок	Индикатор успеха
ПРОБЛЕМ 1: Недовољна отвореност институција културе за сарадњу са другим установама, цивилним сектором и појединцима				
Циљ 1.1: Остваривање сарадње са образовним установама и цивилним сектором				
Креирање културне понуде на основу потреба образовних установа и цивилног сектора	Организација округлог стола Укључивање образовних установа и цивилног сектора у културни живот града	Градска управа Установе културе Образовне установе	Половина 2015. године	Организован и одржан округли сто
	Доношење и потписивање Меморандума о сарадњи између установа културе и образовања	Градска управа Установе културе Удружења у култури Образовне установе Савет за културу	Крај 2014. године	Потписан Меморандум о сарадњи између установа културе и образовања
ПРОБЛЕМ 2: Недовољно развијена сарадња међу установама културе				
Циљ 2.1. Унапређење рада установа културе у граду и насељеним местима				
Меморандум о сарадњи установа културе	Креирање и потписивање меморандума о сарадњи између установа културе на програмима и пројектима	Установе културе Тим за имплементацију Савет за културу	Крај 2015. година	Потписан Меморандум о програмској и пројектној сарадњи између установа културе

Увођење заједничких репрезентативних формата (промо материјал)	Креирање интернет портала за културу на којем ће бити представљене све установе културе, догађаји и битне информације за културу на нивоу града	Установе културе Градска управа	Крај 2014. године	Креиран и активиран портал за културу
ПРОБЛЕМ 3: Недовољно иновативни програми и пројекти				
Циљ 3.1. Неговање културе сећања				
Одређивање јубилеја посвећених личностима, догађајима, важним међународним данима	Креирање календара културе - активности на нивоу града на годишњем нивоу	Градска управа Тим за имплементацију Установе културе Удружења у култури Образовне установе Појединци	Крај 2014. године	Креиран календар културе Календар културе постављен на портал за културу
Циљ 3.2. подршка савременом стваралаштву				
Унапређење постојећег механизма конкурса	Дефинисање услова за конкурс за савремено стваралаштво	Тим за имплементацију Градска управа Конкурсна комисија	Крај 2014. године	Дефинисани услови за конкурс за савремено стваралаштво
	Подршка Дому омладине у реализацији радионица за неговање савременог стваралаштва	Градска управа Дом омладине Школе	Крај 2015. године	Градска управа финансијски подржава Дом омладине у реализацији радионица за неговање савременог стваралаштва
	Повећање видљивости активности у сфери савременог стваралаштва у Дому омладине (кроз изложбе школе цртања, радионице, музичке садржаје Пандемонијума и слично)			Повећан број реализованих активности Дома омладине у сфери савременог стваралаштва
Увођење награде за најуспешнији програм два пута у току године	Креирање методологије вредновања програма	Градска управа Савет за културу Тим за имплементацију	Крај 2015. године	Креирана методологија вредновања програма

Циљ 3.3. Већа подршка креативној економији

Стварање услова за унапређење креативне економије	Одређивање посебне линије на градским конкурсима усмерене на културне индустрије и креативни сектор	Секретаријат за јавне службе и социјална питања Секретаријат за привреду и економски развој Секретаријат за пољопривреду, село и рурални развој	Крај 2015. године	На градским конкурсима одређена посебна линија за креативне индустрије и културни сектор
	Подршка креативном изразу у оквиру градских манифестација	Градска управа Савет за културу Установе културе Удружења грађана у култури Туристичка организација Панчева	континуирано	У оквиру градских манифестација континуирано се подржава креативни израз

ПРОБЛЕМ 4: Недовољно стручних кадрова

Циљ 4.1. Обезбеђивање континуираног стручног усавршавања запослених

План и програм развоја људских ресурса у установама културе и усклађивање акта о систематизацији	Програмска линија едукације запослених у култури	Градска управа Установе културе Савет за културу	Крај 2014. године	Одређена посебна програмска линија за едукацију запослених у култури
	Креирање листе приоритета за едукацију на основу резултата истраживања Завода за проучавање културног развоја			Креирана листа приоритета за едукацију запослених у култури

ПРОБЛЕМ 5: Неадекватно вредновање рада установа културе

Циљ 5.1. Успостављање модела евалуације рада установа културе

Креирање методологије евалуације	Креирање обавезних формулара за евалуацију рада установа која ће се достављати као део извештаја о раду	Градска управа Савет за културу Тим за имплементацију	Крај 2014. године	Креирани формулари за евалуацију рада установа културе
Креирање дугорочнијих планова установа културе	Креирање акционих планова установа културе 2016-2018	Установе културе Савет за културу Градска управа	Крај 2015. године	Креирани акциони планови установа културе за период 2016 - 2018. године

3. ТРАНСФОРМАЦИЈА ДОМОВА КУЛТУРЕ У НАСЕЉЕНИМ МЕСТИМА

Специфичност града Панчева лежи у чињеници да у културном систему финансира, поред шест градских, и девет домова културе у насељеним местима. Приликом разговора са директорима домова културе у насељеним местима закључено је да највећи проблем представљају неадекватни простори за програме због чега неколико домова културе своје програме изводи на отвореним просторима и не у континуитету. Због такве ситуације неопходно је извршити процену стања и креирати листу приоритета за улагање када је реч о домовима културе. Партнер градског Одсека за за културу, спорт, информисање, бригу о младима и цивилни сектор биће домови културе, месне заједнице и ЈП Дирекција за изградњу

и уређење града Панчева. На основу листе приоритета, могао би се вршити договор између установа културе у насељеним местима и градске управе о обиму и висини инвестиција (постепено, установу по установу), истакнуто је у оквиру фокус група на којима су учествовали директори панчевачких домова културе.

У оквиру поменутог Меморандума о сарадњи установа културе и школа, за децу насељених места потребно је креирати и програме на тему локалне историје и културе самог места. Ти програми могли би бити и основа за креирање идентитета насељеног места. Своје место у оваквим програмима наћиће и културни аматеризам који је, према речима директора, најзаступљенији и најразвијенији у насељеним местима, који такође може бити део идентитета.

ТРАНСФОРМАЦИЈА ДОМОВА КУЛТУРЕ У НАСЕЉЕНИМ МЕСТИМА				
Мера	Активност	Носилац	Рок	Индикатор успеха
ПРОБЛЕМ 1: Неадекватни просторни и технички услови				
Циљ 1.1: Обезбеђивање оптималних просторних и техничких услова за рад				
Унапређивање постојећих простора домова културе у насељеним местима	Утврђивање листе приоритета за уређење просторних и техничких услова домова културе у насељеним местима	Градска управа Месне заједнице Домови културе ЈП Дирекција за изградњу и уређење града Панчева	Крај 2015. године	Утврђена листа приоритета за уређење просторних и техничких услова домова културе
	Обилазак установа у насељеним местима и предлагање мера санације и унапређење техничких услова			Предложене мере санације установа у насељеним местима и унапређени технички услови ра зад установа у насељеним местима
ПРОБЛЕМ 2: Неадекватна програмска понуда				
Циљ 2.1. Подизање нивоа квалитета програма				
Планирање, програмирање и организација размена програма и искуства са другим домовима културе у Панчеву	Формирање заједничког савета ради унапређења сарадње и размене програма домова културе у насељеним местима грда Панчева	Домови културе Савет за културу Тим за имплементацију Градска управа	Крај 2015. године	Формиран заједнички савет ради сарадње и размене програма установа у насељеним местима и градских установа културе

Креирање и развој културног идентитета кроз развој профилисаних садржаја (развој локалног културног брэнда)	Истраживање о потенцијалима за развој локалног брэнда	Домови културе и удружења у насељеним местима Градска управа Секретаријат за пољопривреду, село и рурални развој Месне заједнице Туристичка организација Панчева Тим за имплементацију Уметници, стручњаци у овој области	Крај 2015. године	Завршено истраживање о потенцијалима за развој локалног брэнда у насељеним местима Направљен списак свих потенцијалних елемената брэнда
Циљ 2.2. Неговање културне разноликости и различитих културних израза				
Израда регистра локалних уметника, стваралаца и других субјеката у култури (професионалних и аматерских)	Прикупљање података и креирање листе стваралаца у оквиру локалне заједнице	Домови културе Месне заједнице	Половина 2015. године	Креирана база података о локалним релевантним појединцима у култури
Медијска промоција локалног културног развоја	Унапређење различитих медијских формата за промоцију културе у насељеним местима	Панчевац РТВ Панчево Домови културе	Континуирано	Унапређена сарадња са медијима Број прилога посвећен локалној култури и садржајима
Циљ 2.3. Неговање и чување истинских традиционалних вредности локалне средине				
Осмишљавање и реализација образовних програма у различитим облицима познавања локалне историје	Креирање програма од стране школа са темама локалне историје које би биле презентоване у домовима културе	Домови културе Школе Месне заједнице	Континуирано	Установе образовања у установама у насељеним местима креирају програме који се тичу локалне историје

3. КУЛТУРНА РАЗМЕНА, ФЕСТИВАЛИ И КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ

Захваљујући пројекту Културна политика као алатка за заједништво и регионални развој (Полови културе), који Градска управа Панчева спроводи у оквиру прекограничне ИПА подршке са градовима Темишваром, Зрењанином и Вршцем, град Панчево ће добити, у електронској форми и у виду брошуре, преглед свих манифестација на територији свог града и читавог Јужног Баната. То ће бити и основа за категоризацију манифестација и фестивала према значају, односно основа за добијање статуса градске манифестације. Томе у прилог иду и резултати истраживања које је спровео Завод за проучавање културног развитка, према којима готово 90% грађана сматра да културни идентитет града треба градити кроз брендирање фестивала. Овакав начин размишљања и делања доприноси развоју културног туризма у сфери Панчева

као фестивалског града који привлачи посетиоце са свих страна. С обзиром на то да представници културе и градске управе Панчево, али и грађани, виде велики потенцијал, али за сада недовољне могућности културног стваралаштва за развој културног туризма, неопходно је оформити радну групу која ће усмерити активности у том правцу и радити на осмишљавању акционог плана у овој области. Партнери на овом послу биле би службе Градске управе у чијој надлежности су култура и туризам, као и актери релевантни за област културе и туризма на нивоу града.

Ради унапређења понуде манифестација и фестивала, а сужених финансијских могућности, потребно је радити на успостављању културне размене са другим институцијама и градовима, како у земљи тако и у иностранству. Такође, конкурсана код иностраних фондова и организација могу значајно обогатити локалне изворе намењене фестивалима.

КУЛТУРНА РАЗМЕНА, ФЕСТИВАЛИ И КУЛТУРНИ ТУРИЗАМ				
Мера	Активност	Носилац	Рок	Индикатор успеха
ПРОБЛЕМ 1: Велики број фестивала различитих по карактеру				
Циљ 1.1: Валоризација постојећих фестивала и програма манифестација				
Одређивање критеријума за стицање статуса фестивала као градске манифестације	Категоризација фестивала по значају за градске прилике и историју	Секретаријат за јавне службе и социјална питања Секретаријат за пољопривреду, село и рурални развој Тим за имплементацију Савет за културу Организатори фестивала Туристичка организација Панчева	Крај 2015. године	Извршена категоризација фестивала према значају
Формирање листе свих фестивала и манифестација које се одвијају на територији јужног Баната	Формирање базе података и календара и објављивање на порталу културе уз штампање брошуре	Тим прекограничног ИПА пројекта Полови културе Установе и организације у култури Канцеларија јужнобанатског управног округа Туристичка организација Панчева	Крај 2014. године	Формирана база података и календара и јавна доступност на више локација
ПРОБЛЕМ 2: Неефикасна координација организатора фестивала				
Циљ 2.1. остваривање квалитетније координације организатора фестивала				
Потписан споразум о међусобној сарадњи свих актера / организатора манифестација и фестивала	Сазивање редовних састанака пре и после манифестације ради координације активности током и након фестивала или манифестације	Градска управа Организатори фестивала Савет за културу Тим за имплементацију	Крај 2015. године	Број састанака организован поводом битних манифестација

ПРОБЛЕМ 3: Недовољно финансијских средстава за реализацију фестивала

Циљ 3.1. Проналажење алтернативних извора финансирања

Методолошка подршка приликом аплицирања на конкурсе код међународних фондација и организација	Консултативни састанци ради осмишљавања, уобличања, ревидирања и допуне апликационих формулара	Тим за имплементацију Градска управа Савет за културу Канцеларија за локални економски развој	Континуирано	Број консултативних састанака ради квалитетнијег попуњавања апликација
---	--	--	--------------	--

ПРОБЛЕМ 4: Непостојање културне размене у земљи и иностранству

Циљ 4.2. Креирање програмски дефинисане културне размене

Увођење праксе културне размене на нивоу града	Гостовање програма градских установа домовима културе у насељеним местима и гостовање програма домов културе насељених места у градским установама културе	Домови културе у насељеним местима Градске установе културе Удружења у култури у насељеним местима и у градском подручју	Континуирано	Број реализованих програма у нематичним установама
Покретање програма културне размене са другим градовима и државама	Потписивање меморандума о сарадњи са градовима побратимима и другим градовима	Градска управа Установе културе Тим за имплементацију Савет за културу	Континуирано	Потписан Меморандум о сарадњи са градовима побратимима и другим градовима
	Потписивање меморандума о сарадњи између панчевачких установа културе и установа културе у другим градовима и државама		Континуирано	Потписан Меморандум о сарадњи између установа културе у Панчеву и установа културе у другим градовима и државама

ПРОБЛЕМ 5: Неадекватна промоција фестивала и културне размене

Циљ 5.1. Промоција културне размене

Промоција културне сарадње са градовима побратимима у земљи и иностранству	Креирање информација за портал културе (догађаји у Панчеву, али и у другим градовима у околини)	Градска управа Туристичка организација Панчева Установе културе Медији	Континуирано	Креиране информације за портал културе
--	---	---	--------------	--

ПРОБЛЕМ 6: Неадекватан развој културног туризма

Циљ 6.1. Рад на развоју културног туризма

Формирање радне групе за развој културног туризма	Креирање акционог плана из области културног туризма	Секретаријат за јавне службе и социјална питања	Крај 2015. године	Креиран акциони план из области културног туризма
	Формирање радне групе за даљи рад на брендирању Панчева	Секретаријат за привреду и економски развој Туристичка организација Панчева Установе и удружења у култури Савет за културу	Крај 2015. године	Формирана радна група за даљи рад на брендирању Панчева

4. МУЛТИКУЛТУРАЛИЗАМ, ИНТЕРКУЛТУРНИ ДИЈАЛОГ

Мултикултурализам и интеркултурни дијалог представљају тачке стратегије на којима је доста рађено током протеклог периода, те тако у оквиру конкурса из области културе посебна пажња се посвећује овом моменту приликом оцењивања пројеката. У оквиру линије посвећене културној баштини, културно-уметничком аматеризму и издавачкој делатности посебно вреднују пројекти са циљевима из сфере интеркултуралности. Затим, националне мањине често у оквиру својих пројеката за које добијају средства из буџета града, ангажују културне делатнике у њиховој реализацији. У плану је и постављање вишејезичних табли као система

обележавања културних добара (видети прву област овог документа Културна баштина и индустријско наслеђе). Графити негативног садржаја, као јавно испољена нетрпељивост која има корене у стереотипима, захтевају континуирану и организовану акцију градских служби. Стога се као партнери на овом послу препознају, пре свега, Комунална полиција и Канцеларија за младе. Едукативна страна оваквих акција може се остваривати кроз сарадњу са школама (један од начина је и горе поменути Меморандум о сарадњи установа културе и образовања), али и додатним ангажовањем Канцеларије за младе кроз организовање радионица и предавања на теме толеранције и интеркултуралности.

МУЛТИКУЛТУРАЛИЗАМ, ИНТЕРКУЛТУРНИ ДИЈАЛОГ

Мера	Активност	Носилац	Рок	Индикатор успеха
ПРОБЛЕМ 1: Постојање предрасуда и неразумевања за културу мањина и цивилни сектор у локалној заједници				
Циљ 1.1: Креирање амбијента погодног за остваривање принципа етничке и културне толеранције у локалној заједници				
Уклањање негативних графита	Утврђивање механизма за континуирану бригу о уклањању негативних графита у граду и насељеним местима	Градска управа Комунална полиција Канцеларија за младе	Континуирано	Број механизма који брину о уклањању негативних графита у граду и насељеним местима

2. РАЗВОЈ И НЕГОВАЊЕ ПУБЛИКЕ

Истраживање о културним потребама, навикама грађана и културној понуди Панчева, показало је да је начин на који информације долазе до грађана од пресудног значаја за посету одређеном програму. Грађани често истичу да нису знали да се одређени програми дешавају у њиховом граду, те се слаба информисаност наводи као разлог непосећивања. Портал културе намеће се као делимично решење за информисање о култури и исказивање мишљења о понуди, будући да се трећина грађана која се може перципирати као активна публика (која бар једном месечно одлази на дешавања) информише путем интернета. Такође, прилаз публици путем интернета може побољшати и посећеност садржаја, и то омогућавање резервације улазница електронским путем (*online reservation*). Са друге стране, највећи број грађана се о култури информише путем телевизије, те је добро решење осмишљавање „минута посвећеног култури“ у оквиру информативног програма РТВ Панчево. На радију такви прилози већ постоје. Трећина анкетираних грађана сматра да понуда није довољно разноврсна нити прилагођена различитим групама публике.

Стога је неопходно континуирано стицање увида у потребе и жеље грађана. Најбољи начин за то је да свака установа креира методологију испитивања своје публике како би добила повратну информацију о садржајима (као вид евалуације), али и радила на иновирању понуде. Градска управа Панчево са своје стране планира континуирано спровођење анкетних истраживања потреба грађана у култури на сваких пет година, а која ће бити пратећи елемент стратешких планова културе града. Грађани Панчева сматрају да култура треба да се прошири и на отворене просторе (улице, паркове, тргове, тржне центре), што би могло да буде водич за установе културе да своје садржаје у већој мери износе у отворене градске просторе, или бар да им то буде место маркетинга, анимације и привлачења посетилаца. Повећање посећености културних догађаја могуће је обезбедити и унапређивањем система превоза деце до градских установа културе (и обратно), као и већим укључивањем установа културе у систем организованог превоза.

РАЗВОЈ И НЕГОВАЊЕ ПУБЛИКЕ

Мера	Активност	Носилац	Рок	Индикатор успеха
ПРОБЛЕМ 1: Недовољно разрађени механизми неговања постојеће публике				
Циљ 1.1. Стварање механизма за уважавање оданости постојеће публике према културним садржајима				
Перманентно одржавање контакта са постојећом публиком културних садржаја кроз преданимацију и постанимацију	Анимација публике на отвореним просторима	Установе и удружења у култури	Континуирано	На отвореним просторима се анимира и привлачи потенцијална публика
	Минут посвећен публици (сваки пут у прилогу са културног дешавања, приказ шта публика мисли)	Установе и удружења у култури Медији	Континуирано	У оквиру информативних емисија уприличен прилог о дешавањима у култури
	Креирање интернет портала за културу на којем ће бити представљене све установе културе и догађаји на нивоу града	Градска управа Установе и удружења у култури Савет за културу Тим за имплементацију	Крај 2014. године	Креиран интернет портал за културу
	Увођење праксе добијања повратне информације о догађају од стране публике (преко интернет форума, анкетних листића на самом догађају, сандучића за дописе грађана у установама културе и слично)	Установе културе	Крај 2014. године	Број анкета публике о културним догађајима
Већа присутност културних садржаја на отвореним просторима	Организовање јавног позива свим уметницима и другим релевантним актерима за одржавање програма на отвореном	Градска управа Установе и удружења у култури Уметници и други појединци у култури	Половина 2015. године	Јавни позив свим актерима у култури за одржавање програма на отвореном
Увођење награда за верност и оданост публике	Покретање иницијативе да установе предложе награде за верност према појединцима и/или групама, организацијама	Управни одбори установа културе Уметнички савети Савет за културу Тим за имплементацију	Крај 2014. године	Покренута иницијатива за предлагање награде за верност према појединцима или организацијама
ПРОБЛЕМ 2: Недовољно познавање културних потреба грађана				
Циљ 2.1. Континуирано праћење културних потреба грађана				
Континуирана истраживања културних потреба грађана	Креирање методологије упознавања за потребама публике од стране установа културе	Установе културе Савет за културу Тим за имплементацију	Половина 2015. године	Свака установа културе је креирала методологија за истраживање публике

ПРОБЛЕМ 3: Непостојање навике за праћење културних садржаја					
Циљ 3.1. Развијање културних навика код грађана					
Континуирана едукација публике	Потписивање меморандума о сарадњи установа културе и образовних установа ради укључивање деце у токове културе стицања навика и формирања будуће публике	Школе Установе и удружења у култури Градска управа Савет за културу	Крај 2014. године	Потписан Меморандум о сарадњи установа културе и образовних установа	
	Организовање предавања и радионица (у затвореном и на отвореном простору)	Установе и удружења у култури Школе	Континуирано	Број предавања и радионица за различите врсте (потенцијалне) публике	
Укључивање деце из насељених места у културна дешавања у граду	Организовање превоза до културних дешавања за децу која живе у насељеним местима	Градска управа ЈП Аутотранспорт Панчево и други ауто-превозници Домови културе Савет за културу	континуирано	Организован превоза до културних дешавања за децу која живе у насељеним местима	
Боље могућности укључивања грађана у програме из културе	Обезбеђивање резервација путем интернета (on-line резервације)	Установе и удружења у култури Градска управа	Крај 2014. године	Обезбеђен on-line сервис за публику	
ПРОБЛЕМ 4: Недовољно укључивање осетљивих и мањинских група у културни живот града					
Циљ 4.1. Стварање услова за интензивније укључивање осетљивих и мањинских група у културни живот града					
Афирмативне акције подстицања учешћа осетљивих група у културном животу града	Креирање програма за осетљиве групе, посебно за децу и старије (високообразоване) грађане	Установе и удружења у култури Савет за културу	Континуирано	Број програма намењених осетљивим групама	
	Усклађивање програма са школским активностима деце као осетљиве групе (време почетка програма за децу)	Установе и удружења у култури Школе Савет за културу	Континуирано	Усклађени програма са школским активностима деце	
ПРОБЛЕМ 5: Неадекватна заступљеност становника насељених места у културном животу града					
Циљ 5.1. Повећање интересовања становника насељених места за културни живот града					
Организовање превоза до појединих културних дешавања	Прилагођавање јавног превоза одређеним културним дешавањима	Градска управа ЈП Аутотранспорт Панчево и други ауто-превозници Домови културе Савет за културу	Континуирано	Број организованог превоза и повећан број посетилаца	
	Увођење вечерњих и ноћних линија ка насељеним местима и ка Београду				
	Веће укључивање установа културе у систем организованог превоза			Иницијатива од стране установа културе за организовани превоз	

3. АЛТЕРНАТИВНА СЦЕНА

Град Панчево има веома богату ванинституционалну сцену која се и у стратегији препознаје као значајан део културне понуде града. Управо због тога је алтернативној сцени посвећена велика пажња. У оквиру градског конкурса за пројекте из културе промовише се и унапређује алтернативна уметничка пракса. Многим цивилним актерима у култури обезбеђен је простор у склопу Дома омладине и Културног центра. Сарадња између актера цивилног сектора и установа

културе постоји према наводима око 60% представника области културе. Ипак, та сарадња је најчешће логистичка, техничка и непланска, *ad hoc*. Међутим, недостаје програмска сарадња између актера два сектора (јавног и цивилног), као и сарадња са приватним сектором. Стога је нужно унапредити умреженост свих актера релевантних за културу. Само један од начина је потписивање протокола о сарадњи и партнерству на пројектима и програмима.

АЛТЕРНАТИВНА СЦЕНА

Мера	Активност	Носилац	Рок	Индикатор успеха
ПРОБЛЕМ 1: Неадекватно искоришћени креативни потенцијали стваралаца				
Циљ 1.1: Унапређена интерсекторска сарадња (појединац/јавни сектор/приватни сектор/цивилни сектор)				
Потписивање програмског протокола између субјеката културе и представника јавног/приватног/цивилног сектора	Организовање округлог стола Сарадња између јавног, приватног и цивилног сектора и појединаца у области културе Потписивање програмског протокола о партнерству и сарадњи	Представници сва три сектора Градска управа Тим за имплементацију Савет за културу	Крај 2014. године	Одржан округли сто Потписан протокол о сарадњи Број партнерских пројеката

Истраживање културне понуде, културних потреба и навика грађана Панчева као и израда Акционог плана развоја културе спроведено је у оквиру пројекта: “Културна политика као алатка за заједништво и регионални развој” - Poles of Cultures у оквиру ИПА програма прекограничне сарадње Румунија-Србија, финансираног средствима ЕУ а суфинансираног средствима земаља, учесница програма.

Research of the cultural offer, cultural needs and habits of the citizens of Pancevo as well as production of an Action plan for the City development of culture was conducted within the project “Cultural policy as a tool for community and regional development” -Poles of Cultures within the IPA CBC Programme Romania-Serbia, funded by the EU and co-financed by the countries participating the program.

Град Панчево
www.pancevo.rs

За издавача / Editor in chief
Павле Раданов, градоначелник града Панчева

Носилац пројекта: Интеркултурални Институт Тимишвар
Project leader: Intercultural Institute Timișoara
Директор пројекта / Project director: Dr. ec. Corina Răceanu
Координатор пројекта / Project coordinator: Marcel Bajka
Директор истраживања / Research director: Conv. Univ. Dr. Bogdan Nadolu
Директор обука / Training director: Dr. soc. Călin Rus
ПР директор / PR director: Romina Matei
Финсијски директор / Financial director: Alexandra Conearic

Партнер пројекта: Град Тимишвар
Project partner: Municipality of Timișoara
Координаторка / Coordinator : Lavinia Simion
Асистенткиња / Assistant: Diana Paulescu
Менаџер стратегије / Strategy manager: Alina Pintilie

Партнер пројекта: Град Панчево
Project partner: City of Pancevo
Координаторка / Coordinator: Снежана Баралић Бошњак
Асистенткиња / Assistant: Маријана Коларић

Партнер пројекта: Град Зрењанин
Project partner: City of Zrenjanin
Координаторка / Coordinator: Дубравка Булован Бенгин
Асистент / Assistant: Тихомир Ђурић

Партнер пројекта: НВО Грађански Парламент
“Слободан” Град из Вршца
Project partner: NGO Civic Parliament
“Free Town” from Vrsac
Координатор / Coordinator: Бранислав Гузина
Асистенткиња / Assistant: Љубица Милутиновић



Истраживање спровео: Завод за проучавање културног развоја, Београд, Србија
Research performed by: Center for Study in Cultural Development, Belgrade, Serbia
Директор / Director : Марина Лукић Цветић
Истраживач / Researcher: Бобан Мрђа
Истраживач / Researcher: Бојана Субашић
Истраживач / Researcher: Богдана Опачић

Дизајн / Design:
Ирена Степанчић

Превод / Translation:
Владимир Шарац, Наталија Крецуљ

Штампа / Printing:
ПУБЛИКУМ
Београд, Славка Родића 6

Тираж / Circulation:
300

Посебна захвалност / Special thanks to
Културном центру Панчева и Дому омладине Панчево због помоћи у организацији презентације резултата истраживања / Cultural Center of Pancevo and Youth Center of Pancevo for help in organization of the presentation of research results



Decembar 2014. / December 2014.



Улажемо у нашу будућност!
ИПА програм прекограничне сарадње Румунија - Република Србија је финансиран од стране Европске уније
у оквиру инструмента за предприступну помоћ (ИПА) суфинансиран од стране држава учесница програма.

Културна политика као алатка за заједништво и регионални развој - «POLES OF CULTURES»
Град Панчево
Октобар 2014.

Садржај овог материјала не представља званични став Европске уније.
У случају притужби, контактирајте нас слањем и-мејла на адресу: romania-serbia@mdrap.ro

www.romania-serbia.net