



Istraživanje o gradskim trgovima u Kotoru

Autorka: Mr Miomirka Lučić, sociološkinja

Uvod

Istraživanje o gradskim trgovima u Kotoru realizovala je NVO Expeditio u okviru projekta **Oživljavanje gradskih trgova u balkanskim gradovima**.

Projekat **Oživljavanje gradskih trgova u balkanskim gradovima** ima za cilj da doprinese oživljavanju gradskih trgova kao održivih javnih mjesta koja njeguju kulturni identitet i promovišu različitost kroz primjenu javnih politika i aktivno učešće zajednice. Projekat realizuju u partnerstvu Co-PLAN, Institute for Habitat Development i Polis Univerzitet (International School of Architecture and Urban Development Policies) iz Tirane, Albanija; Koalicija za održivi razvoj KOR iz Skoplja, Makedonija i EXPEDITIO Centar za održivi prostorni razvoj iz Kotora, Crna Gora. Donator projekta je Švajcarski kulturni program za Zapadni Balkan (SCP) u okviru programa „Projekti regionalne saradnje”.

Paralelno sa istraživanjem gradskih trgova u Kotoru partneri iz Albanije i Makedonije sporvode istraživanja trgova u Tirani, Draču i Skoplju.

Istraživanje o gradskim trgovima u Kotoru

Kroz Istraživanje o gradskim trgovima u Kotoru tretirana su neka od pitanja koja su inače tema naučnih, pa i svakodnevnih, razgovora: koliko se trgovi uopšte koriste, kakva je svrha njihove upotrebe, ko određuje ili, bolje reći, definiše strategiju organizacije javnih prostora i njihove namjene.

Cilj Istraživanja o gradskim trgovima u Kotoru odnosio se na utvrđivanje trenutnog stanja trgova i unapređenje njihovog tretmana i upotrebe sa aspekta njihovih korisnika/ca, na konstatovanje ko su ključni akteri/ke koji su odgovorni za dobro/loše stanje javnih površina kao i određivanje smjernica kojima bi se uvažile potrebe i zahtjevi ispitanika/ca.

Područje na kojem se sprovodilo istraživanje je bila zona starog grada Kotora, unutar gradskih bedema i u neposrednoj blizini (od Gurća do Škurde, uključujući rivu i pijacu). Za potrebe istraživanja formiran je upitnik/anketni list koji je distribuiran kako na terenu, u Starom gradu Kotoru, tako i postavljanjem na veb sajtu EXPEDITIO. Istraživanje je sprovedeno u periodu od februara do aprila 2011. godine.

U okviru sprovedenog istraživanja kroz anketiranje na terenu bilo je uključeno lokalno stanovništvo, kako oni koji žive na kotorskim trgovima, tako i oni koji rade na njima ili ih povremeno posjećuju. Putem ankete postavljne na veb sajtu bili su uključeni svi oni koji su vezani za Kotor na različite načine, među kojima i oni koji ne žive ili rade u Kotoru.

Odgovori na upitnik dobijeni putem istraživanja pružaju nam neposrednu i realnu sliku mišljenja i stavova ispitanika/ca o važnosti i značaju trgova i javnih prostora za njih. Iako su pitanja koja su tretirana kroz istraživanje teme rasprava, one često ostaju zatvorene u malim kružocima, i zato dobijeni rezultati predstavljaju transparentan presjek mišljenja i doživljaja ljudi koji su bili direktno uključeni u sam proces.

Analiza ankete

1. Osnovna pitanja obuhvaćena anketom

Tabela broj 1

Frekvencija odgovora ispitanika/ca na pitanje: Pol?

POL	FREKVENCIJA	PROCENAT
Muški	97	34,4%
Ženski	183	65,6%
UKUPNO	280	100,0%

Sa aspekta polne strukture ispitanika/ca, na nivou cjelokupnog uzorka koji je obuhvatao 280 ispitanika/ca (100%), 97 (34,4%) su činili muškarci, a 183 (65%) su činile žene.

Tabela broj 2

Frekvencija odgovora na pitanje: Koliko imate godina?

STAROSNA DOB	FREKVENCIJA	PROCENAT
Do 25	39	13,9%
25-45	164	58,6%
45-65	72	25,7%
Preko 65	5	1,8%
UKUPNO	280	100,0%

U istraživanje su bili uključeni ispitanici/ce različite starosne dobi, što bi značilo da je na nivou cjelokupnog uzorka, koji je brojao 280 ispitanika/ca:

- Do 25 godina, bilo uključeno 39 ispitanika/ca ili 13,9% od ukupnog uzorka
- Od 25 do 45 godina, svoj doprinos istraživanju dalo je 164 ispitanika/ca ili 58,6% od ukupnog uzorka
- Od 45 do 65 godina, bilo je uključeno 72 ispitanika/ca ili 25,7 % od ukupnog uzorka
- Preko 65 godina, u istraživanje je bilo uključeno 5 ispitanika/ca ili 1,8 %.

Tabela broj 3

Frekvencija odgovora na pitanje: Koju školsku spremu imate?

ŠKOLSKA SPREMA	FREKVENCIJA	PROCENAT
Bez škole	2	0,8%
Osnovna školska sprema	1	0,4%
Srednja školska sprema	73	26,1%
Visoka školska sprema	204	72,9 %
UKUPNO	280	100%

Od ukupnog broja ispitanika/ca, najveći procenat su obuhvatili ispitanici/ce sa visokom školskom spremom - 204 (72,9 %), zatim ispitanici/ce sa srednjom školskom spremom – 73 (26,1%), dok su ispitanici/ce sa osnovnom školom – 1 (0,4 %) i bez škole - 2 (0,8 %) činili/e veoma male procenat.

Tabela broj 4

Frekvencija odgovora na pitanje koje se odnosi na radni status

RADNI STATUS	FREKVENCIJA	PROCENAT
zaposlen/a	199	71,1 %
student/kinja	23	8,2 %
penzioner/ka	18	6,4 %
nezaposlen/a	40	14,3 %
UKUPNO	280	100%

Radni status ispitanika/ca na nivou cjelokupnog uzorka obuhvatao je:

- 199 (71,1 %) zaposlen/a
- 23 (8,2 %) student/kinja
- 18 (6,4 %) penzioner/ka
- 40 (14,3 %) nezaposlen/a

Tabela broj 5

Frekvencija odgovora na pitanje : Na koji način ste vezani za Kotorske trgove?

VEZANOST ZA KOTORSKE TRGOVE	FREKVENCIJA	PROCENAT
Živim tu	89	31,8 %
Radim tu	40	14,3 %
Povremeno ih koristim i posjećujem	93	33,2 %
Posjećujem ih turistički	56	20,0 %
Ostalo	2	0,7 %
UKUPNO	280	100 %

Veoma bitan segmenat koji predstavlja jedan od preliminarnih uslova za tumačenje dobijenih rezultata jeste upravo pitanje u okviru tabele broj pet. Naime, pitanje se, prije svega, odnosi na način na koji su ispitanici/ce upućeni na Kotorske trgove, na osnovu kojeg se, istovremeno, mogu tumačiti razlozi njihove vezanosti za trgove i ostale javne površine. Osamdeset devet (31,8 %) ispitanika/ca se izjasnilo da živi na nekom od kotorskih trgova ili njihovoj neposrednoj blizini. Četrdeset (14,3 %) je zaposleno na teritoriji gradskih trgova. Najveći broj ispitanika/ca - 93 (33,2 %) se izjasnio da ih povremeno koristi i posjećuje (po potrebi), ali da nije svakodnevno vezan za njih. Veoma značajna brojka ispitanika/ca - 56 (20 %) pripada dijelu populacije koji turistički obilaze kotorske trgove.

Tabela broj 6

Frekvencija odgovora na pitanje: Koja je vaša definicija trga?

DEFINICIJA TRGA	FREKVENCIJA	PROCENAT
1. Mjesto javnih društvenih i socijalnih okupljanja	156	55,7 %
2. Trgovi oslikavaju duh grada	23	8,2 %
3. Mjesto sa istorijskim i kulturološkim značenjem	5	1,8 %
4. Mjesta za kulturna dešavanja	6	2,1 %
5. Mjesta sa skromnom ugostiteljskom ponudom	2	0,7 %
6. Uređena površina	9	3,2 %
7. Veći prostor uokviren stambenim jedinicama	7	2,5 %
8. Šarenilo, raznolikost	2	0,7 %
9. Javna kafana	8	2,9 %
10. Polazna tačka-mjesto za upoznavanje grada	4	1,4 %
11. Bez odgovora	58	20,8 %
UKUPNO	280	100 %

Iz ugla vlastitog opažanja, različite ciljne grupe obuhvaćene istraživanjem koncipirale su definiciju trga:

- Mjesto javnih društvenih i socijalnih okupljanja - 156 (55,7 %)
- Trgovi oslikavaju duh grada 23 (8.2%)
- Mjesto sa istorijskim i kulturološkim značenjem - 5 (1,8 %)
- Mjesta za kulturna dešavanja - 6 (2,1 %)
- Mjesta sa skromnom ugostiteljskom ponudom - 2 (0,7 %)
- Uređena površina - 9 (3,2 %)
- Veći prostor uokviren stambenim jedinicama - 7(2,5 %)
- Šarenilo, raznolikost (kulturna, jezička, vjerska, stilska...) - 2 (0,7 %)
- Javna kafana - 8 (2,9 %)
- Polazna tačka - mjesto za upoznavanje grada - 4 (1,4 %)

Dobijene definicije su veoma raznolike i možemo ih podijeliti u dvije cjeline. Jednu cjelinu predstavljaju odgovori koji se odnose na trenutni doživljaj trgova, a drugu cjelinu sačinjavaju odgovori koji se odnose na autentičan izgled trgova. U prvu cjelinu bi se mogli svrstati sljedeći odgovori (javna kafana, šarenilo, mjesta sa skromnom ugostiteljskom ponudom), dok drugu cjelinu sačinjavaju odgovori (trgovi oslikavaju duh grada, mjesto sa istorijskim i kulturološkim značenjem, mjesta za kulturna dešavanja, uređena površina, polazna tačka - mjesto za upoznavanje grada).

Tabela broj 7

Frekvencija odgovora na pitanje. Da li su trgovi značajni za vas?

ZNAČAJ TRGOVA	FREKVENCije	PROCENTI
Ravnodušan/na	6	2,1 %
Da	271	96,8 %
Ne	0	0 %
Bez odgovora	3	1,1 %
Ukupno	280	100 %

O značaju trgova za ispitanike/ce, svjedoče sljedeći rezultati: 271 (96,8 %) ističe da trgovi imaju značajnu ulogu u njihovom životu, dok 6 (2,1 %), naglašava svoju ravnodušnost prema trgovima. Činjenica koja ohrabruje ogleda se u veoma malom procentu ispitanika/ca koji/e su ispoljili svoju ravnodušnost prema trgovima.

Tabela broj 8

Frekvencija odgovora na pitanje: Koje prostore u Starom gradu Kotoru i njegovoj okolini koristite kao trg?

KOJE PROSTORE U STAROM GRADU KOTORU I NJEGOVOJ OKOLINI KORISTITE?	DA		NE		BEZ ODGOVORA		UKUPNO	
	Frekven cija	Procen at	Frekvenci ja	Procen at	Frekve ncija	Procen at	Frekvenc ija	Procen at
Trg Sv. Tripuna	73	26,1 %	15	5,4 %	191	68,5 %	279+1 (izostao)	100 %
Missing system	1	0,4 %						
Riva i pjaca	11	3,9 %	38	13,6 %	231	82,5 %	280	100 %
Pjaca od Karampane	4	1,4 %	38	13,6 %	238	85,0 %	280	100 %
Trg od oružja	134	47,9 %	10	3,6 %	136	48,6 %	280	100 %
Trg ispred crkve Sv. Luke	59	21,1 %	23	8,2 %	198	70,7 %	280	100 %
Škaljarska pjaca	38	13,6 %	31	11,1 %	211	75,4 %	280	100 %
Trg od brašna	27	9,6 %	31	11,1 %	222	79,3 %	280	100 %
Trg Blažene Ozane	17	6,1 %	37	13,2 %	226	80,7 %	280	100 %
Trg od muzeja	35	12,5 %	32	11,4 %	213	76,1 %	280	100 %
Pjaca od mlijeka	19	6,8 %	35	12,5 %	226	80,7 %	280	100 %
Pjaca od zatvora	5	1,8 %	37	13,2 %	238	85,0 %	280	100 %
Trg kod crkve Sv. Josipa	3	1,1 %	38	13,6 %	239	85,4 %	280	100 %
Zanatska ulica	3	1,1 %	38	13,6 %	239	85,4 %	280	100 %
Bedemi	3	1,1 %	38	13,6 %	239	85,4 %	280	100 %
Trg Sv. Klare	4	1,4 %	38	13,6 %	238	85,0 %	280	100 %
Sve	85	30,4 %	26	9,3 %	169	60,4 %	280	100 %

U smislu upotrebe javnih površina, najveći broj ispitanika/ca odlučio se za Trg od oružja - 134 (47,9 %), zatim Trg Sv.Tripuna - 73 (26,1 %), Trg ispred crkve Sv. Luke - 59 (21,1 %), Škaljarska pjaca - 38 (13,6 %), Trg od muzeja - 35 (12,5 %), Trg od brašna –

27 (9,6 %), Pjaca od mlijeka - 19 (6,8 %), Trg Blažene Ozane - 17 (6,1 %), Riva i pjaca - 11 (3,9 %), Pjaca od zatvora - 5 (1,8 %), Pjaca od Karampane – 4 (1,4 %), Trg Sv. Klare - 4 (1,4 %), Trg Sv. Josipa - 3 (1,1 %), Zanatska ulica - 3 (1,1 %), Bedemi - 3 (1,1 %), sve - 85 (30,4 %). Sem toga što su se ispitanici/ce izjasnili za određene površine na kojima najčešće borave, veoma važan je podatak koji ukazuje da značajan procenat ispitanika/ca pokazuje prijemčivost (vezanost) za sve navedene teritorije – 85 (30,4%).

Tabela broj 9

Frekvencija odgovora na pitanje: Koji trg je najznačajniji za vas?

KOJI TRG JE NAJZNAČAJNIJI ZA VAS?	DA		Ne		Bez odgovora		Ukupno	
	Frekve.	Procenat	Frekve.	Procenat	Frekve.	Procenat	Ferkve.	Procenat
Trg od oružja	137	48,9 %	19	6,8 %	124	44,3 %	280	100 %
Trg Sv. Tripuna	31	11,1 %	33	11,8 %	216	77,1 %	280	100 %
Trg Sv. Luke	35	12,5 %	33	11,8 %	212	75,7 %	280	100 %
Škaljarska pjaca	21	7,5 %	35	12,5 %	224	80,0 %	280	100 %
Trg Blažene Ozane	4	1,4 %	39	13,9 %	237	84,6 %	280	100 %
Trg od kina	25	8,9 %	35	12,5 %	220	78,6 %	280	100 %
Trg od muzeja	10	3,6 %	39	13,9 %	238	85,0 %	280	100 %
Pjaca od mlijeka	3	1,1 %	39	13,9 %	238	82,5 %	280	100 %
Pjaca od brašna	4	1,4 %	39	13,9 %	237	84,6 %	280	100 %
Trg Sv. Josipa	2	0,7 %	39	13,9 %	239	85,4 %	280	100 %
Trg Karampane	2	0,7 %	39	13,9 %	239	85,4 %	280	100 %
Sve	14	5,0 %	37	13,2%	228	81,4 %	280	100 %

Shodno značaju koju ispitanici/ce pridaju trgovima, najveći značaj ima Trg od oružja, budući da se za njega odlučilo 137 ispitanika/ca ili 48,9 % od ukupnog uzorka. Zatim Trg Sv. Luke – 35 (12,5 %), Trg Sv. Tripuna - 31 (11,1 %), Trg od kina - 25 (8,9 %), Škaljarska pjaca - 21 (7,5 %), na značaj svih trgova ukazalo je 14 ispitanika/ca ili (5,0 %), Trg od muzeja - 10 (3,6 %), Trg Blažene Ozane - 4 (1,4 %), Trg od brašna - 4 (1,4 %), Pjaca od mlijeka - 3 (1,1 %), Trg Sv. Josipa - 2 (0,7 %), Trg Karampane - 2 (0,7 %). Prema dobijenim rezultatima najveći značaj za ispitanike/ce ima Trg od oružja – 137 48,9%, a najmanji značaj imaju Trg Sv. Josipa - 2 (0,7 %) i Trg Karampane - 2 (0,7 %).

Tabela broj 10

Frekvencija odgovora na pitanje: Kako vi lično nazivate trgove koji su smješteni u starom gradu Kotoru i njegovoj neposrednoj okolini?

AUTENTIČAN NAZIV TRGA	PERSONALAN NAZIV TRGA	FREKVENCIJA	PROCENAT
Trg Sv. Tripuna	Trg ustanka mornara	1	0,4 %
	Trg ispred katedrale	4	1,4 %
Trg od oružja	Pjaca od sata	34	12,1 %
	Glavni gradski trg	15	5,4 %
Trg Sv. Luke	Trg Sv. Nikole	18	6,4 %
	Trg od Škorpijona	5	1,8 %
	Trg ispred muzičke škole	1	0,4 %
	Trg bratstva i jedinstva	1	0,4 %
Škaljarska pjaca	Trg od konobe Skala Santa	2	0,7 %
	Pjaca od salate	11	3,9 %
Trg Blažene Ozane	Pjaca od drva	1	0,4 %
	Pjaca pored rijeke	1	0,4 %
Trg od kina	Trg od drveta	5	1,8 %
	Trg kod Gradske biblioteke	1	0,4 %
	Pjaca Sv. Mihaila-Lapidarijum	1	0,4 %
	Gringov i Danijelin trg	1	0,4 %
	Trg kod Doma invalida	2	0,7 %
Trg od muzeja	Trg Bokeljske mornarice	3	1,1 %
Trg Sv. Josipa	Trg Franciska	1	0,4 %
Bez odgovora	-	172	61,4 %
Ukupno		280	100 %

Svaki trg u Starom gradu Kotoru ima svoj autentičan naziv, po kojem biva raspoznat kako u različitim izvorima, tako i među ljudima koji ne pripadaju zajednici domicilnog stanovništva. Međutim, baš u zajednici domicilnog stanovništva koje najveći dio vremena provodi na trgovima i aktivni su ili pasivni sudionici dešavanja na njima, specifičan način korišćenja trgova i različiti događaji na njima postaju izvor njihovog internog imenovanja. Upravo taj naziv postaje odomaćen među lokalnim stanovništvom i ništa manje važan od tipičnog naziva trga. Sudeći prema tome, domicilno stanovništvo **Trg Sv. Tripuna** još naziva *Trg ustanka mornara*, *Trg ispred katedrale*; **Trg od oružja**- *Pjaca od sata*, *Glavni gradski trg*; **Trg Sv. Luke**- *Trg Sv. Nikole*, *Trg od Škorpijona*, *Trg ispred muzičke škole*, *Trg bratstva i jedinstva*;

Škaljarsaku pjacu - Trg od konobe Skala Santa, Pjaca od salate; **Trg Blažene Ozane** - Pjaca od drva, Pjaca pored rijeke; **Trg od kina** - Trg od drveta, Trg kod Gradske biblioteke, Pjaca Sv. Mihaila - Lapidarijum, Gringov i Danijelin trg, Trg kod Doma invalida; **Trg od muzeja** - Trg Bokeljske mornarice, Trg Sv. Josipa- Trg Franciska.

Tabela broj 11

Frekvencija odgovora na pitanje: Šta čini trgove posebnim za vas?

ŠTA ČINI TRGOVE POSEBNIM ZA VAS?	DA		NE		BEZ ODGOVORA		UKUPNO	
	Ferkven cija	Procenat	Frekvencija	Procenat	Frekvencija	Procenat	Frekven cija	Procen at
Ljudi	108	38,2 %	25	8,9 %	148	52,9 %	280	100 %
Ambijent	203	72,5 %	9	3,2 %	68	24,3 %	280	100 %
Građevine	154	55,0 %	17	6,1 %	109	38,9 %	280	100 %
Uspomene	129	46,0 %	24	8,6 %	127	45,4 %	280	100 %
Događaji	118	42,1 %	28	10,0 %	134	47,9 %	280	100 %
Istorijat	123	43,9 %	25	8,9 %	132	47,2 %	280	100 %

Specifičnost i posebnost trgova ogleda se najprije u ambijentu - 203 (72,5 %), koji svojom autentičnošću i nesvakidašnjnošću doprinosi značaju i prepoznatljivosti trgova, uz specifičnu građevinsku stilistiku - 154 (55,0 %), uspomene na prošla vremena i duh grada u tom periodu - 129 (46,0 %), veoma inspirativni i jedinstveni događaji - 118 (42 %), istorijat koji sve to objedinjuje i bilježi - 123 (43,9 %) i ljudi - 108 (38,2 %) koji iz perspektive sadašnjeg trenutka ne pokazuju dovoljno agilnosti na putu razvoja i unapređenja javnih površina.

Tabela broj 12

Frekvencija odgovora na pitanje: Kako se osjećate na trgu?

KAKO SE OSJEĆATE NA TRGU	FREKVENCIJA	PROCENAT
Prijatno, najbolje	178	63,6 %
Sentimentalno	5	1,8 %
Dobro i melanholično	25	8,9 %
Radoznalo	4	1,4 %
Prazno i dosadno	6	2,1 %
Kao i na svakom drugom mjestu	4	1,4 %
Nedovoljno ugodno	23	8,2 %
Bez odgovora	34	12,2 %
Total	279	99,6 %
Missing system	1	0,4 %
UKUPNO	280	100 %

Osjećaj koji je prisutan među ispitanicima/cama koji/e su povezani sa trgovima Starog grada Kotor, kako domicilnog stanovništva, tako i onih koji/e ih posjećuju, može se opisati kroz sljedeće kategorije: prijatno, najbolje; sentimentalno; dobro i melanholično; radoznalo; prazno i dosadno; kao i na svakom drugom mjestu; nedovoljno ugodno. Naime, podatak koji se može tretirati kao optimističan i koji zaista potvrđuje naklonost ljudi prema trgovima odnosi se na osjećaj **prijatno, najbolje** - 178 (63,6 %). Dvadeset pet (8,9 %) ispitanika osjeća se **dobro i melanholično** — melanholičan osjećaj je proizvod nedovoljnog broja sadržaja tokom čitave godine koji bi mogli na kvalitetan način animirati ljude i zadržati ih. Dakle, ovaj osjećaj je u direktnoj vezi sa osjećajem **praznine i dosade** - 6 (2,1 %). Postoji izvjestan broj ispitanika/ca koji su iskazali da im boravak na kotorskim trgovima **ne uliva osjećaj ugodnosti** - 23 (8,2 %). Četiri (1,4 %) ispitanika/ce izražavaju svoju ravnodušnost prema kotorskim javnim površinama, ističući da se na njima **osjećaju kao na svakom drugom mjestu**, što upućuje na loše osmišljenu strategiju „života grada“ i njegove okoline.

Tabela 13

Fekvencija odgovora na pitanje: Za koje aktivnosti najčešće koristite trgove Kotora?

ZA KOJE AKTIVNOSTI NAJČEŠĆE KORISTITE TRGOVE KOTORA	DA		NE		BEZ ODGOVORA		UKUPNO	
	Frekvencija	Procenat	Frekvencija	Procenat	Frekvencija	Procenat	Frekvencija	Procenat
Susret sa prijateljima	237	84,6 %	5	1,8 %	38	13,6 %	280	100 %
Provođenje vremena u kafićima	145	51,8 %	19	6,8 %	116	41,4 %	280	100 %
Kupovina	57	20,4 %	34	12,1 %	189	67,5 %	280	100 %
Šetnja	169	60,4 %	13	4,6 %	98	35,0 %	280	100 %
Igra	26	9,3 %	40	14,3 %	214	76,4 %	280	100 %
Praćenje javnih i kulturnih manifestacija	180	64,3 %	10	3,6 %	90	32,1 %	280	100 %
Ostalo	8	2,9 %	-	-	272	97,1	280	100 %

Svrha ili upotreba javnih površina Starog grada Kotora najčešće je namijenjena za susrete sa prijateljima - 237 (84,6 %), praćenje javnih i kulturnih manifestacija - 180 (64,3 %), šetnju - 169 (60,4 %), provođenje vremena u kafićima - 145 (51,8 %), kupovinu - 57 (20,4 %), igru - 26 (9,3 %) i ostale aktivnosti - 8 (2,9 %).

Tabela 14

Frekvencija odgovora na pitanje: Koliko često koristite trgove Kotora?

KOLIKO ČESTO KORISTITE TRGOVE KOTORA	FREKVENCIJA	PROCENAT
Svaki dan	101	36,1 %
Nekoliko puta sedmično	69	24,6 %
Jednom mjesečno	14	5,1 %
Nekoliko puta mjesečno	46	16,4 %
Rijetko	41	14,6 %
Bez odgovora	9	3,2 %
UKUPNO	280	100 %

Frekventnost upotrebe trgova Starog grada Kotora veoma je prisutna, što se može vidjeti iz dobijenih podataka: najveći broj ispitanika/ca koristi trgove svaki dan - 101 (36,1 %), nekoliko puta sedmično - 69 (24,6 %), nekoliko puta mjesečno - 46 (16,4 %). Veoma mali procenat, u odnosu na cjelokupan uzorak, izjasnio se da rijetko - 41 (14,6 %) koristi trgove, i veoma mali procenat se izjasnio da jednom mjesečno - 14 (5,1 %) koristi trgove.

Tabela broj 15

Frekvencija odgovora na pitanje: Šta, po vama, nedostaje trgovima Kotora?

ŠTA, PO VAMA, NEDOSTAJE TRGOVIMA KOTORA?	FREKVENCIJA	PROCENT
Prostor	39	13,7 %
Aktivnosti	9	3,2 %
Higijena javnih površina	13	4,6 %
Zelenilo, cvijeće	14	5,0 %
Domicilno (autohtono) stanovništvo	10	3,6 %
Određeni termin odvoza smeća	1	0,4 %
Informativna tabla sa starim izgledom grada	3	1,1 %
Gradska kafana	1	0,4 %
Klupe	9	3,2 %
Kulturna dešavanja	30	10,7 %
Plansko uređenje bašti i kafića	8	2,9 %
Sadržaji koji će ga oplemeniti, a da nisu kafići	40	14,3 %
Korpe za otpatke	1	0,4 %
Vodiči u starim gradskim nošnjama	1	0,4 %
Omladinski klub	1	0,4 %
Ništa	18	6,4 %
Bez odgovora	82	29,3 %
UKUPNO	280	100 %

Po mišljenju ispitanika/ca, nedostaci koji se tiču trgova i javnih prostora u Starom gradu Kotoru i njegovoj okolini su sljedeći: nedostatak sadržaja koji bi oplemenili ove prostore, a da pri tom nijesu kafići - 40 (14,3 %), nedostatak prostora za proširivanje grada - 39 (13,7 %), nedostatak kulturnih dešavanja - 30 (10,7 %), nedovoljna higijena javnih površina - 13 (4,6 %), nedostatak zelenih površina - 14 (5,0 %). Prepoznato je da na ovim prostorima nedostaje i autohtono, domicilno stanovništvo - 10 (3,6 %)

koje im uliva poseban duh i autentičnost života. Aktivnosti i zbivanja u gradu - 9 (3,2 %) , takođe, postaju sve rjeđa, a ipak su potrebna kako bi se održao duh grada. Po mišljenju 8 (2,9 %). ispitanika/ca plansko uređenje grada/trgova (prisutnost bašti i kafića) takođe predstavlja nedostatak. Svi navedeni nedostaci mogu predstavljati veoma korisne impute osobama koje se bave menadžmentom grada, u cilju njegovog efikasnijeg unapređenja i oživljavanja. Osamnaest (6,4 %) ispitanika/ca smatra da trgovima Kotora ništa ne nedostaje.

Tabela broj 16

Frekvencija odgovora na pitanje: Ko po vašem mišljenju ima uticaja na to kako trg živi?

Ko po vašem mišljanju ima uticaja na to kako trg živi?	da		Ne		bez odgovora		Ukupno				
	frekve ncija	procen at	frekvenci ja	procena t	frekve ncija	procena t	frek.		procenat		
Lokalna vlast	202	72,2 %	7	2,5 %	69	24,6 %	278	280	99,3 %	100%	
Missing system	2	0,7 %					2		0,7 %		
Planeri	60	21,4 %	32	11,4 %	188	67,2 %	280		100 %		
Vlasnici poslovnih prostora	190	67,9 %	5	1,8 %	85	30,3 %	280		100 %		
Lokalno stanovništvo	97	34,6 %	27	9,6 %	156	55,8 %	280		100 %		
Ostalo	2	0,7 %	1	0,4 %	276	98,6 %	279		280	99,6% 0,4	100%
Missing system	1	0,4 %	-	-	-	-	1				

Ciljne grupe koje trenutno imaju uticaj na funkcionisanje trgova Starog grada Kotora i definisanje „strategije kako će trg živjeti“, i koje, pri tom, svojim aktivnostima mogu doprinijeti da grad dobije svoj stari sjaj, prvenstveno su lokalna vlast - 202 (72,2 %), vlasnici/ce poslovnih prostora koji su pozicionirani na površini trgova – 190 (67,9 %), lokalno stanovništvo - 97 (34,6 %), planeri/ke - 60 (21,4 %).

Tabela broj 17

Frekvencija odgovora na pitanje: Ko bi, po vašem mišljenju, trebalo da ima uticaja na to kako trg živi?

Ko bi, po vašem mišljenju, trebalo da ima uticaja na to kako trg živi?		Da		Ne		Bez odgovora		Ukupno	
		frekvencija	Procena t	frekvencija	Procena t	Frekvencija	proce n.	frek	proc.
Lokalna vlast		111	39,6 %	18	6,5 %	151	53,9 %	280	100 %
Planeri/ke		89	31,8 %	28	10,0 %	163	58,2 %	280	100 %
Vlasnici/ce poslovnih prostora		48	17,1 %	33	11,8 %	199	71,1 %	280	100 %
Lokalno stanovništvo		157	56,1 %	18	6,4 %	105	37,5 %	280	100 %
Ostalo	Svi	18	6,4 %						
	Kulturne organizacije	24	8,6 %						
	Mladi ljudi koji vole svoj grad	24	8,6 %						
	Bez odgovora	214	76,4 %						
UKUPNO		280	100 %						

Ispitanici/ce u lokalnom stanovništvu - 157 (56,1 %), lokalnoj vlasti - 111 (39,6 %), planerima/kama - 89 (31,8 %), vlasnicima/cama poslovnih prostora - 48 (17,1 %) prepoznaju aktere/ke odgovorne za funkcionisanje trgova Kotora i kompletnog grada. Oni se, takođe, ne zadržavaju samo na ovim akterima/kama, već u kategoriji OSTALO prepoznaju i druge odgovorne ciljne grupe koje mogu imati značajnog uticaja na funkcionisanje javnih površina Kotora. To su: kulturne organizacije - 24 (8,6 %), mladi ljudi koji vole svoj grad - 24 (8,6 %).

Tabela broj 18

Frekvencija odgovora na pitanje: Koje vrste aktivnosti biste željeli da postoje na trgovima Kotor, a trenutno ih nema?

Koje vrste aktivnosti biste željeli da postoje na trgovima Kotor, a trenutno ih nema?	FREKVENCIJA	PROCENAT
Kulturni sadržaji, tradicionalne manifestacije	85	30,4 %
Sadržaji koji bi animirali posjetioce	45	16,1 %
Informacioni servisi	4	1,4 %
Prodavnice sa autentičnim proizvodima	8	2,8 %
Oživljavanje starih zanata	11	3,9 %
Intelektualna okupljanja	8	2,9 %
Prostor za osobe sa invaliditetom	2	0,7 %
Prostor za različite namjene, a da to nijesu kafići	32	11,4 %
Bez odgovora	85	30,4 %
UKUPNO	280	100 %

Aktivnosti koje nedostaju gradu i koje bi upotpunile sadržaje i, samim tim, doprinijele da grad postane mjesto koje može zainteresovati različite ciljne grupe su sljedeće:

- Kulturni sadržaji, tradicionalne manifestacije - 85 (30,4 %)
- Sadržaji koji bi animirali posjetioce - 45 (16,1 %)
- Prostor za različite namjene, a da to nijesu kafići - 32 (11,4 %)
- Oživljavanje starih zanata - 11 (3,9 %)
- Prodavnice sa autentičnim proizvodima - 8 (2,9 %)
- Intelektualna okupljanja - 8 (2,9 %)
- Informacioni servisi - 4 (1,4 %)
- Prostor za osobe sa invaliditetom - 2 (0,7 %)

Tabela broj 19

Frekvencija odgovora na pitanje: Da li prepoznajete još neke prostore u Starom gradu Kotoru i njegovoj neposrednoj blizini koji bi se mogli koristiti kao trgovi?

Da li prepoznajete još neke prostore u Starom gradu Kotoru i njegovoj neposrednoj blizini koji bi se mogli koristiti kao trgovi?	DA		NE		BEZ ODGOVORA		UKUPNO	
	frekven.	proce.	Frekven	proce.	frekven	proce.	Frekve	proce.
Plato ispred starog zatvora	11	3,9 %	23	8,2 %	246	87,9 %	280	100 %
Plato ispred crkve Sv. Klare	3	1,1 %	25	8,9 %	252	90,0 %	280	100 %
Riva	13	4,6 %	23	8,2 %	244	87,2 %	280	100 %
Pjaca od mlijeka	9	3,2 %	24	8,6 %	247	88,2 %	280	100 %
Pjaca od kina	14	5,0 %	24	8,6 %	242	86,4 %	280	100 %
Plato ispred crkve Blažene Ozane	8	2,9 %	24	8,6 %	248	88,6 %	280	100 %
Pjaca od salate	9	3,2 %	25	8,9 %	246	87,9 %	280	100 %
Platoi oko Gurdića i Franjevačkog samostana	14	5,0 %	24	8,6 %	242	86,4 %	280	100 %
Okolina hotela Fjord	4	1,4 %	25	8,9 %	251	89,6 %	280	100 %
Okolina kafane Dojmi	21	7,5 %	25	8,9 %	234	83,6 %	280	100 %
Okolina Urca	5	1,8 %	24	8,6 %	251	89,6 %	280	100 %
Pjaca od Hajduka	6	2,2 %	25	8,9 %	249	88,9 %	280	100 %
Stara ljetnja pozornica	13	4,6 %	24	8,6 %	243	86,8 %	280	100 %
Pjaca Sv. Tripuna	9	3,2 %	25	8,9 %	246	87,9 %	280	100 %
Pjaca Sv. Luke	3	1,1 %	26	9,3 %	251	89,6 %	280	100 %
Svako naselje van Starog grada	8	2,9 %	26	9,3 %	246	87,9 %	280	100 %
Bedemi	18	6,5 %	25	8,9 %	237	84,6 %	280	100 %
Trg od brašna	5	1,8 %	26	9,3 %	249	88,9 %	280	100 %
Gradski park	5	1,8 %	26	9,3 %	246	88,9 %	280	100 %
Pjaca Karampana	5	1,8 %	26	9,3 %	246	88,9 %	280	100 %

Parilo	4	1,4 %	26	9,3 %	250	89,3 %	280	100 %
Zanatska ulica	4	1,4 %	26	9,3 %	250	89,3 %	280	100 %
Prostor oko Elektrodistibucije	7	2,5 %	25	8,9 %	248	88,6 %	280	100 %
Svaki prostor	38	13,5 %	22	7,9 %	220	78,6 %	280	100 %
Ništa	-	-	37	9,6 %	253	90,4 %	280	100 %

Rezultati dobijeni istraživanjem ukazuju da ispitanici/ce prepoznaju kao trgove i prostore koji nisu formalno tako definisani. U te prostore su svrstali: okolinu kafane Dojmi - 21 (7,5 %), bedemi - 18 (6,5 %), platoi oko Gurdića i Franjevačkog samostana - 14 (5,0 %), Pjaca od kina - 14 (5,0 %), Riva - 13 (4,6 %), stara ljetnja pozornica - 13 (4,6 %), plato ispred starog zatvora - 11 (3,9 %), pjaca od mlijeka - 9 (3,2 %), pjaca od salate - 9 (3,2 %), pjaca Sv. Tripuna - 9 (3,2 %), plato ispred crkve Blažene Ozane - 8 (2,9 %), svako naselje van Starog grada - 8 (2,9 %), prostor oko Elektrodistibucije - 7 (2,5 %), pjaca od Hajduka - 6 (2,2 %), okolina URC-a, Trg od brašna, gradski park, Pjaca Karampana - 5 (1,8 %), Parilo, Zanatska ulica - 4 (1,4 %), plato ispred crkve Sv. Klare - 3 (1,1 %). Najveći broj ispitanika/ca - 38 (13,5 %) pokazao je interesovanje da svi prostori u užem dijelu Starog grada Kotor i njegovoj neposrednoj blizini budu prepoznati kao trgovci.

Tabela 20 Ostali komentari

OSTALI KOMENTARI	FREKVENCIJA	PROCENAT
Uklanjanje tendi, stolova, kafića	6	2,1 %
Zabraniti imitiranje tuđeg života grada	16	5,7 %
Selekcija elemenata koji definišu ambijentalne vrijednosti grada	21	7,5 %
Preuzeti i uskladiti iskustva razvijenih mediteranskih zemalja	6	2,1 %
Uređenje trgova po uzoru na srednji vijek	9	3,2 %
Poklanjanje više pažnje očuvanju trgova od strane lokalne vlasti	12	4,3 %
Uklanjanje klima sa fasada kuća	1	0,4 %
Gradom treba da upravljaju mladi ljudi	15	5,4 %
Korišćenje za potrebe kafića-neprihvatljivo	22	7,9 %
Bez odgovora	171	61,1 %
Ukupno	279	99,6 %
Missing system	1	0,4 %
Ukupno	280	100 %

Ostali komentari ispitanika/ca uglavnom su se odnosili na primjedbe koje bi mogle predstavljati preliminarne uslove za neku vrstu promjena usmjerenih ka pozitivnim trendovima. Svaki od navedenih komentara zaslužio bi posebno mjesto i studiozniju analizu. Naime, primjedba ili komentar za koji se odlučio najveći broj ispitanika/ca - 22 (7,9 %) odnosi se na preporuku da prostore ili javne površine treba koristiti za raznovrsne sadržaje u kojima će kafići biti samo jedan i, naravno, ne primaran prostor za zadovoljavanje potreba građana/ki i posjetilaca/teljki. Jedna od tema koju je prepoznao 21 (7,5 %) ispitanik/ca je i selekcija autentičnih elemenata koji definišu ambijentalne vrijednosti grada (počevši od vrste muzike u lokalima i van njih, rasprostranjenih tezgi sa hranom i drugim prodajnim stvarima, nedostatkom tradicionalnih amblema po kojima je grad prepoznatljiv i nametanje novih koji u potpunosti transformišu autentičnost i identitet njegove kulture). Problem imitiranja života drugih gradova prepoznaje 16 (5,7 %) ispitanika/ca. Lokalna vlast bi trebala, po mišljenju ispitanika/ca 12 (4,3 %), da posveti više pažnje ulozi koja joj je povjerena kada je u pitanju očuvanje i unapređenje grada.

U okviru komentara koje su ispitanici/ce naveli, naredni komentar ima karakter sugestije koja bi mogla, ukoliko bude adekvatno realizovana, doprinijeti usavršavanju i razvoju grada u skladu sa principima njegove kulture i načina života. Ta sugestija se tiče preuzimanja i usklađivanja iskustava razvijenih mediteranskih zemalja (2,1 %).

2. Ukrštanje pojedinih pitanja iz ankete

Na koji način ste vezani za kotorske trgove?	Da li su trgovi značajni za Vas?			Ukupno
	Da	Ravnodušan/na	Bez odgovora	
Živim tu	86 (30,7 %)	3 (1,1 %)	-	89
Radim tu	40 (14,3 %)	-	-	40
Povremeno ih koristim i posjećujem	90 (32,1 %)	2 (0,7 %)	1 (0,4 %)	93
Posjećujem ih turistički	53 (18,9 %)	1 (0,4 %)	2 (0,7 %)	56
Ostalo	2 (0,7 %)	-	-	2
Ukupno	271 (96,8 %)	6 (2,1 %)	3 (1,1 %)	280 (100 %)

Podaci dobijeni istraživanjem ukazuju da su trgovi važni za ljude koji žive (30,7 %) na njima, dok zanemarljiv procenat (1,1 %) osjeća ravnodušnost prema istima. Ljudi koji rade na trgovima doživljavaju trgove kao značajne (14,3 %), ali ne u onolikom procentu kao što je slučaj sa ljudima koji žive na njima, dok najveći značaj trgovi imaju za ciljnu grupu koja ih povremeno posjećuje i koristi (32,1 %).

Za koje aktivnosti koristite trgove Kotora?	Pol					
	Muški			Ženski		
	Da	Ne	Bez odgovora	Da	Ne	Bez odgovora
Susret sa prijateljima	84 (30,1 %)	2 (0,7 %)	10 (3,6 %)	153 (54,8 %)	3 (1,1 %)	27 (7,9 %)
Provođenje vremena u kafićima	87 (31,2 %)	7 (2,5 %)	31 (11,1 %)	87 (31,2 %)	12 (4,3 %)	84 (30,1 %)
Kupovina	22 (7,9 %)	13 (4,7 %)	61 (21,9 %)	35 (12,5 %)	21 (7,5 %)	127 (45,5 %)
Šetnja	48 (17,2 %)	8 (2,9 %)	40 (14,3 %)	120 (43,0 %)	5 (1,8 %)	58 (20,8 %)
Igra	10 (3,6 %)	15 (5,4 %)	71 (25,4 %)	16 (5,7 %)	25 (9,0 %)	142 (50,9 %)
Praćenje javnih i kulturnih manifestacija	60 (21,5 %)	3 (1,1 %)	33 (11,8 %)	120 (43,0 %)	7 (2,5 %)	56 (20,1 %)
Ostalo	-	-	96 (34,4 %)	8 (2,9 %)	-	175 (62,7 %)

Sa aspekta polne strukture i aktivnosti za koju se upotrebljavaju trгови Kotora, muškarci u najvećem procentu koriste trgove za provođenje vremena u kafićima - 31,2 %, zatim susret sa prijateljima/cama - 30,1 %, praćenje javnih i kulturnih manifestacija - 21,5 %, dok najmanje koriste trgove za igru - 3,6 % u najširem smislu te riječi (učešće u raznim manifestacijama, igra sa djecom...).

Hijerahija aktivnosti za koje žene upotrebljavaju trgove izgledala bi ovako: susret sa prijateljima/cama - 54,8 %, šetnja i praćenje javnih i kulturnih manifestacija - 43,0 %, provođenje vremena u kafićima - 31,2 %, kupovina - 12,5 %. Najmanje trgove upotrebljavaju za igru - 5,7 %.

Iako se po kriterijumu aktivnosti za koje muškarci i žene upotrebljavaju trgove razlikuju, igra je, ipak, aktivnost za koju oba pola najmanje upotrebljavaju trgove.

Šta, po vašem mišljenju, nedostaje trgovima Kotora?	Pol	
	Muški	Ženski
Prostor	18 (6,5 %)	21 (7,5 %)
Aktivnosti	-	9 (3,2 %)
Higijena javnih površina	5 (1,8 %)	8 (2,9 %)
Zelenilo, cvijeće	5 (1,8 %)	9 (3,2 %)
Domicilno stanovništvo	3 (1,1 %)	7 (2,5 %)
Određeni termini odvoza smeća	1(0,4 %)	-
Informativna table sa starim izgledom grada	1(0,4 %)	2 (0,7 %)
Gradska kafana	1(0,4 %)	-
Klupe	3 (1,1 %)	6 (2,2 %)
Kulturna dešavanja	7 (2,5 %)	23 (8,2 %)
Plansko uređenje bašti i kafića	1 (0,4 %)	7 (2,5 %)
Sadržaji koji će ga oplemeniti, a da to nijesu kafići	14 (5,0 %)	26 (9,3 %)
Korpe za otpatke	-	1 (0,4 %)
Vodiči u starim gradskim nošnjama	1 (0,4 %)	-
Omladinski klub	-	1 (0,4 %)
Ništa	7 (2,5 %)	11 (3,9 %)
Bez odgovora	29 (10,4 %)	52 (18,6 %)
Ukupno	96 (34,4 %)	183 (65,6 %)

Takođe, sa aspekta polne strukture nedostaci javnih površina i trgova Kotora navise se ogledaju u sljedećim segmentima. Naime, muškarci smatraju da gradskim trgovima nedostaje prostor - 6,5 %, sadržaji koji će oplemeniti prostor , a da to nijesu kafići - 5,0 %, kulturna dešavanja - 2,5 %, dok žene smatraju da trgovima nedostaje sadržaji koji će ih oplemeniti, a da to nijesu kafići - 9,3 %, kulturna dešavanja - 8,2 %,

prostor - 7,5 %. Veoma je važno istaći da 2,5 % muškaraca i 3,9 % žena smatraju da trgovi nemaju nikakvih nedostataka, tj. ništa im ne fali. Međutim, svi ovdje navedeni procenti su minorni.

Za koje aktivnosti koristite trgove Kotora?	Na koji način ste vezani za kotorske trgove?											
	Živim tu			Radim tu			Povremeno ih koristim i posjećujem			Posjećujem ih turistički		
	Da	Ne	Bez odgovora	Da	Ne	Bez odgovora	Da	Ne	Bez odgovora	Da	Ne	Bez odgovora
Susret sa Prijateljima/cama	77 (27,5 %)	2 (0,7 %)	10 (3,6 %)	3 (1,8 %)	1 (0,4 %)	6 (2,1 %)	82 (29,3 %)	-	11 (3,9 %)	43 (15,4 %)	2 (0,7 %)	11 (3,9 %)
Provođenje vremena u kafićima	44 (15,7 %)	8 (2,9 %)	37 (13,2 %)	14 (5,0 %)	2 (0,7 %)	24 (8,6 %)	58 (20,7 %)	2 (0,7 %)	33 (11,8 %)	29 (10,4 %)	7 (2,5 %)	20 (7,1 %)
Kupovina	21 (7,5 %)	9 (3,2 %)	59 (21,1 %)	10 (3,6 %)	2 (0,7 %)	28 (10,0 %)	22 (7,9 %)	11 (3,9 %)	60 (21,4 %)	4 (1,4 %)	12 (4,3 %)	40 (14,3 %)
Šetnja	48 (17,1 %)	8 (2,9 %)	33 (11,8 %)	19 (6,8 %)	-	21 (7,5 %)	62 (22,1 %)	2 (0,7 %)	29 (10,4 %)	38 (13,6 %)	3 (1,1 %)	15 (5,4 %)
Igra	9 (3,2 %)	12 (4,3 %)	68 (24,3 %)	3 (1,1 %)	2 (0,7 %)	35 (12,5 %)	10 (3,6 %)	12 (4,3 %)	71 (25,4 %)	4 (1,4 %)	14 (5,0 %)	38 (13,6 %)
Praćenje javnih i kulturnih manifestacija	55 (19,6 %)	3 (1,1 %)	31 (11,1 %)	21 (7,5 %)	2 (0,7 %)	17 (6,1 %)	68 (24,3 %)	1 (0,4 %)	24 (8,6 %)	34 (12,1 %)	4 (1,4 %)	18 (6,4 %)
Ostalo	1 (0,4 %)		88 (31,4 %)	-		40 (14,3 %)	5 (1,8 %)		88 (31,4 %)	2 (0,7 %)		54 (19,3 %)

Uzimajući u obzir načine na koji su ljudi **vezani** za javne površine definisane kao trgovi, može se uvidjeti za koje aktivnosti ih koriste. Tako, ljudi koji žive na

kotorskih trgovima, iste koriste za susret sa prijateljima/cama - 27,5 %, praćenje javnih i kulturnih manifestacija - 19,6 %, šetnju - 17,1 %, provođenje vremena u kafićima - 15,7 %. Dok ista ciljna grupa najmanje koristi trgove za igru - 3,2 %, što se ujedno poklapa sa frekvencijom kada je analizirana korelacija aktivnosti i pola.

Ispitanici/ce koji/e rade na prostoru gradskih trgova upotrebljavaju trgove za praćenje javnih i kulturnih manifestacija - 7,5 %, šetnju - 6,8 %, provođenje vremena u kafićima - 5,0 %.

Ispitanici/ce koji/e ih **povremeno posjećuju**, orijentišu svoje vrijeme na aktivnosti kao što su: susreti sa prijateljima/cama - 29,3 %, praćenje javnih i kulturnih manifestacija - 24,3 %, šetnju - 22,1 %, a najmanje koriste trgove za igru - 3,6 %, dok **turisti** svoje aktivnosti baziraju na susretima sa prijateljima/cama (15,4 %), šetnji (13,6 %), praćenju javnih i kulturnih manifestacija (12,1 %), provođenju vremena u kafićima (10,4 %), a najmanje koriste trgove za igru i kupovinu (1,4 %).

Šta po Vašem mišljenju nedostaje trgovima Kotora?	Na koji način ste vezani za kotorske trgove?				
	Živim tu	Radim tu	Povremeno ih koristim i posjećujem	Posjećujem ih turistički	Ostalo
Prostor za proširivanje	17 (6,1 %)	12 (4,3 %)	9 (3,2 %)	1 (0,4 %)	-
Aktivnosti	3 (1,1 %)	-	6 (2,1 %)	-	-
Higijena javnih površina	2 (0,7 %)	4 (1,4 %)	4 (1,4 %)	3 (1,1 %)	-
Zelenilo, cvijeće	2 (0,7 %)	2 (0,7 %)	5 (1,8 %)	5 (1,8 %)	-
Domicilno stanovništvo	6 (2,1 %)	-	2 (0,7 %)	1 (0,4 %)	1 (0,4 %)
Određeni termini odvoza smeća	-	-	-	1 (0,4 %)	-
Informativna table sa starim izgledom grada	-	1 (0,4 %)	-	2 (0,7 %)	-
Gradska kafana	1 (0,4 %)	-	-	-	-
Klupe	-	2 (0,7 %)	6 (2,1 %)	1 (0,4 %)	-
Kulturna dešavanja	12 (4,3 %)	1 (0,4 %)	14 (5,0 %)	3 (1,1 %)	-
Plansko uređenje bašti i kafića	3 (1,1 %)	1 (0,4 %)	2 (0,7 %)	2 (0,7 %)	-

Sadržaji koji će oplemeniti grad a da nijesu kafići	9 (3,2 %)	3 (1,1 %)	17 (6,1 %)	11 (3,9 %)	-
Korpa za otpatke	-	-	1 (0,4 %)	-	-
Vodiči u starim nošnjama	-	-	-	1 (0,4 %)	-
Omladinski klub	-	-	1 (0,4 %)	-	-
Ništa	8 (2,9 %)	2 (0,7 %)	4 (1,4 %)	4 (1,4 %)	-
Bez odgovora	26 (9,3 %)	12 (4,3 %)	22 (7,9 %)	21 (7,5 %)	1 (0,4 %)

Kada su u pitanju segmenti koji, po mišljenju ispitanika/ca, nedostaju gradskim trgovima Kotor a da bi predstavljali jednu kompletnu, uređenu i organizovanu cjelinu, različite kategorije ispitanika/ca su se odlučile za različite segmente. Tako, najveći broj **ljudi koji živi** u starom gradu (jednom od gradskih trgova) smatra da su nedostaci: prostor kojim gradski trgovi raspolažu (6,1 %) i kulturne manifestacijama (4,3 %), zatim sadržaji koji će oplemeniti grad a, da to nijesu kafići 3,2 %. Ljudi koji **rade u gradu** smatraju da gradu najviše nedostaje prostor za proširivanje 4,3 %, ispitanici/ce koji/e povremeno dolaze u grad primjećuju nedostatke kao što su: kulturna dešavanja 5,0 % i prostori koji će oplemenjivati grad, a da to nijesu kafići 6,1 %. **Turisti** kao nedostatak vide prostor koji bi oplemenjivao grad, a da to nijesu kafići 3,9 %.

Istraživanje je pokazalo da postoje veoma niski procenti kojima se opisuju nedostaci gradskih trgova. To bi moglo da inicira činjenicu da je organizacija i funkcionisanje gradskih trgova skoro pa savršeno. Na drugoj strani, u neformalnim razgovorima čuju se razne primjedbe na organizaciju gradskih trgova.

Pitanje je da li kritička svijest još uvijek nije dovoljno sazrela da se mišljenje i nezadovoljstvo postojećim javno saopšti i da se na taj način doprinese potencijalnim promjenama koje bi eventualno trebale da uslijede.

Annex

Neki od najzanimljivijih odgovora iz upitnika

Koja je Vaša definicija gradskog trga?

- Trg je i raskrsnica i najveća ponuda grada, ponuda prostora i lica, ulicama se hoda, na trgu bi trebalo i da se stoji;
- Trg se pretvara iz godine u godinu u diskoteku i u šetaliste koje služi turistima i mještanima da popiju kafu, ručaju i sl. rekreacije...;
- Prostor gdje može da se udahne vazduh, ogrije suncem, pobjegne od klaustrofobicnih ulica, stanova, kafića i drugih javnih prostorija; gdje djeca mogu slobodno i nesmetano da se igraju; prostor koji nije zakrčen stolovima gramzivih kafedžija; prostor gdje ljudi mogu da se okupljaju ali i mimoiđu bez sudaranja, prostori gde se povremeno organizuju okupljanja građana, da li kulturne manifestacija, da li prodajne izložbe ili čak pijace, ali sve da ima privremeni karakter;
- To je mjesto gdje se oslikava prošlost i naslućuje budućnost. Govori o ljudima koji žive tu, kulturi, socioekonomskim prilikama, društvenim aktivnostima građana ...;
- Prostrano mjesto okupljanja, razmjene čakula i pogleda, kao i moguće mjesto za organizovanje kulturno zabavnih manifestacija;
- Veliki (po mogućnosti okrugli) prostor na kojem se ljudi okupljaju, odmaraju, piju kafu i uživaju;
- Doživljavam trg kao stotine stolica od kafića koje ne bi volio da gledam vječno;
- Za fešte i dokolicu.

Šta za Vas taj prostor(trga) čini posebnim?

- Čak i ako se ništa ne dešava u gradu tu uvek ima nekoga;
- Sve- od golubova, preko starih ploča, balkona, do sata, ljudi domaćih i fureštih, a sve je to dio jedne viševjekovne istorije;
- Uspomene na događaje iz djetinjstva i kad smo se kao djeca igrali na svim pjacama;
- Toplina zidina koje nas okružuju, ispijanje kafa sa prijateljima;
- Kafa pod krošnjom starog drveta, osjećaj intimnosti, zaklonjenost, mir;
- Crkva Sv. Tripuna kao simbol autentičnosti i trajanja;
- Dramatičan pogled na stijene i zidine iznad njega;
- Volim zvuke koji dopiru iz Muzičke škole, knjižaru Uliks, uspomene na stari Škorpion, simboliku Sv. Luke, sjećam se nekih dobrih žurki ispred Škorpija, koncerata, proslava Božića sa svjećicama... Sviđa mi se i što se djeca na njemu potpuno slobodno rastrče;
- Gradski sat i njegovi otkucaji;
- Tradicija, kolo Bokeljske mornarice, djetinjstvo, sve divne i teške trenutke koje sam proveo sa prijateljima, razne igre, druženja.

Kako se osjećate u njemu (na trgu)?

- Osjećam se prijatno; osjećam da pripadam toj sredini;
- Sentimentalno, opušteno, divno, ispunjeno, zadovoljno, ponosno, fascinirano, radoznalo;
- Osjećao bih se bolje da ne služi toliko u privatne svrhe;
- Na kotorskim trgovima konkretno, kao da me neko stalno posmatra, nekad zbijeno, a sa druge strane prazno i pomalo tužno;
- Uvijek nanovo sretna zato što sam dio njegovog trajanja;
- Aktivno, veselo, poznato;
- Uzvišeno (i staro i mlado);
- Uživam, dok ne dođe komunalna;
- Guši me, zbog prenatrpanosti ugostiteljskih rekvizita;
- Žalosno, znam za bolje dane;
- Lijepo, udobno, na nekima suviše izloženo...

Šta Vama nedostaje u tom prostoru(na trgu)?

- Nedostaje više "čistih" zona koje bi mogle da se koriste za različite namjene (za susrete, sjedanje, različite aktivnosti), a da nisu isključivo kafići;
- Smanjimo broj kafića pa će biti ideja;
- Nedostaje mir. Uvijek mi ugođaj poremete smećari sa vozicem i kontejnerima. Trebalo bi im odrediti termin mimo onoga koji odgovara posjetiocima od kojih grad i živi;
- Nedostaje mi malo kotorskog "šuga";
- Duša starog Kotora;
- Lagana muzika iz kafića, ali ujednačena;
- Možda više kvalitetnih uličnih umjetnika, "žive" statue, ulični slikari i animatori u tradicionalnim bokeškim nošnjama;
- Krašova prodavnica refužo slatkiša;
- Zelenila..., vise cvijeća;
- Možda malo starog kotorskog duha, čakula galame;
- Dobar restoran riblje i mediteranske hrane;
- Stari zanati; male radionice; male galerije; nepretenciozni sadržaji ponude kao što su male prodavnice autohtonih proizvoda;
- Nedostaje mi prostor, ekskluzivne trgovine tipa antikvarnice, galerije, specifične suvenirnice, kafeterija sa dva do tri stolića, mala zanimljiva knjižara;
- Više savremenih, eksperimentalnih, hrabrih, inovativnih kulturnih zbivanja;
- Kotorani.

Koje vrste aktivnosti biste željeli da postoje u tom prostoru, a trenutno ih nema?

- Nedostaju aktivnosti koje bi animirale posjetioce (npr. stalne postavke, izložbe starih fotografija Kotora, performansi slobodnih umjetnika, susreti klapa, studentske radionice, književne večeri i sl.);
- Izložbe skulptura, ulični umjetnici;
- Besplatan internet u čitavom Starom gradu;
- Treba razvijati aktivnosti koje su nekada postojale: trgovinu, okupljanja i uopšte osvrnuti se na nekadašnju namjenu trgova, pa oživjeti nešto od prošlih

aktivnosti;

- Slikanje na trgovima (platno i četkica);
- Trgovi su kao galerije, debate na trgovima, razmjena (npr. dječja pijaca - na kojoj bi djeca razmjenjivala igračke, knjige...), razmena lokalnih proizvoda, slikari na ulici, đaci iz muzičke škole i mladi umjetnici koji sviraju ili pjevaju...trgovi moraju da budu prostor koji se kreativnije koristi od ljudi koji su kreativni i žele da podijele to sa drugima. Trgovi treba da budu mjesta kvalitetnog socijalnog kontakta, mjesta učenja i pozitivne razmjene. Trenutno, uglavnom su trgovi mjesta za ispijanje kafa, što samo po sebi nije loše, ali je to nedovoljno iskorišćen kapacitet trgova;
- Htjela bih da vidim kako se tu nekada živjelo...zašto trg od brašna??? da čujem ondašnju muziku...da vidim tradicionalnu nošnju...da osjetim atmosferu starog kotorskog Trga od brašna...;
- Lijepo bi bilo imati jedan ogroman ekran i mogućnost 3D prezentacija o samom gradu, njegovoj istoriji, kulturi...;
- Tradicionalne klape i izvođenje tradicionalne muzike, kao i savremene; likovno stvaralaštvo inspirisano starim gradom;
- Bilo kakve, samo da se nešto mrdne s mrtve tačke;
- Mediteranska muzika...

Ostali komentari

- Evidentan je potpuni nedostatak brige o Starom gradu;
- Smatram da trgovi u Kotoru ne mogu da se privedu svojoj pravoj namjeni, ni da se sagledaju u svojoj ljepoti, jer su pretrpani mobilijarom kafića, koji često zaklanjaju ili u potpunosti onemogućavaju uočavanje i sagledavanje veoma značajnih objekata koji se nalaze na samim trgovima;
- Smatram da je korišćenje citadele/ bedema (prostor iznad diskoteke) samo za potrebe restorana- kafića potpuno neprihvatljiv;
- Zabraniti imitacije tuđeg života grada;
- Zabraniti folk muziku u Starom gradu!!!;
- Dobro bi bilo jedan trg urediti tako da izgleda kako je izgledao u srednjem vijeku sa svim zanatskim radnjama i butigama, koji bi se finansirali od opštine/turističke organizacije i od prodaje predmeta napravljenih starim alatima;
- Reklame i mobilijar u gradu je veliki problem. Reklame su često agresivne i glomazne. Grad mora da bude dominantan, a ne natpisi firmi;
- Čitav grad nam je u fazi propadanja, pa me ne čudi što je slična situacija i sa pjacama;
- Nekada "Napoleonovo pozorište" adaptirano je za potrebe otvaranja ekskluzivnog ugostiteljsko- zabavnog objekta. Ona je simbol sveukupnih trenutnih odnosa prema samom gradu Kotru i njegovoj tradiciji. Porazno je da su u toj Zgradi Hotel i diskoteka u kojoj gostuju "Bulumente" i "Lukasi", "Cece" i sl. To grad Kotor nije zaslužio;
- Jedan od najljepših, i sa mnogo potencijala, a isto pomalo zapušten je trg 'kod kina'. ovdje bi moglo ljeti, svake subote na primjer, da se razapne platno i pokazuju stari/ umjetnički/ porodični filmovi, a da publika donese svoje stolice na rasklapanje;
- Htjeli bi da imamao trgove koje će neki drugi za nas da održavaju?! jer za to mi nemamo dovoljno vremena. Izmještenost je opšte stanje;

- Mislim da bi gradonačelnica trebala dobro da se zamisli i preispita, jer ovo ne vodi nikuda;
- Žalasio je da našim divnim gradom "gazduju" ljudi bez osjećaja za ljepotu i vrijednost onog što posjeduju, pa tako naš Kotor godinama živi na izdisaju, jer njegovi ljudi ne znaju da cijene svu njegovu vrijednost i istorijski značaj;
- Kafanu "Dojmi" treba vratiti gradu, srediti park bivšeg hotela "Slavija" i napraviti Botaničku baštu, a ne smetlište kao što je sada;
- Kotorom treba da upravljaju mladi ljudi koji imaju više znanja i fleksibilnosti, a ove "dotrajale" treba poslati u penziju;
- Ljuta sam jer su vlasti statične po pitanju trgova i bilo kojih dešavanja u Kotoru. Trebalo bi ih edukovati i proširiti vidike komunalne inspekcije;
- Mislim da nama nema spasa;
- Ne ulaže se ništa, samo se krpe sitne rupe;
- Nema sreće dok se stanovnici Starog grada ne budu pitali.