

Predrag Cvetičanin

Kulturne prakse u **Boki Kotorskoj**



Predrag Cvetičanin

Kulturne prakse u Boki Kotorskoj

Kotor 2012.

Kulturne prakse u Boki Kotorskoj

Autor: Predrag Cvetičanin

Izdavač: Expeditio Kotor

Za izdavača: Tatjana Rajić

Recenzenati: prof. dr Danijela Gavrilović

mr Tatjana Vuleković

Milina Kovačević

Lektura: Vesna Leković

Fotografija na naslovnoj strani preuzeta sa veb sajta: <http://office.microsoft.com>

Dizajn i priprema za štampu: Expeditio

Štampa: Biro Konto, Igalo

Tiraž: 500

Kotor, 2012.

This publication has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of EXPEDITIO and can in no way be taken to reflect the views of the European Union.



sostenuto
thinking culture
as a factor of economic
and social innovation

Istraživanje "Kulturne prakse u Boki Kotorskoj" izdala je nevladina organizacija "Expeditio - Centar za održivi prostorni razvoj" iz Kotora. Publikacija je dio projekta "Sostenuto" koji je "Expeditio", zajedno sa partnerima iz Francuske, Slovenije, Italije i Španije, realizovao kroz MED program Evropske unije. Više o projektu "Sostenuto" i aktivnostima NVO Expeditio pogledajte na www.expeditio.org



Ulazne informacije za istraživanje prikupljene su putem telefonske ankete. Za dio telefonskog anketiranja angažovana je nevladina organizacija CEMI, a dio razgovora obavile su nezaposlene osobe angažovane kroz "Program realizacije lokalnih javnih radova", pokrenut od strane Zavoda za zapošljavanje Crne Gore (Biro rada Herec Novi). Zahvaljujemo se anketarima/kama koji su doprinijeli da se prikupe podaci potrebni za izradu ovog istraživanja.



Project co-financed by the European Regional Development Fund and the Instrument for Pre-accession Assistance and managed in Montenegro by the Delegation of the European Union.

Sadržaj

Uvod	7
Podaci o uzorku	8
KULTURNA PARTICIPACIJA U BOKI KOTORSKOJ	12
Teorijski pristupi kulturnoj participaciji	12
Rezultati istraživanja kulturne participacije građana i građanki opština u Boki Kotorskoj	15
Poređenja kulturne participacije građana i građanki opština u Boki Kotorskoj sa kulturnom participacijom zemalja u Evropskoj uniji	22
Osnovne dimenzije kulturne participacije u Boki Kotorskoj (rezultati faktorske analize)	26
Socio-demografski korelati kulturne participacije u Boki Kotorskoj	27
Odnos profila i obima kulturne participacije i socio-demografskih činilaca (regresione analize)	31
MUZIČKI UKUSI U BOKI KOTORSKOJ	34
Rezultati istraživanja muzičkog ukusa građana i građanki opština u Boki Kotorskoj	36
Poređenja muzičkih ukusa građana i građanki opština u Boki Kotorskoj sa muzičkim ukusom građana zemalja iz Evropske unije	43
Osnovne dimenzije muzičkih ukusa u Boki Kotorskoj (rezultati faktorske analize)	46
Socio-demografski profili ispitanika/ca određenog muzičkog ukusa u Boki Kotorskoj	47
Odnos muzičkog ukusa građana i građanki opština Boke Kotorske i njihovih socio-demografskih obilježja (regresione analize)	50
OCJENA KULTURNE PONUDE	51
Posjete kulturnim programima u drugim opštinama Boke Kotorske	68
ZAKLJUČAK	70
BIBLIOGRAFIJA	73

Kulturne prakse u Boki Kotorskoj

● Uvod

Istraživanje „Kulturne prakse u Boki Kotorskoj“ realizovano je kao dio procesa izrade nacrt lokalnih Programa razvoja kulture tri opštine u Boki Kotorskoj: Kotora, Tivta i Herceg Novog. Proces je inicirala nevladina organizacija Expeditio - Centar za održivi prostorni razvoj iz Kotora, u okviru projekta „Sostenuto“.

Cilj projekta „Sostenuto – kultura kao faktor ekonomske i socijalne inovacije“, na čijoj je realizaciji Expeditio radio sa partnerskim organizacijama iz regiona Mediterana (Francuska, Italija, Slovenija i Španija), bio je jačanje konkurentnosti i kapaciteta kulturnog i kreativnog sektora u MED regiji za ekonomske i socijalne inovacije, kroz transformaciju ovog sektora ka novim modelima. Projekat je realizovan u periodu od jula 2009. do februara 2012. godine.

U sklopu „Sostenuto“ projekta u Crnoj Gori, Expeditio se bavio temom strateškog razvoja kulture u Boki Kotorskoj. Jedan dio ovog zaliva je na UNESCO-voj listi kulturne i prirodne baštine, što ilustruje kakvim kulturnim resursima raspolaže ovo područje. Međutim, uočava se takođe da kulturni potencijali Boke nisu do sada bili u dovoljnoj mjeri prepoznati i iskorišteni za socijalni i ekonomski razvoj područja.

Expeditio je kroz „Sostenuto“, u saradnji sa nadležnim službama Opština Kotor, Tivat i Herceg Novi, razvio ulazna istraživanja i nacрте lokalnih „Programa razvoja kulture 2012-16“. Proces izrade ovih strateških dokumenata je bio visoko participativan i podrazumijevao uključivanje kulturnih aktera javne i nezavisne scene, ali i građana/ki koji participiraju u kulturnim aktivnostima. Tokom projekta obavljen je i detaljan proces kulturnog mapiranja regiona, urađena je baza podataka kulturnih aktera, kao i analiza nezavisne kulturne scene. Realizovano je i mapiranje javnih prostora koji imaju potencijal za različite kulturne aktivnosti. Jedan od važnih segmenata u okviru kulturnog mapiranja bilo je i anketno istraživanje kulturnih potreba, kulturnih navika, ukusa, znanja o kulturi i posjedovanja kulturnih dobara građana i građanki koji žive u regionu Boke, a publikacija koju držite u rukama sadrži rezultate tog istraživanja.

Sve aspekte kulturnog života građana/ki Boke Kotorske nazvali smo, objedinjeno, kulturnim praksama. Radeći u tradiciji „praksoloških teorija“¹ posmatrali smo kulturne prakse kao rutinizirane oblike ponašanja koji se sastoje od velikog broja elemenata koji se nalaze u neraskidivoj međusobnoj povezanosti (tjelesnih aktivnosti, mentalnih aktivnosti, načina upotrebe stvari, predrefleksivnih znanja, vještina, motivacije, itd). Po Andreasu Rekvicu (A. Reckwitz), upravo ova povezanost različitih aspekata određenih društvenih djelatnosti jeste njihova suštinska karakteristika [„praksa – način kuvanja, potrošnje, rada, istraživanja, brige o sebi i o drugima, itd. – sačinjava „blok“ čije postojanje nužno zavisi od postojanja i specifične međupovezanosti ovih elemenata i ne može biti svedena na bilo koji od ovih pojedinačnih elemenata“ (Reckwitz: 2002: 249 – 250)].

U našim dosadašnjim istraživanjima² koristili smo indikatore pet različitih aspekata kulturnih praksi: a) *kulturne potrebe* koje predstavljaju potencijalni aspekt kulturne participacije; b) *kulturne navike*, koje predstavljaju aktuelni aspekt kulturne participacije; c) *ukuse* (estetske preferencije); d) *znanja ispitanika/ca o kulturi i umjetnosti*; i d) posjedovanje umjetničkih djela, instrumenata i opreme za kulturne aktivnosti.

1 Najpoznatiji predstavnici ovih „teorija praksi“ u sociologiji i filozofiji jesu Pjer Burdije (P. Bourdieu); Entoni Gidens (A. Giddens), Bruno Latur (B. Latour), Čarls Tejlor (Ch. Taylor), Alasdair Mekintajr (A. MacIntyre), Teodor Šacki (Th. Schatzki) i dr.

2 Vidi Cvetičanin, „Kulturne potrebe, navike i ukus građana Srbije i Makedonije“ (2007), Cvetičanin i Milankov, „Kulturne prakse građana Srbije“ (2010) i Cvetičanin i Popescu, „The Art of Making Classes in Serbia: Another Particular Case of the Possible“ (2011)

Imajući u vidu jako ograničene mogućnosti koje pruža telefonska anketa, a i namjenu ovog istraživanja (ono je rađeno u sklopu razvoja Lokalnih planova kulturnog razvoja opština Kotor, Tivat i Herceg Novi), u istraživanju smo se ograničili na a) proučavanje participacije ispitanika/ca (njihovih kulturnih navika u privatnoj, javnoj i medijskoj sferi); b) proučavanje njihovih muzičkih ukusa; i c) ocjenu kulturne ponude u njihovoj opštini i u susjednim opštinama. Uprkos tome što smo imali mogućnost da postavimo relativno mali broj pitanja i uprkos određenim manjkavostima uzorka, smatramo da su se obrisi kulturnih praksi građana i građanki Boke Kotorske u ovom istraživanju dosta jasno pokazali i da mogu biti uzeti u obzir u formulisanju strategija kulturnog razvoja.

● Podaci o uzorku

Istraživanje je dizajnirano kao telefonsko anketno istraživanje sa 31 pitanjem, na neproporcionalnom stratifikovanom uzorku od po 250 ispitanika/ca u sve tri opštine u Boki Kotorskoj (ukupno 750 ispitanika/ca). Anketiranje je sprovedeno u periodu jun – oktobar 2011. godine. Anketirano je ukupno 668 ispitanika/ca (89,1% planiranog uzorka), od toga je u opštinama Kotor i Herceg Novi anketirano po 225 ispitanika/ca (90% planiranog uzorka), a u opštini Tivat 218 ispitanika/ca (87,2% planiranog uzorka). U opštini Kotor anketirani su ispitanici/ce sljedećih naselja: Kotor, Dobrota, Ljuta, Orahovac, Perast, Risan, Stoliv, Morin, Prčanj, Radanovići i Lastva Grbaljska. U opštini Tivat anketa je obavljena u naseljima Tivat, Lastva-Seljanovo, Lepetane, Gradiošnica, Krašići i Krtoli. U opštini Herceg Novi, anketiranje je obavljeno u Herceg Novom, Zelenici, Kumboru, Meljinama, Igalu, Bijeljoj, Đenovićima, Baošićima, Podima i Toploj.

Socio-demografski podaci o ispitanicima/cama na nivou čitavog regiona Boke i opština Kotor, Tivat i Herceg Novi mogu se vidjeti u tabelama 1 - 4.

Tabela 1A – Pol ispitanika (Boka Kotorska)

	No	%	Valid
Ženski pol	379	56,7	56,8
Muški pol	288	43,1	43,2
Nema podataka	1	0,1	
TOTAL	668	100	100

Tabela 1B – Pol ispitanika (opštine u Boki Kotorskoj)

Pol	Opština Kotor		Opština Tivat		Opština Herceg Novi	
	No	valid %	No	valid %	No	valid %
Ženski	140	62,2%	126	57,8%	113	50,4%
Muški	85	37,8%	92	42,2%	111	49,6%
Total	225	100%	218	100%	224	100%

Ono što se u tabelama 1 može uočiti jeste disproporcionalno prisustvo pripadnica ženskog pola, posebno u opštini Kotor. Na nivou čitave Boke Kotorske, prema rezultatima popisa iz 2003. godine živi 69.611 stanovnika, od čega 36.020 žena (51,7%). Iako je u opštini Kotor taj procenat i nešto viši (52,6%), ovu disproporciju treba imati u vidu u tumačenju rezultata koji se tiču kulturnih praksi.

Tabela 2A – Starost ispitanika/ca (aritmetička sredina i standardna devijacija)

	No	Mean	Std. deviation.
Boka Kotorska	668	45,48	17,21
Opština Kotor	225	49,44	17,74
Opština Tivat	218	49,70	17,01
Opština Herceg Novi	225	37,46	13,77

Tabela 2B – Starosne grupe ispitanika/ca (Boka Kotorska)

Starost	No	%	valid %
18 do 30 godina	160	24,0%	24,0%
31 do 45 godina	182	27,2%	27,3%
46 do 65 godina	229	34,3%	34,4%
65 + godina	95	14,2%	14,3%
Nema pod.	2	0,3%	
Total	668	100%	100%

Tabela 2C – Starosne grupe ispitanika/ca (opštine u Boki Kotorskoj)

Starost	Opština Kotor		Opština Tivat		Opština Herceg Novi	
	No	%	No	%	No	%
18 – 30 godina	40	17,9%	33	15,1%	87	38,7%
31 – 45 godina	49	22,0%	52	23,9%	81	36,0%
46 – 65 godina	92	41,3%	91	41,7%	46	20,4%
65 + godina	42	18,8%	42	19,3%	11	4,9%
Total	223	100%	218	100%	225	100%

U tabelama 2 treba primijetiti značajno prisustvo mlađih ispitanika/ca (38,7% ispitanika/ca između 18 i 30 godina i 36% ispitanika/ca između 31 i 45 godina) u uzorku u Herceg Novom. Ne samo što je prosječna starost ispitanika/ca u Herceg Novom 37 i po godina, nego je i standardna devijacija nešto manje od 14 godina (za razliku od više od 17 godina u opštinama Kotor i Tivat). Tome treba dodati i disproporcionalno prisustvo ispitanika/ca starosti između 46 i 65 godina u uzorku iz opština Kotor i Tivat (pa i u čitavom uzorku na nivou Boka Kotorske)

Tabela 3A – Obrazovanje ispitanika/ca (Boka Kotorska)

Obrazovanje	No	%
Nepotpuna osnovna škola	9	1,3%
Osnovna škola	34	5,1%
Srednja stručna škola	316	47,3%
Gimnazija	49	7,3%
Viša škola	92	13,8%
Fakultet	155	23,2%
Magisterijum/specijalizacija	10	1,5%
Doktorat	3	0,5%
Total	668	100%

Tabela 3B – Obrazovanje ispitanika/ca (opštine Boke Kotorske)

Obrazovanje	Opština Kotor		Opština Tivat		Opština Herceg Novi	
	No	valid %	No	valid %	No	valid %
Nepotpuna osnovna škola	4	1,8%	5	2,3%	0	0,0%
Osnovna škola	15	6,7%	12	5,5%	7	3,1%
Srednja stručna škola	104	46,2%	116	53,2%	96	42,7%
Gimnazija	17	7,6%	12	5,5%	20	8,9%
Viša škola	32	14,2%	30	13,8%	30	13,3%
Fakultet	49	21,8%	39	17,9%	67	29,7%
Magisterijum/specijalizacija	2	0,2%	4	1,8%	4	1,8%
Doktorat	2	0,2%	0	0	1	0,5%
Total	225	100%	218	100%	225	100%

U uzorku na nivou Boke Kotorske nalazi se gotovo četvrtina visokoobrazovanih ispitanika/ca (23,2% sa završenim fakultetom; 1,5% sa magisterijumom i još 0,5% ispitanika/ca sa doktoratom), što je tri puta više od prisustva visokoobrazovanih u populaciji. Ta velika zastupljenost obrazovanih posebno je primjetna u uzorku iz opštine Herceg Novi u kome je bilo više od 30% ispitanika/ca sa visokim obrazovanjem.

Tabela 4A – Zanimanje ispitanika/ca (Boka Kotorska)

Grupe zanimanja	No	%	valid %
Poljoprivrednici i NKV radnici	67	10,0%	11,0%
Kvalifikovani radnici	127	19,0%	20,8%
Niži stručnjaci	130	19,5%	21,3%
Službenici	48	7,2%	7,9%
Mali privrednici	100	15,0%	16,4%
Stručnjaci	112	16,8%	18,3%
Rukovodioci i veliki privrednici	27	4,0%	4,4%
Nema pod.	58	8,5%	
Total	668	100%	100%

Tabela 4B – Zanimanje ispitanika/ca (opštine Boke Kotorske)

Grupe zanimanja	Opština Kotor		Opština Tivat		Opština Herceg Novi	
	No	valid %	No	valid %	No	valid %
Poljoprivrednici i NKV radnici	28	15,0%	23	11,4%	16	7,2%
Kvalifikovani radnici	36	19,3%	73	36,1%	18	8,1%
Niži stručnjaci	46	24,6%	26	12,9%	58	26,1%
Službenici	8	4,3%	17	8,4%	23	10,4%
Mali privrednici	17	9,1%	34	16,8%	49	22,1%
Stručnjaci	42	22,5%	21	10,4%	49	22,1%
Rukovodioci i veliki privrednici	10	5,3%	8	4,0%	9	4,1%
Total	187	100%	202	100%	222	100%

Mi smo izvornu skalu zanimanja korišćenu u istraživanju (sa 57 modaliteta) rekodirali u sedam grupa zanimanja. Pri razvrstavanju u grupe zanimanja vodili smo računa da ispitanici/ce koji njima pripadaju imaju približne nivoe obrazovanja, prihoda i da su njihovi uslovi rada slični, kao i o tome koji su osnovni resursi (ekonomski, organizacioni, kulturni, manuelni) na koje se oni/e u svojim radnim i životnim strategijama oslanjaju.

Ono što u tabelama 4 upada u oči jeste nepostojanje među grupama zanimanja izdržanih lica: nezaposlenih, domaćica, penzionera/ki, učenika/ca i studenata/kinja. Tamo gdje je to bilo moguće, oni su rekodirani i to ne bez razloga. U ispitivanjima kulturnih praksi, status nezaposlenih lica više prikriva, nego što pomaže analizi. Kulturne dispozicije se formiraju prilično sporo (tokom perioda primarne socijalizacije – u porodici i sa grupama vršnjaka/kinja i kasnije tokom školovanja i na radnom mjestu) i prilično sporo mijenjaju. Status nezaposlenog lica (i odsustvo ili smanjenje prihoda koji ga prate) često mijenja nivo participacije u javnoj sferi (mada i to ne nužno – u odnosu na kulturne programe koji nisu skupi ili su besplatni – posjete biblioteci, umjetničkim galerijama ili kulturnim spomenicima), ali malo ili nimalo ne utiče na participaciju u privatnoj sferi (čitanje knjiga, novina, bavljenje hobbijem, gledanje televizije, slušanje radija, korišćenje kompjutera) i nema uticaja na ukus ispitanika/ca. Takođe, status nezaposlenog inženjera/ke, profesora/ke gimnazije i nekvalifikovanog radnika/ce se suviše razlikuju da bi mogli biti obuhvaćeni jednim skupom - nezaposlenih. Mi smo u istraživanju od ispitanika/ca tražili pet grupa podataka koji se tiču zanimanja: zanimanja ispitanika/ce i trenutnog radnog mjesta ispitanika/ce, zanimanja njegovih/njenih roditelja i zanimanja supruga/supruge. Tamo gdje su postojali validni podaci, penzionere/ke smo kodirali prema njihovim prethodnim zanimanjima, podatke o učenicima/cama i studentima/kinjama rekodirali smo prema zanimanju njihovih roditelja, a o nezaposlenima prema zanimanju njihovih zaposlenih supružnika. Podatke o statusu nezaposlenih lica dobili smo uz pomoć pitanja o trenutnom radnom mjestu ispitanika/ca i njihov broj prevazilazi 58 ispitanika/ca koji nisu dali podatke o zaposlenju (pretpostavka je, zato jer su nezaposleni).

Ono što se, takođe, može uočiti u tabelama 4 jeste da je veliki broj visokoobrazovanih ispitanika/ca rezultirao i neproporcionalno velikim procentom stručnjaka/kinja u uzorku. Istovremeno, u uzorku se našao relativno mali broj službenika/ca, što je s jedne strane objašnjivo malobrojnošću zaposlenih u lokalnim samoupravama, a s druge strane, nestajanjem velikog broja društvenih preduzeća koja su u međuvremenu ili propala ili su privatizovana. Promijenjena struktura zanimanja ogleda se u relativno velikom broju privatnih preduzetnika/ca (vlasnika/ca malih radnji i prodavnica), a srazmjerno veliki procenat kvalifikovanih radnika/ca u uzorku iz opštine Tivat, izražava njen, donedavno, dominantni industrijski karakter.

S obzirom na to da se radi o neproporcionalnom uzorku, čiji cilj i nije bio dobijanje preciznih podataka o zastupljenosti određenih tipova ukusa ili stepena kulturne participacije, nego prije ustanovljenje osnovnih trendova, odlučili smo se da pri analizama ne vršimo ponderisanje. Za vrstu i tipove analiza koje smo vršili, dobijeni uzorak je bio zadovoljavajući.

Željeli smo da skrenemo pažnju na disproporcije koje su se u uzorku mogle uočiti, zato što se zna kako se ovi tipovi odstupanja odražavaju na kulturne prakse. Poznato je, naime, da je starost ispitanika/ca jedan od najvažnijih prediktora kulturne participacije i da učestalost kulturne participacije (posebno u javnoj sferi) opada sa godinama. Godine ispitanika/ca, naravno, imaju uticaja i na tipove ukusa – vezano za kulturne forme (muzičke, filmske, književne žanrove) koji su bili dostupni i popularni u vrijeme formiranja ukusa ispitanika/ca. Takođe, gotovo sva istraživanja pokazuju da su pripadnice ženskog pola sklonije tradicionalnim umjetničkim formama od popularnih. A vjerovatno da je osnovni nalaz svih istraživanja kulturne participacije to da je obrazovanje najvažniji prediktor kulturnih praksi. Visokoobrazovani ispitanici/ce češće participiraju u kulturnim događajima, raspolažu širim znanjima o istoriji umjetnosti i umjetničkim konvencijama, češće od drugih imaju iskustva sa klasičnom umjetnošću, otvoreniji su prema različitim umjetničkim iskustvima i često kritičniji u odnosu na postojeću kulturnu ponudu. To, jednostavno, treba imati u vidu prilikom tumačenja dobijenih rezultata.

KULTURNA PARTICIPACIJA U BOKI KOTORSKOJ

● Teorijski pristupi kulturnoj participaciji

Kulturna participacija obuhvata tri grupe aktivnosti koje se međusobno značajno razlikuju: kulturnu produkciju koja obuhvata amatersko ili profesionalno bavljenje umjetnošću ili bavljenje nekim kreativnim hobijem; „javnu“ (*out-door*) kulturnu potrošnju koja se odvija kroz posjete programima kulturnih institucija ili, šire, kulturnim događanjima; i „privatnu“ (*in-door*) kulturnu potrošnju koja se najčešće odvija putem medija (televizija, radio, video-plejeri, DVD, vokmeni, diskmeni, MP3 plejeri) i uglavnom u domu recipijenata.

Studije kulturne participacije uobičajeno se fokusiraju na proučavanje kulturne recepcije (potrošnje) i to smo i mi uradili u ovom našem istraživanju. Među istraživanjima kulturne potrošnje razlikuju se četiri glavna pristupa, koji bi se mogli odrediti kao marketinški, ekonomski, psihološki i sociološki.

Marketinški pristup proučavanju kulturne potrošnje dio je aktivnosti segmentacije tržišta i ciljnog marketinga. Ovaj pristup ima praktične, a ne teorijske ambicije. Segmentacija tržišta počiva na uviđanju da potencijalna publika nije jedinstvena, već da se sastoji od grupa pojedinaca/ki koji imaju slične potrebe, želje, karakteristike, motivaciju i aktivnosti potrošnje - te da se publika (tržište) može podijeliti na ove segmente, u odnosu na koje se onda razvijaju specifične strategije marketinga (ciljni marketing).

Uobičajeno se govori o četiri osnove za segmentaciju tržišta: geografskoj segmentaciji, demografskoj segmentaciji, psihografskoj segmentaciji i bihevioralnoj segmentaciji.

Geografska segmentacija tiče se podjele publike (tržišta) po mjestima (naseljima, djelovima grada) gdje žive. Posebno u društvima u kojima se klasne podjele izražavaju i kroz jasne podjele rezidencijalnih oblasti, poznavanje adresa potencijalnih korisnika/ca može biti dovoljan indikator za to kakvu bi marketinšku strategiju trebalo primijeniti. Demografska segmentacija podrazumijeva podjelu publike prema polu, starosti, rasi, etničkim grupama, obrazovanju, zanimanju i sl. Istraživanja trendova participacije pokazala su da su neke od ovih karakteristika jako dobri prediktori ponašanja i preferencija publike. Psihografska segmentacija u okviru marketinškog pristupa obično se tiče grupnih stavova prema kulturi i umjetnosti. Tako, na primjer, u svojoj studiji „Marketing umetnosti“³ Kit Digl (K. Diggle) razlikuje četiri grupe u publici: 1) *posjetioce* (*Attendees*) koji imaju pozitivan stav prema umjetnosti i taj svoj stav prevode u aktuelnu kulturnu participaciju; 2) *zainteresovane* (*Intenders*) koji imaju pozitivan stav prema umjetnosti i vole da posjećuju kulturne događaje, ali iz nekog razloga to ne čine; 3) *nezainteresovane* (*The Indifferent*) koji nemaju određene stavove prema umjetnosti, niti pak želju da prisustvuju kulturnim i umjetničkim predstavama; i 4) *neprijateljski raspoložene* (*The Hostile*) koji imaju negativan stav prema umjetnosti i nemaju namjeru da posjećuju događaje u oblasti kulture i umjetnosti. Bihevioralna segmentacija tržišta, ili segmentacija publike na osnovu njihovog ponašanja, vrši se najčešće na osnovu pet kriterijuma: a) *kada* posjećuju kulturne događaje (radnim danima ili vikendom, večernje predstave ili matinee); b) *zašto* posjećuju kulturne događaje (zbog proslave, druženja, poslovno, zbog samoobrazovanja, itd); c) *pod kojim okolnostima* posjećuju kulturne događaje (npr. onda kada su na godišnjem odmoru, onda kada dolaze u grad zbog kupovine, i sl); d) *kakvo je njihovo znanje* o kulturnim događajima (da li posjećuju popularne ili elitne kulturne događaje); i e) *koliko često* posjećuju kulturne događaje (redovni, povremeni, rijetki posjetioци).

Kulturne institucije i uopšte akteri kulturne politike koje iz praktičnih razloga zanimaju trendovi i promjene trendova u kulturnoj participaciji, njihovi socio-kulturni i demografski korelati i segmentacija njihove publike, razumljivo pokazuju

3 Kit Digl, *Marketing umetnosti*, Clio, Beograd, 1998.

najviše interesovanja za rezultate marketinškog pristupa proučavanju kulturne participacije. Problem sa ovim tipom istraživanja, međutim, jeste u tome što ona vrlo često napuštaju deskriptivni nivo (na kome jedino mogu sigurno da se kreću) i kroz postupke imenovanja utvrđenih trendova, obrazaca ili klastera „švercuju“ naivno-naučna objašnjenja ustanovljenih činjenica.

Tradicionalni ekonomski pristup proučavanju kulturne participacije pretpostavlja da su pojedinci/ke racionalni potrošači koji pokušavaju da maksimalizuju zadovoljstvo birajući oblike kulturne participacije koji zadovoljavaju njihove preferencije - imajući u vidu ograničenja zarada na jednoj, odnosno troškova participacije na drugoj strani. U ovom modelu upravo odnos zarada i troškova ima ključnu objašnjivačku ulogu, dok se individualne preferencije (ukusi) tretiraju kao fiksirani - zavisni od mnoštva socio-demografskih i psiholoških faktora - te utoliko izvan ovog modela. U ovom pristupu nivo participacije posmatra se kao zavisan od odnosa troškova participacije u nekoj konkretnoj kulturnoj djelatnosti i troškova nekih drugih, alternativnih, načina provođenja slobodnog vremena [Thorsby and Winter 1979, Nardone 1982, Vogel 2000]. Alternativni ekonomski pristup [Stigler and Becker 1977] pretpostavlja da zadovoljstvo koje pojedinci/ke dobijaju od kulturne participacije ne zavisi samo od zarada, troškova i ukusa, već i od faktora kao što su prethodno umjetničko iskustvo, poznavanje umjetnosti, obrazovanje i porodična tradicija koji omogućavaju da se isti nivo participacije efektivnije iskoristi. Problem sa ekonomskim pristupima kulturnoj participaciji jeste pak u tome što gotovo sve empirijske studije ukazuju na jako mali uticaj čisto ekonomskih faktora (poput zarada, bogatstva i troškova kulturne participacije). Pokazalo se da ovi faktori ostvaruju uticaj samo kod onih učesnika/ca kulturne participacije koji već imaju pozitivan stav prema kulturi i umjetnosti i razvijene kulturne navike, te da promjene ekonomskih činilaca (npr. cijena karata) doprinose samo preferiranju jednih u odnosu na druge kulturne događaje.

Psihološki pristupi proučavanju kulturne participacije pretpostavljaju da psihološke karakteristike pojedinaca/ki (njihove karakterne crte ili vrijednosni sistemi) strukturiraju načine i trendove potrošnje. U oblasti kulturne potrošnje, dva psihološka pristupa koji se najčešće sreću u praksi jesu sistemi za kategorizaciju publike poznati pod nazivima „VALS“ (*Values and Life-styles*) i „LOV“ (*The List of Values*). Oba ova pristupa razvijena su kao odgovor na kritike marketinških postupaka segmentacije tržišta koji nisu bili utemeljeni ni u kakvim teorijskim pretpostavkama. Oni predstavljaju pokušaj da se, umjesto analize neposrednih odnosa socio-demografskih karakteristika potrošača na jednoj i njihovih aktivnosti potrošnje na drugoj strani, ovi odnosi analiziraju uz pomoć posredujuće instance „stila života“. Stil života bi, kao neka vrsta psihološkog profila konzumenata, objedinjavao mnoštvo socijalnih faktora, a istovremeno bi bio utemeljen u postojećim psihološkim teorijama ličnosti i vrijednosti. Uprkos značajnim razlikama postoje i sličnosti između ovih pristupa. Jedna od njih je to što oba pristupa operacionalizuju stilove života kao obrasce potrošačkog ponašanja. Još jedna njihova sličnost, i ujedno zajednička slabost, ogleda se u tome što pretpostavljaju da su ličnosti pojedinaca/ki, odnosno njihovi vrijednosni sistemi, izvan uticaja društveno-istorijskog konteksta, te da su stilovi života aistorijski i, shodno tome, relativno stabilni fenomeni.

Sociološki interes u proučavanju kulturne participacije fokusira se na ispitivanje toga kako trendovi kulturne participacije izražavaju, reprodukuju i potencijalno transformišu društvene kolektivitete. Tradicionalni sociološki pristup studijama kulturne participacije ispituje vezu između kulturne potrošnje i ključnih društvenih oblika grupisanja (poput pola, starosnih grupa, etničkih grupa, klasa, rasa i dr.) koja se uspostavlja kroz konzumiranje određenih tipova kulturnih objekata (djela, aktivnosti, događaja) za koje se smatra da signaliziraju pripadnost tim društvenim kolektivitetima. Pretpostavka na kojoj počiva ovakav pristup jeste da su objekti potrošnje (npr. određena umjetnička djela) nosioci nedvosmislenih značenja koja izražavaju identitete društvenih grupa, te da je moguće, polazeći od poznavanja objekata kulturne potrošnje (tipova umjetničkih djela, umjetničkih žanrova, tipova kulturnih aktivnosti, itd.) neposredno zaključivati o ukusima pripadnika/ca ovih društvenih grupa.

Jedno od pitanja koje se postavlja u proučavanjima kulturnih praksi jeste i koji su najpogodniji indikatori da se pristupi njihovom izučavanju i koje su posljedice usvajanja različitih pristupa.

U tekstu „Razlaganje kulturnog kapitala: posljedice kulturnih i ekonomskih resursa za ukus i participaciju“⁴ Meir Jaiš (M. Yaish) i Tali Kac-Gero (T. Katz-Gerro) su identifikovali tri pristupa u dosadašnjim istraživanjima kulturnih praksi: 1) istraživanja koja su koristila indikatore ukusa (preferencija) i kulturne participacije (ponašanja ili navika), ne praveći među njima razliku [npr. istraživanja Ričarda Petersona (R. Peterson: 2005) i Salivena i Kac-Gerro (Sullivan & Katz-Gerro: 2007)]; 2) studije koje su koristila i indikatore ukusa i indikatore kulturne participacije - razlikujući ih - ali ne očekujući da će proizvoditi različite rezultate [poput (DiMaggio: 1982); (Lamont: 1992); (Erickson: 1996); (Kraaykamp: 2002), (Warde, 2008)]; 3) savremena istraživanja u kojima se ukusi i participacija tretiraju kao dvije različite dimenzije kulturnih praksi [(Lahire: 2004), (Silva: 2006) i (Rössel: 2008)].

Među ovim istraživačima pojavila su se i suprotstavljena stanovišta o tome kojim je od ovih indikatora bolje pristupiti istraživanju kulturnih praksi. Među autorima/kama koji/e smatraju da su ukusi pouzdaniji pokazatelji najpoznatiji su Pjer Burdije (P. Bourdieu), Ričard Peterson (R. Peterson) i Elizabet Silva (E. Silva). Po njima, ukus je rafiniraniji pokazatelj, bliži pojmu kulturnih dispozicija koje se oblikuju u porodičnom krugu i kroz obrazovni sistem. Najistaknutiji zagovornik korišćenja ukusa kao indikatora kulturnih praksi bio je Ričard Peterson, koji je isticao da je ukus direktni pokazatelj kulturnih dispozicija, dok su kulturne aktivnosti jednim dijelom uslovljene dostupnošću umjetnosti, odnosno zavise od kulturne ponude u mjestu boravka, od životne dobi ispitanika/ca i njihovih ekonomskih resursa.

U tekstu „Komentar na Čena i Goldtorpa: Omnivor, šta je u imenu, šta je u mjeri“⁵ Peterson je ukazao da izbor između ovih dvaju grupa indikatora u stvari zavisi od onoga što istraživače/ce interesuje. Po njemu, ukoliko se procjenjuje odnos između kulturne participacije i drugih tipova aktivnosti (npr. glasanja ili potrošačkih aktivnosti), onda je bolje koristiti indikatore ponašanja. Međutim, ukoliko se želi utvrditi odnos između kulturnog kapitala ispitanika/ca i njihovih stratifikacionih ili demografskih karakteristika, onda je pouzdanije koristiti mjere preferencija (ukusa), jer oni ne zavise od ograničenja vremena, novca, dostupnosti, prilike i sličnog.

Istraživači/ce iz druge grupe smatraju da je kulturna participacija (kulturne navike) bolja mjera za ispitivanje kulturnih praksi i, kako Jaiš i Kac-Gero ukazuju, navode dva razloga za to. Prvo, da je kulturna participacija „javno pokazivanje socijalnih granica“ koja čini vidljivim kategorije kulture i održava njihovu stabilnost [(T. Veblen: 1899), (Douglas & Isherwood: 1979)], te da aktivno ponašanje u sferi umjetnosti predstavlja impuls klasnoj solidarnosti i klasnom isključivanju (Ostrower: 1998). Drugo, ovi autori/ke naglašavaju da kulturna participacija podrazumijeva posvećenost i spremnost da se investira (novac, vrijeme, itd.) za razliku ukusa koji ne predstavlja više od verbalnog iskaza. Te da su utoliko podaci o tome šta ispitanici/ce rade, pouzdaniji od njihovih izjava o preferencijama.

Najžustriji zastupnici ovih stavova su Čen (T. W. Chan) i Goldtorp (J. Goldthorpe), koji su u odgovoru na Petersonove kritike⁶ istakli da, pošto se bave istraživanjem načina na koji je kulturna potrošnja društveno stratifikovana, upravo ta ograničenja o kojima govori Peterson (vremena, novca, dostupnosti, prilika, itd.) - jesu ono što ih najviše interesuje. Oni su takođe ukazali na opasnost da se iz preferencija (ukusa) ispitanika/ca zaključuje o njihovoj kulturnoj participaciji (ponašanju) – kao što to, npr. po njima, čini Burdije, te da je za njih kulturna participacija koja proizilazi iz statusnih interesa jednako zanimljiva kao ona koja je proizvod individualnih ukusa.

Bernard Lair (B. Lahire), takođe podvlači da, imajući u vidu mnogostrukost društvenih uslova koji utiču na ponašanja u sferi kulture, kulturna participacija *nije* proizvod individualnih preferencija. Često se ističe i da su ponašanja u sferi umjetnosti neposrednije povezana sa stilovima života nego sa ukusom, te da kroz njih može proučavati i *način* recepcije,

4 Meir Yaish and Tally Katz-Gerro, Disentangling Cultural Capital: The Consequences of Cultural and Economic Resources for Taste and Participation (2010), European Sociological Review, vol. 8, no 8, str. 1 - 17

5 Richard A. Peterson, „Comment on Chan and Goldthorpe: Omnivore, what's in a name, what's in a measure“ (2007), Poetics, 35, str. 301 - 305

6 U tekstu „Data, methods and interpretation in analyses of cultural consumption: A reply to Peterson and Wuggenig“ (2007), Poetics, 35, str. 317 - 329

a ne samo ono što se recipira. Ovakvi stavovi se mogu naći u tekstovima Van Risa, Vermunta i Verborda (Van Rees, Vermunt and Verboord: 1999), Lopez-Sintas i Garcia-Alvarez, (López-Sintas and Garcia-Álvarez: 2002) i Salivena (2008).

Rezultati istraživanja koje su sproveli Jaiš i Kac-Gerro pokazali su da su ukusi i kulturna participacija proizvod različitih mehanizama: da ukusi prethode kulturnoj participaciji, ali da je ona uslovljena ekonomskim resursima (prihodima); dok su ukusi (više nego ponašanje) oblikovani kulturnim resursima (obrazovanjem roditelja, kulturnim kapitalom roditelja i obrazovanjem samih ispitanika/ca).

Naše je stanovište, na koje smo već ukazali, da su kulturne potrebe, navike, ukusi, znanja o kulturi i umjetnosti i posjedovanje kulturnih dobara neodvojivi aspekti kulturnih praksi i da je, kada okolnosti to dozvoljavaju, potrebno ispitivati sve njih. U našem istraživanju, ograničenost resursa (i vremena i novca) uslovlili su fokusiranje na tri aspekta koji su bili posebno važni za ostvarenje šireg cilja projekta, izrade strategija kulturnog razvoja tri bokeljske opštine, čiji je istraživanje bilo dio.

Jedna od čestih grešaka u razvoju strateških planova gradova jeste ne uzimanje u obzir kulturnih potreba, navika i ukusa onih koji u njima žive. Gledajući da ne ponovimo istu grešku pristupili smo mapiranju kulturnih praksi građana i građanki bokeljskih opština. Ono je bilo još jedna važna uporišna tačka i u formulisanju opštinskih lokalnih programa razvoja kulture, kao i u koncipiranju predloga regionalne saradnje na nivou Boke Kotorske. S obzirom na to da su Kotor, Tivat i Herceg Novi i turistički gradovi, u kojima bi trebalo zadovoljavati i kulturne potrebe i odgovarati na kulturne navike turista, ovo istraživanje bi trebalo dopuniti i ispitivanjem kulturnih potreba i preferencija posjetilaca ovih gradova, da bi se na taj način planski unaprijedila i turistička ponuda ovog regiona.

● **Rezultati istraživanja kulturne participacije građana i građanki opština u Boki Kotorskoj**

U ovom segmentu istraživanja ispitivali smo aktuelni aspekt kulturne participacije, odnosno kulturne navike građana i građanki u javnoj, privatnoj i medijskoj sferi. U upitniku smo, najprije ispitanicima/cama postavili pitanja o tome koliko su često posjećivali kulturne institucije i kulturne događaje u opštini u kojoj žive, u 12 mjeseci prije anketiranja.

Dobijeni rezultati o učestalosti posjeta kulturnim institucijama i kulturnim događajima mogu se pratiti u grafikonima 1. Ispitanicima/cama je ponuđeno da za svaku od 13 aktivnosti navedu da li su, u godinu dana prije anketiranja, participirali u njima više od 12 puta, od 6 do 12 puta, od 4 do 6 puta, od 1 do 3 puta ili nijednom. Nakon primarnih analiza, izvorne odgovore smo rekodirali u trostepenu skalu čije su opcije: često (četiri i više puta godišnje), ponekad (1 – 3 puta godišnje) i nijednom.

Kao što se može vidjeti u grafikonima 1, značajan broj građana i građanki Boke Kotorske ne učestvuje u kulturnim aktivnostima⁷. U zavisnosti od vrste aktivnosti odsustvo participacije se kreće između 50% i 90%. Najintenzivnija participacija u kulturnim aktivnostima vezuje se za odlaske na pozorišne predstave: 24% ispitanika/ce često odlazi u pozorište, a još 29,5% to čini povremeno. Anketirani građani i građanke dosta često još posjećuju koncerte pop/rok muzike. Na ovim koncertima je često bilo 17,7%, a još 24,7% je bilo na po nekom koncertu.

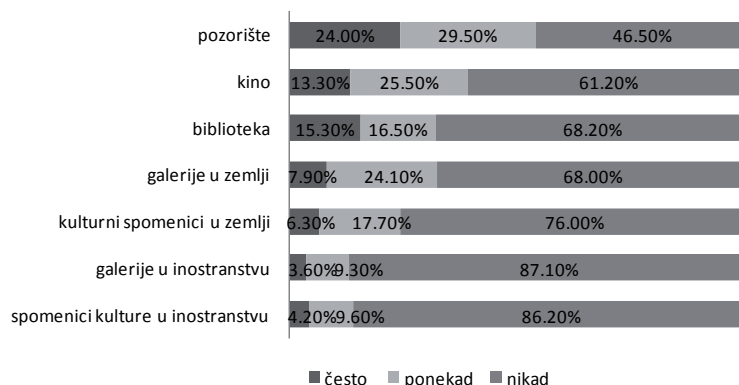
⁷ Da se, pri tom, ne radi o nekom izuzetku, specifičnom za građane/ke opština u Boki Kotorskoj, može se vidjeti u daljim analizama (vidi strane 22 do 26)

KULTURNE PRAKSE U BOKI KOTORSKOJ

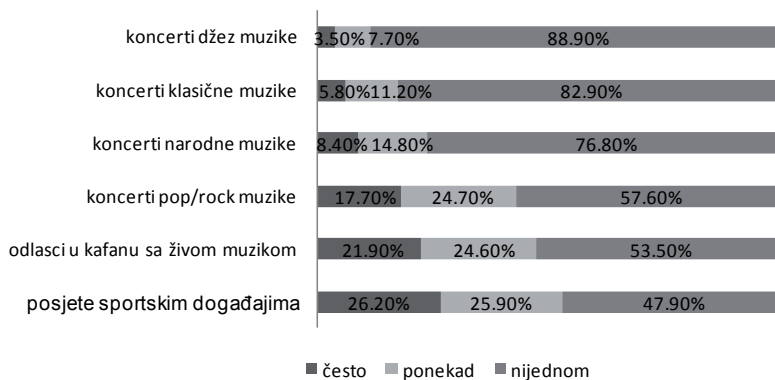
Pored kulturnih aktivnosti u užem smislu, ispitanicima/cama su još, kao oblici korišćenja slobodnog vremena ponuđeni odlasci u kafane/restorane sa „živom“ muzikom i odlasci na sportske događaje. Sportskim događajima je u 12 mjeseci prije anketiranja često prisustvovalo 26,2%, a povremeno još 25,9%. U kafane/restorane gdje postoji i neki muzički program često je odlazilo 21,9% ispitanika/ca, a ponekad još 24,6%.

Najniži nivoi participacije, ukoliko ne računamo posjete umjetničkim galerijama/muzejima i kulturnim spomenicima u inostranstvu, vezani su za koncerte džeza muzike (na kojima u godinu dana prije anketiranja nije bilo 88,9% anketiranih) i koncerte klasične muzike, koje nije posjećivalo 82,9% ispitanika/ca.

GRAFIKON 1A – Koliko su puta učestvovali/e u navedenim aktivnostima u 12 mjeseci prije anketiranja (Boka)



GRAFIKON 1B – Koliko su puta učestvovali/e u navedenim aktivnostima u 12 mjeseci prije anketiranja (Boka)

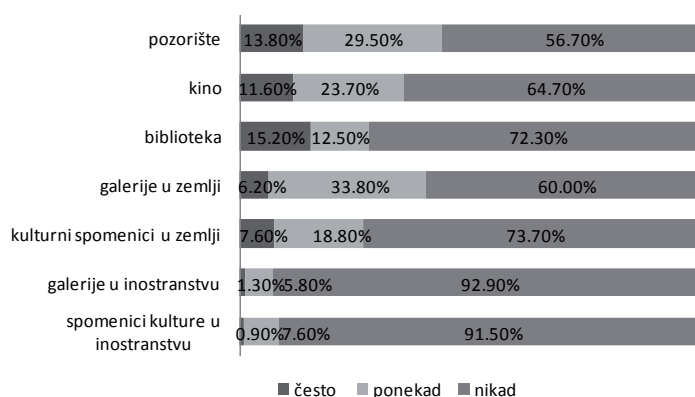


Ono po čemu se ispitanici/ce u uzorku iz opštine Kotor (vidi grafikone 1C i 1D) razlikuju od ispitanika/ca iz drugih opština u Boki, ogleda se u nešto češćim posjetama umjetničkim galerijama, značajno ređim odlascima u pozorište i nešto nižem nivou odlazaka na koncerte (svih muzičkih žanrova).

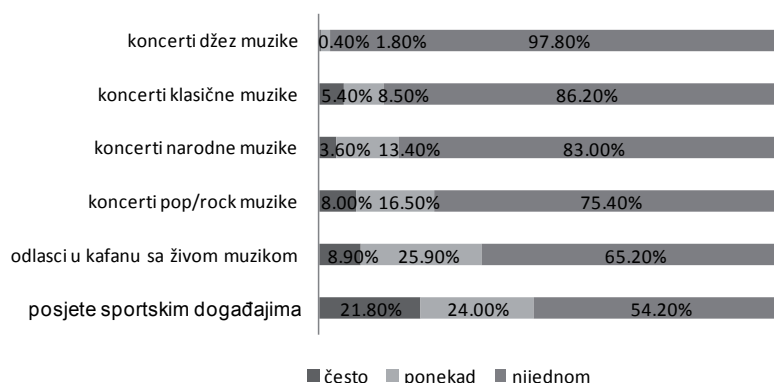
Iako je, kao i u drugim opštinama, procenat onih koji često posjećuju galerije i u opštini Kotor dosta nizak (6,2%), značajan je procenat onih koji povremeno posjećuju galerije i odlaze da vide izložbe (33,5%). Na drugoj strani, za razliku od ispitanika/ca iz druge dvije opštine, čestih posjetilaca/teljki pozorišta u opštini Kotor ima samo 13,8%, mada je značajan procenat onih koji tokom godine odgledaju po neku predstavu (29,5%).

Kako nivoi participacije, osim od dispozicija potrošača, zavise i od kulturne ponude, vjerovatno da i u slučaju pozorišta, a posebno koncerata, nizak nivo participacije svjedoči i o oskudnoj ponudi. U opštini Kotor u godinu dana prije anketiranja na koncertima džez muzike nije bilo 97,8% anketiranih; na koncertima klasične muzike 86,2%; na koncertima narodne muzike 83%, a na koncertima pop-rok muzike tri četvrtine ispitanika/ca iz uzorka (75,4%). Pošto je poznato da tokom KotorArt festivala građani i građanke Kotora imaju prilike da vide značajan broj kvalitetnih pozorišnih predstava i koncerata klasične muzike, vjerovatno da bi trebalo razmišljati o poboljšanju kulturne ponude tokom godine, naročito u slučaju džez i rok muzike. Ovo bi, vezano za pozorišnu umjetnost i klasičnu muziku, trebalo da prate programi socio-kulturne animacije, koji bi, posebno najmlađima, približili svjetove i čari ovih umjetnosti.

GRAFIKON 1C – Koliko su puta učestvovali/e u navedenim aktivnostima u 12 mjeseci prije anketiranja (teritorija opštine Kotor)



GRAFIKON 1D – Koliko su puta učestvovali/e u navedenim aktivnostima u 12 mjeseci prije anketiranja (teritorija opštine Kotor)

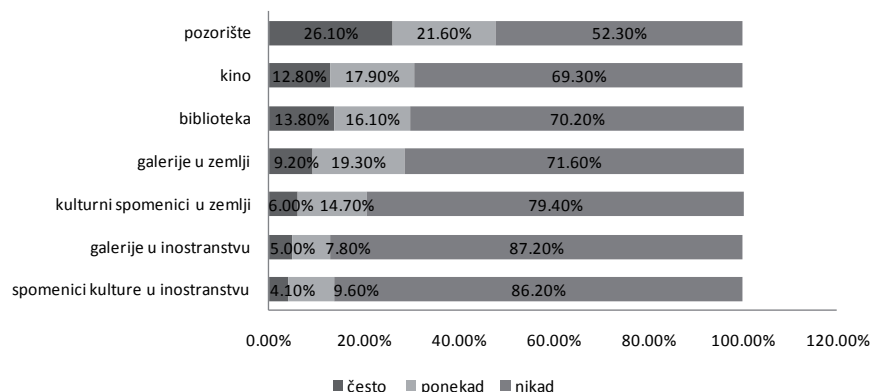


Specifičnosti u domenu kulturne participacije u opštini Tivat (grafikoni 1E i 1 F) vezane su za česte posjete pozorištu, rjeđe odlaske na koncerte klasične muzike u odnosu na druge dvije opštine i manji procenat onih koji povremeno posjećuju umjetničke izložbe. Tome treba dodati i da je u opštini Tivat manji procenat onih koji odlaze u kafane/restorane u kojima se uživo svira.

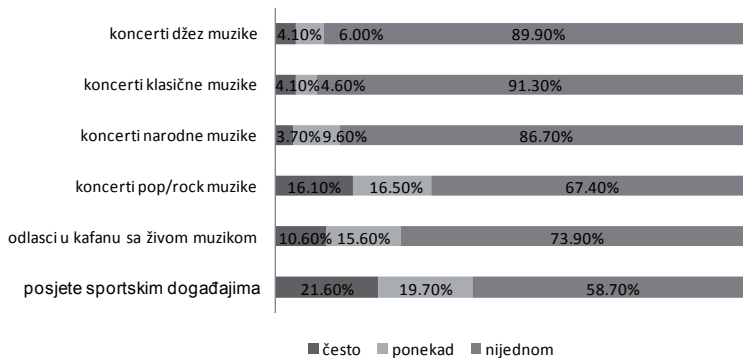
Među anketiranim iz opštine Tivat gotovo je dvostruko više onih koji često odlaze u pozorište nego u Kotoru (26,1%). Kad se tome doda još 21,6% onih koji su pogledali po neku pozorišnu predstavu, dolazimo do gotovo polovine uzorka iz opštine Tivat koji učestvuju u pozorišnom životu. Tome sasvim sigurno doprinosi i pozorišni festival „Purgatorije“ i ukupna djelatnost Centra za kulturu Tivat.

Procenat onih koji često posjećuju izložbe vizuelnih umjetnosti sličan je onome u opštinama Kotor i Herceg Novi (9,2%), ali je procenat ispitanika/ca koji povremeno odlaze u umjetničke galerije/muzeje značajno niži nego u Kotoru (19,3%). Iako ni u druge dvije opštine procenat onih koji odlaze na koncerte klasične muzike nije posebno visok, on je ipak najniži u Tivtu (9,1,3%). Anketirani/e iz opštine Tivat takođe značajno rjeđe odlaze u kafane u kojima svira „živa muzika“, što je opet vjerovatno vezano i sa tim koliko takvih restorana u gradu ima.

GRAFIKON 1E – Koliko su puta učestvovali/e u navedenim aktivnostima u 12 mjeseci prije anketiranja (teritorija opštine Tivat)



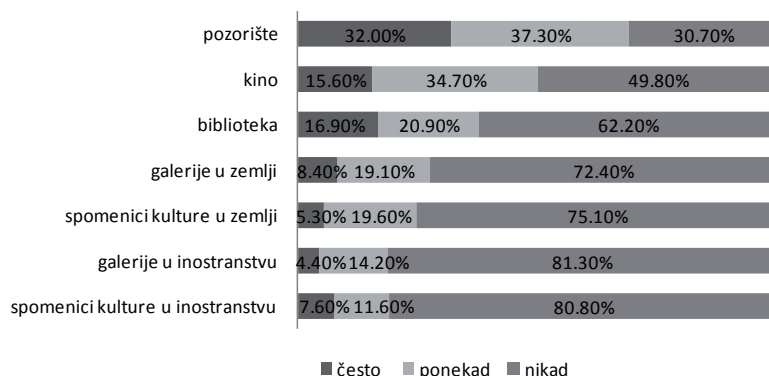
GRAFIKON 1F – Koliko su puta učestvovali/e u navedenim aktivnostima u 12 mjeseci prije anketiranja (teritorija opštine Tivat)



Već smo u uvodu ove studije pomenuli da je u uzroku iz opštine Herceg Novi bilo nesrazmerno mnogo mladih i visokoobrazovanih ispitanika/ca. Iako se pouzdano ne može tvrditi u kakvom odnosu stoje uzorak i populacija i u druge dvije opštine u kojima smo vršili anketiranje, na našu žalost, moramo da upozorimo da je izvjesno da podaci o uzorku iz Herceg Novom ne prikazuju odnose kakvi postoje u populaciji u opštini Herceg Novi. Poznato je da veliki broj mladih i obrazovanih ispitanika/ca podiže nivo kulturne participacije, usmjerava ukuse sa savremenim i globalnim umjetničkim formama i doprinosi „strožoj“ ocjeni kulturne ponude. Te „pravce iskrivljenja“ dobijenih rezultata treba imati u vidu prilikom njihovog tumačenja.

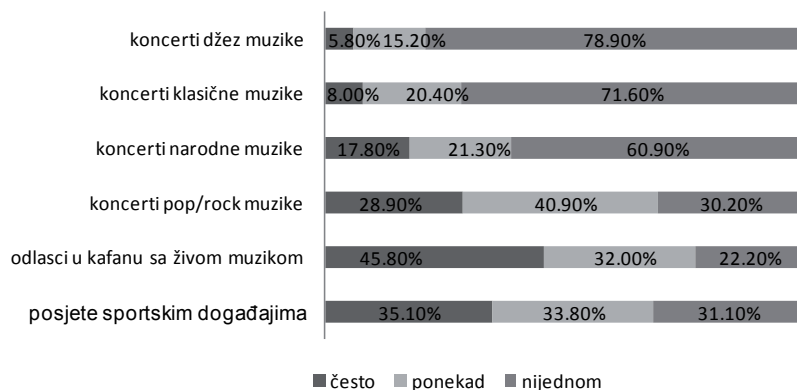
Oni su vidljivi u višem nivou nivou kulturne participacije u opštini Herceg Novi za gotovo sve aktivnosti koje smo ponudili u upitniku. Među anketiranim iz opštine Herceg Novi u pozorište često odlazi 32% ispitanika/ca, a njih još 37,3% povremeno odlazi na pozorišne predstave. U kino redovno odlazi 15,6%, a još 34,7% povremeno pogleda po neki film. Na koncertima pop-rok muzike je u 12 mjeseci prije anketiranja bilo 28,9%, a još njih 40,9% je bilo bar na jednom koncertu. I za koncerte džez, klasične i narodne muzike zabilježeni su viši nivoi participacije nego u uzorcima iz druge dvije opštine. Tako je, na primjer, u 12 mjeseci prije anketiranja, na koncertima džez muzike među anketiranim iz opštine Herceg Novi često bilo 5,8%, a ponekad još 15,2%: na koncertima klasične muzike je često bilo 8% anketiranih, a njih još 20,4% je prisustvovalo bar jednom koncertu klasične muzike; a koncerte narodne muzike je često gledalo 17,8% anketiranih, a povremeno još 21,3%.

GRAFIKON 1G – Koliko su puta učestvovali/e u navedenim aktivnostima u 12 mjeseci prije anketiranja (teritorija opštine Herceg Novi)



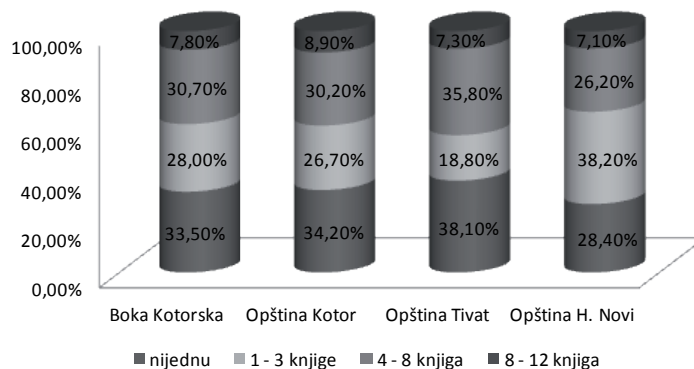
Da dodamo još samo da je skoro 80% anketiranih Herceg Novom u godinu dana prije anketiranja bilo u kavanama sa živom muzikom, odnosno da je njih 70% prisustvovalo sportskim događajima.

GRAFIKON 1H – Koliko su puta učestvovali/e u navedenim aktivnostima u 12 mjeseci prije anketiranja (teritorija opštine Herceg Novi)



Druga sfera u kojoj smo vršili istraživanje bio je domen privatne (*in-door*) kulturne potrošnje, koju smo operacionalizovali kroz pitanje o broju pročitanih knjiga za vlastito zadovoljstvo, u istom ovom periodu (12 meseci prije anektiranja)

GRAFIKON 2 – Koliko su knjiga pročitali/e za vlastito zadovoljstvo u 12 mjeseci prije anketiranja



Kao što se može vidjeti iz grafikona 2, „čitalačku klasu“⁸ (W. Grisvold) u regionu Boke Kotorske čini oko 10% ispitanika. Oni spadaju u pasionirane čitače, koji prosječno čitaju jednu knjigu mjesečno. Ni na ostalim nivoima čitanja nema nekih posebnih razlika između uzoraka iz opština Boke. Oni/e koji uopšte ne čitaju knjige čine oko trećinu uzorka (najveći procenat njih je Tivtu, a najmanji u Herceg Novom); procenat onih koji su u 12 mjeseci prije anketiranja pročitali bar jednu knjigu kreće se oko četvrtine uzorka (uz ponovo najveći procenat u Herceg Novom), da bi se i broj onih koji redovno čitaju, iako nisu pasionirani ljubitelji knjige, ponovo kretao oko trećine anketiranih.

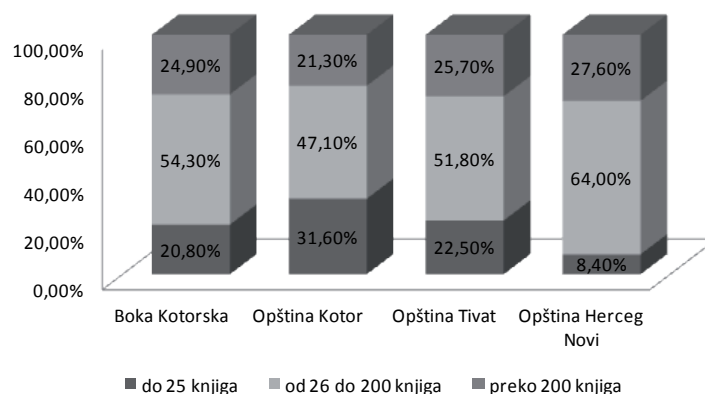
Iako pitanje o tome koliko su velike njihove kućne biblioteke ne spada u domen kulturne participacije u užem smislu⁹, istraživanja pokazuju jasne pravilnosti između obima čitanja i posjedovanja knjiga. Izvorna skala ponuđena ispitanicima/cama uključivala je opcije 1) nemam knjiga u kući; 2) do 25 knjiga; 3) od 26 do 50 knjiga; 4) od 51 do 200 knjiga; 5) od 201 do 400 knjiga; 6) preko 400 knjiga. Nakon preliminarnih analiza, nju smo rekodirali u skalu sa tri mogućnosti: 1) kućne biblioteke do 25 knjiga; 2) biblioteke od 26 do 200 knjiga; i 3) kućne biblioteke sa više od 200 knjiga.

Rezultati prikazani u grafikonu 3 pokazuju posjedovanje biblioteka solidne veličine (od više od 200 knjiga) u domovima oko četvrtine anketiranih. Procenat onih čije su biblioteke prosječne veličine (između 26 i 200 knjiga) kreće se od 47,1% u Opštini Kotor, do 64% anketiranih u opštini Herceg Novi. Ispitanika/ca koji ili ne posjeduju knjige u kući ili su njihove biblioteke jako male ima više od 30% u Opštini Kotor, oko 20% u opštini Tivat i samo 8,4% u Opštini Herceg Novi.

8 U nedavnom pregledu istraživanja o praksi čitanja u SAD, Evropi i Australiji „Čitanje i čitalačka klasa u XXI vijeku“, Vendi Grisvold i saradnici sugerišu da rezultati istraživanja pokazuju da je era masovnog čitanja knjiga prošla i da naše vrijeme karakteriše pojava brojčano male, ali izuzetno uticajne „čitalačke klase“ koju karakterišu želja za knjigom i visok stepen obrazovanja.

9 Jedan od najznačajnijih autora koji su se bavili proučavanjem kulturnih praksi, francuski sociolog Pjer Burdije, razlikuje tri forme u kojima se kulturni kapital javlja. Kulturni kapital u otjelovljenoj formi predstavlja skup kultivisanih dispozicija koje su stečene tokom procesa socijalizacije. Kulturni kapital u objektiviranoj formi uključuje materijalne objekte i medije – poput slika, knjiga, skulptura, spomenika, instrumenata ili aparata koji služe za kulturnu potrošnju. I na kraju, postoji kulturni kapital u institucionalizovanoj formi akademskih/obrazovnih diploma. Kulturna participacija u užem smislu bi u ovoj koncepciji predstavljala izraz relativno stabilnih dispozicija.

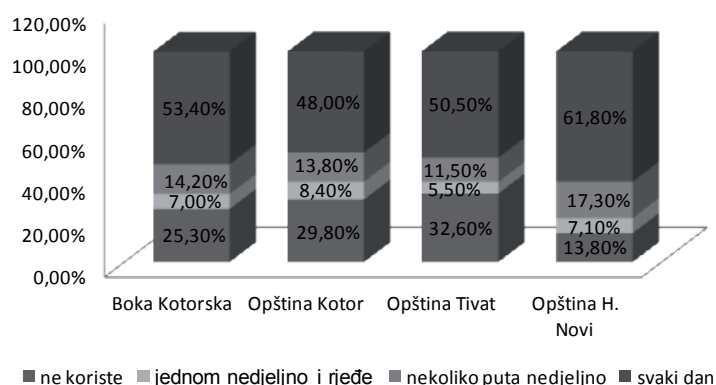
GRAFIKON 3 – Veličina kućnih biblioteka ispitanika/ca



Posljednji segment kulturne participacije koji smo ispitali u ovom istraživanju ticao se medijskih navika ispitanika/ca. Pošto je poznato da je gledanje televizije gotovo univerzalno (u gotovo svim istraživanjima širom svijeta kreće se između 95-100%), odlučili smo se da ispitamo korišćenje najnovijeg medija – kompjutera, a posredno i internet servisa. Zbog naknadnog uvida u značaj radio stanica u regionu Boke Kotorske (jednim dijelom i zbog nedostatka lokalnih i regionalne televizijske stanice), žalimo što se u upitniku nije našlo pitanje o slušanosti radio stanica i programa, koje bi svakako trebalo uvrstiti u neko buduće istraživanje.

U grafikonu 4 može se vidjeti da polovina anektiranih (u sve tri bokeljske opštine) koristi kompjuter svakodnevno (u Opštini Herceg Novi je taj procenat čak 61,8%). Na drugoj strani, oko 30% ispitanika/ca u opštinama Kotor i Tivat uopšte ne upotrebljava kompjuter. U Herceg Novom kompjuter ne koristi samo 13,8% anketiranih. Grupe koje kompjuter upotrebljavaju povremeno (nekoliko puta nedjeljno ili jednom nedjeljno i rjeđe) čine zajedno 20–25% uzorka u opštinama.

GRAFIKON 4 – Koliko često upotrebljavaju kompjuter



Da naše istraživanje ne bi ostalo na čisto deskriptivnom nivou, dobijene podatke smo najprije komparirali sa rezultatima istraživanja kulturne participacije u zemljama EU. U narednom koraku pokušali smo da primjenom faktorske analize otkrijemo dimenzije koje strukturiraju kulturnu participaciju građana i građanki opština u regionu Boke Kotorske. I na kraju ovog poglavlja, ustanovljene trendove u kulturnoj participaciji smo, primjenom bivarijantnih i multivarijantnih analiza doveli u vezu sa socio-demografskim podacima o ispitanicima/cama (pol, starost, nivo obrazovanja, tip zanimanja, prosječni mjesečni prihodi po članu/ici domaćinstva) da bismo pratili koji od društvenih činilaca ostvaruju snažniji uticaj na kulturnu participaciju građana i građanki regiona Boke Kotorske.

● Poređenja kulturne participacije građana i građanki opština u Boki Kotorskoj sa kulturnom participacijom zemalja u EU

Dobijene rezultate u istraživanju kulturne participacije građana i građanki u tri opštine u Boki Kotorskoj uporedili smo sa rezultatima dobijenim u istraživanjima „*European's Participation in Cultural Activities*” („Učešće Evropljana u kulturnim aktivnostima”) i „*New Europeans and Culture*” („Novi Evropljani i kultura”). Ova istraživanja urađena su na zahtjev Evropske komisije 2002. i 2003. godine. Prvo istraživanje obuhvatilo je, u to vrijeme, petnaest zemalja Evropske unije, a drugo, tadašnjih trinaest zemalja kandidata za prijem u Evropsku uniju (Litvaniju, Estoniju, Letoniju, Poljsku, Češku Republiku, Slovačku, Mađarsku, Sloveniju, Kipar, Maltu, Bugarsku, Rumuniju i Tursku)¹⁰.

Istraživanja „Učešće Evropljana u kulturnim aktivnostima i „Novi Evropljani i kultura” ispitivala su kulturne aktivnosti građana/ki tadašnjih zemalja članica EU i njihovih budućih članica (posjete kulturnim događajima, čitanje knjiga, slušanje muzike, gledanje televizije, slušanje radija, čitanje dnevne štampe i magazina, upotreba kompjutera i umjetničke aktivnosti građana/ki). Stoga smo, želeći da sagledamo kulturne navike građana i građanki opština Boke Kotorske u evropskom kontekstu, u naše istraživanje uključili jedan broj pitanja iz ovih Eurostatovih anketa.

Treba odmah u startu naglasiti da ova poređenja imaju više ilustrativnu ulogu, jer se o poređenjima u strogom smislu riječi – imajući u vidu razlike u jedinici proučavanja i u tipu uzorka – ne može govoriti. Boka Kotorska je mali prirodni i kulturni region u Crnoj Gori u kome živi oko 70.000 stanovnika, a i uzorak je dizajniran kao stratifikovani neproporcionalni uzorak od po 250 građana/građanki u svakoj od bokeljskih opština, pa bi doslovna poređenja sa nacionalno-proporcionalnim uzorcima višemilionskih država bila neprimjerena. Pa ipak, njihova ilustrativna uloga ogleda se u tome da se steknu uvidi da, posebno niski nivoi participacije u kulturnim aktivnostima, nisu nešto što je neuobičajeno u drugim sredinama, kao i da se bolje uoče neke specifičnosti kulturne participacije u ovom regionu.

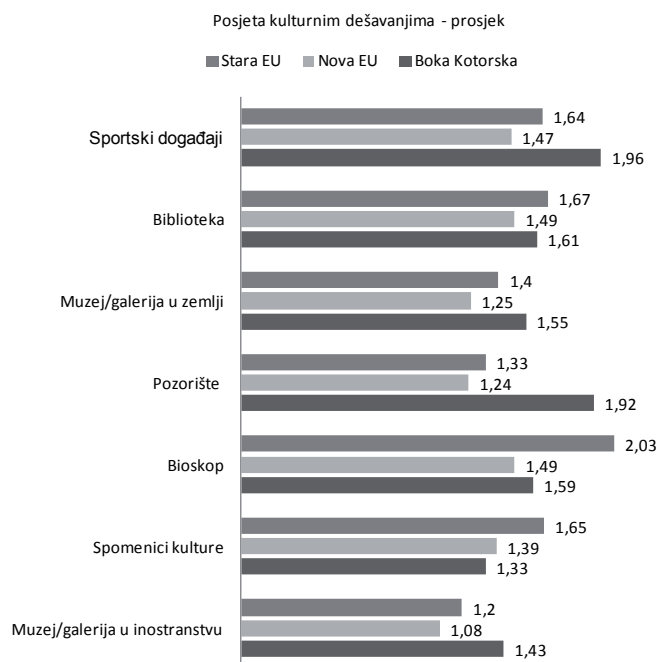
Kada smo dobijene rezultate u pogledu posjeta kulturnim događajima građana/ki opština u Boki Kotorskoj uporedili sa opštim prosjekom zemalja kandidata za prijem u EU pokazalo se da se u slučaju gotovo svih aktivnosti, stanovnici/ce Boke Kotorske nalaze uglavnom iznad ovog prosjeka¹¹.

Kao što se može vidjeti u grafikonu 5, anketirani građani i građanke opština Boke Kotorske češće od prosječnog nivoa i starih i novih članica EU pohađaju pozorišne predstave, muzeje i galerije u zemlji i inostranstvu i češće odlaze na sportske priredbe. U pogledu učestalosti korišćenja bibliotečkih usluga i odlazaka u kino, ispitanici/ce u našem uzorku imaju veći prosjek od „novih“ Evropljana, a nešto niži od „starih“ Evropljana (za biblioteke) i značajno niži prosjek (za kino). I na kraju, prosjek posjeta kulturnim spomenicima među ispitanicima/cama iz Boke Kotorske, niži je u odnosu na prosjek za obje grupacije EU zemalja.

10 Prvih deset zemalja sa ove liste primljeno je u Evropsku uniju 2005, a Bugarska i Rumunija 2007. godine, dok je Turska ostala u statusu kandidata za prijem u EU.

11 Prosjek se ovdje odnosi na skalu učestalosti posjeta kulturnim institucijama i programima sa vrijednostima od 1 do 5 (u kojoj 1 znači „nikada”, a 5 znači „više od 12 puta”), pri čemu je centralna pozicija izražena numeričkom vrijednošću 3, koja znači „4 do 6 puta” Ovo rješenje su iskoristili timovi Eurostatovih istraživanja, pa smo mi dobijene podatke samo uključili u grafikon.

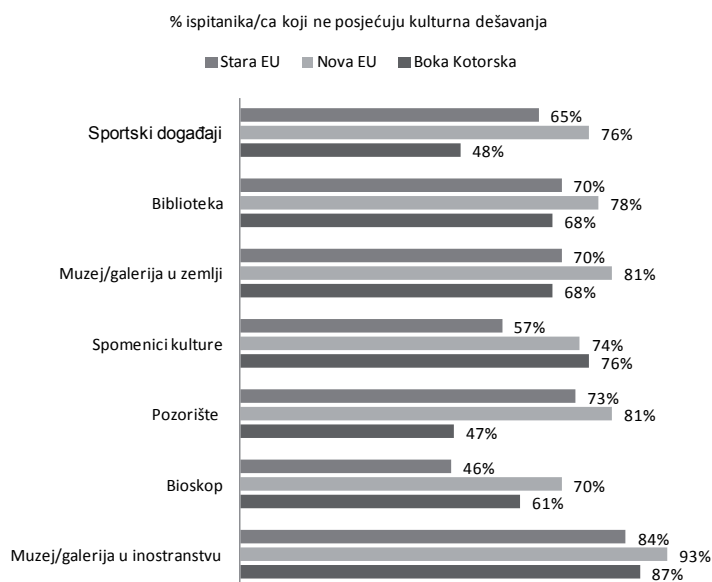
GRAFIKON 5 – Poređenje učestalosti posjeta kulturnim dešavanjima u Boki Kotorskoj i u zemljama EU



- 15 starih članica Evropske unije, Belgija, Danska, Njemačka, Grčka, Španija, Francuska, Irska, Italija, Luksemburg, Holandija, Austrija, Portugalija, Finska, Švedska, Velika Britanija
- države primljene u članstvo 2004. i 2007. godina, zajedno sa Turskom koja je u statusu kandidata (Bugarska, Kipar, Češka, Estonija, Mađarska, Letonija, Litvanija, Malta, Poljska, Rumunija, Slovačka, Slovenija i Turska)

Isti ovi odnosi mogu se sagledati i iz drugog ugla, kroz prikaz procenata onih koji nisu posjećivali kulturna događanja u godinu dana prije anketiranja (vidi grafikon 6). U slučaju pozorišta i posjeta sportskim događajima, među anketiranimima u Boki, taj broj je manji od polovine, dok se za većinu drugih djelatnosti kreće oko 70% (kao i u zemljama EU). Za posjete galerijama i muzejima u inostranstvu procenat onih koji ne posjećuju kulturne događaje je 87% i viši je od prosjeka za staru EU petnaesticu, dok je za posjete kulturnim spomenicima 76% i viši od nivoa odsustva participacije u čitavoj EU.

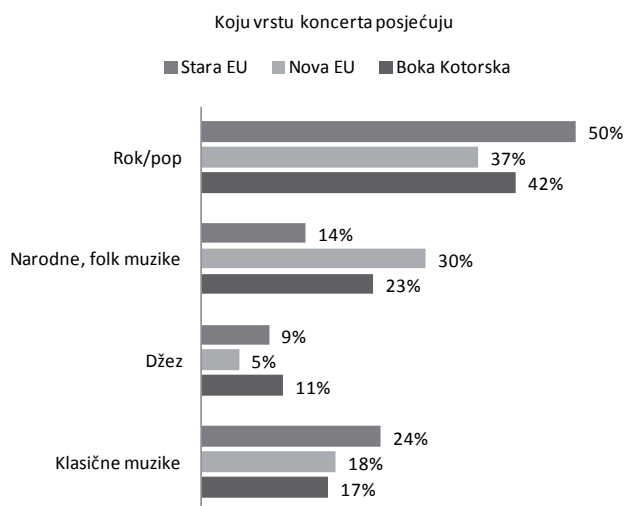
GRAFIKON 6 – Poređenje procenata ispitanika/ca koji ne posjećuju kulturna dešavanja u Boki Kotorskoj i u zemljama EU



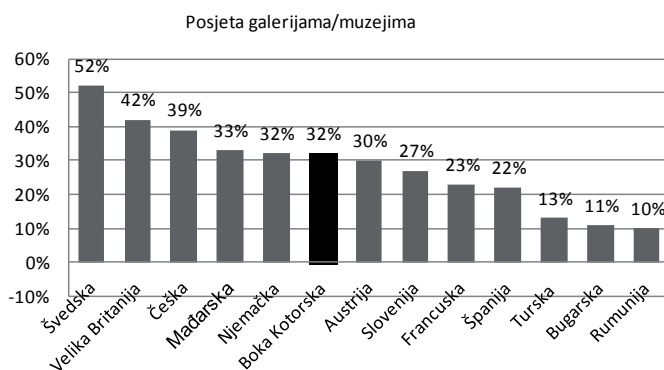
U odnosu na tipove koncerata koje posjećuju, dobijeni rezultati (grafikon 7) pokazuju da ispitanici/ce iz Boke Kotorske rjeđe posjećuju koncerte pop/rok muzike od ispitanika/ca iz istočne Evrope, ali češće od građana/ki EU petnaestorice; da su češći posjetioci koncerata folk muzike od ispitanika/ca starih članova EU, ali da ih pohađaju rjeđe od građana/ki novih EU članova; da češće posjećuju džez koncerte i od jedinih i od drugih¹²; dok rjeđe posjećuju koncerte klasične muzike od njih.

Kada se nivoi kulturne participacije upoređuju sa pojedinačnim zemljama (a ne sa prosjekom za „stare“ i „nove“ EU članice) onda se može vidjeti (grafikoni 8 do 10) da se u pogledu učestalosti posjeta muzejima i galerijama ispitanici/ce iz opština Boke Kotorske nalaze negdje u sredini liste (slično građanima/kama Mađarske, Njemačke i Austrije); što je slučaj i sa učestalošću korišćenja bibliotečkih usluga (ponovo slično građanima/kama Mađarske i Njemačke).

GRAFIKON 7 – Tipovi koncerata koje posjećuju u Boki Kotorskoj i u zemljama EU

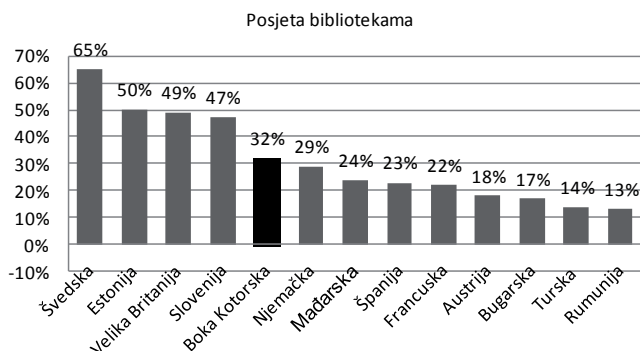


GRAFIKON 8 – Procenat onih koji/e posjećuju galerije/muzeje u Boki Kotorskoj i u zemljama EU



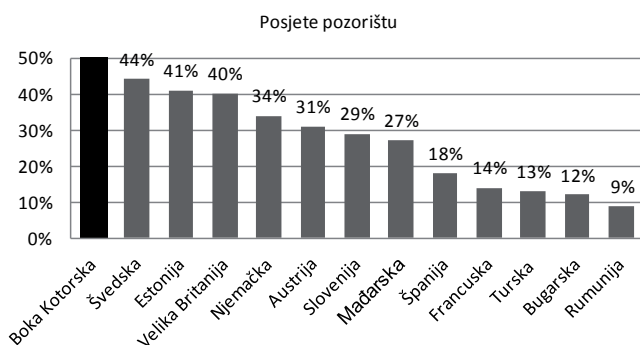
 12 Što imajući u vidu mali broj džez koncerata koji se uopšte održavaju u regionu i ne djeluje baš vjerovatno.

GRAFIKON 9 – Procenat onih koji/e koriste bibliotečke usluge u Boki Kotorskoj i u zemljama EU



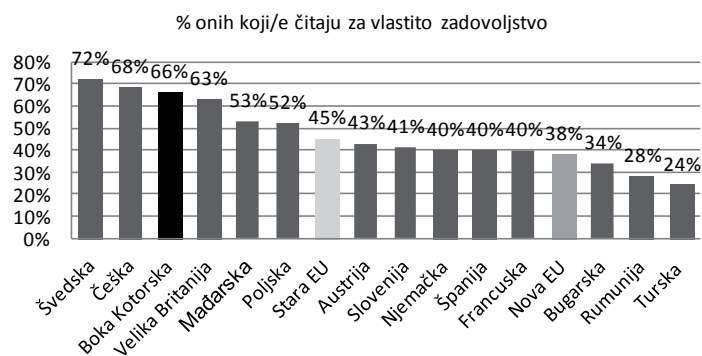
Dok u pogledu učestalosti posjeta pozorištima (sa 53% onih koji su u godinu dana prije anketiranja bili u pozorištu) prednjače na listi - vidi grafikon 10.

GRAFIKON 10 – Procenat onih koji/e odlaze u pozorište u Boki Kotorskoj i u zemljama EU

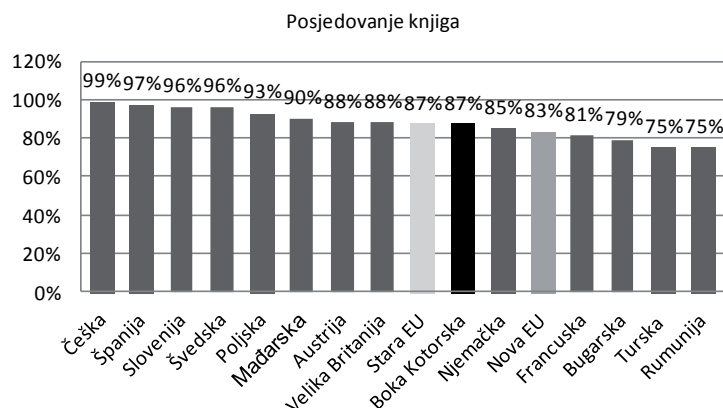


Kada se iz domena javne kulturne potrošnje (*out-door*) pređe u domen privatne kulturne potrošnje (*in-door*), ustanovljeni trendovi se uglavnom održavaju. Tako se, na primjer, ispitanici/ce iz opština Boke Kotorske, u odnosu na procenat onih koji čitaju knjige za vlastito zadovoljstvo (sa 66%) nalaze pri vrhu liste; dok su u odnosu na broj onih koji posjeduju kućne biblioteke (87%) u drugoj polovini liste građana/ki evropskih država koji su učestvovali u anketiranju (grafikoni 11 i 12).

GRAFIKON 11 – Procenat onih koji/e su pročitali bar jednu knjigu u 12 mjeseci prije anketiranja za vlastito zadovoljstvo u Boki Kotorskoj i u zemljama EU



GRAFIKON 12 – Procenat onih koji/e posjeduju knjige u kućnim bibliotekama u Boki Kotorskoj i u zemljama EU



● Osnovne dimenzije kulturne participacije u Boki Kotorskoj (rezultati faktorske analize)

Kao što smo već naveli, u ovom istraživanju pokušali smo i da primjenom faktorske analize otkrijemo i dimenzije koje strukturiraju kulturnu participaciju građana i građanki u regionu Boke Kotorske. Kao metod ekstrakcije koristili smo Principal Components Analysis (PCA) koji je, ukoliko se koristi bez rotacije, najbliži multivarijantnoj analizi korespondenci (metodi koju smo do sada najčešće koristili u analizi kulturnih praksi).

Faktorska analiza izdvojila je tri faktora čija je jedinstvena vrijednost (*eigenvalue*) veća od jedinice i koji zajedno objašnjavaju 57,72% varijanse. Kao što se može vidjeti u tabeli 5, u prvom faktoru na koji odlazi 33,76% varijansi imamo snažna faktorska punjenja¹³ za gotovo sve aktivnosti koje smo ponudili ispitanicima/cama (izuzev donekle za koncerte narodne muzike i odlaske na sportske događaje). Ovo je dimenzija koja pokazuje česte posjete pozorištima, bibliotekama, koncertima klasične muzike, umjetničkim galerijama i muzejima i kulturnim spomenicima u zemlji i inostranstvu, ali i pop-rok koncertima, džez koncertima, odlascima u kino, izlascima u kafane sa muzikom uživo i odlascima na sportske priredbe. U pogledu ukusa, pošto uključuje aktivnu participaciju i u tradicionalnim kulturnim i umjetničkim programima i u popularnim umjetnostima i aktivnostima, ova dimenzija uključuje omnivorne kulturne prakse.¹⁴ Imajući sve ove aspekte u vidu, ovaj faktor nazvali smo *faktorom aktivne (omnivorne) kulturne participacije*.

Drugi faktor koji objašnjava 13,87% varijanse pokazuje snažna pozitivna faktorska punjenja za odlazak na koncerte narodne muzike, izlaske u kafanu sa „živom“ muzikom, odlaske na sportske događaje i na pop-rok koncerte, odnosno na drugoj strani snažna negativna punjenja, odnosno rijetke odlaske u umjetničke galerije/muzeje i posjete kulturnim spomenicima u Crnoj Gori. Imajući ovo u vidu ovaj faktor smo označili kao *faktor zabave*.

Treća izdvojena dimenzija kulturne participacije je dosta neobična. Ona je redukovala 10,08% varijanse i u njoj se pojavljuju izrazito snažna faktorska punjenja za posjete umjetničkim galerijama/muzejima i kulturnim spomenicima u inostranstvu i nešto značajnije faktorsko punjenje za posjetu sportskim događajima. Negativna faktorska punjenja se

13 Konvencija je da se u analizi pozitivna ili negativna faktorska punjenja ispod 0,3 ne uzimaju u obzir. U tabeli 5 su boldom označena faktorska punjenja na koja treba obratiti pažnju.

14 O omnivorima i univorima, vidi kasnije u ovoj studiji (str. 35).

pojavljuju u odnosu na odlaske u pozorište, kino i biblioteku, dok je većina punjenja ispod praga koji se posmatra u analizi. U nekoj drugoj sredini, pošto je čitav akcenat stavljen na posjetu kulturnim programima u inostranstvu, pretpostavili bismo da se radi o „snobovskom“ faktoru, ali s obzirom na dominantnu vjekovnu tradiciju Boke, vjerovatnije je da se ovdje radio o „pomorskom“ faktoru (posebno u sklopu sa relativno čestim posjetama sportskim događajima).

Tabela 5 - Faktori kulturne navike

	FAKTORI		
	1	2	3
Posjete biblioteci	.522	-.019	-.369
Odlazak u kino	.640	.051	-.425
Odlazak u pozorište	.655	-.049	-.474
Odlazak na sportske događaje	.434	.441	.329
Pop-rok koncerti	.648	.442	-.007
Džez koncerti	.612	.167	-.022
Koncerti narodne muzike	.249	.678	.156
Izlazak u kafanu sa živom muzikom	.545	.554	.048
Koncerti klasične muzike	.592	-.216	-.278
Izložbe u umjetničkim galerijama u Crnoj Gori	.605	-.463	.002
Izložbe u umjetničkim galerijama u inostranstvu	.660	-.275	.515
Posjete kulturnim spomenicima u Crnoj Gori	.598	-.444	.106
Posjeta kulturnim spomenicima u inostranstvu	.653	-.284	.529

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tri osnovna tipa odnosa prema kulturnoj participaciji u Boki Kotorskoj mogu se sagledati u ove tri osnovne dimenzije, koje smo nazvali faktorom „aktivne (omnivorne) kulturne participacije“, faktorom „zabave“ i „pomorskim“ faktorom. U regresionim analizama na kraju ovog poglavlja pokušaćemo da otkrijemo i koji su njihovi socio-demografski korelati.

● Socio-demografski korelati kulturne participacije u Boki Kotorskoj

U dosadašnjim analizama utvrdili smo osnovne trendove u kulturnoj participaciji u Boki Kotorskoj u javnoj, privatnoj i medijskoj sferi. U narednim koracima pokušali smo da bivarijantnim i multivarijantnim tehnikama utvrdimo koji su njihovi socio-demografski korelati, odnosno koje od socio-demografskih karakteristika ispitanika/ca (pol, starost, obrazovanje, obrazovanje roditelja, zanimanje ispitanika/ca, prosječni mjesečni prihod) imaju uticaja na njihovu kulturnu participaciju.

Najprije smo trendove u kulturnoj participaciji ukrstili (*crosstabulation*) sa navedenim socio-demografskim karakteristikama ispitanika/ca, a kao mjeru povezanosti ove dvije grupe varijabli koristili smo statistik Lambda (jednu od statističkih tehnika redukcije greške).

Pokazalo se da je u odnosu na aktivnosti kulturne potrošnje (u javnoj, privatnoj i medijskoj sferi) značajnijih polnih/rodni razlika gotovo da nema. Jedina statistički značajna razlika pojavila se (očekivano) u odnosu na posjete sportskim događajima. Kao što se može vidjeti u tabeli 6 na sportskim događajima u godinu dana prije anketiranja nije bilo 63,1% predstavnica ženskog pola i 28,1% muškaraca. I obratno, na njima je često bilo skoro polovina predstavnika muškog pola (43,8%) i samo 12,7% ženskog.

TABELA 6 - Učestalost odlazaka na sportske događaje i pol ispitanika/ca
(Lambda = 0,194, approx. sig. = 0.000)

	ženski pol	muški pol	total
nijednom	239 (74,4%) 63,1%	81 (25,6%) 28,1%	320 (100%) 48,0%
ponekad	92 (53,2%) 24,3%	81 (46,8%) 28,1%	173 (100%) 25,9%
često	48 (27,6%) 12,7%	126 (72,4%) 43,8%	174 (100%) 26,1%
total	379 (56,8%) 100%	288 (43,2%) 100%	667 (100%) 100%

Obrazovanje se pojavilo kao snažna determinanta i kulturne participacije (iako će njegov uticaj biti još jači u domenu ukusa). Najznačajniji uticaji obrazovanja pojavili su se u odnosu na frekvenciju posjeta koncertima klasične muzike (Lambda = 0,120, approx. sig. 0,000), čitanje knjiga (Lambda = 0,110, approx. sig 0,000) i veličinu kućnih biblioteka (Lambda = 0,090, approx. sig. 0,000).

Nijedan ispitanik/ca sa osnovnom školom nije u 12 mjeseci prije anketiranja bio na koncertu klasične muzike. Od ispitanika/ca koji su završili srednju školu 91,2% nije bilo ni na jednom koncertu, 5,8% je bilo bar na jednom, a samo 11 ispitanika/ca (3,8%) je često odlazilo na koncerte klasične muzike. Iako ni procenat visokoobrazovanih koji posjećuju koncerte klasične muzike nije posebno visok (10,8% ovih ispitanika/ca često odlazi na koncerte klasične muzike i još njih 20,8% ih posjećuje povremeno) ipak su razlike koje se pojavljuju značajne (vidi tabelu 7).

TABELA 7 – Učestalost posjeta koncertima klasične muzike i obrazovanje ispitanika/ca
(Lambda = 0.120, approx. sig. = 0.000)

	osnovna škola i niže	srednja škola	viša škola i više	total
nijednom	43 (7,8%) 100%	322 (60,0%) 91,2%	187 (32,2%) 68,5%	553 (100%) 82,9%
ponekad	0 (0,0%) 0,0%	21 (28,0%) 5,8%	54 (72,0%) 20,8%	75 (100%) 11,2%
često	0 (0,0%) 0,0%	11 (28,2%) 3,0%	28 (71,8%) 10,8%	39 (100%) 5,8%
total	43 (6,4%) 100%	364 (54,6%) 100%	260 (39,0%) 100%	667 (100%) 100%

Ove obrazovne razlike pokazuju uticaj i u pogledu čitanja knjiga za vlastito zadovoljstvo u slobodnom vremenu. Čak 86% ispitanika/ca sa osnovnom školom nije pročitao nijednu knjigu u 12 mjeseci prije anketiranja, a samo jedan od njih je pročitao 8 – 12 knjiga. Na drugoj strani, procenat visokoobrazovanih koji ne čitaju knjige u slobodnom vremenu je 16,2% (pet puta niži), 4 do 7 knjiga je u posmatranom periodu pročitao 41,5% visokobrazovanih, a među njima ima i 10,4% pasioniranih čitača (tabela 8).

TABELA 8 - Čitanje knjiga i obrazovanje ispitanika/ca
(Lambda = 0.110, approx. sig. = 0.001)

	osnovna škola i niže	srednja škola	viša škola i više	total
nijednu	37 (16,5%) 86,0%	145 (64,7%) 39,7%	42 (18,8%) 16,2%	224 (100%) 33,5%
1 – 3 knjige	3 (1,6%) 7,0%	101 (54,0%) 27,7%	83 (44,4%) 31,9%	187 (100%) 28,0%
4 – 7 knjiga	2 (1,0%) 4,7%	95 (46,3%) 26,0%	108 (52,7%) 41,5%	205 (100%) 30,7%
8 – 12 knjiga	1 (1,9%) 2,3%	24 (46,2%) 6,6%	27 (51,9%) 10,4%	52 (100%) 7,8%
total	43 (6,4%) 100%	365 (54,6%) 100%	260 (38,9%) 100%	668 (100%) 100%

Kao u većini drugih studija kulturne participacije, bivarijantne analize su ukazale na najsnažniju povezanost starosti ispitanika/ca i (posebno javne) kulturne participacije u domenu zabave. Ova veza je i intuitivno razumljiva – mlađi ispitanici/ce su generalno zainteresovaniji, aktivniji, u potrazi za novim iskustvima, prijateljima i partnerima i mogu sebi da priušte da veći dio svojih prihoda (ili džeparaca) troše na aktivnosti dokolice.

Snažna veza, mjereno statistikom Lambda, pojavila se između starosti ispitanika/ca i odlazaka na pop-rok koncerte (Lambda = 0,178, approx. sig. 0,000), odlazaka na koncerte narodne muzike (Lambda = 0,105, approx. sig. 0,000), odlazaka na sporske događaje i priredbe (Lambda = 0,108, approx. sig. 0,000), izlazaka u kafanu/restoran sa „živom“ muzikom (Lambda = 0,102, approx. sig. 0,000), odlazaka u kino (Lambda = 0,059, approx. sig. 0,002) i, u sferi medijske potrošnje, frekvencije korišćenja kompjutera (Lambda = 0,102, approx. sig. 0,000).

TABELA 9 – Učestalost posjeta koncertima pop-rok muzike i starost ispitanika/ca
(Lambda = 0,178, approx. sig. 0,000)

	Od 18 do 30	od 31 do 45	od 46 do 65	65+	total
nijednom	27 (7,1%) 16,9%	79 (20,7%) 43,6%	184 (48,2%) 80,3%	92 (24,1%) 96,8%	382 (100%) 57,4%
ponekad	67 (40,6%) 41,9%	61 (37,0%) 33,7%	34 (20,6%) 14,8%	3 (1,8%) 3,2%	165 (100%) 24,8%
često	66 (55,9%) 41,3%	41 (34,7%) 22,7%	11 (9,3%) 4,8%	0 (0,0%) 0,0%	118 (100%) 17,7%
total	160 (24,1%) 100%	181 (27,2%) 100%	229 (34,4%) 100%	95 (14,3%) 100%	665 (100%) 100%

TABELA 10 - Ukrštanja – korišćenje kompjutera x starost ispitanika/ca
(Lambda = 0,178, approx. sig. 0,000)

	Od 18 do 30	od 31 do 45	od 46 do 65	65+	total
svaki dan	142 (39,9%) 88,8%	115 (32,3%) 63,2%	94 (26,4%) 41,0%	5 (1,4%) 5,3%	356 (100%) 53,5%
nekoliko puta	15 (16,0%) 9,4%	42 (44,7%) 23,1%	31 (33,0%) 13,5%	6 (6,4%) 6,3%	94 (100%) 14,1%
nedjeljno	2 (4,%) 1,3%	12 (25,5%) 6,6%	27 (57,4%) 11,8%	6 (12,8%) 6,3%	47 (100%) 7,1%
Jednom nedjelj- no i rjeđe	1 (0,6%) 0,6%	13 (7,7%) 7,1%	77 (45,6%) 33,6%	78 (46,2%) 82,1%	169 (100%) 25,4%
ne koriste	160 (24,0%) 100%	181 (27,3%) 100%	229 (34,4%) 100%	95 (14,3%) 100%	666 (100%) 100%
kompjuter					
total					

Ispitivali smo i vezu jedne od važnih socijalnih odrednica – zanimanja ispitanika/ca – i kulturne participacije (u javnoj, privatnoj i medijskoj sferi) i pokazalo se da ti uticaji nisu naročito snažni. Jedina statistički značajna veza pojavila se između pripadnosti određenim grupama zanimanja i posjeta pozorištu (vidi tabelu 11). Češći odlasci u pozorište mogu se primijetiti u grupama nižih stručnjaka i stručnjaka (grupa zanimanja čiji je osnovni resurs kulturni kapital), dok razlike između pripadnika/ca drugih zanimanja u pogledu posjeta pozorištu nisu velike.

TABELA 11 – Učestalost odlazaka u pozorište i pripadnost određenim grupama zanimanja
(Lambda = 0,90, approx. sig. 0,000)

	nijednom	ponekad	često	total
poljoprivrednici i NKV radnici	41 (61,2%) 15,1%	15 (22,4%) 8,2%	11 (16,4%) 7,1%	67 (100%) 11,0%
kvalifikovani radnici	80 (63,0%) 29,4%	30 (23,6%) 16,4%	17 (13,4%) 11,0%	127 (100%) 20,8%
niži stručnjaci	48 (37,2%) 17,6%	45 (34,9%) 24,6%	36 (27,9%) 23,2p%	129 (100%) 21,1%
službenici	20 (41,7%) 7,4%	16 (33,3%) 8,7%	12 (25,0%) 7,7%	48 (100%) 7,9%
mali privrednici	49 (49,0%) 18,0%	34 (34,0%) 18,6%	17 (17,0%) 11,0%	100 (100%) 16,4%
stručnjaci	30 (26,8%) 11,0%	32 (28,6%) 17,5%	50 (44,6%) 32,3%	112 (100%) 18,4%
veliki privrednici i rukovodioci	4 (14,8%) 1,5%	11 (40,7%) 6,0%	12 (44,4%) 7,7%	27 (100%) 4,4%
total	272 (44,6%) 100%	183 (30,0%) 100%	155 (25,4%) 100%	610 (100%) 100%

Da razlike u prihodima nisu te koje presudno utiču na profil i obim kulturne participacije pokazale su i analize odnosa između nivoa prosječnih mjesečnih prihoda po članu domaćinstva i participacije u kulturnim aktivnostima. Niti jedna od ovih veza nije pokazivala statističku značajnost. U tabeli 12 može se vidjeti da često ispitanici/ce sa nižim prihodima češće odlaze u pozorište.

TABELA 12 – Frekvencija odlazaka u pozorište i ukupni mjesečni prihod po članu domaćinstva ispitanika/ca

	nijednom	ponekad	često	total
do 100 EUR	13 (54,2%) 4,7%	7 (29,2%) 4,3%	4 (16,7%) 3,2%	24 (100%) 4,3%
od 101 – 250 EUR	105 (58,7%) 38,3%	40 (22,3%) 24,8%	34 (19,0%) 27,4%	179 (100%) 32,0%
od 251 – 500 EUR	105 (43,8%) 38,3%	83 (34,6%) 51,6%	52 (21,7%) 41,9%	240 (100%) 42,9%
preko 500 EUR	51 (44,0%) 18,6%	31 (26,7%) 19,3%	34 (29,3%) 27,4%	116 (100%) 20,8%
total	274 (49,0%) 100%	161 (28,8%) 100%	124 (22,2%) 100%	559 (100%) 100%

Kao što smo i naveli u uvodu ovog segmenta studije, nasuprot uvriježenoj predrasudi da se obim kulturne participacije svodi na pitanje dostupnog novca za ove aktivnosti, sva istraživanja pokazuju da ekonomski činioci imaju uticaja tek onda kada već postoji motivacija za participaciju u kulturnim aktivnostima. Tada oni određuju da li ćemo biti u mogućnosti da tu svoju potrebu zadovoljimo. Za one koji ne vole pozorište, klasičnu muziku ili operu – bogatstvo ili siromaštvo ne znače mnogo za kulturnu participaciju.

● Odnos profila i obima kulturne participacije i socio-demografskih činilaca (regresione analize)

U ovom posljednjem koraku analiza kulturne participacije oslanjali smo se na postupak Tali Kac-Gero predstavljen u tekstu „Kulturna potrošnja i socijalna stratifikacija: aktivnosti u slobodnom vremenu, muzički ukusi i društveni položaj”. Osnovne dimenzije kulturne participacije u Boki koje smo izdvojili faktorskom analizom tretirali smo kao zavisne variable i na njih primijenili regresione analize da bismo stekli uvid u međuodnose izdvojenih faktora i važnih socio-demografskih varijabli. Kao „nezavisne varijable” koristili smo standardne socio-demografske varijable: pol, godište ispitanika/ca, obrazovanje ispitanika/ca¹⁵, obrazovanje oca ispitanika/ca, pripadnost grupama zanimanja¹⁶ i prosječnu mjesečnu zaradu po glavi člana domaćinstva (iz svih izvora).

Pregled distribucije ovih nezavisnih varijabli, odnosno aritmetičkih sredina i standardnih devijacija u slučaju numeričkih varijabli (poput broja godina obrazovanja ili starosti ispitanika/ca) dati su tabeli 13.

15 Mjereno brojem godina obrazovanja ispitanika/ca.

16 Za potrebe regresionih analiza ispitanike/ce smo konvencionalno podijelili u tri osnovne grupe zanimanja: 1) poljoprivrednici i radnici; 2) srednjoslojna zanimanja (službenici, mali privrednici, niži stručnjaci) i 3) zanimanja viših srednjih slojeva (profesionalni političari, menadžeri, krupni poslodavci, visoki vojni i policijski oficiri i stručnjaci).

TABELA 13 - Procenti, aritmetičke sredine i standardne devijacije za nezavisne varijable

Varijable	%
Ženski pol	56,8%
Godine ispitanika/ca	Mean 45,48/ Std. 17,2
Obrazovanje ispitanika/ca	Mean 12,62/ Std. 2,81
Obrazovanje oca ispitanika/ce	Mean 11,30/ Std. 3,37
Prihod po članu/ci domaćinstva	280 EUR
Poljoprivrednici i radnici	31,8%
Srednjoslojna zanimanja	45,5%
Rukovodioci, vlasnici i stručnjaci	22,7%

Da podsjetimo, kao tri osnovna modela kulturne participacije faktorska analiza izdvojila je tri faktora koje smo nazvali „faktor aktivne (omnivorne) kulturne participacije“, „faktor zabave“ i „pomorski faktor“.

Faktor aktivne omnivorne kulturne participacije uključuje česte posjete pozorištima, bibliotekama, koncertima klasične muzike, umjetničkim galerijama i muzejima i kulturnim spomenicima u zemlji i inostranstvu, ali pop-rok koncertima, džez koncertima, odlascima u kino, izlascima u kafane sa muzikom uživo i odlascima na sportske priredbe.

Faktor zabave pokazuje snažna pozitivna faktorska punjenja za odlazak na koncerte narodne muzike, izlaske u kafanu sa „živom“ muzikom, odlaske na sportske događaje i na pop-rok koncerte, odnosno, na drugoj strani, snažna negativna punjenja, tj. rijetke odlaske u umjetničke galerije/muzeje i posjete kulturnim spomenicima u Crnoj Gori.

Pomorski faktor je pokazivao izrazito snažna pozitivna faktorska punjenja za posjete umjetničkim galerijama/muzejima i kulturnim spomenicima u inostranstvu i nešto značajnije faktorsko punjenje za posjetu sportskim događajima i, na drugoj strani, negativna faktorska punjenja sa pojavljuju u odnosu na odlaske u pozorište, kino i biblioteku. Pošto se čitava aktivnosti odvija u inostranstvu, pretpostavili smo da se radilo o kulturnoj participaciji pomoraca.

TABELA 14 - Koeficijenti za regresije faktora tipova kulturne participacije na izabranim nezavisnim varijablama

Varijable	„Faktor aktivne kulturne participacije“	„Faktor zabave“	„Pomorski faktor“
Intercept	-0.782	1.506	- 0.343
Muški pol	-.122 (-.60)	268 (129)**	.684 (.342)**
Godine ispitanika/ca	- .195 (-.185)	-.384 (-.355)**	-.117 (-.112)
Obrazovanje	.086 (.226)**	-.076 (-.194)**	-.048 (-.129)*
Obrazovanje oca	.029 (.098)*	.020 (.064)	.011 (-.037)
Grupe zanimanja	.148 (107)	.093 (.065)	-.111 (-.080)
Prihod po članu/ci domaćinstva	.030 (.024)	-.048 (-.038)	.060 (.050)
Broj ispitanika/ca	668	668	668
R	0.538	0.510	0.393

Standardizovani koeficijenti su u zagradama; * p < 0,05; ** p < 0.01 (two-tailed tests)

Kao što se može vidjeti u tabeli 14, regresione analize izdvojenih faktora pokazale su da se kao najjače prediktorske varijable u modelu pojavljuju obrazovanje, pol, godište ispitanika/ca i u jednom slučaju obrazovanje roditelja (oca) ispitanika/ca.

U slučaju faktora aktivne (omnivorne) kulturne participacije kao jedina važna prediktorska varijabla pojavljuje se obrazovanje – i to izuzetno snažno obrazovanje ispitanika/ca, a ne naročito snažna veza postoji između ovog modela kulturne participacije i obrazovanja oca ispitanika/ca (ali je njen $p < 0,05$). Najjednostavnije rečeno, što su ispitanici/ce obrazovaniji to je veća vjerovatnoća da će pripadati ovom modelu kulturne participacije, i što su njihovi roditelji obrazovaniji, to još više povećava ovu vjerovatnoću.

Kada je faktor zabave u pitanju, on stoji u snažnoj vezi sa polom, starošću ispitanika/ca i njihovim obrazovanjem, s tim što je veza sa starošću i obrazovanjem negativna. Najprije, jednostavno rečeno, pripadnost muškom polu doprinosi vjerovatnoći da će ispitanici/ce pripadati ovom obrascu kulturne participacije. Negativna veza sa starošću i obrazovanjem, znači da je vjerovatnoća da će kulturna participacija ispitanika/ca pripadati modelu koji opisuje faktor zabave veća ukoliko su oni mlađi i ukoliko je nivo njihovog obrazovanja niži.

I na kraju, „pomorski“ faktor stoji u snažnoj pozitivnoj vezi sa polom ispitanika/ca i u negativnoj vezi sa njihovim obrazovanjem. Može se reći da je, bar djelimično, potvrđena naša slutnja da se radi o kulturnoj participaciji koja je presudno određena karakterom posla ispitanika, po tome što između pripadnosti muškom polu i pripadnosti ovom faktoru postoji izuzetno snažna veza. Na drugoj strani, vjerovatnoća pripadanja ovom obrascu kulturne participacije je veća, ukoliko ispitanici imaju niže nivoe obrazovanja.

Naše ispitivanje kulturne participacije u Boki Kotorskoj je pokazalo da su tri dominantna obrasca kulturne participacije *aktivna omnivorna kulturna participacija*, koja je karakterističnija za pripadnice ženskog pola, za mlađe ispitanike/ce i pripadnost koja najviše zavisi od višeg nivoa obrazovanja ispitanika/ca i njihovih roditelja; *kulturna participacija koja je prvenstveno usmjerena na specifičan način shvaćenu zabavu* (koncerti narodne muzike, izlasci u kafanu sa „živom“ muzikom, odlasci na sportske događaje i na pop-rok koncerte) za koju je vjerovatnije da će joj ispitanici pripadati ukoliko su muškog pola, mlađi i nižeg nivoa obrazovanja; i *kulturna participacija koja je uglavnom usmjerena na posjete kulturnim programima u inostranstvu*, za jednu specifičnu grupaciju ispitanika muškog pola i nižeg nivoa obrazovanja.

MUZIČKI UKUSI U BOKI KOTORSKOJ

U drugom segmentu našeg istraživanja bavili smo se proučavanjem ukusa građana i građanki opština iz Boke Kotorske. Ukus se najopštije određuje kao sposobnost procjenjivanja lijepog, odnosno sposobnost da se sudi o estetskim i umjetničkim pitanjima. Ukus je jedan od aspekata simboličkih sistema klasifikacije koji podrazumijeva klasifikovanje objekata, praksi i ljudi u kategorije nejednake vrijednosti. Ukus se ispoljava u sudovima, manirima, navikama, posjedovanju dobara i signalizira pripadnost određenim društvenim grupama. Kako navodi već pomenuti francuski sociolog Pjer Burdije: „ukus klasifikuje i onoga koji klasifikuje“. Ukus se javlja kao važan identitetski i statusni marker koji može imati značajnu ulogu u procesima socijalnog uključivanja i isključivanja. Kao što sličnost ukusa može doprinijeti formiranju poznanstva, prijateljstva, ljubavi i može biti osnov zajedničkog identiteta pripadnika/ca grupe, tako ukus može poslužiti za identifikovanje i isključivanje onih koji ne dijele iste standarde ukusa. Kako ističu Douglas and Išervud (Douglas and Isherwood 1979: 12) ukusi se mogu simultano koristiti kao „ograda ili mostovi“.

Prema Polu diMađu (DiMaggio: 1987) ukusi kao dio simboličkih sistema klasifikacije jesu oblikovani strukturalnim karakteristikama društva u kome nastaju i, u zavisnosti od istorijskih i društvenih okolnosti, variraju duž četiri dimenzije: diferencijacije, hijerarhije, univerzalnosti i simboličke (ritualne) moći granica. Pod diferencijacijom se misli na brojnost tipova ukusa u jednom društvu (kulturi); hijerarhija se odnosi na to da li su u društvu različiti ukusi tretirani hijerarhijski ili kao da su podjednake vrijednosti; univerzalnost podrazumijeva stepen prihvaćenosti kao legitimnih određenih specifičnih standarda ukusa; dok se pod simboličkom (ritualnom) moći granica misli na relativnu snagu i prelaznost/neprelaznost granica između ukusa.

Jedna od najznačajnijih i najtrajnijih klasifikacija ukusa tokom istorije jeste podjela na elitni i popularni ukus - na ukuse koji se vezuju za visoku kulturu i ukuse koji su izraz popularne kulture u njejoj folklornom ili komercijalizovanom obliku. Ove podjele javljaju se u počecima civilizacije i izdvajanjem kulturnih elita čija se umjetnost razlikovala od svakodnevne, pučke umjetnosti. Pa ipak, razmatranja karakteristika različitih nivoa kulture i njihovih publika jeste nešto što ulazi u fokus naučnih proučavanja sa nastankom masovnog društva, a naročito sa ekspanzijom masovnih medija sredinom XX vijeka. U ovom periodu kritika masovne kulture, u djelima Dvajta Mekdonalda (Dwight Macdonald) i Harolda Rosenberga (H. Rosenberg) ili predstavnika Frankfurske škole Teodora Adorna (T. Adorno) i Maksa Horkhajmera (M. Horkheimer), doživljava svoj vrhunac.

Ovi kritičari popularnu kulturu vide kao estetski bezvrijednu i ideološki potencijalno opasnu. Ona je jedna od pretpostavki nastanka masovnog društva u kome atomizovani i depolitizovani pojedinci/ke postepeno gube individualnu autonomiju i samostalnu sposobnost suđenja – kapacitete bez kojih nema demokratskog društva. Standardizovana kulturna dobra koja proizvode kulturne industrije okrenute profitu ne podstiču, nego guše njihove kritičke sposobnosti, čineći ih potencijalnim plijenom totalitarnih ideologija.

Jedna od verzija ove podjele na elitnu i popularnu kulturu jeste koncepcija o tri nivoa primalaca kulture (*Highbrow*, *Middlebrow* i *Lowbrow*). Ona se prvi put pojavila u knjizi „Sazrijevanje Amerike“ Van Vik Bruksa (1915), ali je u svakodnevnu upotrebu ušla sa knjigom Rasela Lajnsa „Kreatori ukusa“ (1954). Ovakvu podjelu imamo i u radovima Klementa Grinberga (C. Greenberg), koji je formulisao trodjelnu klasifikaciju djela umjetničke kulture i njima odgovarajućih ukusa, po kojoj jedino avangardna umjetnost predstavlja kulturu umjetničkih vrijednosti, kojoj se, na jednoj strani, suprotstavlja akademizam (tradicionalna umjetnost), a na drugoj strani kič (kao sinonim masovne kulture); i Edvarda Šilsa (E. Shils), koji takođe govori o tri nivoa kulture (rafiniranoj, prosječnoj i brutalnoj kulturi).

U ovom teorijskom kontekstu je Herbert Gans (H. Gans) razvio svoju koncepciju o pluralizmu ukusa i kultura ukusa. Gans je u studiji „Popularna kultura i elitna kultura“ (1974), formulisao izazov koncepciji o homogenoj masovnoj

umjetnosti (i ukusu), po kojoj ona ne predstavlja ništa drugo nego čisto komercijalni poduhvat (čiji je nusproizvod zaglupljivanje publike i kvarenje ukusa). Nasuprot ovome, Gans je tvrdio da je dihotomna podjela na elitni i masovni ukus prejednostavna i predložio tipologiju koja sadrži pet kultura ukusa i pet publika ukusa, koje on naziva visoka kultura, viša-srednja kultura, niža-srednja kultura, niska kultura i kvazi-folkorna niska kultura ukusa. Po njemu, *sve* kulture ukusa jesu bazirane na određenim vrijednostima i estetskim standardima i *sve* (a ne samo visoka kultura ukusa) primjenjuju ove (različite) standarde u svojim izborima. Utoliko se može reći da – ako ih posmatramo imajući u vidu potrebe odgovarajućih grupa u publici - kulture ukusa nisu bolje ili gore jedne od drugih, nego su jednostavno različite.

Sljedeći važan momenat u sociološkim tipologijama ukusa bila je koncepcija Ričarda Petersona i njegovih saradnika/ca o omnivorima i univorima. U radovima s početka 90-ih godina 20. vijeka, Peterson je formulisao koncepciju o tome da se obim aktivnosti u slobodnom vremenu i raznovrsnost kulturnih izbora danas pojavljuje kao glavna razlika između statusnih grupa. Kulturna elita našeg vremena svoju izuzetnost više ne obilježava ekskluzivnim visokim ukusom i ekskluzivnim („snobovskim“) aktivnostima, nego poznavanjem i potrošnjom i svih drugih (i masovnih) umjetničkih formi i većim obimom učešća u najrazličitim aktivnostima u dokolici. Ako ovu heterogenost ukusa i aktivnosti elite najbolje odslikava termin „omnivori“ (svažtojedi), onda se kao njihova suprotnost pojavljuju grupe čiji pripadnici/ce imaju nizak društveni status i, istovremeno, uzak spektar kulturnih aktivnosti i relativno homogen (jednosmjern) ukus, koje su u svom radu iz 1992. godine Peterson i Simkus označili kao „univore“.

Za razliku od Burdijea i Gansa, čije koncepcije (kao i teorija o elitnoj i masovnoj kulturi) pretpostavljaju podudaranje između socijalne i kulturne stratifikacije, odnosno korelaciju između pripadnosti određenim socijalnim statusima/klasama i tipovima ukusa, Peterson postulira da se odnos između statusne strukture i strukture ukusa može predstaviti kao odnos dviju piramida (jedne obične i jedne obrnute). Obična piramida (sa vrhom nagore) jeste metafora koja, po Petersonu, najbolje oličava kulturnu stratifikaciju. Na njenom vrhu se nalazi elitna kultura, sa sve više i više alternativnih formi na istom nivou kako se spuštamo niz ovu piramidu ukusa. Na drugoj strani, obrnuta piramida (koja predstavlja konkretne grupe i individue) jeste metafora statusne strukture u kojoj na najviši status (u ovom aspektu) pretenduju oni koji, u zavisnosti od situacije, mogu komunicirati sa kulturnim tvorevinama iz različitih nivoa kulture (i koje on naziva omnivorima), dok je najniži status rezervisan za one koji su sposobni za komunikaciju sa samo pojedinim tipovima umjetničkih tvorevina ili umjetničkih žanrova (koje određuje kao univore).

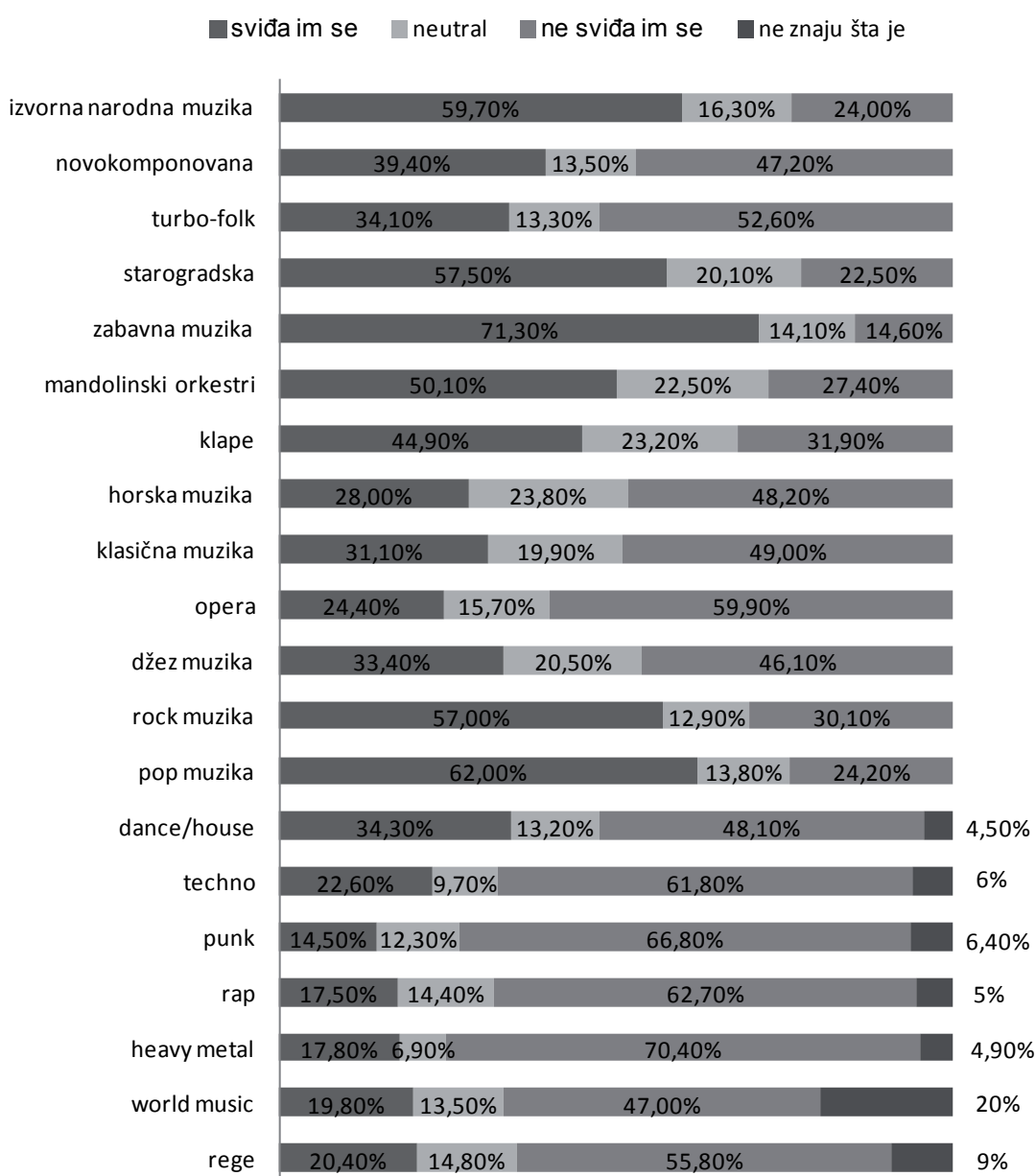
Ova koncepcija, iako ne podrazumijeva, da tako kažemo, pravolinijski odnos između elitnih društvenih grupa (klasa ili grupa u pogledu socijalnog statusa) i elitnih ukusa, ipak pretpostavlja da između pripadnosti različitim nivoima u društvenoj stratifikaciji i usvajanja i praktikovanja određenih tipova ukusa postoji jasna veza. U svojim kasnijim radovima, pak, Peterson je zastupao stanovište o postojanju dva tipa omnivora (viših i nižih omnivora) i dva tipa univora (viših i nižih univora). Time se ova koncepcija prilagođava rezultatima empirijskih istraživanja u posljednjih desetak godina, ali istovremeno gubi svaku oštricu (i specifičnost), faktički se utapajući u koncepcije koje tvrde da u postmodernom i globalizovanom svijetu nestaje veza između socijalne i kulturne stratifikacije, već da su ukusi, kulturni stilovi i stilovi života postali stvar potpuno slobodnog izbora i značajniji socijalni markeri nego što su to tradicionalna obilježja društvenog položaja (poput pripadnosti klasama, rasama, nacijama, religioznim zajednicama, itd.).

I u našem istraživanju, kao i u velikoj većini drugih, kao indikatore kulturnih praksi koristili smo muzičke ukuse. Za to postoji nekoliko razloga. Prvi je što je, za razliku od književnosti ili likovnih umjetnosti, muzika u svojim različitim žanrovskim vidovima – od klasične muzike i opere, preko zabavne, popularne i rok muzike, do izvorne narodne, novokomponovane narodne muzike ili turbo-folka, prisutna u životima gotovo svih članova/ca društva (te o njoj mogu i da izraze svoj sud). Drugi je što je muzika (kao istovremeno „najaristokratskija“ i „najdemokratskija“ umjetnost) dosta dugo bila domen obilježen snažnim suprotnostima između elitnih i popularnih muzičkih formi; a treći je što se u savremenom svijetu, upravo u muzici ponajbolje mogu pratiti prelaženja i slamanja ovih simboličkih granica među različitim nivoima kulture.

● Rezultati istraživanja muzičkog ukusa građana i građanki opština u Boki Kotorskoj

Ispitanike/ce smo zamolili da, u odnosu na svaki od 20 muzičkih žanrova koje smo im ponudili, izraze svoj stav u rasponu od 1 = jako volim da slušam; 2 = volim da slušam; 3 = ne smeta mi kad čujem; 4 = ne volim da slušam; 5 = smeta mi kad čujem i 6 = ne znam šta je to¹⁷. Zamolili smo ih i da među ponuđenim izaberu samo jedan od muzičkih žanrova koji je njihov najomiljeniji. Dobijeni rezultati mogu se vidjeti u grafikonima 13 do 20.

GRAFIKON 13 – Muzički ukusi građana i građanki opština u Boki Kotorskoj

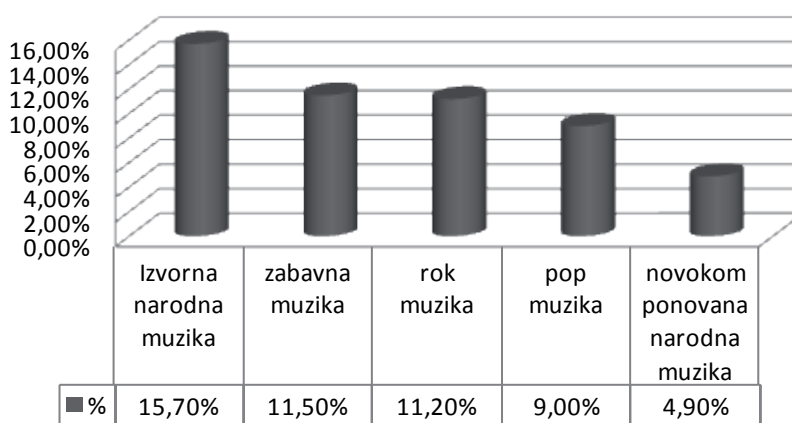


17 Nakon preliminarnih analiza ovu izvornu skalu smo rekodirali u četvorostepenu skalu datu u grafikonima.

Kada se posmatraju njihovi odgovori u odnosu na sve ponuđene muzičke žanrove, najvećem broju ispitanika/ca iz čitave Boke Kotorske se sviđa zabavna muzika (71,3%), pop muzika (62%), izvorna narodna muzika (59,7%), starogradska muzika (57,5%), rok muzika (57%) i muzika mandolinskih orkestara (50,1%). Još jedan važan muzički marker ovih prostora – muzika klapa – sviđa se grupi od 44,9% ispitanika/ca.

Kada smo od ispitanika/ca tražili da izdvoje samo jedan muzički žanr kao najomiljeniji, dobili smo podatke koji se mogu vidjeti na grafikonu 14.

GRAFIKON 14 – Omiljeni muzički žanr građana i građanki opština Boke Kotorske



Najveći procenat ispitanika/ca je kao svoj omiljeni žanr naveo izvornu narodnu muziku, potom zabavnu i rok muziku, pop muziku i novokomponovanu narodnu muziku.

Kada se posmatra koji su to muzički žanrovi najmanje omiljeni, među njima se mogu uočiti dvije grupe (grafikon 13). Na jednoj strani se nalaze savremeni globalni muzički žanrovi (poput techno, rap, punk muzike ili heavy metala), koji sluša relativno ograničena mlada populacija, koja čini između 15% i 20% uzorka. Za ove savremene žanrove druge starosne grupe ili ne znaju ili im se ne sviđaju.

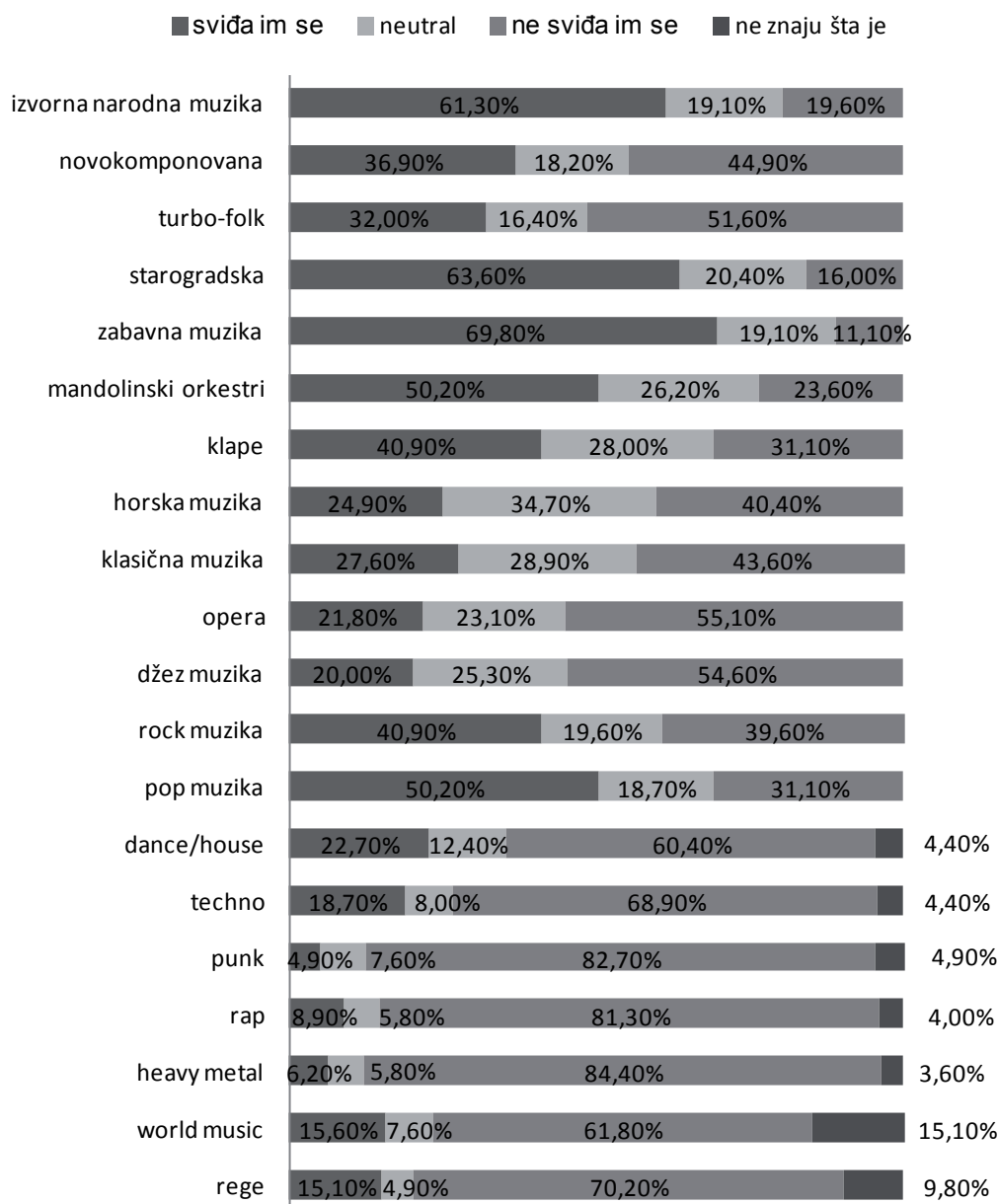
Na drugoj strani imamo muzičke žanrove koje potencijalno mogu slušati sve generacije ispitanika/ca, a koje snažno dijele publiku na gotovo podjednako brojčane grupe ispitanika/ca koje ih podržavaju i vole, odnosno odbijaju i ne vole. Upravo u ovim slučajevima treba „posumnjati“ da je „ulog“ oko koga se raspravlja veći od same muzike, i da se među njihovim publikama uspostavljaju simboličke granice koje su važne za identitete društvenih grupe (markeri koji određuju ko smo MI i po čemu se mi razlikujemo od onih DRUGIH) i, uopšte, za njihovo uspostavljanje i održavanje grupnog jedinstva.

Takav je slučaj sa novokomponovanom narodnom muzikom, koja se sviđa grupi od 33,4% ispitanika/ca, a ne sviđa grupi od 47,2% anketiranih; sa turbo-folk muzikom, koju voli 34,1% anektiranih, a ne voli 52,6%; sa džez muzikom koja je omiljena za 33,4% ispitanika/ce iz uzorka, a koju ne voli 46,1% anketiranih, kao i sa klasičnom i horskom muzikom, koja se sviđa grupi od 31,1% (klasična) odnosno 28% (horska muzika), a ne sviđa grupi od 49% ispitanika/ca (klasična muzika), odnosno 48,2% ispitanika/ca (horska muzika).

Treba još primijetiti grupu muzičkih žanrova nepoznatu značajnom dijelu anketiranih. Radi se uglavnom o savremenim, globalnim popularnim žanrovima (dance/house, techno, rap, punk, heavy metal, rege, world music), za koje pretpostavljamo da su nepoznati uglavnom starijim ispitanicima/cama. Onih koji su se izjasnili/e da su im ponuđeni žanrovi nepoznati ima između 4,5% (za dance/house muziku) i 20% (za world music).

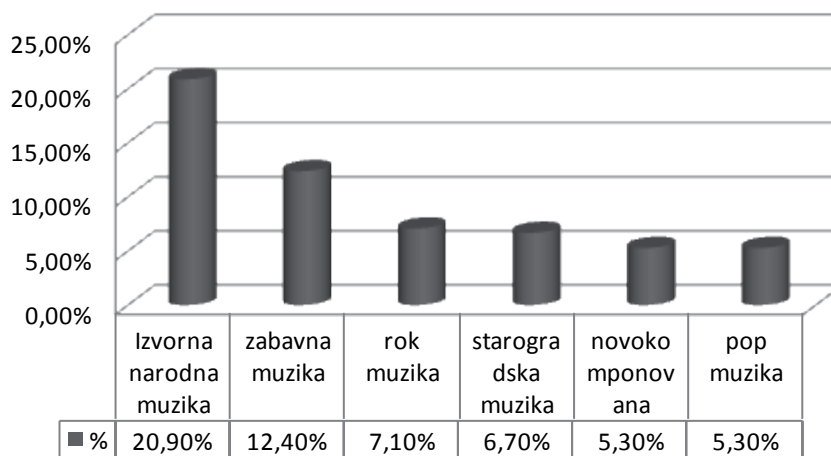
Što se muzičkog ukusa građana i građanki opštine Kotor tiče, i u Kotoru je zabavna muzika muzički žanr koji se sviđa najvećem procentu anketiranih 69,8%. Sljedeća u hijerarhiji je starogradska muzika (63,6%), izvorna narodna muzika (61,3%), pop muzika i tamburaši, sa po 50,2% onih koji ih vole (vidi grafikon 15).

GRAFIKON 15 – Muzički ukus građana i građanki opštine Kotor



U opštini Tivat najvećem broju ispitanika/ca se sviđa zabavna muzika (74,9%), potom izvorna narodna muzika (62,4%), starogradska muzika (61,9%), pop muzika (59,6%), mandolinski orkestri (55%), rok muzika (53,7%) i muzika klapa (49,5%).

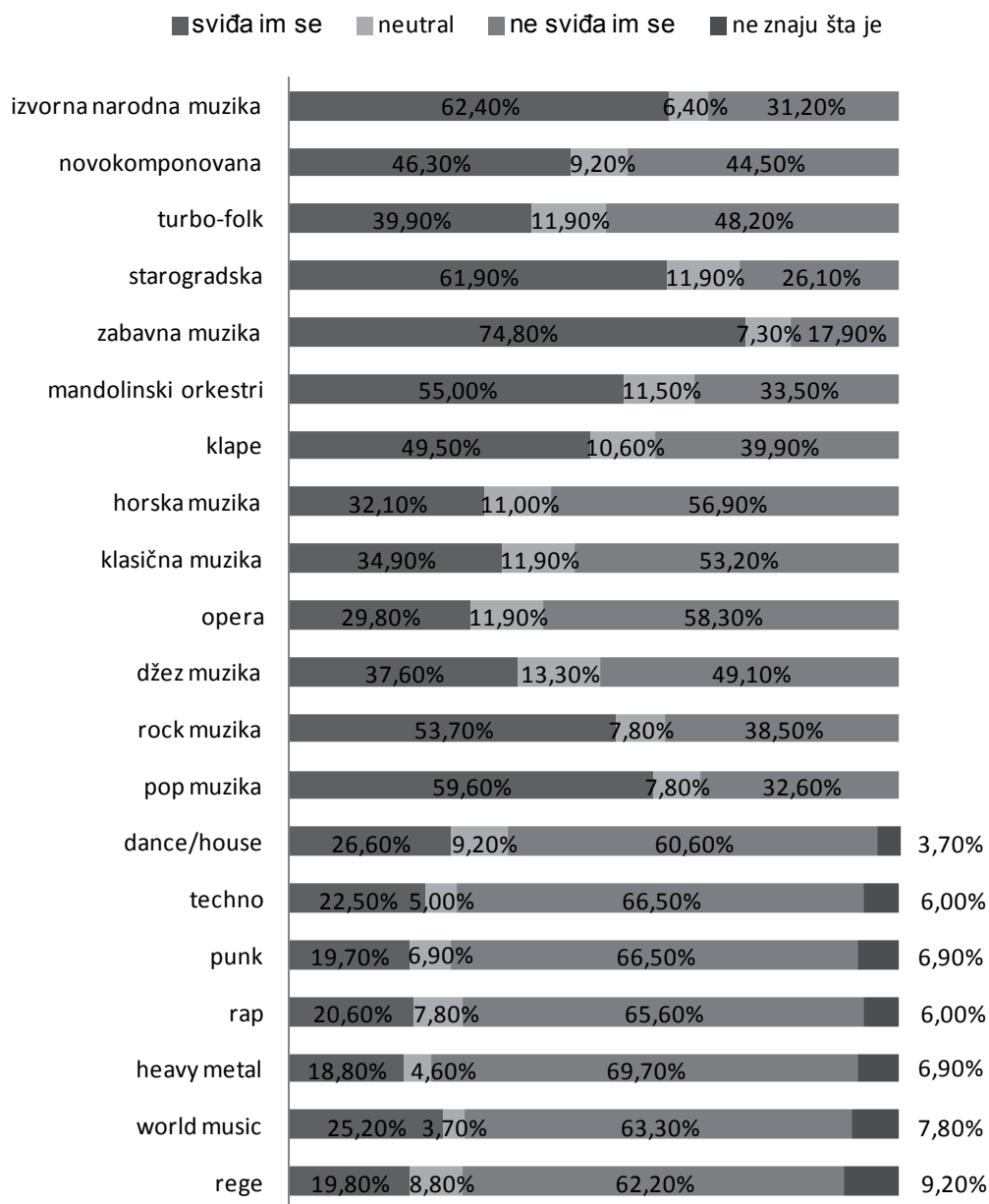
GRAFIKON 16 – Omiljeni muzički žanrovi građana i građanki opštine Kotor



U Kotoru klasičnu muziku voli 27,6%, a opersku i horsku muziku 21,8%, odnosno 24,9% anketiranih. U odnosu na uzorak iz čitave Boke Kotorske, među anketiranimima iz opštine Kotor pop i rok muzika se slušaju nešto manje (40% do 50%), a manja je i podrška savremenim popularnim muzičkim formama (od haus muzike do hevi metala) i kreće se od 5% do 20%. Dok su mandolinski orkestri nešto popularniji nego na nivou čitavog uzorka, a muziku klapa među anketiranimima u Kotoru voli 40,9% ispitanika/ca.

U opštini Kotor se kao omiljeni muzički žanr (grafikon 16) javlja izvorna narodna muzika (u Boki za 14,7% anketiranih, a u opštini Kotor čak za 20,9%). Na drugom i trećem mjestu po popularnosti nalaze se zabavna (12,4%) i rok muzika (7,1%). U Kotoru kao omiljeni muzički žanr slijedi starogradska muzika 6,7%, a potom novokomponovana narodna muzika i pop muzika, sa po 5,5%.

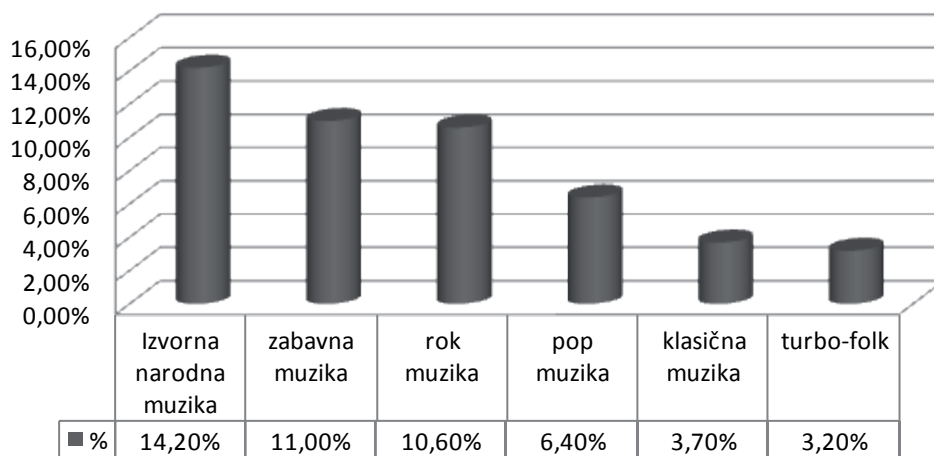
GRAFIKON 17 – Muzički ukus građana i građanki opštine Tivat



Ono što treba primijetiti vezano za muzički ukus građana i građanki opštine Tivat jeste, upravo, da su primjeri tipično bokeljskih muzičkih žanrova – mandolinskih orkestara i muzike klapa – popularniji u Tivtu nego u druge dvije opštine.

Ono što je, takođe, specifičnost uzorka u opštini Tivat, jeste da su ispitanici/ce iz Tivta mnogo polarizovanije izražavali svoja stanovišta, nego ispitanici/ce iz druge dvije opštine. Kao što se može vidjeti u grafikonu 17, anketirani/e iz Tivta su mnogo rjeđe izražavali neutralan stav (niti im se sviđa, niti im se ne sviđa – crveni stubići u grafikonima), nego su se prema muzičkim žanrovima određivali ili pozitivno ili negativno. Nemamo mehanizme da proverimo da li je ova snažna podijeljenost prisutna i u populaciji u opštini Tivat ili je samo rezultat specifičnosti uzorka, tek trebalo bi je primijetiti. Tragovi ove podijeljenosti mogu se uočiti i pri izboru najomiljenijeg žanra, gdje su se samo u Tivtu, među omiljenim u značajnijem obimu pojavila upravo dva takva muzička žanra koji snažno dijele publiku – turbo folk i klasična muzika.

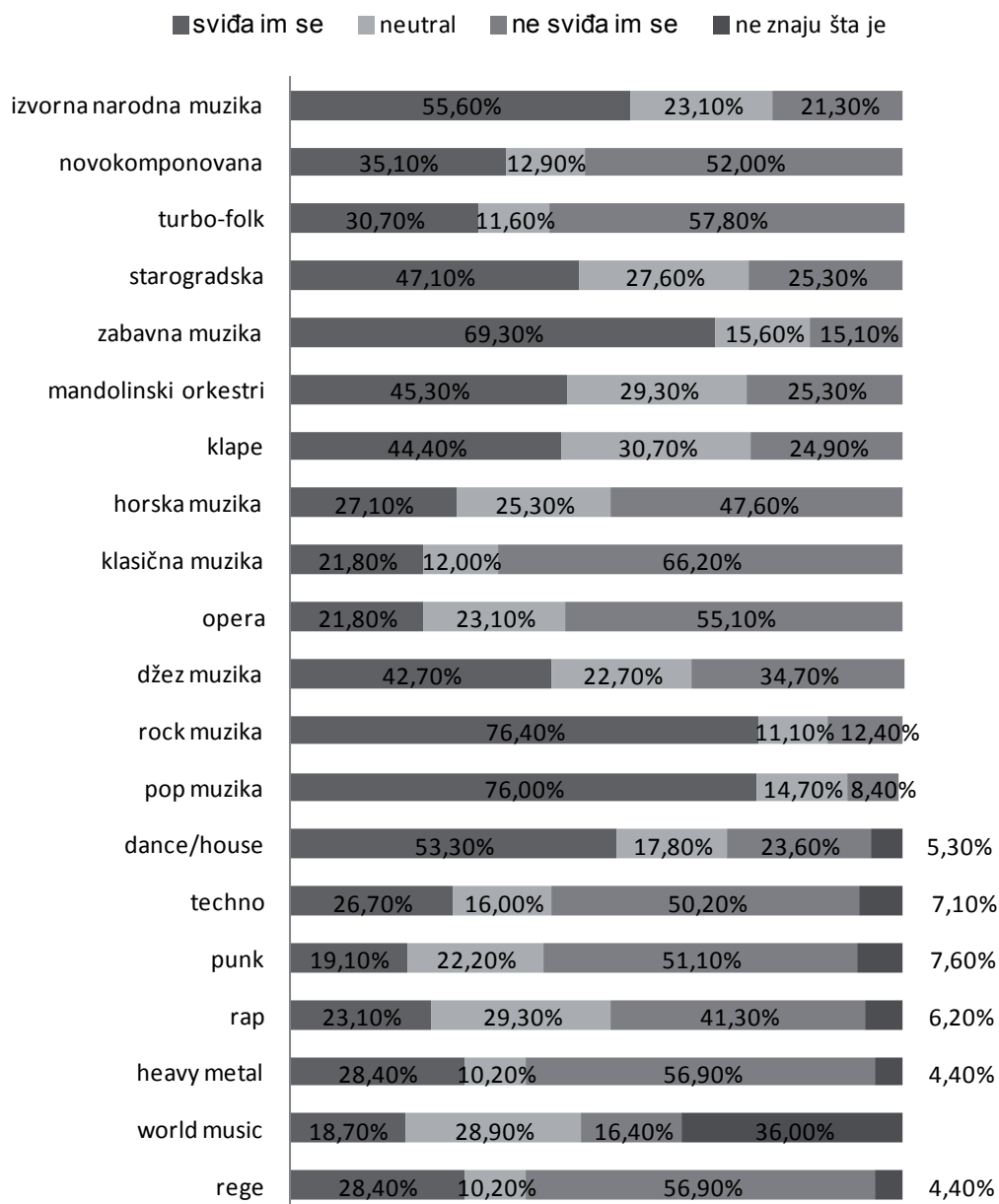
GRAFIKON 18 – Omiljeni muzički žanrovi građana i građanki opštine Tivat



U odgovorima na pitanje koji je njihov najomiljeniji muzički žanr, među ispitanicima/cama u opštini Tivat najviše je bilo onih koji su se izjasnili za izvornu narodnu muziku (14,2%), zabavnu muziku (11,0%), rok muziku (10,6%), pop muziku (6,4%), klasičnu muziku (3,7%) i turbo-folk (3,2%).

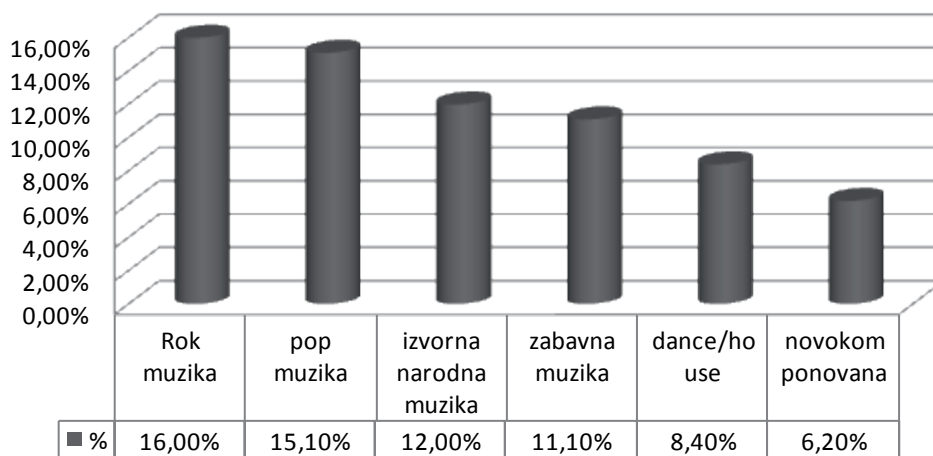
U opštini Herceg Novi izbori u pogledu muzičkih žanrova su značajno drugačiji u odnosu na druge dve opštine iz Boke. To je prvenstveno rezultat disproporcija u uzorku o kojima smo više puta govorili. Veliki broj mladih ljudi u uzorku i veliki broj visokoobrazovanih rezultirao je time da sa kao najpopularniji žanrovi pojavljuju rok muzika (76,4%), pop muzika (76%), dance/house muzika (53,3%) ili džez muzika (42,7%). Pored njih, značajnom broju ispitanika/ca se sviđa zabavna muzika (69,3%), izvorna narodna muzika (55,6%) i starogradska muzika (47,1%).

GRAFIKON 19 – Muzički ukus građana i građanki opštine Herceg Novi



Ista ova tendencija se može uočiti i u prikazu odgovora na pitanje o tome koji je njihov najomiljeniji muzički žanr. Po prvi put se rok muzika pojavljuje kao ona za koju to najveći broj ispitanika/ca navodi (16%). Na drugom mjestu po učestalosti izbora je pop muzika (15,1%), a potom slijede izvorna narodna muzika (12%), dance/house (8,4%) i novokomponovana narodna muzika (6,2%).

GRAFIKON 20 – Omiljeni muzički žanr građana i građanki opštine Herceg Novi



● Poređenja muzičkih ukusa građana i građanki opština u Boki Kotorskoj sa muzičkim ukusom građana zemalja iz Evropske unije

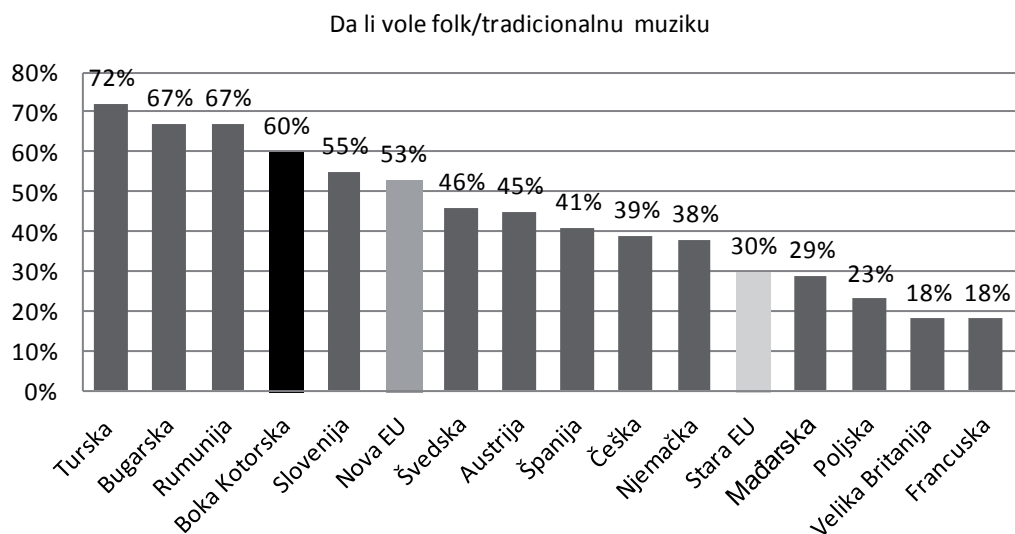
Koristeći rezultate istraživanja „*European’s Participation in Cultural Activities*” („Učešće Evropljana u kulturnim aktivnostima”) and „*New Europeans and Culture*” („Novi Evropljani i kultura”) iz 2002. i 2003. godine, komparirali smo odnos prema jednom broju muzičkih žanrova, za koje su postojali uporedivi podaci.

Kao što se može vidjeti u grafikonu 21, uz građane/ke Turske, Bugarske i Rumunije, građani i građanke Boke Kotorske spadaju među one koji u najvećem procentu vole tradicionalnu folk muziku. Da im se tradicionalna folk muzika sviđa, među anketiranimima iz Boke Kotorske se izjasnilo njih 60%.

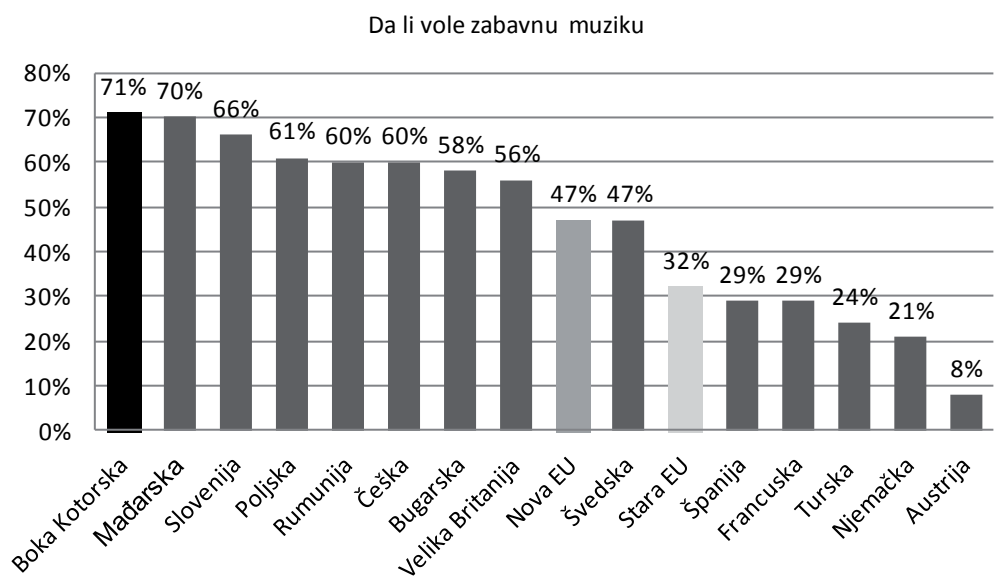
Istovremeno, zajedno sa građanima/kama Mađarske i Slovenije, ispitanici/ce iz Boke Kotorske više od predstavnika/ca drugih zemalja vole zabavnu muziku. Sa 71%, anketirani građani/ke opština Boke Kotorske kojima se zabavna muzika sviđa nalaze se na „vrhu“ ove liste.

I kada je pop/rok muzika u pitanju, procenat onih koji su joj skloni je među anketiranimima u Boki Kotorskoj dosta visok. Pop/rok muziku voli 57% ispitanika/ca, što ih svrstava između građana/ki Švedske i Španije (pri čemu se na vrhu liste nalazi Francuska sa 69% onih koji vole pop/rok muziku (grafikon 23).

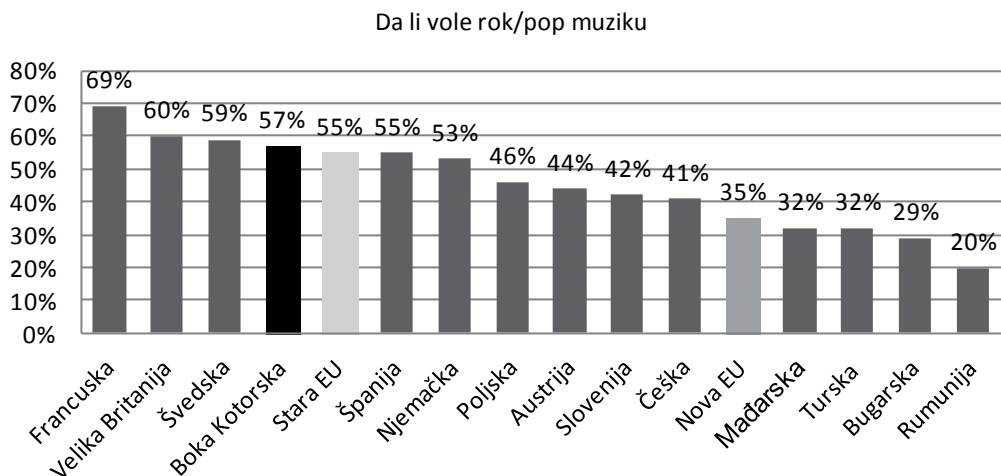
GRAFIKON 21 – Da li vole folk/tradicionalnu muziku (ispitanici/ce iz opština Boke Kotorske i zemalja EU)



GRAFIKON 22 – Da li vole zabavnu muziku (ispitanici/ce iz opština Boke Kotorske i zemalja EU)

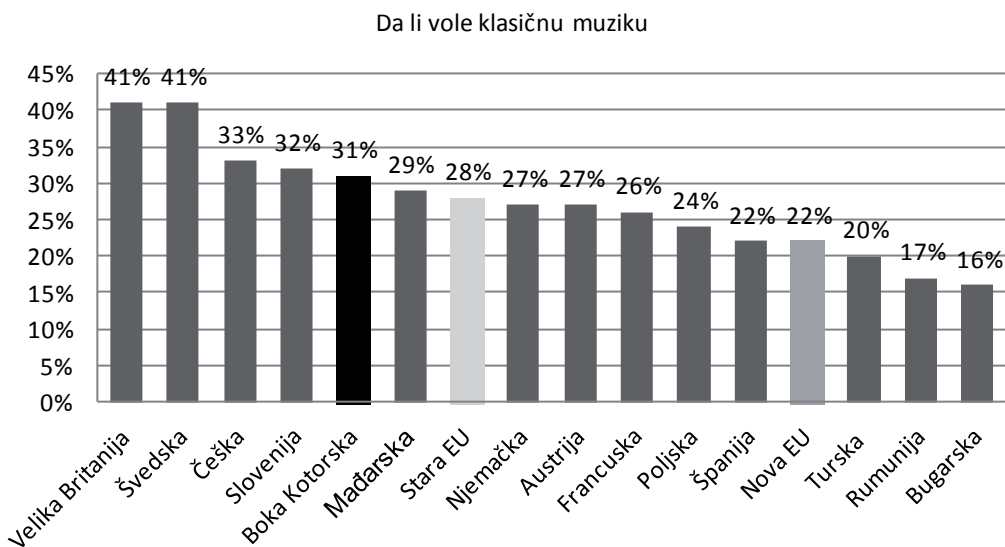


GRAFIKON 23 – Da li vole rok/pop muziku (ispitanici/ce iz opština Boke Kotorske i zemalja EU)



Kao što se može vidjeti iz grafikona 24, ispitanici/ce iz Boke Kotorske, iako u manjem procentu nego, recimo, građani/ke Velike Britanije i Švedske, ipak u značajnom obimu vole klasičnu muziku smještajući se među građane/ke iz grupe zemalja (od Češke do Francuske) u gornjem dijelu skale.

GRAFIKON 24 – Da li vole klasičnu muziku (ispitanici/ce iz opština Boke Kotorske i zemalja EU)



● Osnovne dimenzije muzičkih ukusa u Boki Kotorskoj (rezultati faktorske analize)

U potrazi za specifičnim obrascima ukusa među ispitanicima/cama iz Boke Kotorske ponovo smo primijenili faktorsku analizu (metod ekstrakcije Principal Components Analysis - PCA). Ona je izdvojila četiri faktora koji zajedno iscrpljuju 74,14% varijanse. Prvi faktor nosi 39,36% varijanse, drugi faktor 18,37% varijanse, treći faktor 10,26% varijanse i četvrti faktor 6,15% varijanse.

U slučaju prvog faktora imamo snažna pozitivna faktorska punjenja u odnosu na gotovo sve muzičke žanrove, izuzev za izvornu narodnu muziku, novokomponovanu narodnu muziku i turbo-folk, koji nisu negativni, ali se nalaze ispod konvencionalnog praga za koeficijente (od 0,30). Pošto pokazuju snažnu naklonost i za zabavnu, džez i klasičnu muziku i za operu, kao i za rok muziku, dance/house i heavy metal, ovaj obrasac ukusa smo nazvali „globalnim omnivornim tipom ukusa“.

U drugom faktoru imamo snažna pozitivna faktorska punjenja za izvornu narodnu muziku, novokomponovanu narodnu muziku, turbo-folk, starogradsku muziku i muziku mandolinskih orkestara, i ne naročito snažna negativna faktorska punjenja u odnosu na rok, dance/house i techno muziku. Ovaj faktor smo na tragu ovih indicija nazvali faktorom folklornog ukusa.

TABELA 15 - Muzički ukus

	FAKTORI			
	1	2	3	4
da li vole da slušaju izvornu narodnu muziku	,265	,738	,185	-,067
da li vole da slušaju novokomponovanu narodnu muziku	,146	,679	,577	-,175
da li vole da slušaju turbo-folk muziku	,155	,671	,582	-,169
da li vole da slušaju starogradsku muziku	,385	,714	,008	,168
da li vole da slušaju zabavnu muziku	,436	,431	,064	,523
da li vole da slušaju mandolinske orkestre	,566	,560	-,089	,276
da li vole da slušaju klape	,682	,423	-,265	,138
da li vole da slušaju horsku muziku	,762	,281	-,389	-,120
da li vole da slušaju klasičnu muziku	,690	,169	-,495	-,273
da li vole da slušaju operu/operetu	,690	,217	-,436	-,288
da li vole da slušaju džez i bluz muziku	,754	-,042	-,344	-,148
da li vole da slušaju rok muziku	,647	-,422	-,051	,294
da li vole da slušaju pop muziku	,623	-,267	-,015	,524
da li vole da slušaju dance/house muziku	,668	-,383	,296	,216
da li vole da slušaju tehno muziku	,632	-,352	,464	,002
da li vole da slušaju punk muziku	,744	-,281	,285	-,287
da li vole da slušaju rap muziku	,731	-,270	,354	-,077
da li vole da slušaju hard rock i heavy metal	,737	-,307	,181	-,263
da li vole da slušaju world music	,793	-,222	,111	-,004
da li vole da slušaju rege muziku	,787	-,239	,044	-,100

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Treći faktor karakterišu snažna pozitivna faktorska punjenja za turbo-folk i novokomponovanu narodnu muziku, na jednoj strani, i za techno i rap muziku, na drugoj strani. U ovom faktoru javljaju se i negativna punjenja za klasičnu muziku, operu/operatu, horsku muziku i džez muziku – različite forme onoga što se još uvek moglo nazvati elitnom kulturom. Ovu mješavinu pozitivnog odnosa prema savremenim proizvodima lokalne i globalne popularne kulture nazvali smo „lokalnim omnivornim tipom ukusa“ ili „turbo-folk“ faktorom¹⁸.

I na kraju, za četvrti faktor su karakteristična pozitivna faktorska punjenja samo za zabavnu i pop muziku, a prate ih slaba, uglavnom negativna punjenja za sve druge tipove muzike. Ovaj faktor smo nazvali faktorom zabavnog ukusa¹⁹.

Ova četiri faktora: globalnog omnivornog tipa ukusa, folklornog ukusa, lokalnog omnivornog tipa ukusa i zabavnog ukusa predstavljaju osnovne obrasce muzičkih ukusa među ispitanicima/cama iz opština u Boki Kotorskoj (vidi tabelu 15).

● Socio-demografski profili ispitanika/ca određenog muzičkog ukusa u Boki Kotorskoj

Izborna narodna muzika

Već u uvodu ovog segmenta studije ukazali smo da muzički ukusi signaliziraju pripadnost određenim društvenim grupama. Kroz ukrštanje (*crosstabulation*) svidanja/nesvidanja u odnosu prema muzičkim žanrovima i socio-demografskih varijabli (pola/roda, starosti, obrazovanja, grupa zanimanja i prosječnih mjesečnih prihoda po članu/ci domaćinstva) konstruisali smo socio-demografske profile ispitanika/ca kojima se sviđaju određeni muzički žanrovi.

Izborna narodna muzika sviđa se gotovo podjednako procentu anketiranih muškaraca i žena (56,6% žena i 54,1% muškaraca). Ovaj muzički žanr se, očekivano, nešto više sviđa pripadnicima/cama starijih generacija. Nju voli i skoro polovina ispitanika/ca mlađih od 45 godina, ali 69,6% posto ispitanika/ca starih između 46 i 65 godina i, doslovno, svi (100%) ispitanici/ce stariji od 65 godina. Izborna narodna muzika se sviđa svim ispitanicima/cama koji su završili osnovnu školu, a voli je i skoro 60% ispitanika/ca sa završenom srednjom školom i polovina ispitanika/ca koja je završila višu školu i još više nivoe obrazovanja. Od grupa zanimanja, izvornoj narodnoj muzici su najviše skloni poljoprivrednici/ce, nekvalifikovani i kvalifikovani radnici/ce i mali privrednici/ce. Zanimljivo je da se u odnosu na visinu prihoda, izvorna narodna muzika najviše sviđa drugoj najbogatijoj grupi, onima čiji su prosječni mjesečni prihodi po članu/ci domaćinstva između 501 i 1000 EUR (69%), a najmanje onima koji su najbogatiji – koji raspolažu sa preko 1000 EUR po članu/ci domaćinstva mjesečno (18,2%).

Novokomponovana narodna muzika

Novokomponovana narodna muzika se nešto više sviđa ispitanicima (37,8%), nego ispitanicama (32,7%) u našem uzorku. Ona se – a to je zanimljivo – među anketiranim u Boki Kotorskoj najviše sviđa najmlađima (od 18 do 30 godina – 41,4%) i najstarijima (preko 65 godina – 45,5%). Treba, međutim, istaći i da postoji značajan procenat mlađih ispitanika/ca kojima se novokomponovana narodna muzika ne sviđa (42,5%). Novokomponovana narodna muzika je muzički žanr koji se dominantno sviđa onima sa nižim obrazovanjem. Ona se dopada grupi od 85,7% ispitanika/ca koji su završili osnovnu

18 U drugim našim istraživanjima ovaj tip ukusa je bio karakterističan za ono što smo označili kao urbane kulturne prakse.

19 Po svom ambivalentnom odnosu prema većini muzičkih žanrova i pozitivnom odnosu prema zabavnoj i pop muzici ovaj faktor se približava ukusu onih koje smo imenovali „konformističkim omnivorima“.

školu, polovini (48,3%) ispitanika/ca sa srednjim obrazovanjem i samo 16,7% onih koji su završili višu školu, fakultet ili magistarijum/doktorate. Među grupama zanimanja, slično izvornoj narodnoj muzici, novokomponovana narodna muzika se najviše sviđa poljoprivrednicima i nekvalifikovanim radnicima (75%), malim privrednicima (55%) i kvalifikovanim radnicima (50%). Ono što je, međutim, različito u odnosu na izvornu narodnu muziku, jeste što novokomponovanu narodnu muziku ne voli 79,6% stručnjaka, 65,2% službenika i 63,8% nižih stručnjaka (što u vezi sa izvornom narodnom muzikom, koja je većini pripadnika ovih zanimanja bila prihvatljiva, nije bio slučaj). Isto kao i u slučaju izvorne narodne muzike, novokomponovanu narodnu muziku najviše vole oni sa prosječnim mjesečnim prihodima između 501 i 1000 EUR (44,8%), a najmanje ispitanici/ce sa prihodima iznad 1000 EUR (81,8%).

Turbo-folk muzika

Turbo-folk nešto više vole ispitanici (33,3%) od ispitanica (28,3%) iz našeg uzorka. Slično kao i kod novokomponovane narodne muzike, ova muzika najviše se sviđa najmlađima (35,6%) i najstarijima (45,5%). Ova sličnost se prenosi i u sferu obrazovanja, gdje 85,7% ispitanika/ca sa osnovnom školom voli turbo-folk, dok se ovaj žanr sviđa samo grupi od 14,7% onih sa visokim obrazovanjem. Kako se među grupama zanimanja ponovo javlja podjela između, na jednoj strani, poljoprivrednika i NKV radnika (68,8%), kvalifikovanih radnika (44,4%) i malih privrednika (42,9%) kojima se turbo-folk sviđa i, na drugoj strani, 81,6% stručnjaka, 73,9% službenika i 70,7% nižih stručnjaka kojima se ne sviđa, može se zaključiti da se između ovih društvenih grupacija pojavljuju simboličke (i socijalne granice) čiji su novokomponovana narodna muzika i turbo-folk simbolički markeri. U odnosu na turbo-folk, postoje sličnosti vezano za nivo sviđanja/nesviđanja među gotovo svim grupama u pogledu nivoa prihoda. Jedino se ponovo izdvajaju oni najbogatiji ispitanici/ce, među kojima se 90,9% izjašnjava da im se turbo folk ne sviđa.

Klasična muzika

Kao i u gotovo svim drugim anketnim istraživanjima ukusa, pripadnice ženskog pola značajno češće navode da im se sviđa klasična muzika (40,7% u odnosu na 20,7% anketiranih pripadnika muškog pola). Ono na šta takođe ukazuju ankete, a što se pokazalo i u našim istraživanjima, to je da ispitanice ne odlaze češće na koncerte klasične muzike od muškaraca. To može svjedočiti, u jednom tumačenju, o razvijenim kulturnim potrebama, koje se sticajem okolnosti (a ponajviše obaveza) ne prevode u kulturne navike. I s druge strane, može značiti da ispitanice imaju potrebu da se u okviru rodne konstrukcije, samopredstavljaju kao „kulturnije“ nego što jesu. U generacijskom smislu, klasičnoj muzici su najskloniji ispitanici/ce između 46 i 65 godina (41,3% ove grupe navodi da im se klasična muzika sviđa), a ona se najmanje sviđa ispitanicima/cama starijim od 65 godina (63,6%). Klasična muzika se sviđa gotovo polovini visokoobrazovanih; voli je i 18,1% ispitanika/ca sa završenom srednjom školom i nijedan ispitanik/ca koji je završio osnovnu školu. Štaviše, 85,7% navodi da im se klasična muzika ne sviđa, a 14,3% da u odnosu na nju imaju neutralan stav. Klasična muzika se, među pripadnicima/cama grupa zanimanja, najviše sviđa stručnjacima (59,2%), velikim privrednicima i rukovodiocima (44,4%) i službenicima (39,1%), dok se ne sviđa velikom procentu poljoprivrednika i nekvalifikovanih radnika (81,3%), kvalifikovanih radnika (77,8%) i malih privrednika (65,3%). Ulogu koju su novokomponovana narodna muzika i turbo-folk imali u simboličkom obilježavanju poljoprivrednika, radnika i malih privrednika ima klasična muzika u odnosu na dominantne društvene grupe rukovodioce, velike privrednike i stručnjake, i još i službenike. Razlika se samo ogleda u tome što oni koji ne vole novokomponovanu narodnu muziku i turbo-folk, zbog stigme koja ih prati (simboličko nasilje) gotovo sigurno neće pro-forme izraziti svoju naklonost prema njima, dok pozitivne konotacije koje prate klasičnu muziku, mogu za značajan broj onih koji ne vole i ne slušaju klasičnu muziku, biti poziv da se samopredstavljaju kao oni koji je slušaju, vole i prate. Od grupa u pogledu zanimanja, klasična muzika se sviđa najvećem procentu najbogatijih (63,6%) i značajnom procentu pripadnika grupa sa malih prihodima – onih čiji je mjesečni prihod po članu/ci domaćinstva ispod 100 EUR (36,4%) i između 100 i 250 EUR (38,6%).

Zabavna muzika

Zabavnoj muzici su nešto sklonije pripadnice ženskog pola (76,1%), u odnosu na ispitanike iz uzorka (62,2%). Iako zabavnu muziku voli i značajan procenat dvije mlađe starosne grupe, (63,2% grupe od 18 do 30 godina i 67,9% grupe čiji članovi/ce imaju od 31 do 45 godina), ipak je ona najpopularnija među starijim ispitanicima/cama. Čak 80,4% onih koji imaju između 46 i 65 godina voli zabavnu muziku, kao i 81,8% starijih od 65 godina. I u sferi obrazovanja, kod zabavne muzike nema velikih razlika u pogledu naklonosti prema njoj – iz svih obrazovnih grupa oko 70% ispitanika/ca navodi da im se zabavna muzika sviđa. Od grupa zanimanja, zabavnoj muzici su najskloniji veliki privrednici i rukovodioci (88,9% ove grupe) i, na drugoj strani, poljoprivrednici i nekvalifikovani (87,5%) i kvalifikovani radnici (77,8%). Zabavnu muziku u najvećem procentu vole grupe čiji su mjesečni prihodi po članu/ci domaćinstva između 101 i 250 EUR (74,7%) i oni čiji prihodi iznose između 501 i 1000 EUR (75,9%).

Pop muzika

Kao i zabavna muzika, pop muzika se češće sviđa pripadnicama ženskog pola (82,3%, nasuprot 69,4%). Glavna razlika u odnosu na zabavnu muziku ogleda se u tome što se pop muzika više sviđa mlađim ispitanicima/cama. U grupi ispitanika/ca od 18 do 30 godina 87,4% voli pop muziku, a u prvoj starijoj grupi (31 do 45 godina) njih 76,5%. Slično kao i u slučaju rok muzike (vidi dolje), pop muzika se najviše sviđa najobrazovanijima (86,3% ove grupe). Pop muzika se u značajnom procentu (70% do 90%) sviđa pripadnicima/cama skoro svih grupa zanimanja, a najmanje se sviđa grupi poljoprivrednika i nekvalifikovanih radnika (43,8%). Posmatrano u odnosu na grupe prema visini prihoda, pop muzika opravdava svoje ime, sviđajući se najviše grupama sa prosječnim prihodima (75-85%), a najmanje najsiromašnijima (63,6%) i najbogatijima (54,5%).

Rok muzika

Rok muzika se sviđa nešto malo većem procentu ispitanica (78%), nego anketiranih pripadnika muškog pola (73,9%). Kao što je i očekivano, rok muzika se više sviđa mlađim ispitanicima/cama. U generaciji od 18 do 30 godina, rok muziku voli 86,2%, a u generaciji od 31 do 45 godina, 85,2% ispitanika/ca, dok se samo jednom ispitaniku/ci starijem od 65 godina rok muzika sviđa. Ono što je zanimljivo, a ponavlja se i u ovom istraživanju, jeste da se, iako spada u popularnu kulturu, u našim krajevima rok muzika sviđa najobrazovanijim ispitanicima/cama (90,2% grupe onih koji su završili višu školu i više nivoe obrazovanja voli rok muziku). Na drugoj strani, da im se rok muzika ne sviđa izrazilo se 57,1% ispitanika/ca sa osnovnom školom. Na istom tragu, rok muzika se sviđa skoro svim anketiranim stručnjacima (98%) i velikom procentu nižih stručnjaka (81%), velikih privrednika i rukovodilaca (77,8%), službenika (73,9%) i kvalifikovanih radnika (72,2%). Među onima kojima se rok muzika ne sviđa najveći je procenat u grupi poljoprivrednika i nekvalifikovanih radnika (50%). Kada se posmatraju grupe u pogledu prihoda, među njima gotovo da nema razlika u tome da li im se sviđa rok muzika – 75% do 80% pripadnika/ca svih grupa navodi da im se rok muzika sviđa.

Heavy metal muzika

Heavy metal muzika je jedan od važnih statusnih markera – označavajući u svijetu upravo najsiromašnije i najmanje obrazovane grupe mladih. Međutim, na tragu dosadašnjih nalaza, to nije publika koja sluša heavy metal u našim krajevima, pa ni u Boki Kotorskoj. Ona se, očekivano, više sviđa muškarcima (32,4%) nego ženama (24,8%). Jedno od iznenađenja u ovom istraživanju bilo je da se heavy metal najviše sviđa generaciji staroj između 31 i 45 godina (45,7%), dok u najmlađoj generaciji ovu vrstu muzike voli 26,4%. Na drugoj strani, najveći procenat onih kojima se heavy metal ne sviđa nalazi se u generaciji između 46 i 65 godina. Najveće iznenađenje bilo je da se, procentualno, najveći broj ljubitelja heavy metala nalazi među najobrazovanijima (44,1%), kao i da ga, od grupa zanimanja, najviše vole stručnjaci (49%), službenici (34,8%) i niži stručnjaci (32,8%). U odnosu na visinu prosječnih mjesečnih prihoda, heavy metal se procentualno najviše sviđa onima sa najvišim prihodima – 45,5% grupe koja ima mjesečne prihode veće od 1000 EUR po članu/ci domaćinstva i 44,8% grupe čiji su prosječni mjesečni prihodi po članu/ci domaćinstva između 501 i 1000 EUR.

● Odnos muzičkog ukusa građana/ki opština Boke Kotorske i njihovih socio-demografskih obilježja (regresione analize)

Kao i u slučaju kulturne participacije, obrasce ukusa koje smo izdvojili faktorskom analizom (faktor globalnog omnivornog ukusa; faktor folklornog ukusa, faktor lokalnog omnivornog ukusa i faktor zabavnog ukusa) tretirali smo kao zavisne varijable i na njih primijenili regresione analize da bismo stekli uvid u međuodnose izdvojenih faktora i važnih socio-demografskih varijabli. Kao „nezavisne varijable” koristili smo standardne socio-demografske varijable: pol, godište ispitanika/ca, obrazovanje ispitanika/ca, obrazovanje oca ispitanika/ca, pripadnost grupama zanimanja i prosječnu mjesečnu zaradu po glavi člana/ci domaćinstva (iz svih izvora)²⁰.

TABELA 16 – Koeficijenti za regresije faktora tipova muzičkih ukusa na izabranim nezavisnim varijablama

Varijable	Globalni omnivorni ukus	Foklorni ukus	Lokalni omnivorni ukus	Zabavni ukus
Intercept	.042	-.109	1.890	0.414
Muški pol	-.168 (-.088)	-.203 (-.100)*	.341 (.166)**	-.088 (-.045)
Godine ispitanika/ca	-.010 (-.159)	-.027 (.410)**	-.019 (-.283)*	.006 (.088)
Obrazovanje	.050 (.139)*	-.038 (-.097)	-.075 (-.192)**	-.042 (-.114)
Obrazovanje oca	.020 (.071)	-.021 (-.067)	-.010 (-.033)	-.030 (-.103)
Grupe zanimanja	-.041 (-.032)	-.028 (-.021)	-.171 (-.123)*	.190 (.144)*
Prihod po članu/ci domaćinstva	-.007 (-.006)	-.053 (-.042)	-.013 (-.010)	-.001 (-.000)
Broj ispitanika/ca	668	668	668	668
R	0.294	0.555	0.445	0.180

Standardizovani koeficijenti su u zagradama; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$ (two-tailed tests)

Kao što se može vidjeti u tabeli 16, regresione analize izdvojenih faktora pokazale su da se kao najjače prediktorske varijable u modelu pojavljuju pol, starost, obrazovanje ispitanika/ca i pripadnost određenoj grupi zanimanja.

U slučaju faktora globalnog omnivornog ukusa, kao jedina nešto snažna veza pojavljuje se veza sa obrazovanjem ispitanika/ca ($p < 0,05$). Veća je vjerovatnoća da će obrazovaniji ispitanici/ce pripadati ovom obrascu ukusa od neobrazovanih. Ovaj tip ukusa je prisutniji među pripadnicama ženskog pola, među mlađih ispitanicima/cama, obrazovanim i sa obrazovanim roditeljima i među ispitanicima/cama koji nemaju najviše prihode.

Za faktor folklornog ukusa, kao snažna prediktorska varijabla pojavljuju se godine ispitanika/ca, a i veza ovog obrasca ukusa i pola je statistički značajna. Ovo je obrazac ukusa karakterističan za starije osobe i to posebno za starije ispitanice, nižeg nivoa obrazovanja i manjih prihoda.

Treći identifikovani faktor, lokalnog omnivornog ukusa stoji u snažnoj vezi sa pripadnošću muškom polu i nižim nivoima obrazovanja, a uticaj pokazuju i starost i pripadnost određenim grupama zanimanja. Obrazac lokalnog omnivornog ukusa prisutniji je među mlađim pripadnicima radničkih zanimanja, nego u drugim grupama.

I na kraju, za zabavni ukus jedina snažnija prediktorska varijabla je pripadnost službeničkim i višim tipovima zanimanjima. Ovaj tip ukusa je generalno prisutniji među starijim pripadnicama ženskog pola, i to onima ne naročito visokog obrazovanja i sa prosječnim prihodima.

²⁰ Pregled distribucije nezavisnih varijabli, odnosno aritmetičkih sredina i standardnih devijacija u slučaju numeričkih varijabli (poput broja godina obrazovanja ili starosti ispitanika/ca) dati su u tabeli 13, na strani 33.

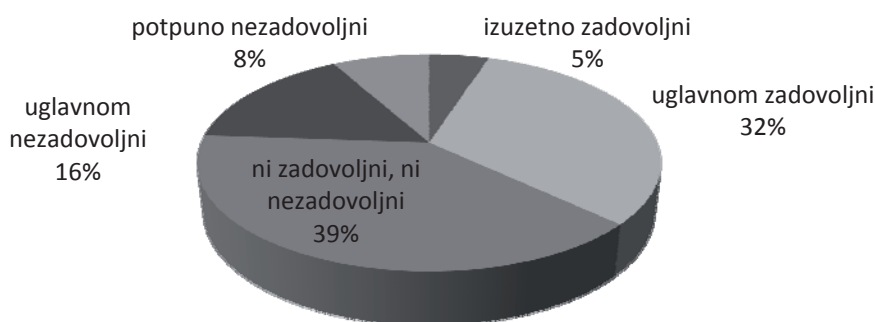
OCJENA KULTURNE PONUDE

Posljednji aspekt istraživanja koji je od posebne važnosti za strateško planiranje jeste ocjena kulturne ponude u tri opštine koje čine Boku Kotorsku. Od ispitanika/ca smo tražili da navedu da li su zadovoljni brojem i kvalitetom pozorišnih predstava, književnih večeri, filmova, likovnih događaja, koncerata zabavne/pop muzike, koncerata rok muzike, koncerata narodne muzike, koncerata džez muzike, koncerata Gradske muzike i koncerata klasične muzike i da navedu svoj stav u rasponu od izuzetno sam zadovoljan-na, do uopšte nisam zadovoljan-na, a bila je ostavljena i mogućnost da navedu da određenog tipa događaja (za njihov ukus) ima previše. Potom smo od njih tražili da, po istom modelu ocijene rad Kulturnog centra u svakoj od opština i da daju ocjenu ukupne kulturne ponude u opštini.

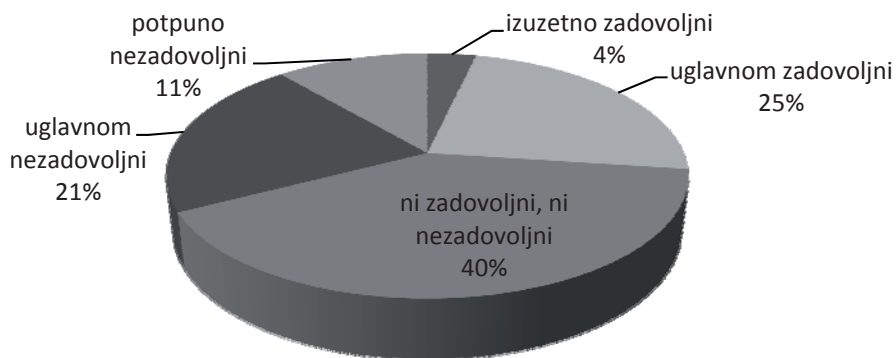
Kao što se može vidjeti na grafikonima 25 do 36, procenat „izuzetno zadovoljnih“ programima koji se nude u opštini Kotor kreće se od 2% (za džez muziku) do 9% (za ponudu pozorišnih događaja), ostajući uglavnom na oko 5% anketiranih. Onih koji su „uglavnom zadovoljni“ ponudom ima između 20% i 30%, sa minimumom od 18% za džez muziku i maksimumom od 32% za pop muziku. Oni koji se određuju kao „ni zadovoljni, ni nezadovoljni“ predstavljaju tihu većinu anketiranih čiji se procenat uglavnom kreće između 35% i 40%. Ova grupa je najmanja kod ocjene pozorišne ponude (35%), a najveća kod ocjene ponude džez muzike (48%). Grupu „uglavnom nezadovoljnih“ čini od 15% do 20% ispitanika/ca. Ona je najmanja za književne večeri i koncerte narodne muzike (15%), a najveća u slučaju rok muzike (21%). „Potpuno nezadovoljni“ ponudom čine grupu od 8% do 15% ispitanika/ca, u zavisnosti od tipa kulturnih događaja. Za ponudu pop muzike je ova grupa najmalobrojnija (8%), dok je 16% ispitanika/ca potpuno nezadovoljno ponudom filmova koji se prikazuju u gradu; 15% je potpuno nezadovoljno pozorišnom ponudom; a 14% ponudom likovnih događaja. Zanimljivo je pomenuti da se u vezi sa koncertima narodne muzike pojavilo 7% onih koji su naveli da ih za njihov ukus u gradu/opštini ima previše.

Što se tiče ocjene rada Kulturnog centra „Nikola Đurković“, 6% ispitanika/ca je istaklo da je izuzetno zadovoljno radom ove institucije, a 40% da je uglavnom zadovoljno. U konkretnom slučaju, broj onih koji nisu ni zadovoljni, ni nezadovoljni je relativno mali (23%), da bi uglavnom nezadovoljnih radom Kulturnog centra bilo 14%, a potpuno nezadovoljnih 11%. U odnosu na ocjenu cjelokupne kulturne ponude u opštini Kotor, više od polovine anketiranih je navelo da je ponudom zadovoljno (7% da je izuzetno zadovoljno, a 45% da je uglavnom zadovoljno). Uglavnom nezadovoljnih je bilo 14%, a potpuno nezadovoljnih 11%.

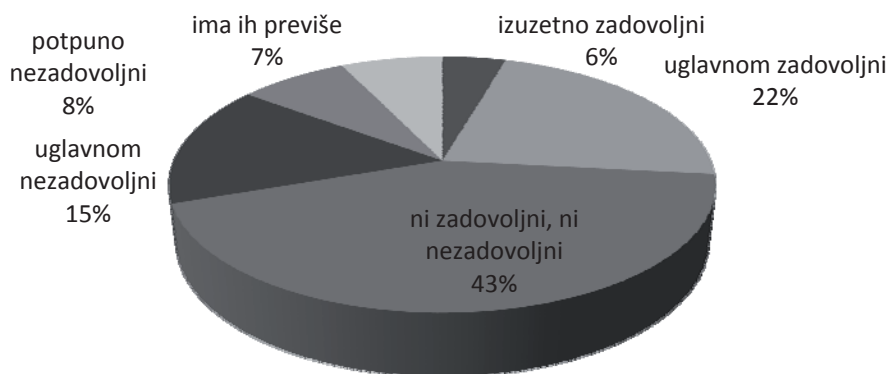
GRAFIKON 25 – Ocjena ponude koncerata zabavne/pop muzike (opština Kotor)



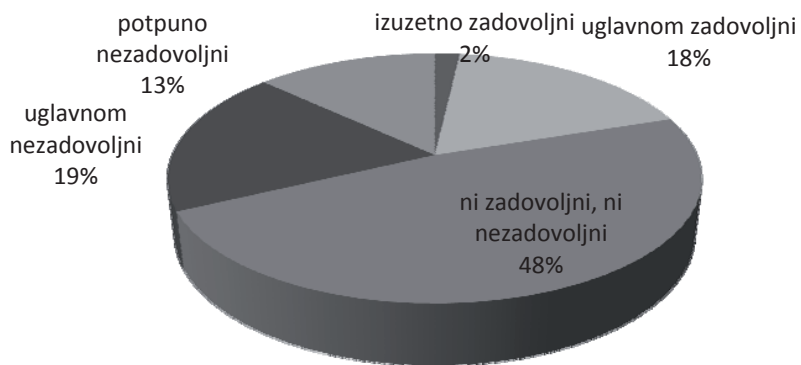
GRAFIKON 26 – Ocjena ponude koncerata rok muzike (opština Kotor)



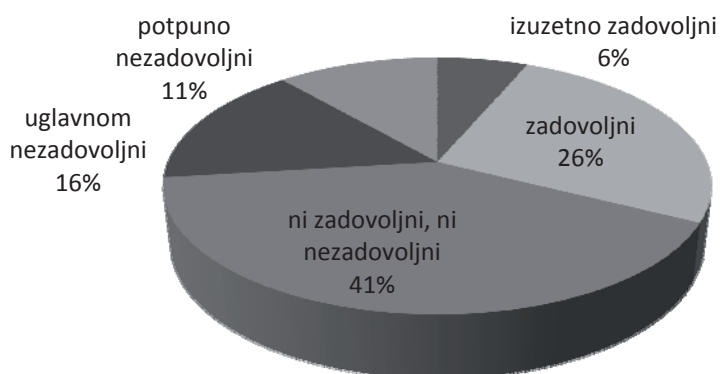
GRAFIKON 27 – Ocjena ponude koncerata narodne muzike (opština Kotor)



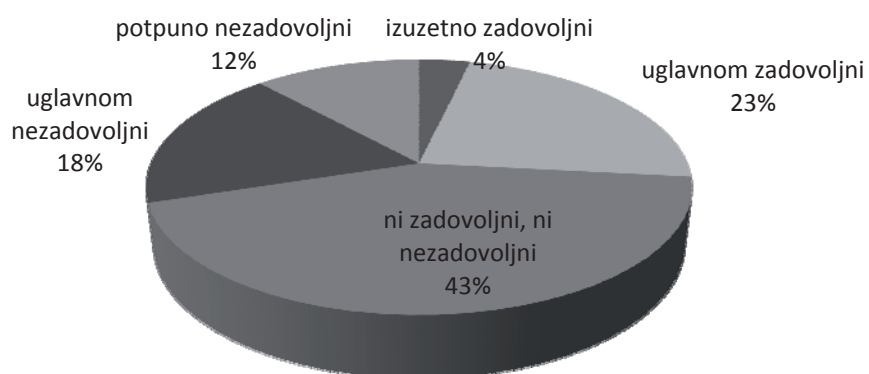
GRAFIKON 28 – Ocjena ponude koncerata džez muzike (opština Kotor)



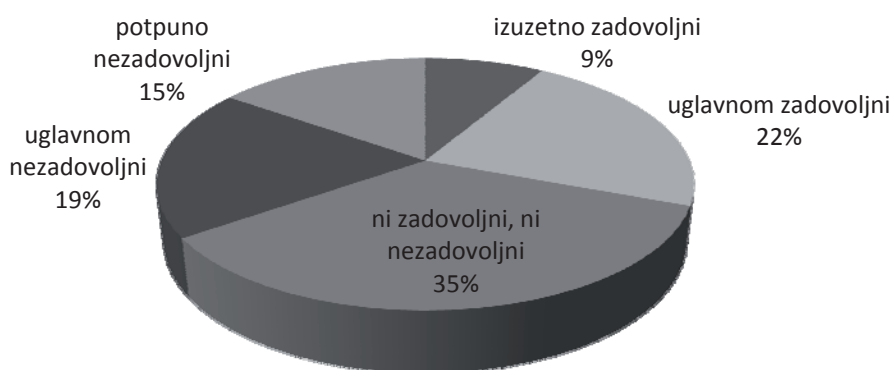
GRAFIKON 29 – Ocjena ponude koncerata gradske muzike (opština Kotor)



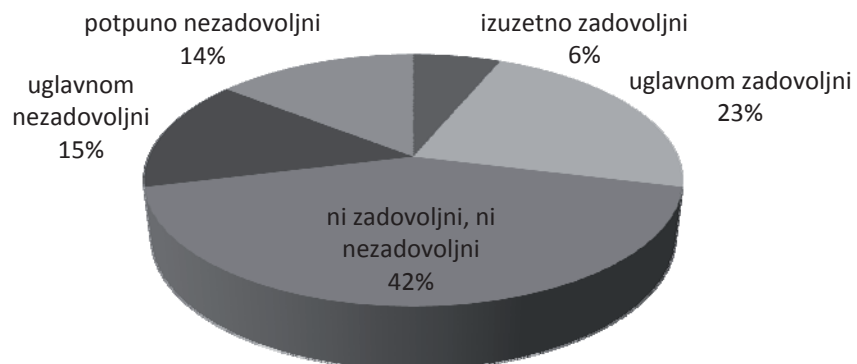
GRAFIKON 30 – Ocjena ponude koncerata klasične muzike (opština Kotor)



GRAFIKON 31 – Ocjena pozorišne ponude (opština Kotor)



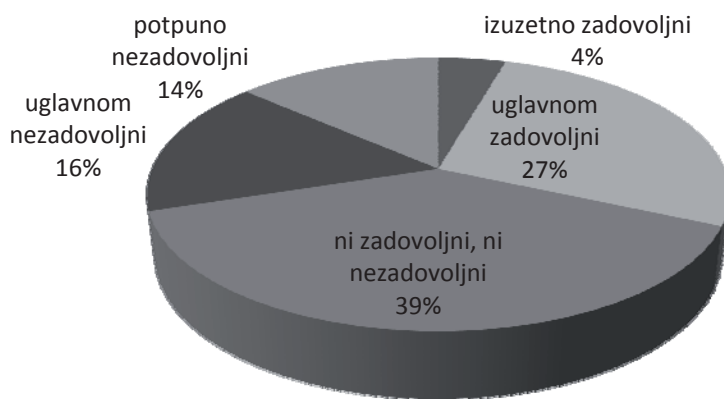
GRAFIKON 32 – Ocjena ponude književnih večeri (opština Kotor)



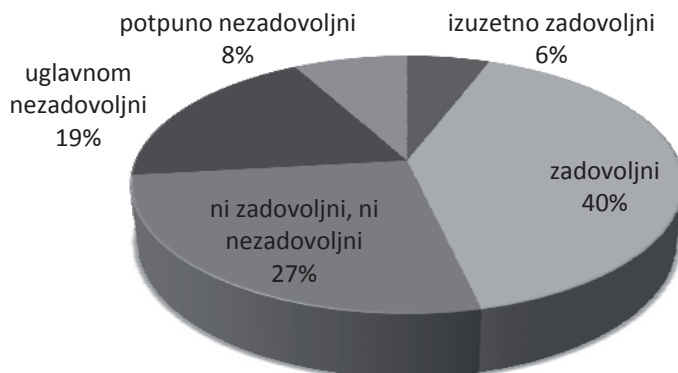
GRAFIKON 33 – Ocjena ponude filmova (opština Kotor)



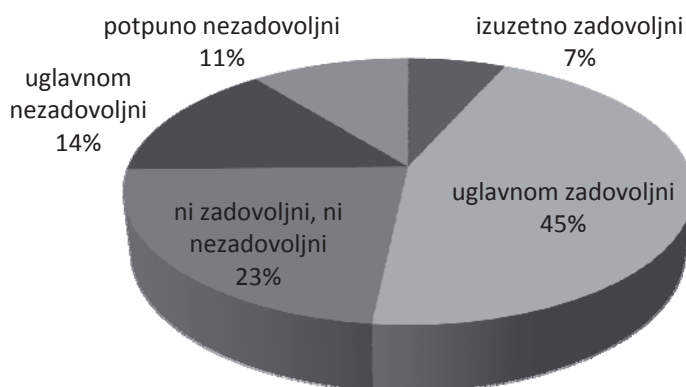
GRAFIKON 34 – Ocjena ponude likovnih događaja (opština Kotor)



GRAFIKON 35 – Ocjena rada kulturnog centra u Kotoru



GRAFIKON 36 - Ocjena ukupne kulturne ponude u opštini Kotor



Rezultati prikazani u grafikonima od 37 do 48, pokazuju da su ispitanici/ce iz opštine Tivat generalno zadovoljni kulturnom ponudom u njihovom gradu/opštini. Kulturnom ponudom zadovoljno je 65% ispitanika/ca, dok je nezadovoljno samo 15,7%. Stepem zadovoljstva anketiranih je još viši kada su gradske institucije kulture (Centar za kulturu) u pitanju. Radom Centra za kulturu zadovoljno je 71,6% ispitanika/ca iz Tivta, a nezadovoljno samo 10,6%. Od posebnih segmenata umjetnosti, ispitanici/ce iz Tivta su najzadovoljniji pozorišnom ponudom u svom gradu/opštini, potom ponudom književnih večeri (59,1%) i ponudom koncerata zabavne i pop muzike (56,0%). Ono čime su najmanje zadovoljni jeste ponuda koncerata džez muzike (47,9%), a najnezadovoljniji su ponudom filmova u kinima (31,0%).

Ocjena kulturne ponude u Herceg Novom data je grafikonima 49 – 60. U svojim ocjenama ispitanici/ce iz Herceg Novog su bili stroži od drugih ispitanika/ca, što se jednim dijelom ponovo može dovesti u vezu sa velikim brojem mladih ljudi i visokoobrazovanih ispitanika/ca u uzorku. Kulturnom ponudom u opštini je zadovoljno samo 26,9% ispitanika/ca, dok je jedino u Herceg Novom bilo više onih koji su nezadovoljni ukupnom kulturnom ponudom (32,3%). Ispitanici/ce iz Herceg Novog su jednako nezadovoljni radom kulturnih institucija u opštini – zadovoljno je samo njih 29,3%, a nezadovoljno 43,6%. Ono čime su bili najzadovoljniji jeste ponuda pozorišnih predstava (59,1%) i ponuda izložbi i manifestacija iz oblasti likovnih umjetnosti (54,2%), a veliki procenat ispitanika/ca je zadovoljan i ponudom koncerata zabavne i pop muzike (44,4%). Za jedan broj ispitanika/ca ponuda koncerata narodne muzike je dobra (41,5%), ali je to izazvalo 29,5% ispitanika/ca da navedu da ih za njihov ukus u Herceg Novom ima previše. Ispitanici/ce iz Herceg Novog su najmanje zadovoljni ponudom koncerata džez muzike i rok muzike.

Kada uporedimo zadovoljstvo ponudom u različitim oblastima kulture i umjetnosti po gradovima, vidimo da je npr. pozorišnom ponudom zadovoljno 63,9% ispitanika/ca iz Tivta, 59,1% ispitanika/ca iz Herceg Novog i 30,6% ispitanika/ca iz opštine Kotor. U odnosu na ponudu koncerata klasične muzike zadovoljno je 50,9% ispitanika/ca iz Tivta, kao i 43,6% ispitanika/ca iz Herceg Novog i 26,7% ispitanika/ca iz Kotora. Što se koncerata zabavne i pop muzike tiče, u Tivtu je ovom ponudom zadovoljno 56,0%, u Herceg Novom 44,4%, a u Kotoru 36,9%. U odnosu na koncerte Gradske muzike, u Tivtu je zadovoljno 52,3% ispitanika/ca, u Kotoru 32,4%, a u Herceg Novom samo 12,9% anketiranih. Brojem i kvalitetom džez koncerata u njihovoj opštini zadovoljno je 47,9% ispitanika/ca iz opštine Tivat, a samo 19,9% ispitanika/ca iz opštine Kotor i 14,7% anketiranih u opštini Herceg Novi.

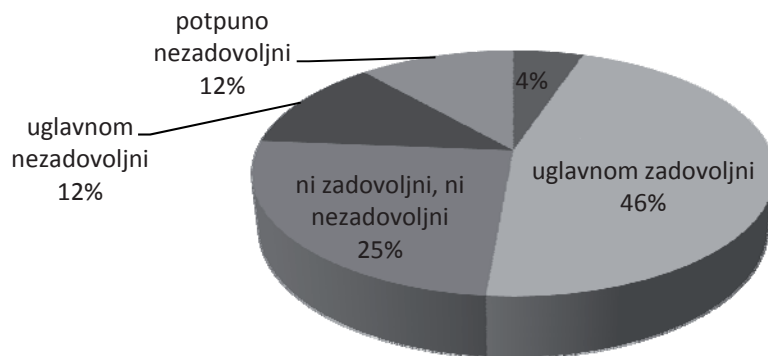
U cjelini gledano, kulturnom ponudom u svojoj opštini najzadovoljniji su ispitanici/ce iz Tivta, a najmanje ispitanici/ce iz Herceg Novog, dok je u opštini Kotor bilo najviše onih koji su navodili da nisu ni zadovoljni, ni nezadovoljni kulturnom ponudom u gradu. Ocjena kulturne ponude je, kao što se može vidjeti, mjera koja zavisi od mnoštva činilaca i mora se

dovesti u vezu sa faktičkom kulturnom ponudom da bi bila pouzdana. Na prvi pogled izgleda da je ovo ocjenjivanje, pored zadovoljstva kulturnom ponudom, bar na nivou uzorka, pokazalo i neke, da tako kažemo, specifičnosti lokalnih karaktera.

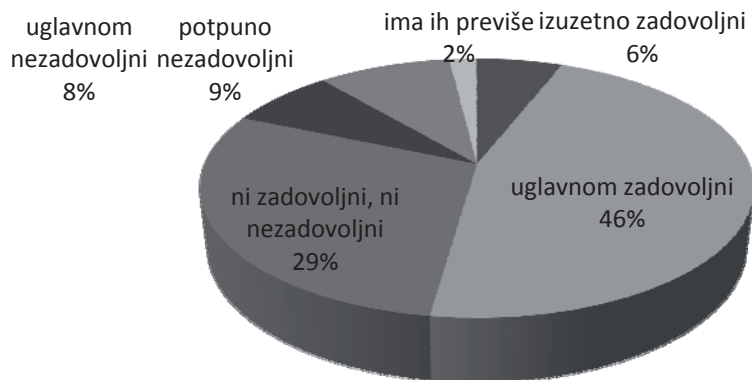
GRAFIKON 37 – Ocjena ponude koncerata zabavne/pop muzike (opština Tivat)



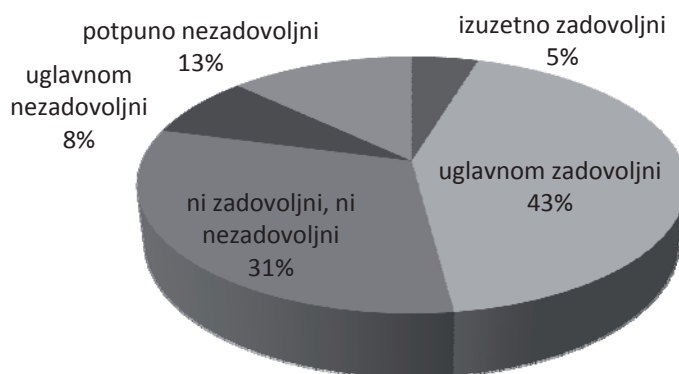
GRAFIKON 38 – Ocjena ponude koncerata rok muzike (opština Tivat)



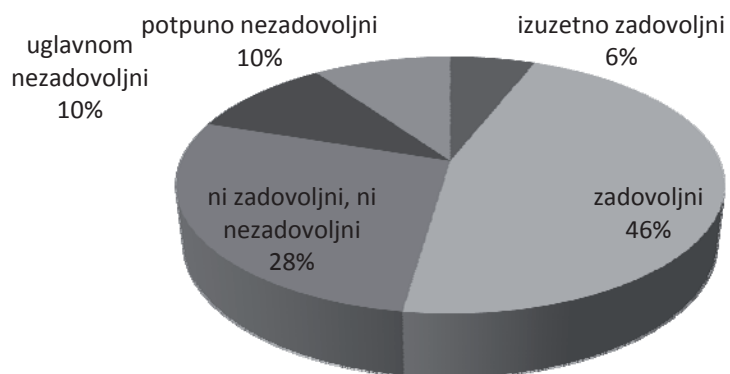
GRAFIKON 39 – Ocjena ponude koncerata narodne muzike (opština Tivat)



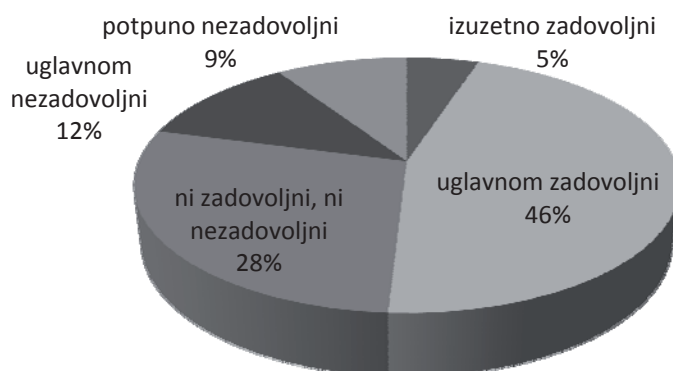
GRAFIKON 40–Ocjena ponude koncerata džez muzike (opština Tivat)



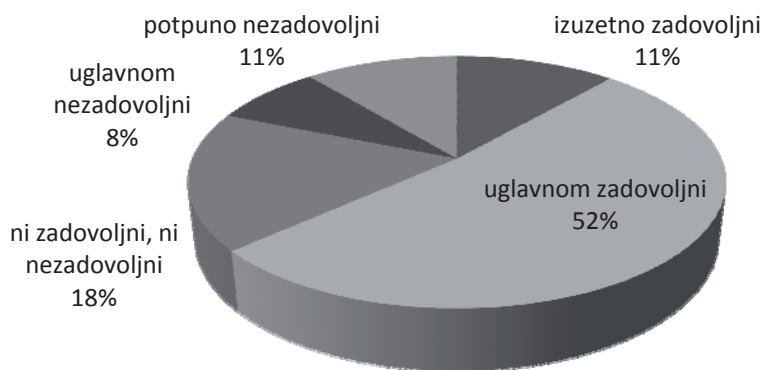
GRAFIKON 41 – Ocjena ponude koncerata gradske muzike (opština Tivat)



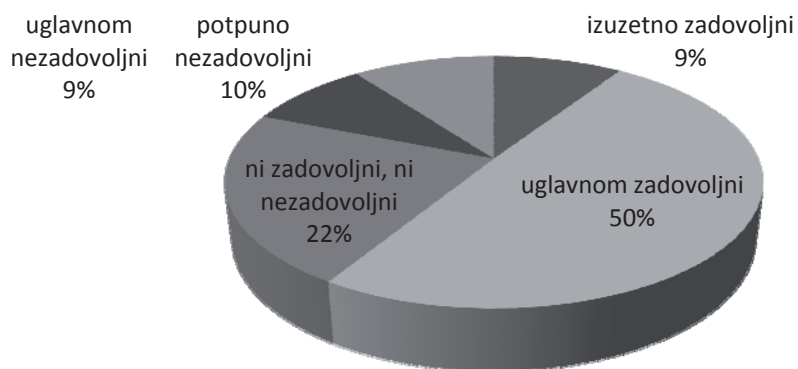
GRAFIKON 42 – Ocjena ponude koncerata klasične muzike (opština Tivat)



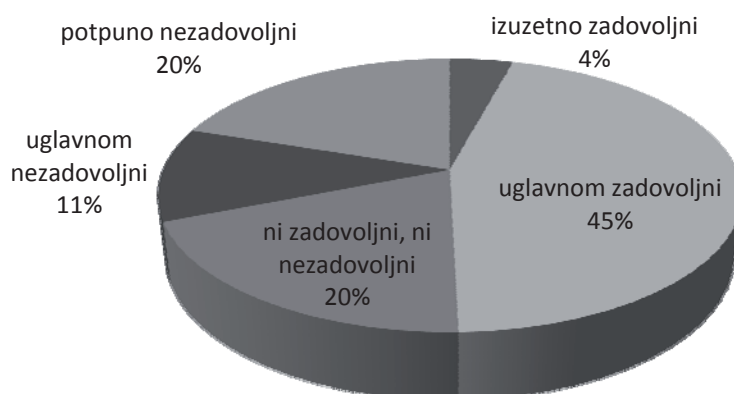
GRAFIKON 43 – Ocjena pozorišne ponude (opština Tivat)



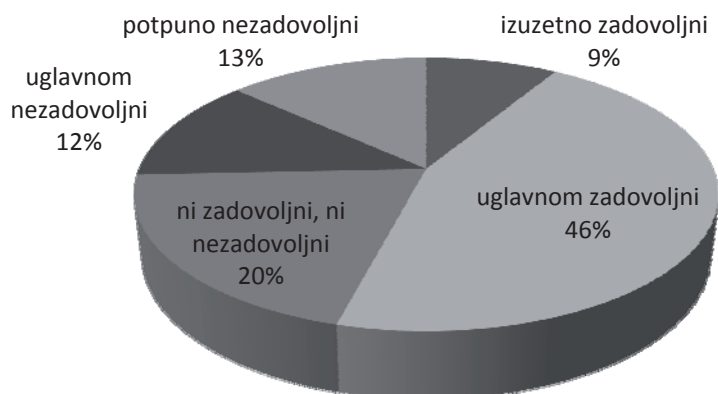
GRAFIKON 44 – Ocjena ponude književnih večeri (opština Tivat)



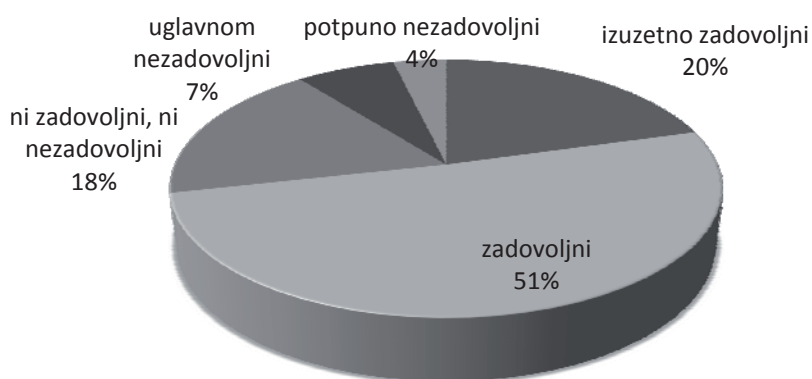
GRAFIKON 45 – Ocjena ponude filmova (opština Tivat)



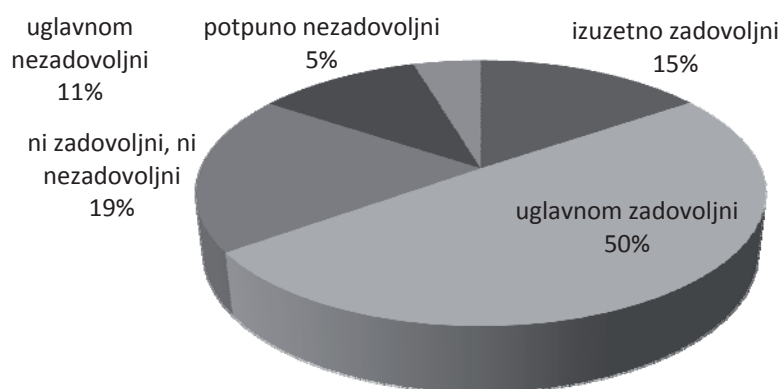
GRAFIKON 46 – Ocjena ponude likovnih događaja (opština Tivat)



GRAFIKON 47 – Ocjena rada kulturnog centra u Tivtu



GRAFIKON 48 - Ocjena ukupne kulturne ponude (opština Tivat)



Želeći da saznamo koliko su pojedine grupe zadovoljne kulturnom ponudom i koje su grupe zadovoljne/nezadovoljne kulturnom ponudom, ukrstili smo (*crosstabulation*) ocjenu ukupne kulturne ponude u opštinama sa standardnim socio-demografskim varijablama (pol, starost, obrazovanje, grupe zanimanja, grupe prema nivou prihoda).

Pokazalo se da su u opštini Kotor ispitanice nešto zadovoljnije kulturnom ponudom (49,6%) od njihovih sugrađana muškog pola (45,9%). Pripadnici/ce dvije starije grupe (od 46 do 65 godine – njih 47,3% i 57,1% starijih od 65 godina) su zadovoljniji ponudom od anketiranih iz druge dvije starosne grupe, dok su najnezadovoljniji ispitanici/ce stari između 31 i 45 godina. Ispitanici/ce sa najnižim nivoom obrazovanja su u Kotoru zadovoljniji kulturnom ponudom (57,9% te grupe), dok su najnezadovoljniji ispitanici/ce sa visokom školom i višim stepenima obrazovanja (31,8%). Od grupa zanimanja, zadovoljniji od drugih su rukovodioci i veliki privrednici (čak 90% ove grupe) i kvalifikovani radnici (55,6%), dok su ukupnom gradskom kulturnom ponudom najnezadovoljniji službenici (37,5%) i stručnjaci (35,6%). Među grupama u pogledu prihoda u opštini Kotor kulturnom ponudom su najzadovoljniji oni čiji su prosječni mjesečni prihodi po članu/ci domaćinstva između 251 i 500 EUR (57,6%), potom sa prihodima po članu/ci domaćinstva između 501 i 1000 EUR (46,4%) i oni čiji su prihodi po članu/ci domaćinstva iznad 1000 EUR (41,7%), ali je u ovoj grupi još više onih koji su kulturnom ponudom u gradu nezadovoljni (50%). Najnezadovoljniji kulturnom ponudom u Kotoru se mogu naći među ispitanicima/cama sa prihodima po članu/ci domaćinstva od 51 do 100 EUR.

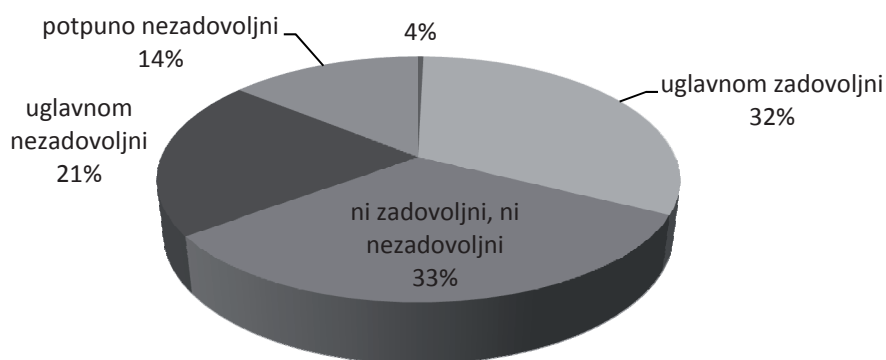
U opštini Tivat su, takođe, pripadnice ženskog pola koje smo anketirali, nešto zadovoljnije (70,6%) kulturnim životom grada od ispitanika iz ove opštine (57,1%). Pripadnici/ce starijih grupa su i u Tivtu zadovoljniji kulturnom ponudom (70% grupe od 46 do 65 godina i 69% grupe starije od 65 godina), a najnezadovoljniji su ispitanici/ce iz najmlađe grupe (24,2% grupe starosti između 18 i 30 godina). Čak 88,2% ispitanika/ca sa osnovnom školom je zadovoljno kulturnom ponudom u Tivtu, a među grupama zanimanja najzadovoljniji su mali privrednici (76,5%), kvalifikovani radnici (65,3%), službenici (64,7%), stručnjaci 61,9%. Da su nezadovoljni kulturnom ponudom u opštini Tivat izjasnilo se najviše nižih stručnjaka (26,9%). U opštini Tivat što su ispitanici/ce bogatiji to su zadovoljniji kulturnom ponudom – kulturnom ponudom je zadovoljno 83,3% ispitanika/ca čiji su prosječni mjesečni prihodi po članu/ci domaćinstva viši od 1000 EUR; 75,9% ispitanika/ca čiji su prihodi po članu/ci domaćinstva između 500 i 1000 EUR; 71,6% ispitanika/ca sa prihodima između 251 i 500 EUR. Na drugoj strani, da je nezadovoljno kulturnom ponudom izjasnilo se 19,2% ispitanika/ca sa prihodima između 101 i 250 EUR i 17,3% anketiranih sa prihodima između 251 i 500 EUR.

Za razliku od druge dvije opštine, u opštini Herceg Novi su muškarci nešto zadovoljniji kulturnom ponudom od anketiranih pripadnica ženskog pola (29,7% : 24,3%). Kulturom opštine su najzadovoljniji pripadnici/ce najmlađe (33,7%) i najstarije generacije (36,4%), dok su, kao i u Kotoru, najmanje zadovoljni ispitanici/ce iz starosne grupe od 31 do 45 godina (35,8% ispitanika/ca iz ove grupe).

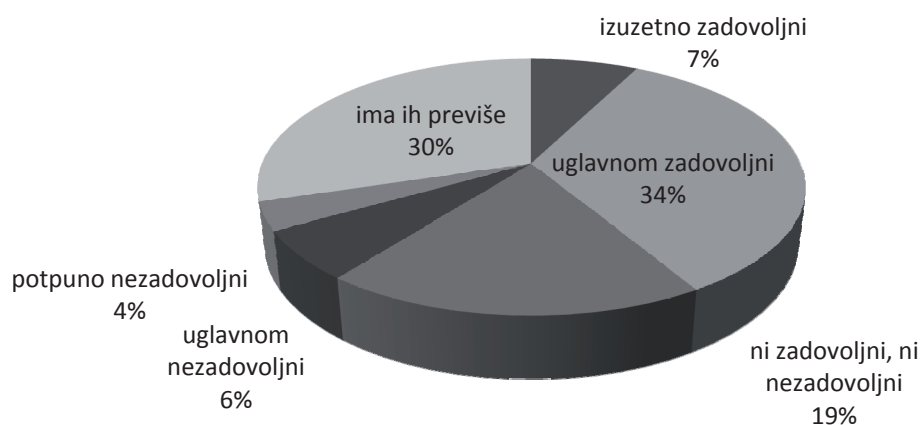
GRAFIKON 49 – Ocjena ponude koncerata zabavne/pop muzike (opština H. Novi)



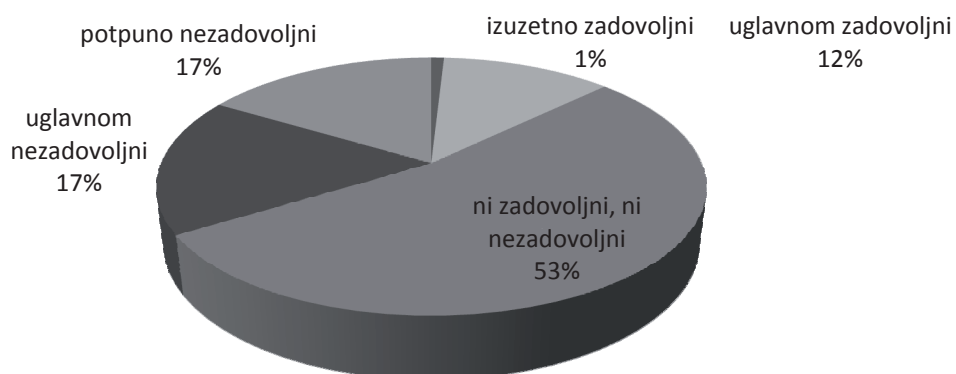
GRAFIKON 50 – Ocjena ponude koncerata rok muzike (opština H. Novi)



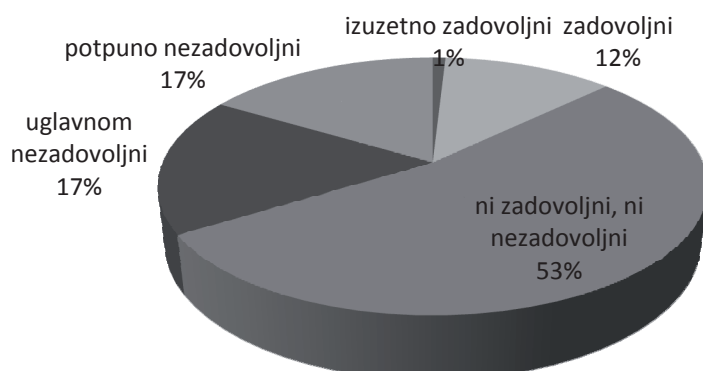
GRAFIKON 51 – Ocjena ponude koncerata narodne muzike (opština H. Novi)



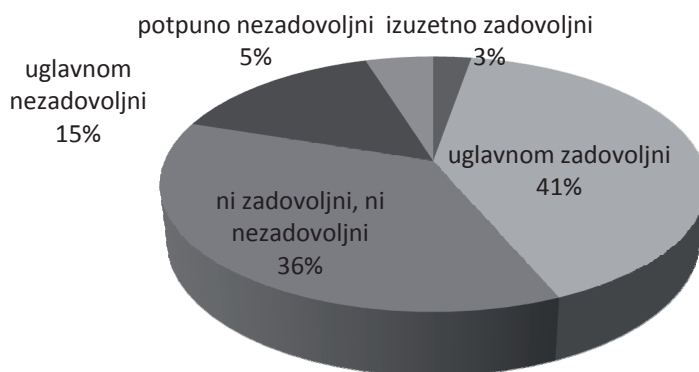
GRAFIKON 52 – Ocjena ponude koncerata džez muzike (opština H. Novi)



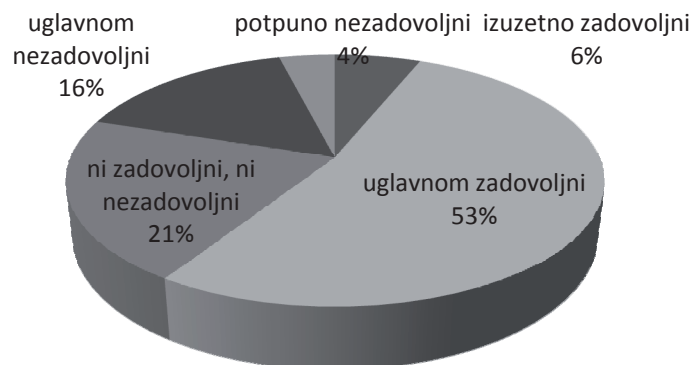
GRAFIKON 53 – Ocjena ponude koncerata gradske muzike (opština H. Novi)



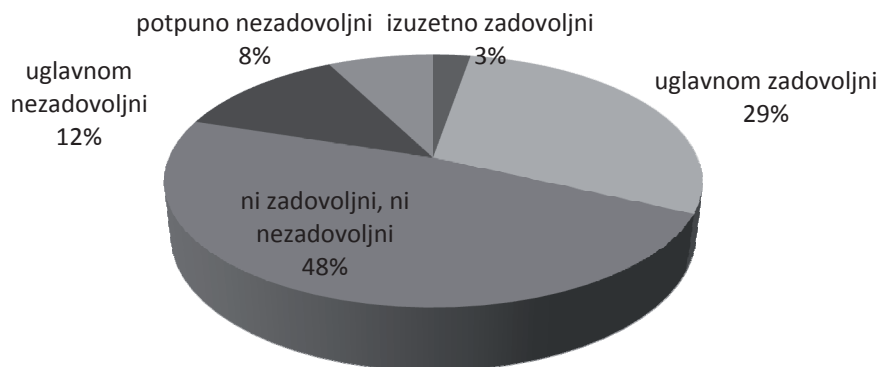
GRAFIKON 54 – Ocjena ponude koncerata klasične muzike (opština H. Novi)



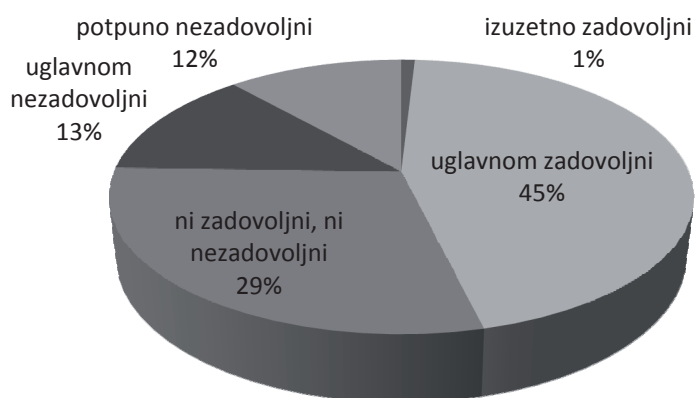
GRAFIKON 55 – Ocjena pozorišne ponude (opština H. Novi)



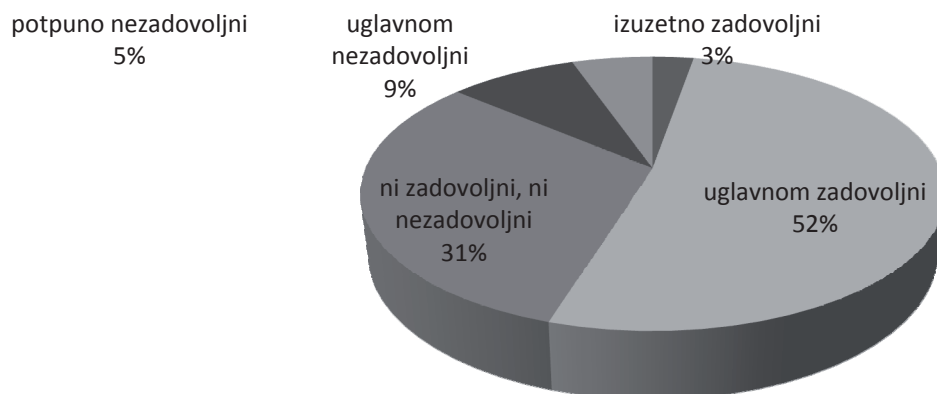
GRAFIKON 56 – Ocjena ponude književnih večeri (opština H. Novi)



GRAFIKON 57 – Ocjena ponude filmova (opština H. Novi)



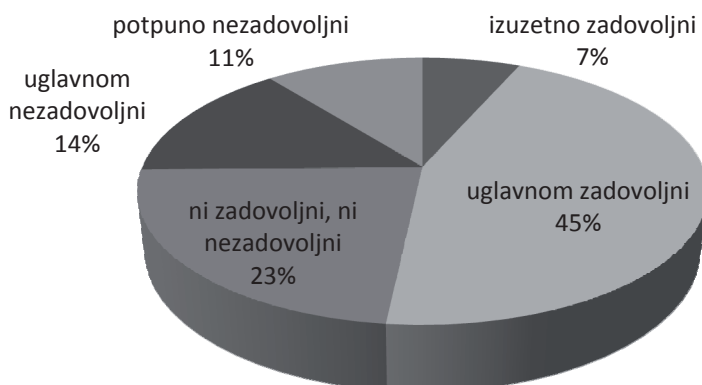
GRAFIKON 58 – Ocjena ponude likovnih događaja (opština H. Novi)



GRAFIKON 59 – ocjena rada kulturnog centra u H. Novom



GRAFIKON 60 - Ocjena ukupne kulturne ponude u opštini H.Novi



I u pogledu obrazovnih grupa, u Herceg Novom se pojavljuje razlika u odnosu na druge dvije opštine – kulturnom ponudom su najzadovoljniji ispitanici/ce sa srednjoškolskim obrazovanjem (njih 29,6%), a najnezadovoljniji su ponovo najobrazovaniji ispitanici/ce (36,6%). Među grupama u pogledu zanimanja, u najvećem procentu su kulturnom ponudom zadovoljni poljoprivrednici i nekvalifikovani radnici (43,8%), potom rukovodioci i veliki privrednici (33,3%) i službenici (31,6%), dok su najnezadovoljniji niži stručnjaci (39,7%). U Herceg Novom se, kao najzadovoljniji onim što se nudi u oblasti kulture, pojavljuju grupe prosječnih prihoda (28,8% grupe sa mjesečnim prihodom po članu/ci domaćinstva od 251 do 500 EUR i 28% ispitanika/ca sa prihodom po članu/ci domaćinstva od 101 do 250 EUR). Na drugoj strani, kulturnom ponudom u opštini su najnezadovoljniji oni najsiromašniji, sa prihodima od 51 do 100 EUR.

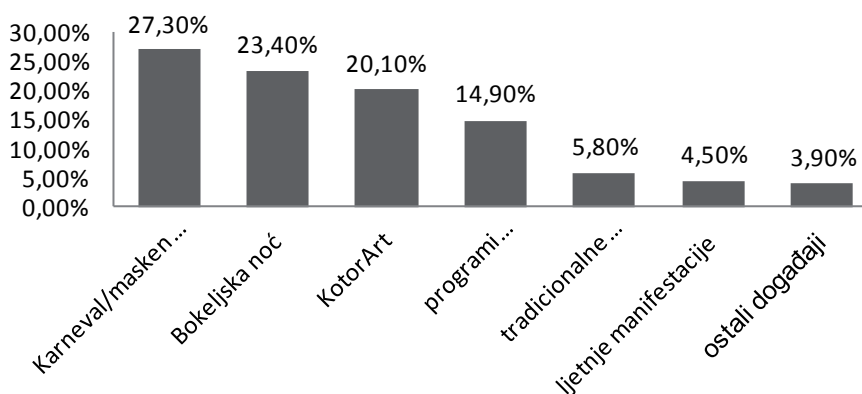
Željeli bismo i ovde da upozorimo na moguću višeznačnost dobijenih rezultata. To što su kulturnom ponudom najzadovoljniji npr. stariji ispitanici/ce ili ispitanici/ce nižeg obrazovanja ili poljoprivrednici, nekvalifikovani i kvalifikovani radnici, može značiti da je kulturna ponuda u opštini u skladu sa njihovim kulturnim potrebama. Ali, jednako tako, može značiti i da pripadnici/ce ovih društvenih grupa imaju blaže kriterijume pri ocjeni kulturne ponude. Takođe, to što su, uglavnom pripadnici/ce bogatijih grupa, zadovoljniji kulturnom ponudom, može prije značiti da oni imaju na raspolaganju finansijske resurse koji im omogućavaju da to što se u opštini u oblasti kulture nudi iskoriste na najbolji mogući način. Isto tako se nezadovoljstvo manje imućnih grupa može tumačiti prije kao nezadovoljstvo vlastitim imovinskim stanjem (koje im onemogućava da zadovolje kulturne potrebe), nego stvarnom ocjenom ponude. Ispravno tumačenje ovih pristupa bilo

bi moguće tek primjenom kvalitativnih metoda (intervjua i fokus grupa), kao i potpunim uvidom u kulturne programe koji su se u ovom period nudili građanima/kama ovih opština. U nedostatku ovih podataka, potrebno je konstatovati dobijene podatke, ali biti oprezan u njihovom tumačenju.

Ispitanike/ce smo takođe zamolili i da navedu šta ocjenjuju kao najbolji kulturni događaj u prethodnoj godini, kao i čega bi, po njihovoj proceni, trebalo da bude više u kulturnoj ponudi grada.

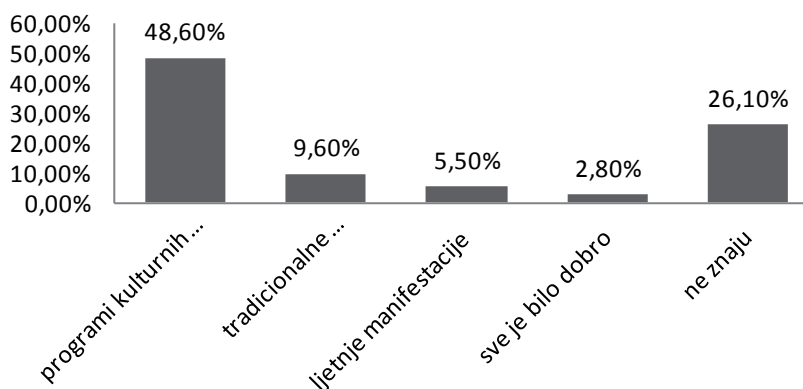
Kao što se može vidjeti na grafikonu 61, većina ispitanika/ca u Kotoru se opredijelila za masovne, javne manifestacije, poput karnevala/maskenbala, Bokeljske noći ili pak KotorArt festivala. Redovni programi kulturnih institucija predstavljali su izuzetne događaje za oko 15% ispitanika/ca, dok je značajno manji broj njih to mislio za tradicionalne manifestacije.

GRAFIKON 61 – Najbolji kulturni događaj u protekloj godini (opština Kotor)



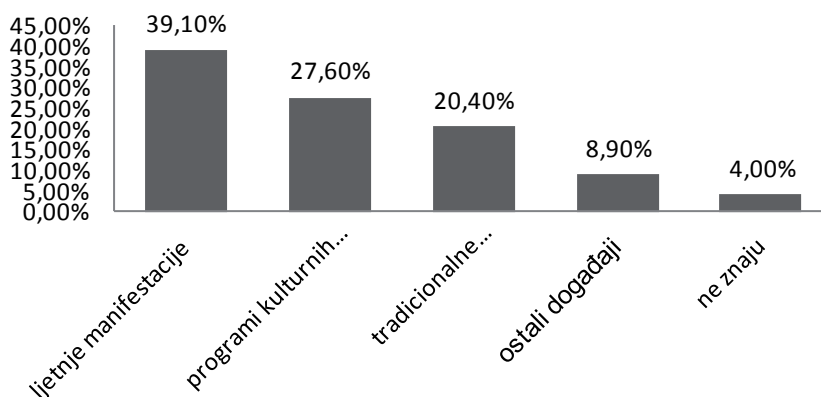
Situacija je potpuno obrnuta u Tivtu. Gotovo 50% ispitanika/ca iz opštine Tivat je kao najbolje kulturne događaje ocijenilo programe Centra za kulturu, dok su se među pomenutim pojavile još i tradicionalne manifestacije (za 9,6% ispitanika/ca) i ljetne manifestacije za 5,5% anketiranih.

GRAFIKON 62 – Najbolji kulturni događaj u protekloj godini (opština Tivat)



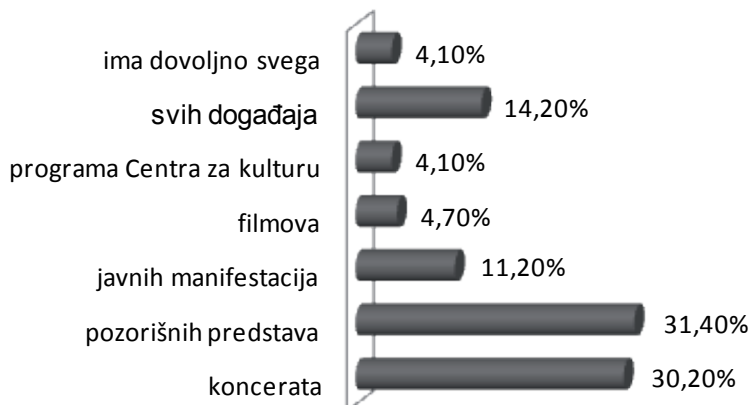
Među ispitanicima/cama iz Herceg Novog, pak, skoro 40%, kao najbolje kulturne događaje izdvaja ljetne manifestacije (pretpostavka je festivale po kojima je ovaj grad poznat), potom programe kulturnih institucija, tradicionalne manifestacije, a zatim i ostale programe.

GRAFIKON 63 – Najbolji kulturni događaj u protekloj godini (opština Herceg Novi)



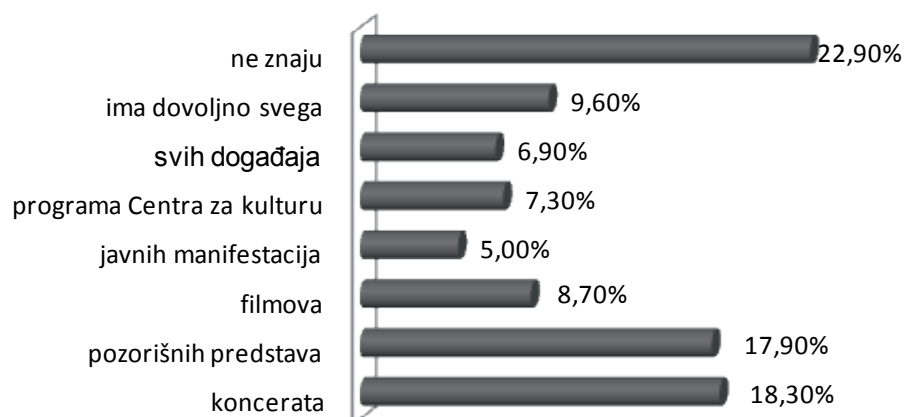
U ovom segmentu istraživanja, ispitanike/ce smo pitali i kojih bi kulturnih programa željeli da ima više u kulturnoj ponudi u njihovoj opštini.

GRAFIKON 64 – Čega bi željeli da ima više u kulturnoj ponudi opštine (opština Kotor)



U sve tri opštine ispitanici/ce su se, uglavnom, opredijelili za pozorišne predstave i koncerte, dok su se drugi tipovi programa pojavljivali u neznatnom obimu. U opštini Kotor, 11,2% ispitanika/ca je pomenulo javne manifestacije, a za 14,2% nedostaje svih tipova kulturnih događaja u kulturnoj ponudi opštine.

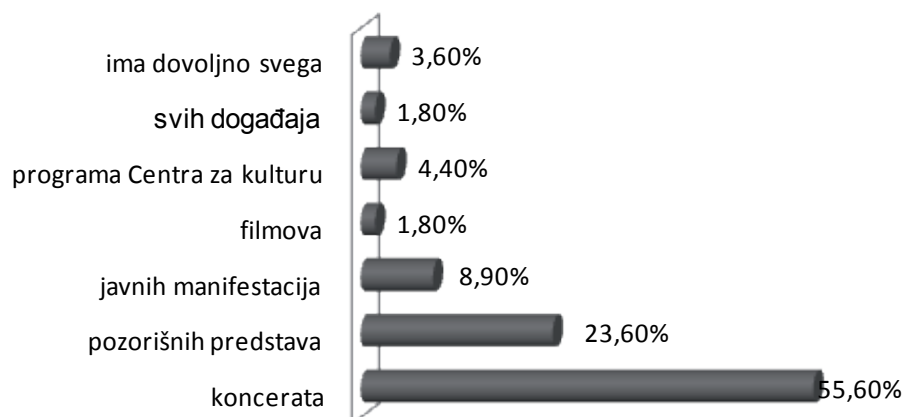
GRAFIKON 65 – Čega bi željeli da ima više u kulturnoj ponudi opštine (opština Tivat)



U opštini Tivat, pored koncerata i pozorišnih predstava, nešto veći procenat ispitanika/ca je istakao filmove kao deficitarni tip programa. Za Tivat je zanimljiv dosta veliki broj onih koji nisu znali da odgovore na ovo pitanje (čak 22,9%) i značajan broj onih koji su tvrdili da u kulturnoj ponudi u opštini Tivat ničega ne nedostaje (9,6%).

U Herceg Novom, ubedljiva većina (više od 50%) se opredijelila za koncerte, a gotovo četvrtina ispitanika/ca smatra da kulturnoj ponudi nedostaje još dobrih pozorišnih predstava. Od ostalih odgovora, jedino se još izdvajaju odgovori koji pominju javne manifestacije kao nedovoljno zastupljene u kulturnoj ponudi u opštini.

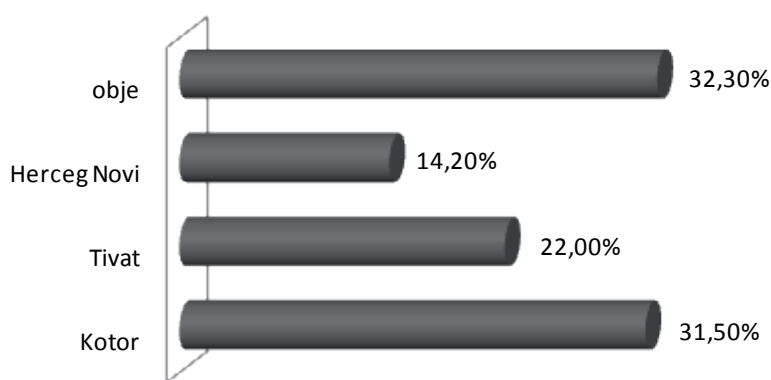
GRAFIKON 66 – Čega bi željeli da ima više u kulturnoj ponudi opštine (opština Herceg Novi)



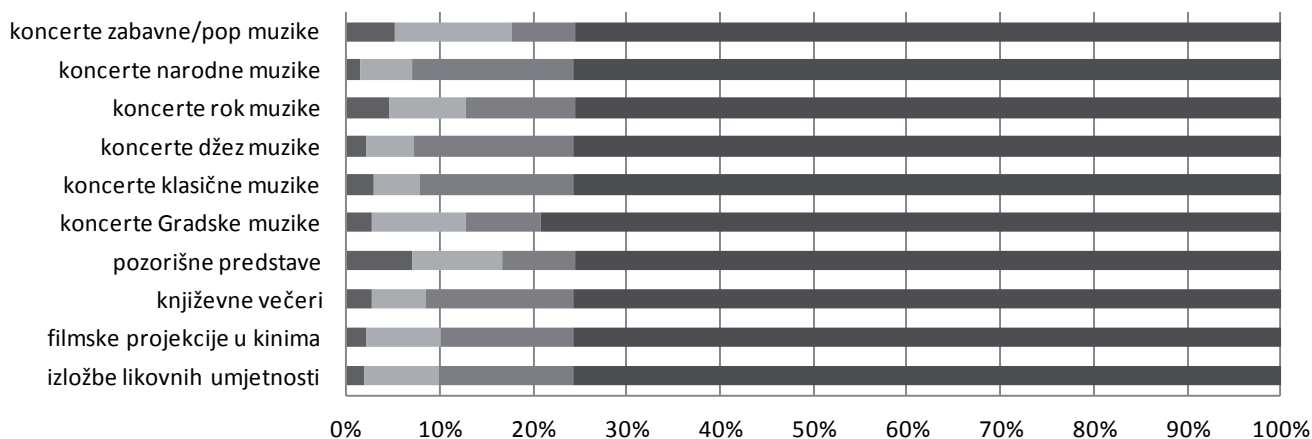
● Posjete kulturnim programima u drugim opštinama Boke Kotorske

U ovom segmentu istraživanja, ispitanike/ce smo pitali i da li odlaze da participiraju u kulturnim programima u neku od susjednih opština (i koju). Pokazalo se da publiku koja se kreće duž regiona u potrazi za dobrim kulturnim događajima čini otprilike 25% anketiranih iz čitave Boke Kotorske. U odgovorima na pitanje u koju od opština odlaze na kulturne programe, od ove grupe, 32,3% je navelo da odlazi u obje opštine (pored njihove), 31,5% da na kulturne programe odlazi u Kotor, 22% da odlaze u Tivat, a samo 14,2% da na kulturne događaje odlaze u Herceg Novi. (Vidi grafikon 67).

GRAFIKON 67 – U koju od susjednih opština odlaze na kulturne događaje



GRAFIKON 68 – Na koje kulturne događaje odlaze u druge opštine



	izložbe likovnih umjetnosti	filmske projekcije u kinima	književne večeri	pozorišne predstave	konzerte Gradske muzike	konzerte klasične muzike	konzerte džez muzike	konzerte rok muzike	konzerte narodne muzike	konzerte zabavne/pop muzike
■ često	1,80%	2,20%	2,70%	7,00%	2,50%	3,00%	2,10%	4,60%	1,50%	5,20%
■ ponekad	8,10%	7,80%	5,80%	9,60%	9,60%	4,90%	5,10%	8,10%	5,50%	12,60%
■ nikad	14,40%	14,20%	15,70%	7,80%	7,80%	16,30%	17,10%	11,70%	17,20%	6,60%
■ nema podataka	75,70%	75,70%	75,70%	75,60%	75,40%	75,70%	75,70%	75,60%	75,70%	75,60%

U grafikonu 68 može se vidjeti da anketirani značajnije posjete drugim opštinama vezuju za pozorišne predstave, koncerte rok i pop muzike. U slučaju pozorišnih predstava, često u druge opštine odlazi 7%, a povremeno 9,6% ispitanika/ca. Kada su u pitanju koncerti rok muzike, druge gradove često posjećuje 4,6% ispitanika/ca, a povremeno njih 8,1%. Dok za koncerte pop muzike često u druge gradove odlazi 5,2%, a povremeno čak 12,6%. Mimo ovih primjera, često na kulturne događaje u druge opštine Boke odlazi između 2% i 3% anketiranih, dok se procenat onih koji povremeno odlaze da gledaju kulturne događaje u druge dvije opštine kreće između 5% i 8%.

● ZAKLJUČAK

Ostalo je još da na kraju ove kratke studije ukažemo na osnovne trendove koje smo uočili u kulturnim praksama građana i građanki opština Boke Kotorske i da pokušamo da dokučimo kakvo je njihovo značenje za kulturnu politiku na lokalnom i regionalnom nivou. Već na početku studije ukazali smo da je ovo istraživanje bazirano na stratifikovanom neproporcionalnom uzorku od po 250 ispitanika/ca u sve tri bokeljske opštine. Nije na odmet da još jednom naglasimo da se dobijeni rezultati ne mogu sa preciznošću, koju zahtijevaju naučni standardi, prenositi na populaciju ovih opština ili regiona Boke Kotorske. Pa ipak, činjenica da smo u regionu u kome živi oko 70.000 ljudi anketirali 1% stanovništva, omogućava da se iz karakteristika kulturne participacije, ukusa i ocjene kulturne ponude ispitanika/ca iz uzorka, naslute trendovi u kulturnim praksama u populaciji.

Rezultati faktorske analize su nam pokazali da se kod građana i građanki bokeljskih opština mogu uočiti tri osnovna obrasca kulturne participacije: aktivna (omnivorna) kulturna participacija, kulturna participacija usmjerena na zabavu i kulturna participacija pomoraca.

Aktivna omnivorna kulturna participacije uključuje česte posjete pozorištima, bibliotekama, koncertima klasične muzike, umjetničkim galerijama i muzejima i kulturnim spomenicima u zemlji i inostranstvu, ali i pop-rok koncertima, džez koncertima, odlascima u kino, izlascima u kafane sa muzikom uživo i odlascima na sportske priredbe. Jedino što oni/e koji pripadaju ovom obrascu ne posjećuju često jesu koncerti narodne muzike, sportski događaji i kafane/restorani sa živom muzikom. Grupacija koja oličava ovaj kulturni obrazac i čija kulturna participacija uključuje posjete i programima tradicionalne i popularne kulture predstavlja jezgro aktivne publike u Boki Kotorskoj. Ova dimenzija objašnjava 33,76% varijanse podataka koji se odnose na javnu kulturnu participaciju.

Treba imati u vidu i da se kao dominantni tip muzičkog ukusa u istraživanju pojavljuje globalni omnivorni muzički ukus, koji objašnjava 39,36% varijanse podataka o ukusima. Onima za koji je ovaj ukus karakterističan, sviđaju se kompozicije gotovo svih muzičkih žanrova izuzev izvorne narodne muzike, novokomponovane narodne muzike i turbo-folka.

Gotovo je izvjesno da se u slučaju predstavnika/ca obrasca aktivne omnivorne kulturne participacije i globalnog omnivornog muzičkog ukusa uglavnom radi o istim ljudima. Rezultati regresionih analiza obrazaca kulturne participacije i tipova muzičkih ukusa pokazuju da se uglavnom radi o pripadnicima/cama mlađe generacije, pretežno ženskog pola, višeg nivoa obrazovanja, koji potiču iz obrazovanih porodica i koji imaju prosječne prihode.

Kulturna participacija usmjerena na zabavu objašnjava 13,87% varijanse. Zabava je, pri tom, u ovom obrascu shvaćena na specifičan način. Ona uključuje česte odlaske na koncerte narodne muzike, izlaske u kafanu sa „živom“ muzikom, odlaske na sportske događaje i na pop-rok koncerte, odnosno, na drugoj strani, rijetke odlaske u pozorište, umjetničke galerije/ muzeje i posjete kulturnim spomenicima u Crnoj Gori.

Neka vrsta pandana ovom obrascu kulturne participacije jeste lokalni omnivorni tip ukusa koji objašnjava 10,26% varijanse podataka o muzičkim ukusima. Njega karakteriše sklonost ka turbo-folk i novokomponovanoj narodnoj muzici, na jednoj, i techno i rap muzici, na drugoj strani. Onima koje odlikuje ovaj muzički ukus ne sviđa se klasična muzika, opera/opereta, horska muzika i džez muzika – različite forme onoga što bi se još uvijek moglo nazvati elitnom kulturom. Regresione analize faktora kulturne participacije usmjerene na zabavu i lokalnog omnivornog tipa ukusa pokazuju da se radi pretežno o mlađim ljudima, uglavnom muškog pola, nižeg nivoa obrazovanja i radničkih zanimanja.

Neka nam bude dozvoljeno da spekuliramo da ove dvije grupacije²¹ – globalnog omnivornog ukusa i participacije (oko 30%) i lokalnog omnivornog ukusa i participacije usmjerene na zabavu (oko 10%) predstavljaju aktivnu publiku u Boki Kotorskoj. A da se u 60% kulturno (uglavnom) neaktivnih kriju još dvije grupe „potencijalne“ publike o kojima svjedoče identifikovani faktori muzičkih ukusa.

Jedan od njih je faktor koji smo nazvali folklornim ukusom. Njega karakteriše pozitivan odnos prema izvornoj narodnoj muzici, novokomponovanoj narodnoj muzici, turbo-folku, starogradskoj muzici i muzici mandolinskih orkestara i negativan odnos prema proizvodima savremene globalne popularne kulture - rok muzici, dance/house i techno muzici. Prema rezultatima faktorskih analiza ovaj tip muzičkog ukusa karakterističan je za starije osobe, pretežno ženskog pola, nižeg obrazovanja i nižih prihoda.

Drugu grupu potencijalne publike činili bi oni sa popularnim/zabavnim ukusom za koji je karakteristično da im se sviđaju samo ova dva (neopterećujuća) muzička žanra. Za ovaj tip ukusa jedina snažnija prediktorska varijabla je pripadnost službeničkim tipovima zanimanja. Ovaj tip ukusa je generalno prisutniji među starijim pripadnicama ženskog pola, i to onima sa prosječnim nivoom obrazovanja i prosječnim prihodima.

U analizama kulturne participacije u privatnoj i medijskoj sferi klaster analiza²² je izdvojila tri klastera koje smo nazvali „kompjuterskim klasterom“²³ (207 ispitanika/ca ili 31% uzorka), klasterom „kulturno neaktivnih“²⁴ (189 ispitanika/ca ili 28,3%) i klasterom kulturno aktivnih²⁵ (272 ispitanika/ca ili 40,7%).

Ukrštanjem sa socio-demografskim varijablama (pol, starost, obrazovanje, grupe zanimanja i grupe na osnovu prihoda), pokazalo se da su ispitanici/ce koje su razvrstani u „kompjuterski“ klaster, uglavnom muškog pola, najviše ih je u najmlađoj starosnoj grupi, najčešće imaju srednjoškolsko obrazovanje i oni sami (ili njihovi roditelji), uglavnom, pripadaju grupama malih privrednika, rukovodilaca i velikih privrednika i kvalifikovanih radnika. U odnosu na grupe u pogledu prosječnih mjesečnih prihoda po članu/ci domaćinstva, ispitanici/ce iz ove grupe najčešće se nalaze u grupi sa prosječnim prihodima (od 251 do 500 EUR i prvoj nižoj grupi na skali – između 101 i 250 EUR).

Na drugoj strani, u klasteru „neaktivnih“ ima više žena od muškaraca; daleko ih je najviše u najstarijoj grupi (86,3%), među ispitanicima sa osnovnom školom (81,4%), među poljoprivrednicima, nekvalifikovanim radnicima i kvalifikovanim radnicima (38% – 43%) i u grupi prosječnih mjesečnih prihoda po članu/ci domaćinstva od 51 do 100 EUR (52,2%).

I na kraju, među onima koji su razvrstani u klaster „kulturno aktivnih“ ima više žena (44,1%) nego muškaraca (36,5%); najviše ih je u generaciji staroj između 31 i 45 godina (55,5%), ali ih ima dosta i u najmlađoj anketiranoj generaciji (46,3%); uglavnom imaju visoko obrazovanje (61,5%) i najprisutniji su među stručnjacima (73,2%), rukovodiocima i velikim privrednicima (59,3%) i službenicima (54,2%). Ispitanici/ce iz grupa sa najvišim prihodom – preko 1000 EUR (79,3%) i između 501 i 1000 EUR po članu domaćinstva (49,4%) najčešće pripadaju ovom klasteru.

Bivarijantne i multivarijantne analize su dosta precizno izdvojile socio-demografske korelate kulturnih praksi. Kao posebno značajni izdvojili su se pol, starost i obrazovanje ispitanika/ca, te je još jedan nauk ovog istraživanja da se pri koncipiranju kulturnih programa mora voditi računa o tome kojoj su ciljnoj grupi (u odnosu na ove tri determinante) oni namijenjeni.

21 Treći izdvojeni faktor koji smo nazvali „pomorskim“, nema značajniju ulogu za formulisanje kulturne politike u opštinama Boke Kotorske i zbog svoje specifičnosti i malobrojnosti i jer je gotovo u cjelini vezan za kulturnu participaciju u inostranstvu.

22 Metodom „najbližeg susjeda“ (K-means cluster)

23 Ovi ispitanici/ce svakodnevno koriste kompjuter, ali nemaju mnogo knjiga u kućnoj biblioteci i rijetko čitaju knjige.

24 Neaktivni ispitanici/ce imaju nešto bogatije kućne biblioteke, ali niti čitaju knjige, niti koriste kompjuter.

25 Aktivni ispitanici/ce svakodnevno koriste kompjuter, imaju bogate kućne biblioteke i redovno čitaju knjige (iako ne spadaju u pasionirane čitaoce)

Što se tiče ocjene kulturne ponude u gradovima, mogli smo vidjeti da su ispitanici/ce iz Tivta bili najzadovoljniji kulturnom ponudom i radom kulturnih institucija u njihovoj opštini, da su ispitanici/ce iz Herceg Novog bili najnezadovoljniji i jednim i drugim, dok su ispitanici/ce iz opštine Kotor dominantno zaokruživali da njome nisu ni zadovoljni, ni nezadovoljni. Već smo istakli da bez podataka o faktičkoj kulturnoj ponudi u opštini na koju se ocjena odnosi, kao i bez prilike da se o ovim ocjenama porazgovara (bili u formi intervjua ili fokus grupa) nisu moguća nedvosmislena tumačenja ovih podataka.

Ono što nam se međutim, za razliku od ovih generalnih ocjena, čini pouzdanijim jeste ocjena ispitanika/ca o pojedinim segmentima kulturne ponude. Tako su npr. ispitanici/ce iz opštine Herceg Novi najzadovoljnijih pozorišnom ponudom u svom gradu, ponudom likovnih programa i manifestacija i ponudom koncerata zabavne/pop muzike. Dok su nezadovoljni ponudom koncerata rok i džez muzike. Ispitanici/ce iz opštine Tivat su izuzetno zadovoljni pozorišnom ponudom, ali su zadovoljni i ponudom književnih večeri i koncerata zabavne/pop muzike. Dok su nezadovoljni ponudom filmova u kinima i ponudom džez koncerata. U opštini Kotor, pak, anketirani/ne su bili zadovoljni ponudom koncerata zabavne/pop muzike i ponudom likovnih programa i manifestacija. Pri tom je u svakom pojedinačnom slučaju, u opštini Kotor procenat onih koji nisu „ni zadovoljni, ni nezadovoljni“ prevazilazio procenat onih koji su imali pozitivan ili negativan stav.

Osim u opštini Tivat, gdje su se ispitanici/ce odredili da su najbolji programi u godinu dana prije anketiranja bili programi Centra za kulturu, u opštinama Kotor i Herceg Novi ispitanici/ce su se vezivali za „jednokratne“ manifestacije koje se uglavnom odvijaju tokom ljetnje sezone. To pokazuje da bi u ove dvije opštine posebno trebalo raditi na uspostavljanju kontinuiranih kulturnih programa tokom čitave godine.

U sve tri opštine ispitanici/ce su se odredili da bi u kulturnoj ponudi ovih gradova trebalo da bude više pozorišnih predstava i koncerata pop/rok muzike. To da u Boki Kotorskoj postoji pozorišna publika i publika za koncerte pop, rok i zabavne muzike pokazuju i rezultati analize kulturne participacije (da podsjetimo da je najintenzivnija participacija u kulturnim aktivnostima vezana upravo za odlaske na pozorišne predstave i za koncerte pop/rok muzike, kao i da ispitanici/ce u druge gradove u Boki odlaze da bi gledali pozorišne predstave i ove koncerte).

Na samom kraju, da još jednom ukažemo da 25% ispitanika/ca koji odlaze i u druge gradove u Boki Kotorskoj da participiraju u kulturnim programima, predstavlja još jedan od pokazatelja koliko bi razvoj kulturne saradnje i svojevrsna „podjela poslova“ u kulturi u regionu Boke bili značajni i da za to postoji realna osnova, imajući u vidu potencijalnu publiku za ove programe.

● BIBLIOGRAFIJA

- † Bennet, T., Michael E., Frow J., *Accounting for Tastes, Australian Everyday Cultures*, Cambridge University Press, 1999
- † Bennet, T., Savage, M., Silva. E., Warde, A. Gayo-Cal, M., Wright, D., *Culture, Class, Distinction*, Routledge, London, New York, 2009
- † Bourdieu, P., *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, London: Routledge & Kegan Paul, 1984, 1979
- † Bourdieu, P., *The Love of Art. European Art Museums and their Public*, Polity Press, Cambridge, 1991
- † Bourdieu, P., *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*, Polity Press, Cambridge, 1993
- † Chan, T. W. and Goldthorpe, J. H., „The Social Stratification of Theatre, Dance and Cinema Attendance”, *Cultural Trends*, Vol. 14 (3), N° 55, str. 193–212, 2005
- † Chan, T. W. and Goldthorpe, J. H., „Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England” *European Sociological Review* vol. 23, N° 1, str. 1–19, 2007
- † Chan, T. W. and Goldthorpe, J. H., „Social Status and Newspaper Readership”, *American Journal of Sociology*, vol. 112, N° 4, str. 1095–1134, 2007
- † Chan, T. W. and Goldthorpe, J. H., „Social stratification and cultural consumption: The visual arts in England”, *Poetics* 35, 168–190, 2007
- † Chan, T. W. and Goldthorpe, J., „Data, methods and interpretation in analyses of cultural consumption: A reply to Peterson and Wuggenig”, *Poetics* 35, str. 317 – 329, 2007
- † Chan, T. W., *Social Status and Cultural Consumption*, Cambridge University Press, 2010
- † Cvetičanin, P., *Kulturne potrebe, navike i ukus građana Srbije i Makedonije* OGI, Niš, 2007.
- † Cvetičanin, P. and Milankov, M., *Kulturne prakse građana Srbije*, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd, 2011.
- † Cvetičanin, P. and Popescu, M., „The Art of Making Classes in Serbia. Another Particular Case of the Possible”, *Poetics*, 39, str. 444-486, 2011.
- † Digi, Kit, *Marketing umetnosti*, Clio, Beograd, 1998.
- † DiMaggio, P., „Classification in Art”, *American Sociological Review*, Vol. 52, No. 4 (Aug., 1987), str. 440-455, 1987
- † Douglas, M. i Isherwood, B., *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, Routledge, New York, 1979
- † *Europeans' Participation in Cultural Activities*, Eurobarometar, 2002.
- † Gans, H. J., *Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste* (revised and updated edition), Basic Books, New York, 1999
- † Golubović, Z. i Jarić, I., *Kultura i preobražaj Srbije. Vrednosna usmerenja građana u promenama posle 2000. godine*, Službeni glasnik/Res publica, Beograd, 2010.
- † Gronow, J., *The Sociology of Taste*, Routledge, London and New York, 1997
- † Katz-Gerro, T. and Shavit, J., „The Stratification of Leisure and Taste: Classes and Lifestyles in Isreal”, *European Sociological Review*, vol. 14, N° 4, str. 369–386, 1998
- † Katz-Gerro, T., „Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweeden and the United States”, *Social Forces*, vol. 81, N° 1, str. 207 – 229, 2002
- † Lahire, B., „From the habitus to an individual heritage of dispositions. Towards a sociology at the level of the individual”, *Poetics* (31): str. 329–355, 2003
- † Lahire, B., *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi* Éditions la Découverte, Laboratoire des sciences sociales, Paris, 2004
- † Levine, L. W., *Highbrow/Lowbrow: the Emergence of Cultural Hierarchy in America*, Harvard University Press, Cambridge, MA, 1988

- ♦ Yaish, M. and Katz-Gerro, T. „Disentangling Cultural Capital: The Consequences of Cultural and Economic Resources for Taste and Participation“, *European Sociological Review*, vol 8, no 8, str. 1 – 17, 2010
- ♦ *New Europeans and Culture: Public Opinion in the Candidate Countries*, Eurobarometar
- ♦ Peterson, R. A., „Snob to Omnivore: the implications of shifting tastes for arts and culture industries“, *Trends and Strategies in the Arts and Culture Industries* (ed. Jansen, S.), Barjasteh Press, Rotterdam, str. 281 – 292, 2002
- ♦ Peterson, R. A., „Problems in comparative research: The example of omnivorousness“, *Poetics* vol. 33, str. 257 – 282, 2005
- ♦ Peterson, R. A., „Comment on Chan and Goldthorpe: Omnivore, what’s in a name, what’s in a measure“ *Poetics*, 35, str. 301 – 305, 2007
- ♦ Petrović, S. (ed.), *Recepcija umetnosti, Istraživanje tipova ukusa beogradskih studenata*, Filološki fakultet u Beogradu, Beograd, 1996.
- ♦ Reckwitz, A., „Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing“, *European Journal of Social Theory* vol 5, N° 2, str. 243–263, 2002
- ♦ Schulze, G., *Die Erlebnisgesellschaft: Kustsociologie der Gegenwart*, Kampus, Frankfurt, 1995
- ♦ Spasić, I., „Kulturni obrasci i svakodnevni život u Srbiji posle 2000. godine“, u: Slobodan Cvejić (ed.), *Suživot sa reformama. Građani Srbije pred izazovima „tranzicijskog“ nasleđa*, ISI FF/Čigoja, Beograd, str. 171-208, 2010.
- ♦ Stigler, G. J. and Becker, G. S. *De Gustibus Non Est Disputandum*, *American Economic Review*, 67, No. 2, str. 76–90, 1977
- ♦ Swidler, A., „Culture in Action: Symbols and Strategies“, *American Sociological Review*, vol. 51, str. 273-286, 1986
- ♦ Veblen, T., *Teorija dokoličarske klase*, Mediterran Publishing, Novi Sad, (2008 [1899])
- ♦ Vogel, H., *Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis*, Cambridge, U.K.: Cambridge University Press, 2000
- ♦ Warde, A., „Consumption and Theories of Practice“, *Journal of Consumer Culture*, vol 5, N° 2: str. 131–153, 2005

CIP – Каталогизација у публикацији
Централна народна библиотека Црне Горе, Цетиње

ISBN 978-9940-502-10-2
COBISS.CG-ID 20081936

ISBN 978-9940-502-10-2



9 789940 502102 >