

Uloga trećih mjesta u prevladavanju društvenih nejednakosti

Grgurinović, Anamarija

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:811466>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-22**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru
Odjel za sociologiju
Sveučilišni diplomski studij
Sociologija

Anamarija Grgurinović

**Uloga trećih mjesta u prevladavanju društvenih
nejednakosti**

Diplomski rad

Zadar, 2024.

Sveučilište u Zadru
Odjel za sociologiju
Sveučilišni diplomski studij
Sociologija

Uloga trećih mjesta u prevladavanju društvenih nejednakosti

Diplomski rad

Student/ica:
Anamarija Grgurinović

Mentor/ica:
izv. prof. dr. sc. Željka Tonković

Zadar, 2024.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Anamarija Grgurinović**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Uloga trećih mjesta u prevladavanju društvenih nejednakosti** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 2024.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Ciljevi i svrha	3
3. Teorijska koncepcija rada	4
3.1. Razumijevanje nejednakosti u urbanom kontekstu.....	4
3.2. Treća mjesta.....	7
3.2.1. Kategorizacija trećih mjesta: analiza modernih društvenih prostora	10
3.3. Mehanizmi isključivanja: distribucija i dostupnost.....	12
3.4. Kulturna treća mjesta kao prostor socijalne mobilnosti	14
3.4.1. Mapiranje kulturnih trećih mjesta u Zadru	16
4. Hipoteze	23
5. Metodologija	24
6. Rezultati	27
6.1. Opis uzroka	27
6.2. Deskriptivni pregled rezultata istraživanja	35
6.2.1. Učestalost posjećivanja kulturnih trećih mjesta.....	35
6.2.2. Motivacijski obrasci posjećivanja kulturnih mjesta u Zadru	39
6.2.3. Društveni kapital	41
6.3. Testiranje hipoteza	48
7. Rasprava.....	59
8. Zaključak.....	64
9. Prilozi.....	66
9.1. Anketni upitnik.....	66
9.2. Popis tablica	74
9.3. Popis slika	75
10. Literatura	77

Uloga trećih mjesta u prevladavanju društvenih nejednakosti

Sažetak

Ovo istraživanje analizira ulogu kulturnih trećih mjesta u Zadru u smanjenju društveno-prostornih nejednakosti. Treća mjesta, poput parkova i knjižnica, služe kao inkluzivni prostori za kulturnu razmjenu i društveni angažman. Primjenjujući Bourdieuvu teoriju kulturnog kapitala i Putnamovu teoriju društvenog kapitala, rad operacionalizira pojam kulturnih trećih mjesta i istražuje sposobnost tih mjesta da smanje društvene nejednakosti kroz akumulaciju kulturnog i socijalnog kapitala. Cilj istraživanja bio je ispitati učestalost posjećivanja kulturnih mjesta među različitim sociodemografskim skupinama, motivaciju za posjećivanje i povezanost tih mjesta s društvenim kapitalom ispitanika. Anketa provedena u kolovozu 2024. godine među 163 stanovnika Zadra pokazuje značajne razlike u kulturnoj participaciji ovisno o spolu, obrazovanju i prostornoj lokaciji ispitanika. Istraživanje je otkrilo da edukativni i umrežavajući motivi imaju značajnu ulogu u motivaciji za posjećivanje kulturnih mjesta u Zadru. Također, istraživanje je pokazalo značajnu povezanost između učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta i povezujućeg i premošćujućeg društvenog kapitala.

Ključne riječi: treća mjesta, kulturna treća mjesta, društvena nejednakost, društveni kapital, društvena mobilnost

The role of third places in overcoming social inequalities

Abstract

This research analyzes the role of cultural third places in Zadar in reducing socio-spatial inequalities. Third places, such as parks and libraries, serve as inclusive spaces for cultural exchange and social engagement. Applying Bourdieu's theory of cultural capital and Putnam's theory of social capital, the paper operationalizes the notion of cultural third places and explores the ability of these places to reduce social inequalities through the accumulation of cultural and social capital. The aim of the research was to examine the frequency of visiting cultural places among different socio-demographic groups, the motivation for visiting and the connection of these places with the social capital of the respondents. A survey conducted in August 2024 among 163 residents of Zadar shows significant differences in cultural participation depending on the respondents' gender, education and spatial location. The research revealed that educational and networking motives play a significant role in the motivation for visiting cultural places in Zadar. Also, the research showed a significant connection between the frequency of visiting cultural places and bonding and bridging social capital.

Keywords: thirdplaces, cultural third places, social inequality, social capital, social mobility

1. Uvod

Društveno-prostorna nejednakost predstavlja jedan od ključnih izazova suvremenog društva, oblikujući naše živote na različite načine i ostavljajući dubok trag na način na koji sudjelujemo u zajednici i kako je doživljavamo. Ova vrsta nejednakosti nije samo prisutna, već je često duboko ukorijenjena u strukturi naših društava, stvarajući razlike u pristupu resursima, pravima i mogućnostima (Han, 2022). Treća mjesta, pojam koji je skovao američki sociolog Oldenburg (1999), igraju ključnu ulogu u smanjenju društveno-prostorne nejednakosti. Ovi prostori, poput parkova i knjižnica, služe kao inkluzivna okruženja u kojima ljudi iz različitih sredina mogu slobodno komunicirati, nadilazeći socioekonomske barijere. Treća mjesta djeluju kao demokratizirane zone koje promiču kulturnu razmjenu i društveni angažman, nudeći pojedincima priliku da prošire svoje horizonte i sudjeluju u javnom životu bez ograničenja.

Premisa ovog istraživanja jest da treća mjesta imaju potencijal smanjiti nejednakosti jer omogućuju pojedincima akumulaciju kulturnog i socijalnog kapitala, čime se može postići socijalna mobilnost. Međutim, rad također prepoznaje ograničenja koncepta trećih mjesta i ukazuje na to da neka treća mjesta možda neće biti u mogućnosti pružiti kulturni kapital. Stoga se rad fokusira na specifičnu vrstu trećih mjesta – kulturna treća mjesta. Oslanjajući se na Bourdieuovu teoriju kulturnog kapitala i Putnamovu teoriju socijalnog kapitala, rad nudi konceptualni okvir za razumijevanje tih mjesta kao prostora koji omogućuju akumuliranje kulturnog i društvenog kapitala. Kulturna treća mjesta su identificirana kao specifične kulturne lokacije unutar grada koje imaju značajnu povijesnu važnost i kulturni utjecaj. Ove lokacije doprinose promoviranju kulturne raznolikosti i jačanju kulturnog identiteta grada, služeći kao ključni prostori za društvenu interakciju i kulturnu razmjenu. Ova mjesta, koja omogućuju akumulaciju kapitala, mogu osnažiti marginalizirane zajednice pružajući pristup resursima i prilikama koje bi inače bile nedostupne. Međutim, učinkovitost ovih mjesta u smanjenju društvenih nejednakosti uvelike ovisi o kulturnoj ponudi grada, distribuciji tih mjesta unutar njega, kao i pitanjima fizičke i socijalne dostupnosti. Ako se ovi kriteriji ne ispunjavaju, kulturna treća mjesta mogu umjesto smanjenja nejednakosti, doprinijeti njihovom održavanju.

Glavni fokus ovog istraživanja jest razumjeti kakav značaj imaju kulturna mjesta u kontekstu društveno-prostornih nejednakosti. Drugim riječima, rad nastoji utvrditi doprinose

li kulturna treća mjesta u Zadru održavanju postojećih društvenih nejednakosti ili nastoje premostiti te razlike. Prvi dio rada, koji obuhvaća teorijsku osnovu, bavit će se definiranjem društvene i društveno-prostorne nejednakosti, te definiranjem i prikazom različitih tipologija trećih mjesta. Također, u teorijskom dijelu istražiti će se kako treća mjesta mogu djelovati kao mehanizmi isključivanja, a ne inkluzivnosti. Nadalje, teorijski će se konceptualizirati kulturna treća mjesta i mapirati unutar grada Zadra. Drugi dio rada obuhvaća prezentaciju rezultata istraživanja provedenog u svrhu ovog diplomskog rada, kao i analizu dobivenih rezultata, nakon čega slijedi rasprava i zaključak.

2. Ciljevi i svrha

Cilj ovog istraživanja je ispitati ulogu trećih mjesta u gradu Zadru u prevladavanju društveno-prostornih nejednakosti. Konkretno, istraživanje će analizirati postoje li razlike u dostupnosti kulturnih trećih mjesta i kakva je povezanost između posjećivanja tih mjesta i društvenog kapitala ispitanika. Osim toga, rad će ispitati kakvu ulogu različiti motivi imaju na učestalost posjećivanja kulturnih mjesta.

Rezultati istraživanja pružit će uvid u to na koji način kulturna mjesta, kao specifičan oblik trećih mjesta, doprinose izgradnji kulturnog i društvenog kapitala. Rezultati ove analize mogu poslužiti kao osnova za razvoj kulturnih politika i strategija koje će bolje adresirati društvene nejednakosti i poticati veću uključenost različitih društvenih skupina u kulturne aktivnosti. Time bi se moglo poboljšati pristup kulturnim mjestima i angažman građana u kulturnom životu grada Zadra.

Istraživački ciljevi koji se žele ostvariti u ovom radu su:

1. Analizirati postoje li razlike među različitim sociodemografskim skupinama u učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta u Zadru.
2. Analizirati motivacijske obrasce posjećivanja kulturnih mjesta u Zadru.
3. Analizirati povezanost između učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta i društvenog kapitala ispitanika (povezujućeg kapitala i premošćujućeg kapitala).

3. Teorijska koncepcija rada

3.1. Razumijevanje nejednakosti u urbanom kontekstu

Društvena nejednakost odnosi se na nepravednu raspodjelu resursa, mogućnosti i moći među pojedincima ili skupinama u društvu (Han, 2022). S ovim konceptom usko su povezana dva koncepta – koncept društveno-prostorne strukture i društveno-prostorne nejednakosti. Društveno-prostorna struktura označavala bi odnos između društvenih karakteristika i prostornih obilježja na razini grada ili susjedstva, otkrivajući kako su društvene skupine raspoređene prostorno. Pritom, pod društvenim karakteristikama podrazumijevamo čimbenike kao što su ekonomski kapital (prihod, roba i usluge), zanimanje (status na tržištu rada), kulturni kapital (razina obrazovanja, kulturne prakse) i društveni kapital (društveni kontakti i mreže). Samim time, koncept društveno-prostorne nejednakosti odnosio bi se na neujednačenu distribuciju resursa i mogućnosti među različitim društvenim skupinama unutar određenih geografskih prostora, što dovodi do dispariteta u pristupu i razvoju unutar urbanog ili regionalnog konteksta. Ukratko rečeno, ovaj koncept osvjetljava kako se društvene nejednakosti manifestiraju geografski (Kadi, Banabak i Schneider, 2022).

Društveno-prostorna nejednakost, koju karakteriziraju razlike u prihodima, obrazovanju, društvenom statusu i pristupu resursima, igra ključnu ulogu u oblikovanju prostorne segregacije unutar urbanih područja. Ekonomska marginalizacija i ograničene mogućnosti s kojima se suočavaju određene društvene skupine mogu dovesti do njihove koncentracije u specifičnim četvrtima koje karakterizira niža kvaliteta stanovanja, usluga, lošije obrazovne mogućnosti i dr. (Han, 2022). Primjer toga kako društveno-prostorna nejednakost pridonosi stvaranja i održavanju prostorne segregacije je São Paulo u Brazilu gdje su socioekonomske razlike dovele su do formiranja favela, neformalnih naselja koja su često karakterizirana neadekvatnim smještajem, ograničenim pristupom osnovnim uslugama i visokom razinom siromaštva. Zbog ekonomske marginalizacije i nedostatka pristupačnih stambenih opcija, stanovnici s nižim prihodima prisiljeni su nastaniti se u tim marginaliziranim područjima. Kao rezultat toga, favele postaju prostorno odvojene od bogatijih četvrti, gdje stanovnici imaju pristup kvalitetnijem smještaju, uslugama i obrazovnim institucijama (Valladares, 2019; Gonçalves i Malfitano, 2020).

S druge strane, moguće je da prostorna segregacija dovede do društveno-prostorne nejednakosti na isti način na koji društveno-prostorna nejednakost može dovesti do prostorne

segregacije. Kada su određene skupine prostorno izolirane u nepovoljnim četvrtima, suočavaju se s ograničenim pristupom kvalitetnom obrazovanju, zdravstvenoj skrbi, mogućnostima zapošljavanja i drugim bitnim uslugama. To pogoršava postojeće društveno-prostorne nejednakosti, budući da pojedinci i zajednice u segregiranim područjima doživljavaju dodatnu marginalizaciju i ograničene životne šanse (French, 2014). Jedan od povijesno poznatijih primjera toga jest prostorna segregacija u Sjedinjenim Američkim Državama koja je pojačavala društveno-prostornu nejednakost, osobito po rasnoj osnovi. U gradovima kao što je Chicago i Illinois, diskriminatorne stambene politike¹ dovele su do prostorne segregacije afroameričkih zajednica u rasno homogene četvrti s ograničenim pristupom resursima i mogućnostima. Ova odvojena naselja često pate od neadekvatne infrastrukture i viših stopa siromaštva i kriminala. Kao rezultat toga, stanovnici ovih zajednica suočavaju se s preprekama u pristupu kvalitetnom obrazovanju, zdravstvenoj skrbi i prilikama za zapošljavanje. Prostorna izolacija afroameričkih zajednica u segregiranim četvrtima perpetuira postojeće društvene nejednakosti, pridonoseći ciklusima nepovoljnog društvenog položaja i nejednakosti koji traju kroz generacije. Ovo međudjelovanje između društveno-prostorne nejednakosti i prostorne segregacije stvara začarane krugove nejednakosti unutar urbanih sredina, sprječavajući društvenu mobilnost i pogoršavajući društvenu stratifikaciju (Kimmel, 2018).

Društveno-prostorna nejednakost jedna je od tema koja se široko raspravlja u urbanim istraživanjima pogotovo zato jer su posljednjih desetljeća mnogi veliki gradovi u naprednim kapitalističkim društvima svjedočili značajnom intenziviranju društveno-prostorne nejednakosti, što je dovelo do mnogih napora da se shvate njezini temeljni uzroci. Iako se brojna istraživanja primarno oslanjaju na podatke o prihodima kako bi identificirale prostorne nejednakosti, ključno je naglasiti da se nejednakost očituje u nizu domena, utječući na različite aspekte ljudskog života (Han, 2022). Han (2022) ističe da čimbenici kao što su zanimanje, stanovanje i obrazovanje igraju značajnu ulogu u razumijevanju socioekonomske strukture određenog prostora. Međutim, jedno od ograničenje fokusiranja isključivo na te čimbenike jest njihova nemogućnost otkrivanja procesa kroz koje se nejednakost stvara ili održava. Iz tih razloga, Han (2002) u istraživanju društveno-prostorne nejednakosti, ulazi u zamršenu dinamiku koja oblikuje urbane nejednakosti. On tvrdi da je razumijevanje prostorne organizacije gospodarskih i uslužnih objekata uz društvene klase najvažniji čimbenik za

¹*Redlining* je „diskriminatorna praksa u kojoj se usluge i investicije uskraćuju četvrtima zbog rasnog ili etničkog sastava stanovnika; te četvrti često karakterizira značajan broj stanovnika s niskim prihodima“ (Burke i Bosworth, 2023: 1).

shvaćanje društveno-prostorne nejednakosti. Raspravlja o ideji da siromaštvo i dalje postoji unatoč društvenom napretku, što pripisuje monopolizaciji vrijednosti zemljišta od strane zemljoposjednika. Za njega je to iznimno problematično jer stambena lokacija, odnosno mjesto gdje ljudi žive, uvelike određuje njihov pristup specifičnim prilikama i pogodnostima i samim time postaje ključni čimbenik u održavanju ekonomske stratifikacije i reproduciranju nejednakosti tijekom vremena (Han, 2022). Uz to, Han (2022) ističe kako društveno-prostorna nejednakost može proizaći iz prostorne ekskluzivnosti. Ova ekskluzivnost uzrokuje društveno-prostorne nejednakosti povezujući određena područja s različitim društvenim klasama, potičući isključenost onih koji si ne mogu priuštiti ili pristupiti takvim područjima. U konačnici, sastavni dio njegove analize jest uloga koju klasa ima u oblikovanju društveno-prostorne nejednakosti. On tvrdi da „ako nejednakost postoji u bilo kojem obliku i društveni odnosi među ljudima se prema bilo kojem standardu doživljavaju kao ne horizontalni, klasa i društveni slojevi mogu biti korisni alati za analizu društveno-prostorne nejednakosti“ (Han, 2022: 3).

Od 1980-ih godina, promjene poput globalizacije, restrukturiranja tržišta rada i otvaranja gospodarstava ubrzale su globalni porast nejednakosti prihoda i bogatstva. Ove nejednakosti imaju dubok utjecaj na društvenu i prostornu strukturu gradova jer dovodi do socioekonomske segregacije i neravnomjerne distribucije zanimanja i prihoda unutar urbanih krajolika (Tammaru i dr., 2020). Prostorna distribucija urbanog stanovništva otkriva ključne obrasce podjele koji odražavaju društveno-prostorne razlike i teritorijalne disfunkcije. Ističući kakve su razlike u pristupu zapošljavanju, kvaliteti stanovanja i drugim resursima među stanovnicima urbanih područja, razdvajanje različitih društvenih skupina u istom urbanom području može rezultirati napetostima između društvenih klasa koje su suprotstavljene u društvenoj hijerarhiji (Najib, 2017). Istraživanja pokazuju da u europskim gradovima bogati i siromašni sada žive više odvojeno nego prije, a bogatija kućanstva mogu slobodnije birati gdje će živjeti. Istovremeno, kućanstva s nižim prihodima često žive u najmanje poželjnim četvrtima u gradu gdje je smještaj jeftiniji. Sve veća segregacija u gradovima izaziva zabrinutost oko njihove sposobnosti da ostanu društveno održivi i potkopava njihovu reputaciju mjesta gdje svi imaju jednake šanse u mogućnostima (Panori, Psycharis i Ballas, 2019; Kadi, Banabak i Schneider, 2022; Haandrikman i dr., 2023). Primjer takvog istraživanja jest istraživanje Musterdi dr. (2017) koje je ispitalo socioekonomsku segregaciju u dvanaest europskih gradova – Amsterdamu, Ateni, Budimpešti, Londonu, Madridu, Oslu, Pragu, Rigi, Stockholmu, Talinu, Beču i Vilniusu. Istraživanjem je ustvrđen trend povećanja nejednakosti

u metropolitanskoj Europi. Dok dokazi upućuju na određenu desegregaciju u određenim glavnim gradovima, sveukupni jaz između bogatih i siromašnih produbljuje se na cijelom kontinentu.

3.2. Treća mjesta

U istraživanju dinamike američkog društva sociolog Ray Oldenburg (1999), identificirao je treća mjesta kao ključne komponente života zajednice, koje osiguravaju bitne prostore za društvenu interakciju i koheziju. Prema Oldenburgu (1999) treće mjesto je „generička oznaka za veliki izbor javnih mjesta koja ugošćuju redovita, dobrovoljna, neformalna i rado iščekivana okupljanja pojedinaca izvan područja doma i posla“ (1999: 16). Koncept trećeg mjesta ocrta tri temeljne domene koje čine društveni krajolik pojedinca: poznato utočište doma, strukturirano radno okruženje i zajednički prostori namijenjeni društvenoj interakciji znani kao treća mjesta. Dok treća mjesta cvjetaju u Europi, Amerika je dala veći prioritet stvaranju sigurnih, sterilnih okruženja što za posljedicu uzrokuje pretjeranu ovisnost o dvije glavne lokacije – domu i poslu (Oldenburg, 1999). Ta mjesta međutim ne ispunjavaju društvene zahtjeve ljudi, što dovodi do toga da se ljudi kolebaju između udobnosti doma i pritisaka na radnom mjestu, što rezultira strogim i monotonim dnevnim rasporedom. Iz tog razloga treća mjesta su ponekad okarakterizirana kao odredišta za bijeg od stvarnosti (Glover i Parry, 2009). Međutim, Oldenburg (1999) ističe kako su ona nisu bijeg već su osnažujuća okruženja koja nude „privremeni svijet unutar njihovog običnog svijeta“ (1999: 282).

Treća mjesta Oldenburg (1999) suprotstavlja sve prevladavajućem prigradskom krajoliku kojeg karakteriziraju privatizacija i izolacija. On tvrdi da predgrađima nedostaju bitni prostori za okupljanje potrebni za koheziju zajednice. Proliferacija privatnih prostora i nedostatak pristupačnih javnih mjesta dovode do osjećaja otuđenosti i nepovezanosti među stanovnicima. Oldenburg izravno kritizira sve veći nedostatak trećih mjesta u američkom društvu, koji vidi kao štetan za život zajednice. On zamjećuje da moderni urbani razvoj, kao što su trgovački centri, ne uspijevaju replicirati društvene funkcije tradicionalnih trećih mjesta. Umjesto toga, ovi komercijalni prostori služe prolaznim interakcijama među strancima. Iz tog razloga, Oldenburg (1999) se zalaže za revitalizaciju trećih mjesta kao ključnih sastavnica živahnih i inkluzivnih zajednica. Poziva na stvaranje pristupačnih, neformalnih prostora za okupljanje gdje se ljudi mogu okupiti kako bi stvorili značajne veze, uključili se u društvene aktivnosti i ojačali društveno tkivo svojih susjedstava. Dajući prioritet

razvoju trećih mjesta, društva mogu poboljšati blagostanje, poticati demokratsko sudjelovanje i boriti se protiv rastućih trendova izolacije i otuđenja u modernim urbanim sredinama.

Treća mjesta karakterizira niz specifičnih osobina koje doprinose njihovom jedinstvenom društvenom značaju. Prvo, treća mjesta su neutralni prostori koji omogućuju susrete među ljudima iz različitih društvenih slojeva, eliminirajući hijerarhijske barijere i formalne dužnosti domaćina – „nisu ograničena na statusne razlike koje su prisutne u društvu“ (Oldenburg, 1999: 24). Kao „leveleri“ u društvenim interakcijama, ova mjesta potiču egalitarizam i inkluzivnost, gdje svi posjetitelji tretiraju kao ravnopravni članovi zajednice. Razgovor je središnja aktivnost koja se promiče u ovim prostorima jer potiče druženje i olakšava zblježavanje. Treća mjesta su dizajnirana da budu lako dostupna i prikladno smještena, često s redovitim posjetiteljima koji pridonose njihovom specifičnom karakteru i atmosferi. Ova mjesta, često neukrašena, odišu skromnim šarmom, odražavajući organsku prirodu njihove društvene dinamike, no istovremeno „budući da nemaju taj blještavi svijetli izgled franšizne ustanove, treća mjesta ne privlače veliki broj stranaca ili prolaznih kupaca“ (Oldenburg, 1999: 36). Njihov razigrani ambijent i opuštenu atmosferu pružaju utočište i emocionalnu podršku, stvarajući osjećaj „doma daleko od doma“ usred užurbanog svakodnevnog života. Prema Williamsu i Hippu (2019), treća mjesta se odlikuju nestrukturiranim i neplaniranim aktivnostima, nepostojanjem formalnih domaćina i članstva, dizajnom koji potiče spontane interakcije, vremenski i prostorno su dostupna i omogućavaju spontane interakcije bez ikakvih ograničenja. Ovi prostori, dakle, služe kao vitalna središta društvene kohezije, njegujući osjećaj zajedništva i međusobne povezanosti među ljudima iz raznih sredina, pružajući im psihološku utjehu i emocionalnu podršku, i jačajući društvene veze u svakodnevnom životu. Oni su ključni za razumijevanje kako se društvena povezanost oblikuje i održava u modernom društvu, pružajući prostor za izražavanje i jačanje međuljudskih odnosa. Renovacija Šibenske poljane iz parkirališta u živahno okupljalište sjajan je primjer kako treća mjesta mogu pozitivno utjecati na zajednicu. Ovaj transformirani gradski trg sada pruža prostor za izražavanje i jačanje međuljudskih odnosa kroz različite prostorne elemente, poput otvorenih tribina i pozornica, mosta, nadstrešnice i fontane (vidi Sliku 1 i 2). Ovi elementi stvaraju izvrsna mjesta za druženje i interakciju, čime značajno doprinose društvenom životu zajednice. Izvorna ideja jedne od autorica ovog projekta, dipl. ing. arh. Pavle Šimetin, kako je navela u intervjuu za portal Šibenski, bila je dizajnirati prostor velikog kruga na Poljani „kao prostor interakcije za prolaznike, sjedenje uz fontanu, fotografiranje i igru“ (Lončar, 2020). Štoviše, ovaj prethodno funkcionalni prostor bez

značajnog društvenog značenja sada služi kao važno treće mjesto koje „ugošćuje različite društvene događaje i posreduje između povijesnih i modernih urbanih artefakata“ (Sutlić, 2021).



Slika 1: Šibenska Poljana prije renovacije – parkiralište; Izvor:Šibenski, Marija Lončar



Slika 2: Šibenska Poljana nakon renovacije – okupljalište; Izvor: Šibenski, Nikolina Vuković Stipaničev

Oldenburg je predstavio razne primjere trećih mjesta koja mogu postojati unutar zajednica, ali nije nastojao razviti tipologiju istih. Prema njegovom viđenju, treća mjesta

moгу obuhvaćati širok spektar lokacija, uključujući knjižare, restorane, teretane, pošte i frizerske salone. Ove lokacije postaju treća mjesta ne toliko zbog specifičnog dizajna, koliko zbog njihove sposobnosti da pruže udoban i gostoljubiv prostor za okupljanje te stvaraju atmosferu koja podsjeća na dom (Oldenburg, 2002). Pivnice, glavne ulice, pubovi, café barovi i taverne – koji su karakteristični za mnoga europska društva, a čija odsutnost je primjetna u Americi – predstavljaju treća mjesta na koja Oldenburg (1999) stavlja poseban naglasak. Iako je Oldenburg izrazio zabrinutost zbog opadanja broja trećih mjesta, suvremena istraživanja su osvijetlila raznolike oblike tih prostora, uključujući parkove, knjižnice, salone, umjetničke centre i mjesta bogoslužja (Crick, 2011; Lin, Pang i Luyt, 2015; Rosenbaumi dr., 2007). Osim tradicionalnih trećih mjesta, literatura također istražuje različita okruženja kao što su curling klubovi u ruralnim kanadskim zajednicama (Mair, 2009), sportski stadioni (Melnick, 1993), tržnice (Tiemann, 2008), kazališta (Vos, 2019) i glazbeni festivali (Hawkins i Ryan, 2013) kao primjere trećih mjesta.

Pored fizičkih prostora, istraživanja se također usmjeravaju na digitalna treća mjesta, kao što su platforme poput Twittera, Facebooka i drugih društvenih mreža (Memarovici dr., 2014; Plaščak, 2013; Steinkuehler i Williams, 2006). Koncept trećih mjesta primijenjen je i na virtualne prostore kao što su video igre poput PlayStationa (McGuire, 2003), cyber kafići (Salvador, Sherry i Urrutia, 2005), komercijalni prostori poput Starbucks kafića (Gaudio, 2003) i velikih knjižara poput Bordersa (Trager, 2005). S obzirom na smanjenje ili ograničenje dostupnosti javno podržanih prostora uslijed društvenih i političkih čimbenika, kao što su povećana privatizacija i gentrifikacija, mnogi autori zagovaraju stvaranje novih prostora koji bi služili kao pristupačna treća mjesta za zadovoljenje različitih društvenih potreba (Tungohan, 2017; Finlay i dr., 2019; Aquino i dr., 2022). Nedavna studija Hand i dr. (2020) uvodi novu perspektivu, definirajući društvene centre kao treća mjesta koja mogu poticati društvenu uključenost marginaliziranih skupina, poput starijih osoba i siromašnih. Ove studije pokazuju kako su suvremena istraživanja proširila razumijevanje trećih mjesta izvan izvornog Oldenburgova koncepta, koji se prvenstveno fokusirao na prostore povezane s životnim stilom srednje klase i muškaraca (Fullagar, O'Brien i Lloyd, 2019).

3.2.1. Kategorizacija trećih mjesta: analiza modernih društvenih prostora

U suvremenom društvu, koncept trećih mjesta evoluirao je izvan tradicionalnih okupljališta poput kafića i društvenih centara, obuhvaćajući raznolike komercijalne, spektakularne i virtualne prostore koji služe kao središta društvene interakcije i angažmana

zajednice, kako tvrdi Crick (2011a). Komercijalna treća mjesta, poput Starbucksa, dizajnirana su s ciljem privlačenja kupaca koji troše vrijeme i novac unutar tih prostora. Ovi prostori, često karakterizirani vrhunskim brendiranjem i udobnim sadržajima, namijenjeni su imućnim potrošačima koji traže osjećaj pripadnosti i odabrano iskustvo. Iako komercijalna treća mjesta potiču društvenu interakciju, njihova priroda je oblikovana komercijalnim ciljevima, što utječe na vrstu i dinamiku interakcija koje se odvijaju unutar njih. U odnosu na njih, spektakularna treća mjesta predstavljaju privremene prostore usmjerene na ispunjavanje emocionalnih potreba i pružanje osjetljivih iskustava. Muzeji, konceptualne trgovine i tematske atrakcije su primjeri spektakularnih trećih mjesta, koja privlače posjetitelje upečatljivim dizajnom, tematskim elementima i impresivnim okruženjima. Ova treća mjesta naglašavaju spektakl i zabavu, koristeći se brzim načinom života i potrošačkom kulturom, za razliku od tradicionalnih trećih mjesta koja preferiraju društvenu interakciju i ležerniji angažman.

Virtualna treća mjesta, s druge strane, nalaze se unutar digitalnih prostora, pružajući online zajednicama platformu za društvenu interakciju i izgradnju odnosa. Mrežne igre za više igrača i virtualni forumi služe kao virtualna treća mjesta, omogućujući komunikaciju među pojedincima sa zajedničkim interesima, neovisno o njihovom geografskoj lokaciji. Iako virtualna treća mjesta omogućuju značajne veze i suradnju, suočavaju se s izazovima poput anonimnosti i prolazne prirode online interakcija. Unatoč razlikama, komercijalna, spektakularna i virtualna treća mjesta dijele zajedničke karakteristike koje doprinose njihovoj ulozi modernih društvenih prostora. Svaka vrsta trećeg mjesta pruža pojedincima osjećaj pripadnosti i zajednice, iako na različite načine. Ti moderni društveni prostori odražavaju šire društvene trendove i kulturne promjene, utjelovljujući vrijednosti i težnje suvremenog društva. Od težnje za praktičnošću i luksuzom u komercijalnim okruženjima do želje za novitetom i stimulacijom u spektakularnim okruženjima, treća mjesta reflektiraju rastuće potrebe i preferencije pojedinaca u sve više međusobno povezanom svijetu (Crick, 2011a).

Rhubart i suradnici (2022) predlažu sofisticiranu kategorizaciju trećih mjesta, koja proširuje razumijevanje tih prostora kroz pet ključnih tipova. Prvi tip obuhvaća besplatna i javno dostupna treća mjesta, uključujući vjerske organizacije, građanske udruge i knjižnice, koja su otvorena za sve članove zajednice. Drugi tip čine treća mjesta usmjerena na socijalne usluge, poput centara za pomoć djeci, starijim osobama i osobama s invaliditetom. Treći tip odnosi se na jeftina komercijalna treća mjesta, kao što su kafići, barovi i fast-food restorani,

koji pružaju pristupačne prostore za svakodnevnu društvenu interakciju. Četvrti tip uključuje kreativna, sportska i zabavna treća mjesta, kao što su muzeji, sportski događaji i fitness centri, koja nude raznovrsne oblike angažmana i zabave. Posljednji tip odnosi se na treća mjesta za osobne usluge, uključujući salone i brijačnice, koja pružaju specifične usluge i prostor za osobnu njegu. Ova detaljna kategorizacija osvjetljava široku lepezu funkcija i uloga koje treća mjesta igraju u suvremenom društvenom životu.

3.3. Mehanizmi isključivanja: distribucija i dostupnost

Neadekvatna distribucija trećih mjesta može značajno utjecati na društvenu nejednakost, održavajući, pa čak i pogoršavajući postojeće nepravde ograničavanjem pristupa prostorima koji potiču angažman zajednice, društvenu interakciju i osjećaj pripadnosti. Treća mjesta, koja su ključna za omogućavanje povezivanja ljudi izvan njihovih neposrednih društvenih krugova, često su neravnomjerno raspoređena među različitim četvrtima i regijama, što može dovesti do isključenja određenih skupina. Ključni nalaz studije Rhubarb i suradnika (2022) ističe neravnomjernu distribuciju trećih mjesta, s naglašenom negativnom povezanosti između siromaštva i dostupnosti tih prostora. U četvrtima s visokom stopom siromaštva, manje je trećih mjesta, vjerojatno zbog nedostatka resursa i političkog utjecaja stanovnika koji bi mogli zagovarati izgradnju ovakvih zajedničkih prostora. Ova je oskudica osobito zabrinjavajuća jer te četvrti već pružaju nedovoljnu podršku populacijama s niskim prihodima. Rhubarb i suradnici upozoravaju kako bi „nedostatak trećih mjesta mogao dodatno pogoršati već ograničene prilike dostupne u ovim zajednicama” (2022: 6).

Uz razmatranje distribucije, dostupnost trećih mjesta također igra ključnu ulogu. Ta mjesta moraju biti fizički prisutna i lako dostupna. Neprikladna raspodjela često rezultira prijevoznim i vremenskim ograničenjima koja otežavaju pristup. Treća mjesta koja su udaljena od stambenih područja ili nisu povezana s javnim prijevozom predstavljaju značajne prepreke za pojedince koji nemaju resurse za putovanje na velike udaljenosti (Rhubarb i suradnici, 2022). Roberts-Ganim (2023) naglašava da, unatoč važnosti trećih mjesta u američkoj kulturi, pristup njima može biti otežan zbog ograničenog ili gotovo nepostojećeg javnog prijevoza u mnogim gradovima. Kada treća mjesta nisu u neposrednoj pješačkoj udaljenosti, posjedovanje automobila postaje nužnost za one koji žele posjetiti te prostore. Također, fizička dostupnost uključuje infrastrukturu prilagođenu osobama s invaliditetom. Istraživanje Hickman (2010) pokazuje da su neki pojedinci izbjegavali korištenje trećih mjesta zbog fizičkih poteškoća u pristupu, kao što su problemi sa zdravljem ili invaliditet. Na

primjer, osoba s invaliditetom iz Oxfordsa željela je koristiti društvene sadržaje, ali je to bilo gotovo nemoguće zbog teškog invaliditeta, dok je sudionica iz Wensley Folda, koja boluje od kroničnog artritisa, mogla posjetiti lokalnu crkvu samo zahvaljujući pomoći prijatelja koji je osigurao prijevoz. Bez te pomoći, zbog svojih fizičkih ograničenja, ne bi mogla posjetiti crkvu.

Uz fizičku dostupnost trećih mjesta, važno je osigurati i ravnopravan pristup tim prostorima (Rhubart i dr., 2022). Drugim riječima, treća mjesta trebaju nuditi sigurno i ugodno okruženje koje poštuje različita podrijetla i identitete, pruža opcije prihvatljivih cijena te promiče inkluzivnost izbjegavajući elitizam. Nerazmjernost u pristupu može doprinijeti društvenoj nejednakosti isključujući pojedince na temelju sociodemografskih karakteristika, kao što su dob, spol ili društvena klasa. Neka treća mjesta mogu nametnuti implicitne ili eksplicitne kriterije za ulazak, poput dobnih ograničenja ili članarina, što može isključiti one koji ne ispunjavaju te uvjete. Ove prepreke mogu ograničiti uključivanje ljudi različitih pozadina u društvene interakcije i zajedničke aktivnosti, nenamjerno učvršćujući postojeće društvene hijerarhije i nejednakosti. Istraživanje Dawson (2014) pokazuje da institucije poput muzeja i znanstvenih centara često nenamjerno isključuju pripadnike manjinskih etničkih skupina s niskim prihodima zbog pretpostavki o znanstvenom znanju, jezičnim sposobnostima i financijskim resursima posjetitelja. Posljedica toga je pojačana percepcija sudionika da te institucije nisu namijenjene njima, što dalje perpetuira ciklus isključenosti. Stewart i dr. (2008) također uočavaju da su financijska ograničenja značajno utjecala na sposobnost sudionika s niskim primanjima da sudjeluju u društvenim aktivnostima. Naime, jedna trećina ispitanih izjavila je kako zbog financijskih ograničenja ne može sudjelovati u raznim društvenim događajima, poput večera u restoranima, odlazaka na plesove i sličnih aktivnosti.

Zaključno, nedostatna distribucija trećih mjesta i ograničeni pristup tim prostorima mogu imati duboke implikacije na društvenu nejednakost ograničavanjem mogućnosti pojedinaca da se uključe u život zajednice, pristupe raznim resursima i izgrade društvene veze. Rješavanje ovih prepreka zahtijeva zajednički napor za promicanje jednakog pristupa trećim mjestima za sve članove društva, bez obzira na njihovu pozadinu ili okolnosti. Stvaranjem inkluzivnijih i pristupačnijih trećih mjesta, možemo pomoći u njegovanju kohezivnijeg i pravednijeg društva u kojem svatko ima priliku sudjelovati u društvenim aktivnostima i doprinisati zajednici.

3.4. Kulturna treća mjesta kao prostor socijalne mobilnosti

Unatoč stalnoj evoluciji koncepta trećih mjesta i njihovoj sve raznovrsnijoj kategorizaciji, Oldenburgova izvorna ideja, koja definira treća mjesta kao prostore izvan doma (prvo mjesto) i posla (drugo mjesto), još uvijek služi kao temelj u razumijevanju ovog društvenog fenomena. Međutim, suvremena istraživanja često nadilaze ovu osnovnu definiciju, produbljujući razumijevanje specifičnosti modernih prostora koji ispunjavaju ovu ulogu. Kako se društvene norme i stilovi života mijenjaju, javlja se potreba za redefiniranjem trećih mjesta. Moderni pristupi često nadilaze Oldenburgovih osam univerzalnih karakteristika, razvijajući nove koncepte koji odražavaju složenost današnjeg društva. Tradicionalno, treća mjesta su shvaćena kao prostori koji promiču socijalnu koheziju i pružaju opuštenu atmosferu za neformalne interakcije izvan formalnih okvira. Međutim, s pojavom novih oblika socijalnih prostora u digitalnom dobu i urbaniziranom društvu, potrebno je proširiti ovo shvaćanje. Suvremena istraživanja, poput onog od Rhubart i suradnika (2022), ukazuju na dvostruku ulogu trećih mjesta: dok neka djeluju kao prostori socijalne inkluzije i zajedništva, druga mogu učvrstiti postojeće društvene razlike. Stoga, analiza trećih mjesta mora obuhvatiti njihove potencijale i ograničenja u smanjenju društvenih nejednakosti, kako bi se razumjela njihova stvarna uloga u modernim zajednicama.

Prvi ključni aspekt u analiziranju trećih mjesta u kontekstu društvenih nejednakosti odnosi se na njihovu univerzalnu dostupnost. Da bi treća mjesta učinkovito djelovala u smanjenju nejednakosti, neophodno je da ne postoje značajne društvene razlike u dostupnosti tih prostora. To podrazumijeva da svi članovi zajednice, bez obzira na njihov društveni, ekonomski ili kulturni status, imaju jednak pristup ovim mjestima. Ako je dostupnost ograničena, treća mjesta mogu postati ekskluzivni prostori, dostupni samo određenim društvenim skupinama, čime se dodatno učvršćuju postojeće nejednakosti. Drugi aspekt uključuje sposobnost trećih mjesta da generiraju resurse koji omogućuju socijalnu mobilnost. Ovdje se pojavljuju dva važna tipa kapitala: kulturni kapital i socijalni kapital. Kulturni kapital², kako ga opisuje Bourdieu (2019), odnosi se na akumulirane resurse pojedinca koji proizlaze iz kulturnog naslijeđa, obrazovanja, iskustva i drugih faktora, a koji su važni za

²Kulturni kapital može se manifestirati na tri načina: utjelovljeni kapital, objektivirani kapital i institucionalizirani kapital. Utjelovljeni kulturni kapital oblikuje naše dugotrajne mentalne i fizičke sklonosti, dok objektivirani kulturni kapital predstavlja materijalne artefakte koji su rezultat kulturnih teorija ili kritika. Institucionalizirani kulturni kapital odnosi se na formalne akademske kvalifikacije koje dodjeljuju specifične karakteristike kulturnom kapitalu. Ovi oblici kulturnog kapitala često djeluju zajedno, oblikujući našu percepciju, razumijevanje i sudjelovanje u kulturi i društvu (Bourdieu, 1986).

stjecanje društvenog statusa i moći. On obuhvaća širok spektar resursa kao što su jezična kompetencija, obrazovne svjedodžbe, kulturni i politički stavovi, životni stilovi te kulturna participacija (Trbojević, 2019). Kulturni kapital kao takav može biti presudan za društvenu mobilnost ili za reprodukciju društvenih nejednakosti (Bourdieu, 2019). Kulturna participacija ili sudjelovanje jedan je od elemenata kulturnog kapitala. Ona obuhvaća aktivnosti poput posjećivanja kazališnih predstava, knjižnica, muzeja i sl. Sudjelovanje u takvim kulturnim aktivnostima omogućuje pojedincu stjecanje novih znanja i razvijanje kulturnih preferencija, oblikujući i potvrđujući njegov kulturni i društveni identitet (Tonković, Krolo i Marčelić, 2020). U kontekstu trećih mjesta, kulturna participacija u aktivnostima kao što su posjete kulturnim centrima, knjižnicama, muzejima ili galerijama, odnosno kulturnim trećim mjestima, može se smatrati odrazom utjelovljenog kulturnog kapitala. Frekvencija posjećivanja ovih kulturnih mjesta može se koristiti kao mjera kulturnog kapitala pojedinca, te ukazuje na stupanj uključenosti u kulturni život zajednice (Mudd i dr., 2023).

S druge strane, društveni kapital složen je koncept čija je osnovna ideja, prema Robertu Putnamu (2000), da socijalne mreže posjeduju određenu vrijednost. Ovaj pojam obuhvaća mreže, norme i povjerenje među ljudima koje omogućuju suradnju radi zajedničke koristi. Za razliku od drugih vrsta kapitala, društveni kapital ne može se stvoriti samo od strane pojedinca; on se pojavljuje unutar veza između ljudi. Društveni kapital, slično kao građanski angažman, igra ključnu ulogu u socijalnoj dobrobiti jer smanjuje društvene razlike. Međutim, društveni kapital može ponekad poticati ekskluzivnost unutar zajednice, pri čemu članovi određenih grupa mogu isključivati druge ili vršiti kontrolu nad njima. U tom smislu, društveni kapital možemo razlikovati u dva oblika: povezujući i premošćujući kapital. Povezujući društveni kapital odnosi se na veze unutar homogenih grupa, kao što su obitelj i bliski prijatelji, dok premošćujući kapital uključuje mreže među različitim grupama, poput članova zajednica ili klubova (Kinghorn i Willis, 2008). Za uspješan razvoj zajednice, potrebno je održavati ravnotežu između ova dva tipa društvenog kapitala. Premošćujući društveni kapital posebno je važan jer pomaže u jačanju veza između različitih grupa, potičući integraciju i koheziju unutar zajednice. Ovaj tip društvenog kapitala ključan je za stvaranje osjećaja pripadnosti i zajedničkog interesa, omogućujući različitim grupama da surađuju i podržavaju blagostanje jedni drugih, umjesto da teže izoliranim interesima svojih grupa (Cabras i Mount, 2017). U kontekstu grada Zadra, prethodna istraživanja ukazuju na složen odnos između različitih čimbenika koji utječu na neformalne i formalne društvene veze građana. Rezultati istraživanja Dević (2022) pokazuju da žene imaju manju participaciju u

neformalnim društvenim aktivnostima u usporedbi s muškarcima, dok stariji ispitanici često bilježe slabije društvene mreže, što ukazuje na eroziju društvenih veza s povećanjem dobi. Također, podaci sugeriraju da snažne obiteljske veze ne sprječavaju sudjelovanje u zajedničkim aktivnostima. Naprotiv, obrazovanje se pokazuje kao ključni faktor koji potiče veću aktivnost u formalnim društvenim vezama, osobito u kontekstu članstva u građanskim udrugama.

Hyypä (2010) ističe da kulturni kapital, koji uključuje sudjelovanje u kulturnim aktivnostima i događanjima, značajno doprinosi društvenom kapitalu. Naime, društveni kapital raste iz društvenog i građanskog sudjelovanja te međusobnog povjerenja, koja su usko povezana s načinom na koji ljudi sudjeluju u kulturnim aktivnostima. Kulturno sudjelovanje ne samo da osnažuje veze unutar zajednica, već i doprinosi stvaranju mreža koje povezuju različite socijalne grupe. Ove veze jačaju socijalnu koheziju i omogućuju širu suradnju i integraciju među članovima zajednice. U tom kontekstu, kulturni kapital postaje ključan za razvoj i održavanje socijalnog kapitala koji pridonosi općem blagostanju i stabilnosti zajednice. Na kraju, valja istaknuti da ako postoje značajne društvene razlike u dostupnosti trećih mjesta, resursi poput kulturnog i društvenog kapitala, koji se tamo generiraju, mogu doprinijeti daljnjem produblivanju društvenih nejednakosti. U takvim situacijama, treća mjesta postaju prostori gdje se privilegirana klasa dodatno afirmira, dok se marginalizirane skupine suočavaju s preprekama u pristupu kulturnom i društvenom kapitalu. Time treća mjesta, umjesto da djeluju kao prostori socijalne inkluzije, postaju faktori koji održavaju ili čak povećavaju društvenu segregaciju i nejednakost.

3.4.1. Mapiranje kulturnih trećih mjesta u Zadru

Zadar, grad bogate kulture, ističe se kao značajno središte kulturnih i umjetničkih aktivnosti u Hrvatskoj zahvaljujući svojoj raznolikoj ponudi kulturnih mjesta koja čine srž kulturnog života grada. Svako od tih mjesta doprinosi očuvanju i obogaćivanju kulturnog identiteta Zadra, stvarajući jedinstven kulturni pejzaž koji obuhvaća povijest, umjetnost i obrazovanje. Ta mjesta možemo razlikovati kao ona koja su institucionalna, odnosno ona koja predstavljaju stalnu i tradicionalnu kulturnu ponudu grada kroz različite oblike djelatnosti – knjižnične, glazbene i glazbeno-scenske, dramsku umjetnost, muzejsku umjetnost i kulturnu baštinu (Jelinčić i Tišma, 2020). S druge strane, komercijalno-spektakularna treća mjesta su prostori s inovativnim i atraktivnim dizajnom koji pružaju interaktivna i uzbudljiva iskustva. Njihov primarni cilj je povećati vrijeme koje posjetitelji provode u prostoru i potrošnju, kroz

prodaju ulaznica, hrane, pića, suvenira i drugih komercijalnih usluga (Crick, 2011a). Konačno, izvaninstitucionalna ili nezavisna kulturna treća mjesta su „udruge i organizacije civilnog društva u području suvremene kulture i umjetnosti“ koja nastaju iz građanskih inicijativa zbog javnog interesa za obogaćivanje kulturnog života (Tonković i Pašalić, 2020: 268).

Institucionalna kulturna treća mjesta u Zadru obuhvaćaju ključne javne ustanove u kulturi koje čine srž kulturnog života grada. Među njima su Narodni muzej Zadar, uključujući Prirodoslovni i Etnološki odjel te Galeriju umjetnina, Kneževa i Providurova palača, Koncertni ured Zadar, Arheološki muzej Zadar, Muzej antičkog stakla, Međunarodni centar za podvodnu arheologiju, Hrvatsko narodno kazalište Zadar, Kazalište lutaka Zadar, Gradska knjižnica Zadar i Znanstvena knjižnica Zadar. Narodni muzej Zadar, osnovan 1962. godine, smješten je u srcu povijesne jezgre grada i pruža posjetiteljima uvid u bogatu kulturnu baštinu sjeverne Dalmacije (Jelinčić i Tišma, 2020). U 2023. godini, muzejski kompleks zabilježio je impresivan broj od 110 969 posjeta, što svjedoči o njegovoj važnosti i popularnosti među ljubiteljima kulture i umjetnosti (URL1). Nakon obnove Kneževe palače, koja je omogućila proširenje kulturnih aktivnosti i unaprijedila funkcionalnost prostora, započeo je projekt realizacije Muzeja Dviju palača. Ovaj projekt imao je za cilj obnoviti Providurovu palaču te stvoriti zajednički „kulturni centar od nacionalne važnosti“ (Jelinčić i Tišma, 2020: 41). Obnovom Kneževe palače, Koncertni ured Zadar stekao je nove prostore za organizaciju koncerata, festivala, glazbenih večeri i natjecanja. Kao javna ustanova, Koncertni ured Zadar je, u suradnji s Zajednicom udruga Centar nezavisne kulture, pokrenuo u ljeto 2019. godine inicijativu Kino Zona, omogućivši korištenje svojih prostora za zimske filmske projekcije. Arheološki muzej Zadar, također smješten unutar starog grada, predstavlja neprocjenjiv izvor za proučavanje kulturne povijesti, od kamenog doba do srednjeg vijeka. Aktivnosti muzeja, koje uključuju istraživanja, konzervaciju i izlaganje arheoloških artefakata, značajno doprinose očuvanju i razumijevanju kulturne baštine. Njihovo godišnje glasilo *Diadora* dodatno obogaćuje akademsku i kulturnu scenu publikacijom znanstvenih radova. Muzej antičkog stakla, otvoren 2009. godine, sadrži zbirku od preko pet tisuća antiknih staklenih predmeta i organizira raznolike radionice i izložbe, te je nacionalno nagrađivan (Jelinčić i Tišma, 2020). U 2023. godini muzej je zabilježio ukupno 57 396 posjetitelja (URL1). Međunarodni centar za podvodnu arheologiju u Zadru, smješten blizu lučke obale, ključna je institucija za očuvanje podvodne kulturne baštine, promovirajući međunarodne standarde zaštite i pružajući obrazovne i istraživačke aktivnosti u tom specifičnom području (URL2).

Hrvatsko narodno kazalište Zadar, prethodno poznato kao Narodno kazalište Zadar i Hrvatska kazališna kuća Zadar, osnovano je 1945. godine i bilježi dugu povijest djelovanja. Osnivanje ovog kazališta bilo je od posebne važnosti za Zadar, koji je zbog dvadesetogodišnje talijanske okupacije izgubio kontinuitet hrvatske kulture. Kazalište je stoga imalo zadatak obnoviti kulturni život i ponovno povezati stanovništvo s hrvatskom kulturnom baštinom. Postalo je ključni centar kulturnog i umjetničkog života u gradu i okolici (Vigato, 2012). Kazalište lutaka Zadar, kao druga važna javna kulturna institucija u području dramske umjetnosti, započelo je svoj rad 1952. godine s predstavom *Crvenkapica* Vladimira Nazora u režiji Mile Gatara (Smoljanović, 2019). Danas ovo kazalište, s više od pedeset godina rada, možemo pronaći na Poluotoku, nakon što su se Zadarski lutkari 2011. godine službeno preselili u novoizgrađenu zgradu Kazališta lutaka (URL3).

Gradska knjižnica Zadar središnja je posudbena narodna knjižnica u Zadru i ključna je institucija za lokalnu zajednicu zbog brojnih događanja koje podržava ili organizira. Svojim programima obuhvaća sve dobne skupine te djeluje ne samo u glavnoj zgradi, već i u ograncima Bili brig, Crno, Ploča i Arbanasi. Odnedavno je otvoren i odjel za mlade u zgradi tzv. Centra za mlade. Knjižnica također raspolaže bibliobusom za širu dostupnost usluga (Jelinčić i Tišma, 2020). Ove godine obilježila je 25 godina od preseljenja u sadašnju zgradu na Relji, kamo je došla 1999. iz Kneževe palače. Uz to, obilježila je i 75 godina samostalnog djelovanja, koje je započelo 1. ožujka 1947. (Baljak, 2024). Znanstvena knjižnica Zadar, koja se smatra jednom od najvećih hrvatskih knjižnica općeznanstvene prirode, ima bogatu povijest i važnu ulogu u obrazovanju i znanstvenom istraživanju. Osnovana 1855. godine, knjižnica je od tada značajno doprinijela očuvanju kulturne baštine i pružanju raznih usluga korisnicima, uključujući studentima i znanstvenicima. Osim posudbe knjiga, knjižnica se bavi izdavaštvom, organizira godišnje izložbe i razne događaje poput predstavljanja knjiga, predavanja i okruglih stolova. Također, nudi digitalne resurse kao što su zvučne knjige i pregled kulturne baštine (Jelinčić i Tišma, 2020). Do nedavno, knjižnica je bila pod vlasništvom Grada Zadra, no prema odluci iz 2023. godine, njezina osnivačka prava prešla su na Sveučilište u Zadru (Odluka o prijenosu osnivačkih prava nad ustanovom Znanstvena knjižnica Zadar na Sveučilište u Zadru, 2023).

Komercijalno-spektakularna treća mjesta koja možemo pronaći u gradu Zadru uglavnom su privatni subjekti koji nude kulturne sadržaje, ali nemaju sjedište u Zadru. Primjer takvog mjesta je Blitz CineStar, koji je nastao 2003. godine kao zajednički pothvat

njemačkog kinoprikazivača Kieft & Kieft GmbH i Blitz film i video distribucije, vodećeg filmskog distributera u Hrvatskoj i susjednim zemljama (URL5). Kino lanac CineStar nudi filmske projekcije kao svoju osnovnu aktivnost. CineStar posjetiteljima pruža prikazivanje domaćih i stranih filmova, pri čemu je filmski program prvenstveno oblikovan komercijalnim interesima (Jelinčić i Tišma, 2020). Prema Staniulytė (2015), komercijalna kinematografija prvenstveno je vođena profitom, koristeći poznate obrasce ili klišeje kako bi privukla široku publiku. To je industrija koja proizvodi serijske proizvode, fokusirajući se na široku privlačnost umjesto na umjetničke eksperimente, za razliku od umjetničke ili nezavisne kinematografije, koja daje prednost estetskim vrijednostima. Komercijalni uspjeh CineStar kina ogleda se u njihovim pažljivo osmišljenim strategijama za privlačenje posjetitelja. Udobna sjedala koja omogućuju izniman komfor, vrhunska tehnologija prikazivanja te raznolika ponuda hrane i pića, sve su to elementi koji čine kino iskustvo privlačnijim. Ove strategije ne samo da poboljšavaju užitak gledatelja, već i produžuju njihov boravak u kinu, čime CineStar dodatno povećava svoju komercijalnu uspješnost. Uz to, primjena premium tehnologije koja pruža interaktivna iskustva i omogućuje gledateljima da se osjećaju kao dio filma, doprinosi spektakularnoj dimenziji ovih prostora. Tehnologije poput 4DX omogućuje gledateljima da se osjećaju kao dio filma. 4DX koristi različite fizičke efekte poput pomicanja sjedala, vjetrova, magle, mirisa i vibracija, kako bi dodatno pojačao doživljaj filma i omogućio gledateljima da se urone u radnju (URL6). Muzej iluzija, kao drugi primjer komercijalno-spektakularnog trećeg mjesta u Zadru, osnovan je 2015. godine u Zagrebu te se nalazi u privatnom vlasništvu tvrtke Satoro d.o.o.. Valja istaknuti kako ovaj muzej „nema službeni status muzeja jer ne posjeduje nikakve povijesne ili kulturno specifične izložbene zbirke. Može se reći da ponuda te tvrtke djeluje na području zabavne kulture“ (Jelinčić i Tišma, 2020: 58). Od svog osnutka, ovaj muzej se proširio diljem svijeta i postao najveći lanac privatnih muzeja globalno. Komercijalni uspjeh Muzeja iluzija rezultat je strategija koje tim stručnjaka koji upravlja muzejom primjenjuje, a koje osiguravaju stalnu privlačnost i uspjeh muzeja. U intevjuu za portal Design Blog Roko Živković, osnivač i vlasnik Muzeja iluzija u Zagrebu, otkriva kako muzeji kontinuirano obnavljaju svoje eksponate kako bi održali zanimljivost sadržaja – „Svaki muzej prosječno okuplja 70-ak eksponata. Njihova izrada je zapravo neprekidan proces jer iza svakog Muzeja iluzija stoji ideja o konstantnom unaprjeđenju i osvježavanju postava, kako bi sadržaj koji nudimo bio zanimljiv svim posjetiteljima. Zato eksponate u pojedinom muzeju nastojimo mijenjati u prosjeku svake dvije godine“ (URL7). Drugi ključni aspekt komercijalnosti ovog mjesta je prodaja suvenira i didaktičkih igračaka u

muzejskim trgovinama. Ovi proizvodi omogućuju posjetiteljima da ponese dio svog uzbudljivog iskustva kući, a značajan su izvor prihoda za muzeje pored ulaznica. Spektakularnost Muzeja iluzija odlikuje se njihovom interaktivnom prirodom. Dok tradicionalni muzeji često zabranjuju dodirivanje izložaka, Muzej iluzija potiče posjetitelje na interakciju s eksponatima, omogućujući im da doslovno urone u iluzije i dožive nezaboravna i uzbudljiva iskustva. Štoviše, virtualni aspekt muzeja, kako naglašava Teo Širola, drugi direktor Muzeja Iluzija uz Roka Živokovića, „neophodan je dio naše priče, budući da je Muzej od samog početka zamišljen kao prostor u kojem se stvaraju najneobičnije fotografije koje se potom dijele s pratiteljima na društvenim mrežama“ (Debeljak, 2022).

U gradu Zadru, izvaninstitucionalna kulturna treća mjesta poput autonomnih kulturnih centara Knjigozemske i Nigdjezemske igraju ključnu ulogu u kulturnom životu grada, nudeći alternativu tradicionalnim kulturnim institucijama kao što su kazališta, muzeji i sl. Prema Tonković, Krolo i Žuvela (2022), cilj kulturnih centara je stvaranje suvremenih prostora za kulturnu participaciju, što ne znači zamjenu tradicionalnih institucija, već stvaranje manje institucionaliziranog okruženja koje nije ograničeno klasnim ili elitističkim normama. Kulturni centri su, dakle, zamišljeni kao prostori koji potiču društvenu koheziju, afirmaciju različitosti te pružaju priliku za osobnu i kolektivnu emancipaciju, suprotno zatvorenim i ekskluzivnim karakteristikama tradicionalnih kulturnih ustanova (Tonković, Krolo i Žuvela, 2022). Knjigozemska, koju koordinira udruga Punktum, te Nigdjezemska, koja je nastala kroz neformalnu građansku inicijativu, primjer su takvih prostora u Zadru. Nigdjezemska, osnovana 2012. godine, smještena je u preuređenoj bivšoj kotlovnici vojarne Stjepana Radića, koju je inicijativa skvotirala i pretvorila u prostor za kulturne aktivnosti. Od 2015. godine, ovaj centar funkcionira prema „uradi sam“ etici, organizirajući koncerte, diskusije, radionice, projekcije i druge aktivnosti, te služi kao besplatni dućan, komunalni vrt i knjižnica-infoshop (Sirovica, 2021). Ipak, budućnost ovog prostora je neizvjesna, budući da je grad Zadar preuzeo vlasništvo nad dijelom bivše vojne nekretnine s planom da ondje otvori Centar za mlade (Tešić, 2019). Knjigozemska, osnovana 2009. godine, također je ključno mjesto nezavisne kulturne scene u Zadru. Nudi raznolike aktivnosti, uključujući izložbe, koncerte, književne večeri i filmske projekcije, te okuplja različite udruge i inicijative, poput Punktuma i Zapisa. Unatoč pravnim problemima i sporovima s gradskim vlastima, koje su tražile iseljenje korisnika, Knjigozemska i dalje uživa podršku javnosti, a njezin rad ostaje značajan dio zadarske kulturne scene (URL8).

Geografska raspodjela kulturnih mjesta u Zadru otkriva značajnu koncentraciju svih važnijih kulturnih institucija u centru grada, specifično u povijesnoj jezgri grada te područjima poput Voštarnice i Jazina (vidi Sliku 3). Ova centralizacija uključuje različite tipove kulturnih prostora, od tradicionalnih institucija kao što su muzeji i galerije, preko nezavisnih kulturnih inicijativa, do komercijalno-spektakularnih prostora. Sva ova mjesta ključna su za kulturnu dinamiku grada, ali njihova koncentracija u središtu Zadra može prouzročiti nekoliko problema. Naime, ovakva raspodjela kulturnih sadržaja prvenstveno favorizira centar grada na račun perifernih gradskih četvrti, poput Dikla, Bokanjca, Dračevca i Ploča, koje su udaljenije od povijesne jezgre, te samim time zanemarene u pogledu kulturnih ponuda. Ovo može dovesti do smanjenog pristupa kulturnim sadržajima za stanovnike tih područja, što može utjecati na njihov kulturni i socijalni razvoj. Drugi problem leži u tome što su nezavisne kulturne inicijative često ograničene na centar, što može suziti prostor za razvoj novih i alternativnih kulturnih izraza izvan tog područja. Sve u svemu, ova koncentracija može imati dugoročne posljedice za kulturnu scenu grada. Povećanje pristupa kulturnim sadržajima u perifernim dijelovima grada ne samo da bi obogatilo kulturni život cijelog grada, već bi moglo pomoći u smanjenju socijalne i kulturne nejednakosti.

4. Hipoteze

Na temelju prethodno definiranih ciljeva, formulirana su sljedeća istraživačka pitanja:

1. Postoji li razlika u učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta u Zadru između muškaraca i žena?
2. Postoji li razlika u učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta u Zadru s obzirom na obrazovanje?
3. Postoji li razlika u učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta u Zadru među stanovnicima različitih gradskih četvrti u Zadru?
4. Postoji li statistički značajna povezanost između socioekonomskih varijabli, poput mjesečnih prihoda i zadovoljavanja potreba kućanstava, i učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta, uz kontrolu sociodemografskih čimbenika?
5. Postoji li povezanost između različitih motiva i učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta u Zadru?
6. Postoji li povezanost između učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta i društvenog kapitala (povezujućeg i premošćujućeg)?

Hipoteze koje su se razvile iz postavljenih istraživačkih pitanja:

H1: Postoji statistički značajna razlika u učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta u Zadru s obzirom na spol.

H2: Postoji statistički značajna razlika u učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta u Zadru s obzirom na stupanj obrazovanja.

H3: Postoji statistički značajna razlika u učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta u Zadru s obzirom na gradsku četvrt ispitanika.

H4: Postoji statistički značajna povezanost između socioekonomskih varijabli, uključujući mjesečne prihode, zadovoljavanje potreba kućanstava, i učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta, uz kontrolu sociodemografskih čimbenika.

H5: Postoji statistički značajna povezanost između različitih motiva i učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta.

H6a: Postoji statistički značajna povezanost između učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta i povezujućeg društvenog kapitala.

H6b: Postoji statistički značajna povezanost između učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta i premošćujućeg društvenog kapitala.

5. Metodologija

U ovom istraživanju usvojen je postpozitivistički svjetonazor koji dovodi u pitanje apsolutnu istinu u znanju i priznaje da apsolutna sigurnost u razumijevanju ljudskog ponašanja nije moguća (Creswell i Cresswell, 2017). Istraživanje koristi kvantitativnu istraživačku metodu, specifično anketu, kako bi se prikupili podaci od stanovnika grada Zadra. Anketa je provedena u kolovozu 2024. godine putem internetske platforme Google Forms, a sudjelovalo je ukupno 163 ispitanika. U istraživanju je korištena metoda prigodnog uzorkovanja, pri čemu su ispitanici odabrani iz populacije prema unaprijed definiranim kriterijima. Ovi kriteriji su uključivali da ispitanici budu punoljetni i da borave u Zadru, čime je određena ciljana populacija. Metoda prigodnog uzorkovanja omogućila je prikladan odabir uzorka unutar specifične skupine, ali je važno napomenuti da ova metoda može smanjiti mogućnost potpune reprezentativnosti i uvođenje pristranosti u rezultate. Cilj je bio prikupiti podatke od ljudi koji zadovoljavaju ove specifične uvjete kako bi se dobili relevantni uvidi za istraživanje. Svi aspekti istraživanja provedeni su u skladu s etičkim standardima, pri čemu je osigurana potpuna anonimnost ispitanika. Prikupljeni podaci korišteni su isključivo u istraživačke svrhe, što je jasno naglašeno svim sudionicima prije početka ispunjavanja ankete, kako bi se osigurala njihova informirana suglasnost i zaštita privatnosti.

Anketni upitnik sastoji se od četiri glavne vrste pitanja, prilagođenih za prikupljanje relevantnih informacija za istraživanje. Prva vrsta pitanja fokusira se na sociodemografske i socioekonomske karakteristike ispitanika, uključujući informacije poput spola, dobi, gradskih četvrti, obrazovanja, obrazovanja roditelja, trenutnog radnog statusa, mjesečnih prihoda, procjene zadovoljavanja potreba kućanstva, izvora financiranja, stambenog statusa i broja članova kućanstva. Ovi podaci omogućuju detaljno razumijevanje socijalne i ekonomske strukture ispitanika.

Druga vrsta pitanja usredotočena je na učestalost posjećivanja kulturnih mjesta u Zadru, pružajući uvid u to koliko često i koja specifična kulturna mjesta ispitanici posjećuju, što pomaže u razumijevanju kulturnih aktivnosti u gradu. Za izgradnju ove skale korišteni su podaci o javnim ustanovama u kulturi u Zadru identificirani u istraživanju Tonković, Krolo i Marčelić (2020). Od 12 identificiranih ustanova, u skalu je uključeno 10, i to: Narodni muzej Zadar, Arheološki muzej Zadar, Muzej antičkog stakla, Hrvatsko narodno kazalište Zadar, Kazalište lutaka Zadar, Gradska knjižnica Zadar, Znanstvena knjižnica Zadar, Koncertni ured

Zadar, Međunarodni centar za podvodnu arheologiju i CineStar Zadar (2020: 54). Preostala mjesta navedena u skali ovog istraživanja su originalna, odnosno razvijena od strane istraživača.

Treća vrsta pitanja istražuje razloge zbog kojih ispitanici posjećuju kulturna mjesta. Neka od pitanja za ovu skalu preuzeta su sa skale Manolike i Baltzisa (2020), koja mjeri 37 motiva koji utječu na kulturnu potrošnju. Specifično, preuzete su sljedeće čestice: „da se opustim od svakodnevnog stresa“, „da promijenim istu rutinu koja me dosađuje“, „da učim o nepoznatim temama“, „da proširim opće znanje“, „da provodim više vremena s obitelji“, „da budem okružen/a s osobama sličnih interesa“, „da provodim vrijeme s prijateljima“, „da upoznam nove ljude“ i „da bih se zabavio/la“. Čestice koje se odnose na dodatne motive i prepreke, poput interesa za aktivnosti i ponudu kulturnih mjesta, nedostatka slobodnog vremena, troškova povezanih s posjećivanjem kulturnih mjesta i udaljenosti, razvijene su na temelju specifičnih potreba ovog istraživanja. Sve čestice mjere se Likertovom skalom, pri čemu 1 označava „uopće se ne odnosi na mene“, a 5 „potpuno se odnosi na mene“.

Posljednja vrsta pitanja usmjerena je na mjerenje društvenog kapitala ispitanika, pri čemu je korištena revidirana verzija skale osobnog društvenog kapitala koju su razvili Chen i sur. (2009). Skala je prilagođena za hrvatski jezik kako bi se očuvala preciznost pitanja. Originalna skala obuhvaća 10 tvrdnji (sa ukupno 42 čestice) koje se mjere Likertovom skalom. U revidiranoj verziji, skala je modificirana na sljedeći način. Naime, prvih 5 čestica, svaka s 6 kategorija (obitelj, rođaci, susjedi, prijatelji, kolege, zemljaci/stari školski kolege), mjeri povezujući društveni kapital. Kako bi se prevladali problemi s prijevodom termina „few“ i „some“, Likertova skala je prilagođena na 4 stupnja: „nitko“, „nekoliko“, „većina“ i „svi“. Ova prilagodba također je primijenjena na čestice koje mjere premošćujući društveni kapital. Osim toga, kategorija „zemljaci/stare kolege iz razreda“ je izbačena zbog mogućih poteškoća s relevantnošću za ispitanike koji još nisu završili školu ili su cijeli život proveli u istom gradu. Kod posljednje čestice koja mjeri povezujući kapital, pitanje je promijenjeno s „Kada se uzmu u obzir ljudi u svih šest kategorija, koliko njih posjeduje sljedeće resurse?“ u „Koliko osoba među navedenima posjeduje neke resurse ili imovinu (političku moć, novčano bogatstvo, široku mrežu poznanika, visok ugled, visoko obrazovanje ili ugledan posao)?“ kako bi se jasnije ispitalo tko posjeduje navedene resurse.

Preostalih pet čestica iz originalne skale Chen i sur. (2009) služilo je kao mjera premošćujućeg društvenog kapitala. Prve četiri čestice obuhvaćaju dvije kategorije „političke

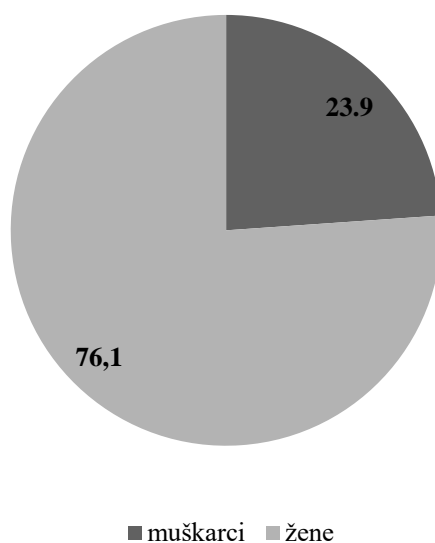
i društvene grupe/organizacije“ i „kulturne i rekreativne grupe/organizacije“. Prva čestica je izbačena u revidiranoj verziji jer se odnosila na procjenu broja takvih grupa ili organizacija u Zadru. Kod druge čestice, koja ispituje članstvo u tim grupama ili organizacijama, stupnjevi su promijenjeni u „član/ica sam“ i „nisam član/ica“. Treća i četvrta čestica, koje su se prvotno mjerile Likertovom skalom, također su modificirane na četiri stupnja, slično kao i za povezujući društveni kapital. Kod posljednje čestice, koja mjeri resurse koje posjeduju grupe ili organizacije, kategorija „značajna moć za donošenje odluka“ je uklonjena zbog sličnosti s kategorijom „jak utjecaj u društvu“.

Upitnik je distribuiran putem različitih komunikacijskih sredstava. Prvo je poziv za sudjelovanje u istraživanju poslan kulturnim udrugama u Zadru, uz molbu da podijele upitnik članovima svojih udruga te drugima koji su voljni sudjelovati. Popis tih kulturnih udruga i organizacija sastavljen je putem Registra umjetničkih organizacija i Registra udruga, gdje su identificirane aktivne kulturne udruge i organizacije u Zadru. Nakon toga, službene stranice tih udruga korištene su za pronalaženje kontaktnih adresa na koje je upitnik poslan. Konačna lista obuhvaćala je 30 udruga i organizacija koje djeluju u kulturi. Na kraju, upitnik je distribuiran i kroz osobnu mrežu istraživačice te prosljeđen prolaznicima u Zadru koji su iskazali interes za sudjelovanjem. Prikupljeni podaci naknadno su obrađeni uz pomoć statističkog softvera STATISTICA. Za analizu rezultata korištene su različite statističke metode, uključujući deskriptivnu analizu podataka, t-test, analizu varijance (ANOVA), analizu korelacije i višestruku regresijsku analizu.

6. Rezultati

6.1. Opis uzroka

U provedenom istraživanju, sudjelovalo je ukupno 163 građana i građanki Zadra. Od tog, 124 ispitanika su žene, dok su 39 muškarci. Ova demografska distribucija ukazuje na značajnu premoć žena u uzorku, s udjelom od 76,1%, dok muškarci čine 23,9% ukupnog broja ispitanika (vidi Sliku 4). Ovi podaci nisu iznenađujući jer je u online anketnim istraživanjima često prisutan veći broj ženskih ispitanica u usporedbi s muškarcima, budući da žene pokazuju veću sklonost dobrovoljnom popunjavanju online upitnika. Što se tiče dobne distribucije, ona se kreće u rasponu od 18 do 60 godina. Zbog toga je ta varijabla naknadno rekodirana u četiri dobne skupine kako bi se omogućila preciznija analiza i interpretacija podataka.



Slika 4: Spolna struktura ispitanika

Prva dobna skupina obuhvaća osobe u rasponu od 18 do 24 godine. Druga dobna skupina uključuje osobe u dobi od 25 do 34 godine. Treća skupina obuhvaća osobe u dobi od 35 do 44 godine, dok posljednja skupina obuhvaća osobe od 45 godina i više. Najveći postotak ispitanika pripada dobnoj skupini od 25 do 34 godine (34,4%), dok je sljedeći najbrojniji raspon od 18 do 24 godine (33,1%). Treća po veličini je dobna skupina od 35 do 44 godine (20,25%), dok najmanji postotak ispitanika pripada rasponu od 45 godina i više (12,3%) (vidi Tablicu 1). Prosječna dob ispitanika iznosi 31 godinu ($M= 31,1$, $SD= 10,2$).

Tablica 1: Dobna struktura ispitanika

Dob	N	%
<i>18-24</i>	54	33,1
<i>25-34</i>	56	34,4
<i>35-44</i>	33	20,2
<i>45+</i>	20	12,3
UKUPNO	163	100

Najveći udio ispitanika u ovom istraživanju stanuje u gradskoj četvrti Višnjik (9,8%), dok su Gaženica i Novi Bokanjac najmanje zastupljene četvrti (1,8%). Također, značajan broj također stanuje u gradskim četvrtima kao što su Diklo i Poluotok (8,6%). Istraživanje nažalost nije obuhvatilo gradsku četvrt Ploča i Dračevac, budući da nisu pronađeni ispitanici iz tih područja. Detaljan pregled podataka može se vidjeti u Tablici 2, koja pruža uvid u raspodjelu ispitanika po gradskim četvrtima.

Tablica 2: Četvrt stanovanja ispitanika

Gradska četvrt	N	%
<i>Višnjik</i>	16	9,8
<i>Diklo</i>	14	8,6
<i>Poluotok</i>	14	8,6
<i>Arbanasi</i>	13	8
<i>Bili Brig</i>	13	8
<i>Brodarica</i>	11	6,7
<i>Voštarnica</i>	10	6,1
<i>Plovanija</i>	9	5,5
<i>Crvene kuće</i>	7	4,3
<i>Ričina</i>	7	4,3
<i>Smiljevac</i>	7	4,3
<i>Stanovi</i>	7	4,3

<i>Bokanjac</i>	6	3,7
<i>Jazine 2</i>	5	3,1
<i>Maslina</i>	5	3,1
<i>Vidikovac</i>	5	3,1
<i>Jazine 1</i>	4	2,5
<i>Puntamika</i>	4	2,5
<i>Gaženica</i>	3	1,8
<i>Novi Bokanjac</i>	3	1,8
UKUPNO	163	100

Radi lakšeg provođenja kasnijih analiza, gradske četvrti su rekodirane u tri zone ili dijela grada: centar (Jazine 1, Jazine 2, Poluotok, Višnjik, Voštarnica), poluperiferiju (Arbanasi, Bili Brig, Brodarica, Crvene kuće, Maslina, Plovanija, Puntamika, Smiljevac, Stanovi, Vidikovac) te periferiju (Bokanjac, Diklo, Dračevac, Gaženica, Novi Bokanjac, Ploča, Ričina). Tablica 3 pokazuje da najveći udio ispitanika živi na poluperiferiji (49,7%), dok u centru grada boravi 29,4%, a najmanji postotak ispitanika dolazi s periferije (20,9%).

Tablica 3: Dio grada u kojem ispitanici žive

Dio grada	N	%
<i>poluperiferija</i>	81	49,7
<i>centar</i>	48	29,4
<i>periferija</i>	34	20,9
UKUPNO	163	100

Što se tiče obrazovanja ispitanika, početna varijabla uključivala je skalu od 9 stupnjeva. Međutim, radi jednostavnosti analize, varijabla je rekodirana u skalu od 3 stupnja: primarno obrazovanje, sekundarno obrazovanje i tercijarno obrazovanje. Iz Tablice 4 možemo uočiti da najveći postotak ispitanika ima sekundarno obrazovanje, koje obuhvaća trogodišnju i četverogodišnju srednju strukovnu školu te gimnaziju, što čini 65,6% ukupnog uzorka.

Ispitanici s tercijarnim obrazovanjem, uključujući preddiplomski i diplomski stručni studij, preddiplomski i diplomski sveučilišni studij i poslijediplomski studij, čine 29,4% uzorka. S druge strane, ispitanici s primarnim obrazovanjem čine 4,9% ukupnog uzorka. U usporedbi s podacima iz Popisa stanovništva iz 2021. godine specifično za grad Zadar, istraživanje pokazuje značajne razlike u obrazovnoj strukturi sudionika. Dok popis stanovništva bilježi 55,5% ljudi s završenim sekundarnim obrazovanjem, istraživanje pokazuje veći postotak sudionika s tim obrazovanjem. Udio sudionika s tercijarnim obrazovanjem u istraživanju gotovo je identičan onome navedenom u Popisu stanovništva (30,9%). Međutim, udio sudionika s osnovnim obrazovanjem ili niže u istraživanju značajno je manji u odnosu na podatke s popisa (13,7%). Ove razlike sugeriraju da uzorak ovog istraživanja ima višu razinu obrazovanja u usporedbi s općom populacijom grada Zadra prema podacima Popisa stanovništva 2021. godine (URL9).

Tablica 4: Obrazovni stupanj ispitanika

Obrazovanje	N	%
<i>primarni stupanj obrazovanja</i>	8	4,9
<i>sekundarni stupanj obrazovanja</i>	107	65,6
<i>tercijarni stupanj obrazovanja</i>	48	29,4
UKUPNO	163	100

Razmatrajući obrazovni stupanj roditelja ispitanika, istraživanje je utvrdilo da većina majki ispitanika (87,1%) i očeva ispitanika (90,8%) ima završeno osnovno i srednje obrazovanje. Budući da je postotak roditelja s tercijarnim obrazovanjem vrlo nizak, što može uzrokovati probleme s analizama, načinjena je varijabla koja mjeri zajednički obrazovni stupanj oba roditelja ispitanika. Iz Tablice 5 možemo vidjeti da je dominantna razina obrazovanja među roditeljima ispitanika primarno i sekundarno obrazovanje, što predstavlja 85,3% uzorka. Samo 14,7% ispitanika dolazi iz obitelji u kojima jedan ili oba roditelja imaju tercijarno obrazovanje. Ovaj nerazmjer ukazuje na to da većina ispitanika potječe iz obitelji s nižim obrazovnim razinama.

Tablica 5: Obrazovni stupanj roditelja ispitanika

Obrazovni stupanj	N	%
--------------------------	----------	----------

<i>primarni i sekundarni</i>	139	85,3
<i>tercijarni stupanj (jedan ili oba roditelja)</i>	24	14,7
UKUPNO	163	100

Nadalje, što se tiče trenutnog statusa ispitanika/ica, prema podacima prikazanim u Tablici 6, najveći postotak čine zaposleni, njih 49,7%. Sljedeća skupina su oni koji se školuju ili studiraju, čineći 27,6% uzorka. Oko 8% ispitanika brine o kućanstvu, dok su najmanje zastupljeni umirovljenici s 1,8%. Ukupni postotak ispitanika koji su zaposleni, uključujući samozaposlene i poslodavce ili vlasnike obrta, iznosi 56,4%.

Tablica 6: Trenutni status ispitanika

Trenutni status	N	%
<i>Radim kao zaposlenik/ica</i>	81	49,7
<i>Samozaposlen/a ili poslodavac</i>	11	6,7
<i>Nezaposlen/a</i>	10	6,1
<i>Školujem se/studiram</i>	45	27,6
<i>Umirovljenik/ca</i>	3	1,8
<i>Brinem o kućanstvu</i>	13	8
UKUPNO	163	100

Iz Tablice 7 možemo vidjeti kako podaci odražavaju raznolikost izvora financiranja među ispitanicima, ilustrirajući kako se ljudi oslanjaju na različite oblike financijske podrške i prihoda. Najveći broj ispitanika (56,4%) financira se vlastitom plaćom, što ukazuje na visoku razinu financijske neovisnosti. Međutim, značajan dio ispitanika (28,2%) još uvijek ovisi o roditeljima, dok 20,9% njih dobiva podršku od partnera/ice, što naglašava važnost obiteljskih veza i međusobne pomoći unutar kućanstava. Manji postotak ispitanika oslanja se na studentski posao, stipendije, prihode od imovine, nasljedstva, uštedevine i druge izvore prihoda, što ukazuje na raznovrsne, ali rjeđe korištene izvore financijske stabilnosti.

Tablica 7: Izvori financija

Izvor financija	N	%
<i>uzdržavan/a od strane roditelja</i>	46	28,2

<i>uzdržavan/a od strane drugog obiteljskog člana</i>	8	4,9
<i>uzdržavan/ od strane partnera/ice</i>	34	20,9
<i>studentski posao</i>	12	7,4
<i>stipendija</i>	13	8
<i>obiteljska mirovina</i>	2	1,2
<i>vlastita plaća</i>	92	56,4
<i>prihodi od imovine (najamnine, zakupnine)</i>	13	8
<i>nasljedstvo</i>	7	4,3
<i>ušteđevina</i>	13	8
<i>mirovina</i>	3	1,8
<i>socijalna pomoć, invalidnina</i>	3	1,8

Prema podacima iz Tablice 8, većina ispitanika (47,9%) ocjenjuje da lako mogu zadovoljiti potrebe svog kućanstva, dok manji broj njih (9,2%) navodi da to čine prilično lako. Istovremeno, 3,1% ispitanika izvještava da vrlo lako podmiruju svoje kućanske potrebe. Međutim, značajan dio ispitanika suočava se s određenim poteškoćama; 25,2% ih navodi da to čine uz male poteškoće, dok 11,7% priznaje da imaju poteškoća u zadovoljavanju potreba. Najmanji udio, 3,1%, priznaje da to čine uz velike poteškoće. Ovi rezultati upućuju na to da, iako većina ispitanika uspijeva zadovoljiti osnovne potrebe kućanstva, postoji značajna manjina koja se suočava s financijskim izazovima, što ukazuje na prisutnost socioekonomskih razlika unutar promatrane populacije. U usporedbi s podacima Državnog zavoda za statistiku, ispitanici ovog istraživanja u prosjeku lakše zadovoljavaju potrebe kućanstva u odnosu na nacionalni prosjek. Podaci prikazuju kako je postotak onih koji se suočavaju s poteškoćama manji od nacionalnog prosjeka (40% u ovom istraživanju naspram 66,3% na nacionalnoj razini), dok je postotak onih koji izvještavaju o lakoći zadovoljenja potreba značajno veći od nacionalnog prosjeka (60,2% u ovom istraživanju naspram 33,8% na nacionalnoj razini) (URL10).

Tablica 8: Zadovoljenje potreba kućanstva

	N	%
<i>uz velike poteškoće</i>	5	3,1
<i>uz poteškoće</i>	19	11,7
<i>uz male poteškoće</i>	41	25,2
<i>lako</i>	78	47,9

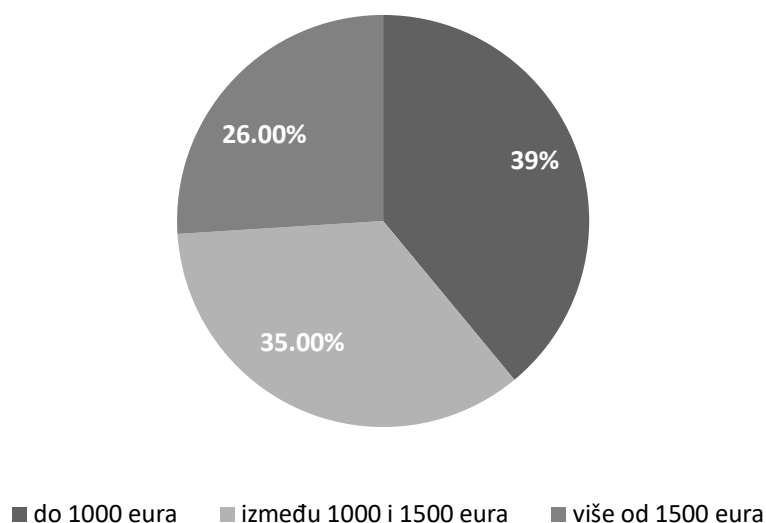
<i>prilično lako</i>	15	9,2
<i>vrlo lako</i>	5	3,1
UKUPNO	163	100

Analizirajući mjesečne prihode kućanstava, dobivamo sljedeće uvide. Naime, najmanji dio ispitanika (0,4%) ima mjesečne prihode manje od 300 eura. Veći broj kućanstava (6,9%) zarađuje između 300 i 700 eura mjesečno, dok je značajan postotak, njih 18,6%, smješten u rasponu između 700 i 1000 eura. Najveći udio ispitanika (23,1%) ostvaruje mjesečne prihode između 1000 i 1500 eura, dok tek samo mali postotak (1,2%) zarađuje više od 2000 eura mjesečno. Ovi podaci otkrivaju da većina kućanstava pripada srednjim prihodovnim skupinama, dok je broj kućanstava s vrlo niskim i vrlo visokim prihodima relativno malen (vidi Tablicu 9).

Tablica 9: Mjesečni prihodi kućanstva

	N	%
<i>manje od 300 eura</i>	1	0,4
<i>između 300 i 700 eura</i>	17	6,9
<i>između 700 i 1000 eura</i>	46	18,6
<i>između 1000 i 1500 eura</i>	57	23,1
<i>između 1500 i 2000 eura</i>	39	15,8
<i>više od 2000 eura</i>	3	1,2
UKUPNO	163	100

U svrhu kasnijih analiza, mjesečni prihodi rekodirani su u tri prihodovna razreda. Referentna kategorija bila je „između 1000 i 1500 eura“. Kategorije „manje od 300 eura“, „između 300 i 700 eura“ i „između 700 i 1000 eura“ objedinjene su u kategoriju „do 1000 eura“, dok su kategorije „između 1500 i 2000 eura“ i „više od 2000 eura“ objedinjene u kategoriju „više od 1500 eura“. Na Slici 5 prikazana je detaljna distribucija ovih podataka.



Slika 5: Prihodovni razredi

Kada razmatramo stambeni status ispitanika, većina njih živi u smještaju bez plaćanja stanarine, odnosno borave kod roditelja, partnera/ice ili druge osobe, što čini 54% uzorka. Sljedeću skupinu čine ispitanici koji su vlasnici nekretnine bez hipoteke ili kredita, jer su nasljednici iste, a njih je 18,4%. Oko 15,3% ispitanika živi kao podstanari i plaća stanarinu privatnoj osobi. Najmanje zastupljeni su oni koji su vlasnici ili kupci nekretnine s hipotekom ili kreditom, s udjelom od samo 0,65% (vidi Tablicu 10).

Tablica 10: Stambeni status ispitanika

Stambeni status	N	%
<i>Vlasnik/kupac bez hipoteke/kredita</i>	19	11,7
<i>Vlasnik/nasljednik nekretnine bez hipoteke/kredita</i>	30	18,4
<i>Podstanar, plaća stanarinu privatnoj osobi</i>	25	15,3
<i>Smještaj bez plaćanja stanarine (kod roditelja, partnera)</i>	88	54
<i>Vlasnik/kupac s hipotekom/kreditom</i>	1	0,6
UKUPNO	163	100

Prosječan broj osoba u kućanstvu među ispitanicima iznosi 2,8, s standardnom devijacijom od 1,30, što ukazuje na određenu varijaciju u veličini kućanstava. Raspon broja osoba u kućanstvima kreće se od 1 do 6, što sugerira da su kućanstva u uzorku relativno

raznolika u pogledu broja članova (vidi Tablica 11). Najviše kućanstava ima 2 člana (30,1%), dok najmanje ima više od 4 člana (11%). Ovi podaci odražavaju različite obiteljske strukture i veličine kućanstava unutar uzorka.

Tablica 11: Deskriptivni prikaz broja osoba u kućanstvu

	N	M± SD	Min	Max
<i>broj_osoba</i>	163	2,8± 1,30	1	6

6.2. Deskriptivni pregled rezultata istraživanja

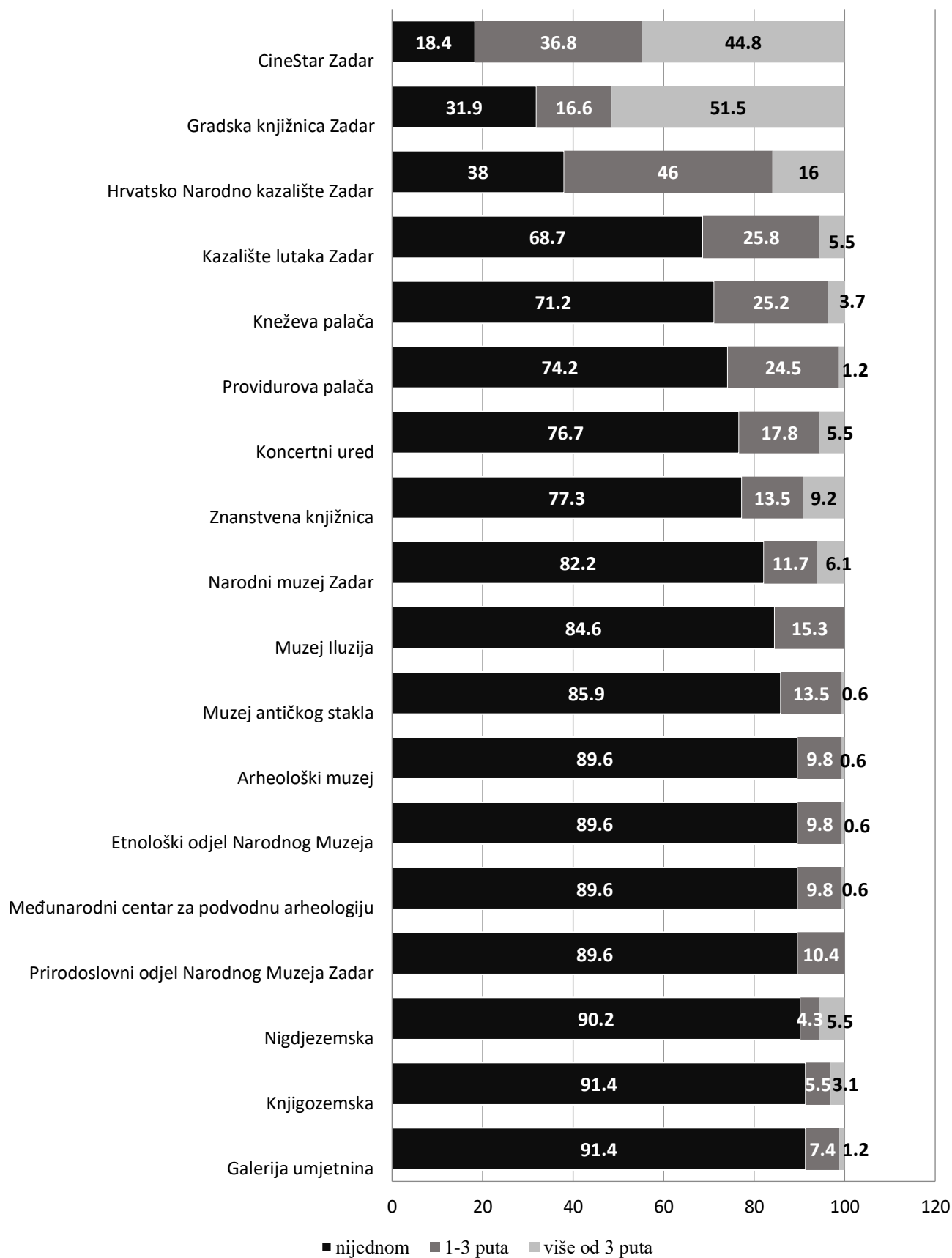
6.2.1. Učestalost posjećivanja kulturnih trećih mjesta

Ispitanici su bili zamoljeni da ocijene učestalost svojih posjeta različitim kulturnim mjestima u gradu u posljednjih 12 mjeseci. Upitnik je obuhvaćao 18 različitih kulturnih lokacija, a sudionici su trebali odabrati jedan od pet ponuđenih stupnjeva učestalosti: 1) nikada; 2) 1–3 puta; 3) 4–6 puta; 4) 7–12 puta; 5) više od 12 puta. Ova ljestvica omogućila je detaljnu procjenu koliko su često ispitanici ovog istraživanja posjećivali različita kulturna mjesta u Zadru. Podaci pokazuju da su najposjećeniji kulturni sadržaji u Zadru među sudionicima ovog istraživanja Gradska knjižnica i CineStar, s prosjekom od 4 do 6 posjeta u prošloj godini. Izuzev Hrvatskog narodnog kazališta, koje je većina posjetila 1 do 3 puta, ostali obrasci posjećivanja sugeriraju da su preostala kulturna mjesta bila vrlo rijetko posjećena ili gotovo uopće ne. Ovi podaci ukazuju na slabiji interes ispitanika za redovito sudjelovanje u kulturnim aktivnostima. Referirajući se na prijašnju kategorizaciju kulturnih trećih mjesta koje smo mapirali u ovom radu, možemo vidjeti kako, kada je riječ o institucionalnim kulturnim trećim mjestima, ona knjižne i dramske djelatnosti bilježe značajno veći prosjek posjećivanja od onih koja pripadaju muzejskim, glazbenim i glazbeno-scenskim djelatnostima te kulturnoj baštini. Kada je riječ o komercijalno-spektakularnim mjestima, dok CineStar bilježi visoku razinu posjeta, isto ne vrijedi za Muzej iluzija. U konačnici, kada je riječ o nezavisnim kulturnim mjestima, poput Nigdjezemske i Knjigozemske, vidimo kako uzorak sudionika nije sklon čestim posjetima ovim autonomnim centarima (vidi Tablicu 13).

Tablica 12: Posjećivanje kulturnih mjesta u Zadru

	N	M	SD	Min	Max
<i>Gradska knjižnica Zadar</i>	163	2,6	1,39	1	5
<i>CineStar Zadar</i>	163	2,4	1,02	1	5
<i>Hrvatsko narodno kazalište Zadar</i>	163	1,8	0,78	1	5
<i>Kazalište lutaka Zadar</i>	163	1,4	0,64	1	5
<i>Znanstvena knjižnica</i>	163	1,4	0,78	1	5
<i>Kneževa palača</i>	163	1,3	0,57	1	4
<i>Koncertni ured</i>	163	1,3	0,56	1	3
<i>Providurova palača</i>	163	1,3	0,47	1	3
<i>Narodni muzej Zadar</i>	163	1,3	0,61	1	5
<i>Arheološki muzej</i>	163	1,2	0,45	1	4
<i>Nigdjezemska</i>	163	1,2	0,57	1	4
<i>Muzej iluzija</i>	163	1,2	0,36	1	2
<i>Muzej antičkog stakla</i>	163	1,2	0,37	1	3
<i>Etnološki odjel Narodnog Muzeja</i>	163	1,1	0,43	1	5
<i>Knjigozemska</i>	163	1,1	0,44	1	4
<i>Međunarodni centar za podvodnu arheologiju</i>	163	1,1	0,33	1	3
<i>Prirodoslovni odjel Narodnog Muzeja</i>	163	1,1	0,31	1	2
<i>Galerija umjetnina</i>	163	1,1	0,34	1	3

Zbog niže učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta, originalnih pet stupnjeva učestalosti iz deskriptivnih pokazatelja rekodirano je u tri nove kategorije. Tako nova skala sada obuhvaća sljedeće vrijednosti: 1) nijednom; 2) 1-3 puta; 3) više od 3 puta. Prema podacima na Slici 6, vidljivo je da je učestalost posjeta kulturnim mjestima u Zadru među ispitanicima vrlo niska. Među kulturnim mjestima, jedino CineStar Zadar (44,8%) i Gradska knjižnica Zadar (51,5%) bilježe učestalost posjeta od tri puta i više u posljednjih godinu dana. S druge strane, najrjeđe posjećena mjesta u prošloj godini bila su Nigdjezemska (90,2%), Knjigozemska (91,4%) i Galerija umjetnina (91,4%).



Slika 6: Učestalost posjećivanja kulturnih mjesta

Potom je provedena faktorska analiza na česticama posjećivanja kulturnih mjesta, pri čemu su korištene izvorne varijable sa 5 stupnjeva. Analiza je rezultirala sa ukupno šest faktora (vidi Tablicu 14). Svi faktori zajedno objašnjavaju 67,8% varijance. Na temelju dobivenih faktora napravljena su šest indeksa: indeks posjećivanja mjesta kulturne baštine (M=3,36; SD=0,78; Cronbach α =0,661), indeks posjećivanja kazališta (M=3,19; SD=1,24; Cronbach α = 0,671), indeks posjećivanja mjesta nezavisne kulture (M=2,29; SD=0,87; Cronbach α =0,632), indeks posjećivanja muzeja i galerija (M=7,28; SD=2,14; Cronbach α =0,827), indeks posjećivanja mjesta zabave (M=4,88; SD=1,44; Cronbach α =0,455) i indeks posjećivanja knjižnica (M=3,95; SD=1,83; Cronbach α =0,547). Posljednja dva indeksa su odbačena zbog niske vrijednosti Cronbachovog α -koeficijenta.

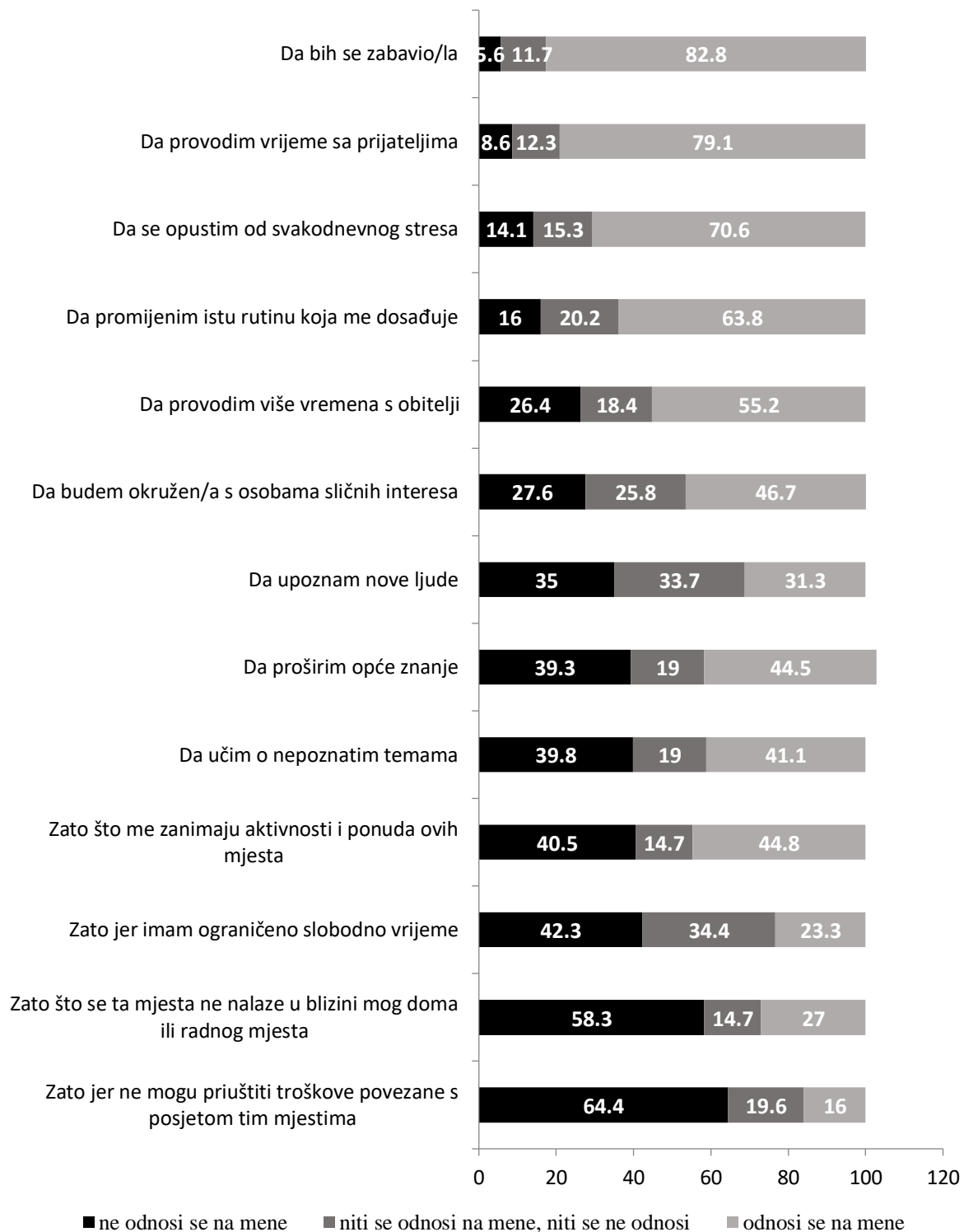
Tablica 13: Posjećivanje kulturnih mjesta – faktorska matrica

	<i>Mjesta kulturne baštine</i>	<i>Kazališta</i>	<i>Mjesta nezavisne kulture</i>	<i>Mjesta zabave</i>	<i>Muzeji i galerije</i>	<i>Knjižnice</i>
<i>Međunarodni centar za podvodnu arheologiju</i>	,859					
<i>Prirodoslovni odjel Narodnog Muzeja</i>	,701					
<i>Muzej antičkog stakla</i>	,572					
<i>Kazalište lutaka Zadar</i>		,786				
<i>Hrvatsko narodno kazalište Zadar</i>		,721				
<i>Knjigozemska</i>			,829			
<i>Nigdjezemska</i>			,809			
<i>Cinestar Zadar</i>				,868		
<i>Muzej Iluzija</i>				,629		
<i>Koncertni ured</i>				,433		
<i>Kneževa palača</i>					,863	
<i>Providurova palača</i>					,859	
<i>Narodni muzej Zadar</i>					,579	
<i>Arheološki muzej</i>					,553	
<i>Galerija umjetnina</i>					,465	

<i>Etnološki odjel narodnog Muzeja</i>	,680
<i>Znanstvena knjižnica</i>	,588
<i>Gradska knjižnica Zadar</i>	,627

6.2.2. Motivacijski obrasci posjećivanja kulturnih mjesta u Zadru

Ispitanicima je zatim postavljeno pitanje o utjecaju određenih motiva na njihovu posjetu kulturnim mjestima, s ciljem dubljeg razumijevanja njihovih motivacija i prepreka koje ih u tome ograničavaju. Rezultati su pokazali da je najvažniji motiv zabava, pri čemu 82,8% ispitanika traži razonodu i užitak. Sljedeći značajan motiv je provođenje vremena s prijateljima, što je ključno za 79,1% ispitanika, čime se naglašava važnost društvenog aspekta kulturnih aktivnosti. Opuštanje od svakodnevnog stresa također se ističe kao značajan motiv, s 70,6% ispitanika koji kulturne aktivnosti koriste kao sredstvo za smanjenje napetosti. S druge strane, prepreke koje onemogućavaju posjetu kulturnim mjestima prisutne su u manjoj mjeri: ograničeno slobodno vrijeme navodi 23,3% ispitanika, a udaljenost od doma ili radnog mjesta 27%. Troškovi su najmanje zastupljeni, s 16%, što sugerira da financijska ograničenja, prostorna udaljenost i vrijeme manje utječu na odluke ispitanika u odnosu na osobne užitke i društvene aspekte (vidi Sliku 7).



Slika 7: Razlozi posjećivanja kulturnih mjesta

Zatim je provedena faktorska analiza na česticama motiva posjećivanja kulturnih mjesta koja je rezultirala sa ukupno 3 faktora (vidi Tablicu 15). Svi faktori zajedno objašnjavaju 59,4% varijance. Na temelju dobivenih faktora konstruirana su tri indeksa: edukativni i umrežavajući motivi ($M=15,2$; $SD=5,00$; Cronbach $\alpha=0,85$), hedonistički i

socijalizacijski motivi (M=18,7; SD=3,72; Cronbach α = 0,74) i prepreke posjećivanju (M=7,5; SD=2,43; Cronbach α =0,55). Posljednji indeks je odbačen zbog niske vrijednosti Cronbachovog α -koeficijenta.

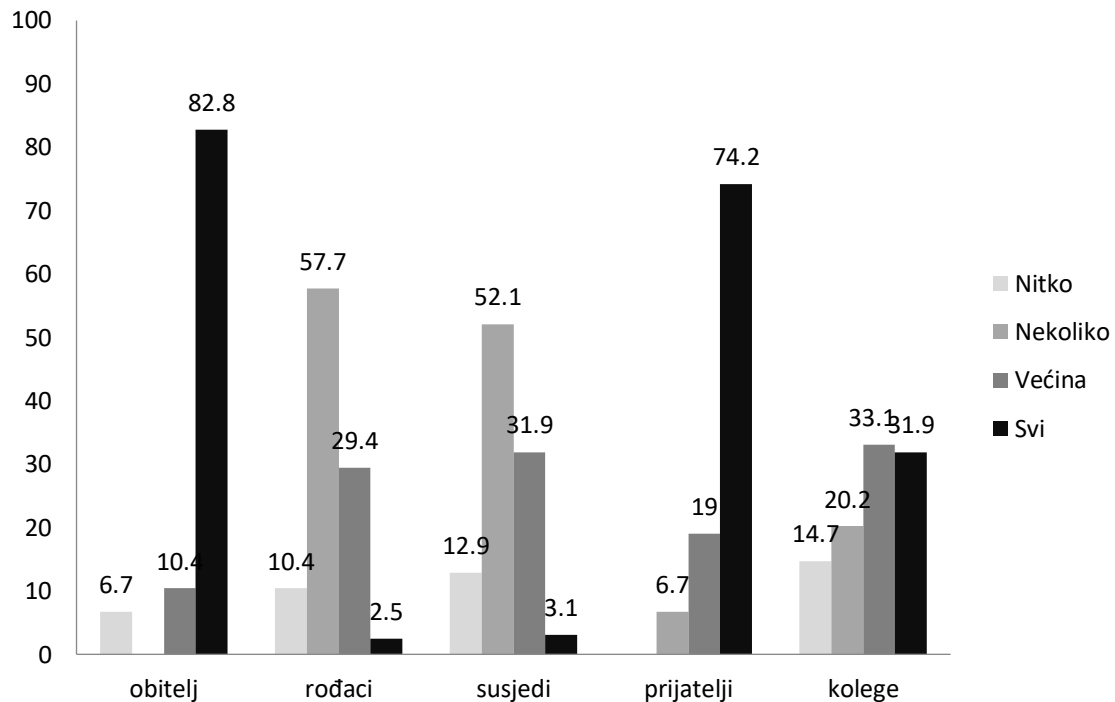
Tablica 14: Razlozi posjećivanja kulturnih mjesta – faktorska matrica

	<i>Edukativni i umrežavajući motivi</i>	<i>Hedonistički i socijalizacijski motivi</i>	<i>Prepreke posjećivanju</i>
<i>ucim_nepoznate_teme</i>	0,900		
<i>prosirim_opce_znanje</i>	0,894		
<i>ljudi_slicnih_interesa</i>	0,742		
<i>zanimljiva_ponuda</i>	0,706		
<i>upoznati_nove_ljude</i>	0,608		
<i>radi_zabave</i>		0,806	
<i>opustanje_stres</i>		0,785	
<i>promjena_rutine</i>		0,696	
<i>druzenje_prijatelji</i>		0,680	
<i>druzenje_obitelj</i>		0,523	
<i>nedostatak_vremena</i>			0,756
<i>nedostatak_novca</i>			0,808
<i>udaljenost</i>			0,492

6.2.3. Društveni kapital

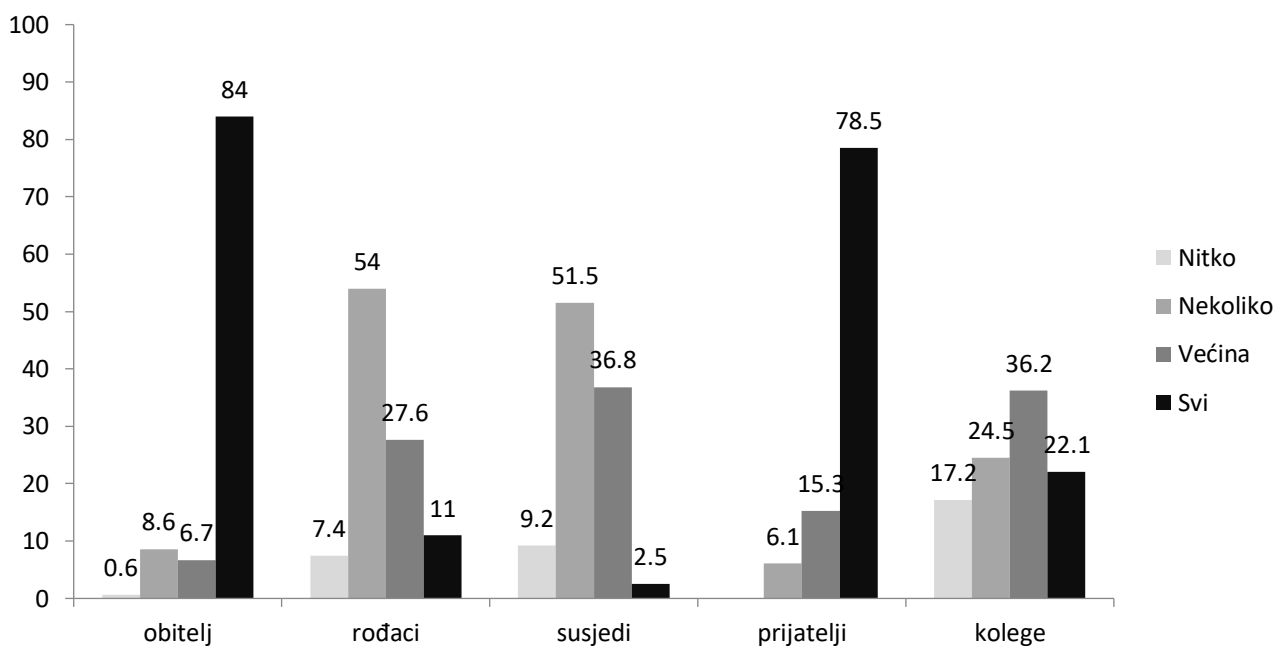
Nakon toga, uslijedila su pitanja koja su se bavila društvenim kapitalom ispitanika. Prva skupina pitanja usmjerena je na procjenu povezujućeg kapitala kroz četiri ključne dimenzije. Pitanja se odnose na to s koliko ljudi iz različitih skupina (obitelj, prijatelji, rođaci, kolege, susjedi) ispitanici održavaju kontakt. Kao što vidimo na Slici 8, kada je riječ o članovima obitelji, većina ispitanika tvrdi kako održavaju redoviti kontakt sa svim članovima obitelji (82,8%). Također, u analizi kontakata s rođacima, 57,7% ispitanika izjavljuje da komunicira s nekoliko njih, dok 29,4% održava kontakt s većinom rođaka. U slučaju susjeda, 31,9% ispitanika ima redovit kontakt s većinom susjeda, a samo 3,1% sa svim susjedima. Kada su u pitanju prijatelji, većina ispitanika održava redovit kontakt sa svim svojim prijateljima. Na kraju, u radnom okruženju, 33,91% ispitanika ima redovit kontakt sa većinom

kolegama, dok 31,9% komunicira sa svima. Također je značajan i broj onih koji održavaju redovit kontakt sa tek nekolicinom kolega (20,2%) Ovi rezultati ukazuju na to da ispitanici imaju snažnu povezanost s članovima obitelji, dok su odnosi s rodbinom, susjedima i prijateljima raznovrsniji, ali također pokazuju značajnu razinu povezanosti.



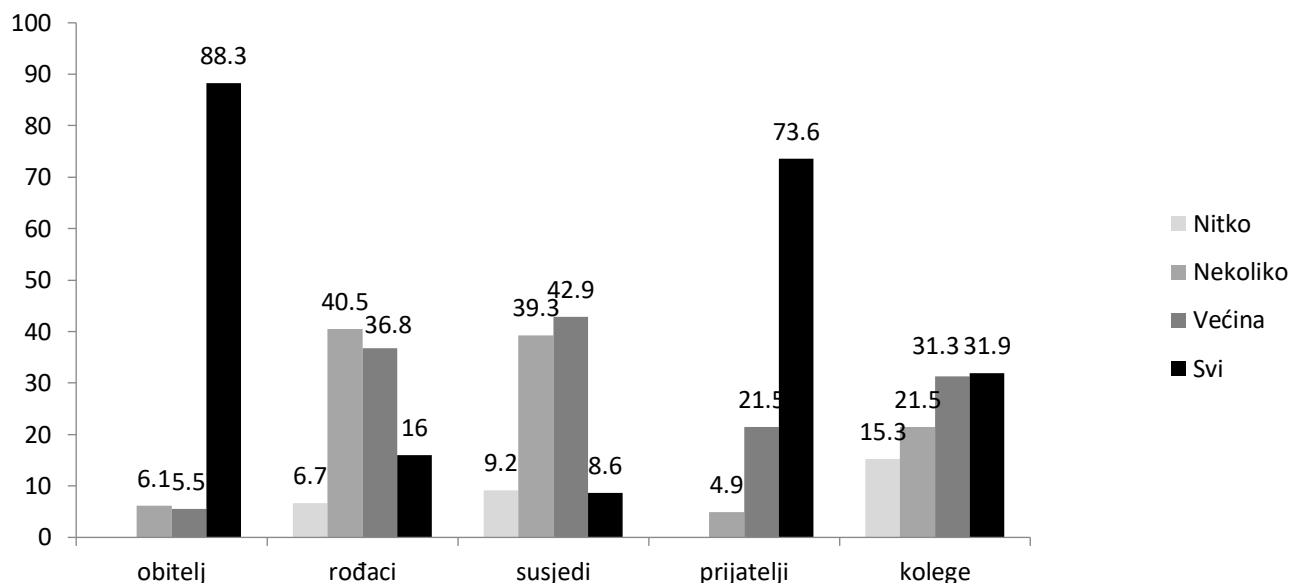
Slika 8: Procjena broja osoba s kojima ispitanici održavaju redoviti kontakt

Zatim, kada je riječ o tome koliko osoba ispitanici smatraju pouzdanim, odnosno koliko osoba vjeruju, rezultati pokazuju zanimljive obrasce. Većina ispitanika (84%) izjavila je da vjeruje svima u svojoj obitelji, dok samo 11% vjeruje svim rođacima, a 54,0% ispitanika smatra pouzdanim nekoliko njih. U slučaju susjeda, 36,8% ispitanika vjeruje većini, dok 9,2% ne vjeruje nikome. Kada su u pitanju prijatelji, 78,5% ispitanika vjeruje svima, dok 15,3% vjeruje većini. S druge strane, 17,2% ispitanika ne vjeruje svojim kolegama, a 22,1% njih smatra pouzdanim sve kolege. Ovi podaci sugeriraju da ispitanici imaju najveće povjerenje u članove obitelji i prijatelje, dok su odnosi s rodbinom i kolegama nešto slabiji, ali još uvijek odražavaju značajnu razinu povjerenja (vidi Sliku 9).



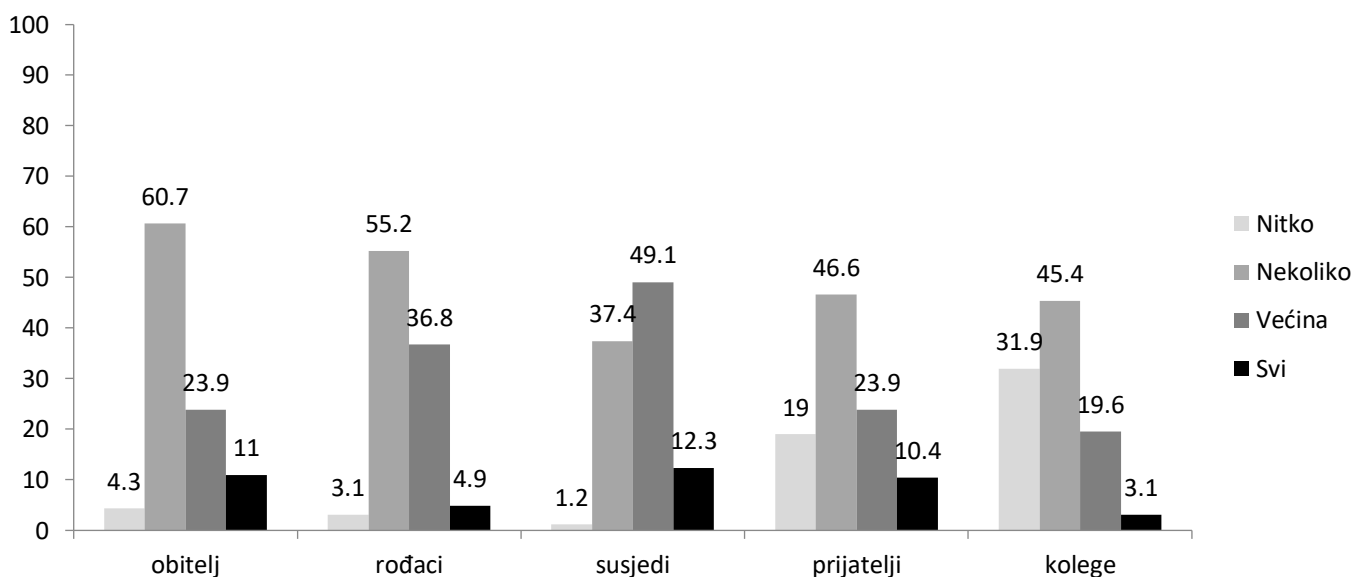
Slika 9: Procjena broja osoba kojima ispitanici vjeruju

Nadalje, na pitanje koliko osoba ispitanici smatraju spremnima da im pruže pomoć, rezultati ukazuju na značajne razlike u percepciji podrške među različitim grupama. Većina ispitanika (88,3%) smatra da su im svi članovi obitelji spremni pomoći, dok 40,5% ispitanika vjeruje da je samo nekolicina rođaka voljna pružiti pomoć. Kada su u pitanju susjedi, 42,9% ispitanika smatra da bi im vjerojatno većina susjeda pomogla ako bi im pomoć bila potrebna. U slučaju prijatelja, 73,6% ispitanika vjeruje da bi im svi prijatelji bili spremni pomoći, dok 15,3% ispitanika misli da im nitko od kolega sigurno ne bi pomogao. Ovi rezultati sugeriraju da ispitanici najviše povjerenje imaju u članove obitelji, dok su odnosi s kolegama najslabiji (vidi Sliku 10).



Slika 10: Procjena broja osoba za koje ispitanici misle da su im spremni pomoći

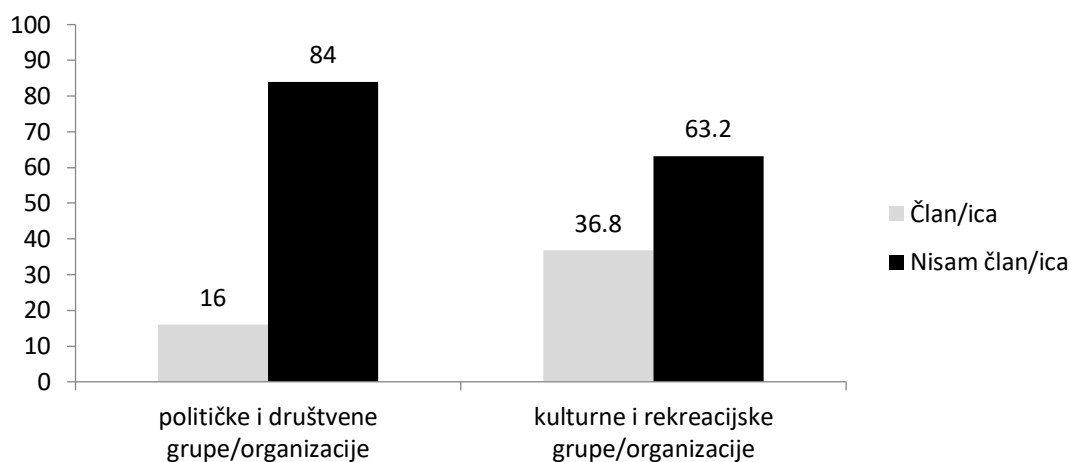
Na pitanje o tome koliko osoba koje ispitanici poznaju (obitelj, rođaci, susjedi, prijatelji, kolege) posjeduje barem jedan od resursa, kao što su politička moć, novčano bogatstvo, široka mreža poznanika, visok ugled, visoko obrazovanje ili ugledan posao, rezultati pokazuju zanimljive obrasce. Naime, čak 60,7% ispitanika smatra da nekoliko članova obitelji posjeduje takve resurse, dok 55,2% smatra da je to isti slučaj i s rođacima. Kada su u pitanju susjedi, 49,1% ispitanika vjeruje da većina njih posjeduje neki od navedenih resursa. U slučaju prijatelja, 46,6% ispitanika smatra da samo nekoliko njihovih prijatelja posjeduje neki resurs ili imovinu, dok 19% njih misli da nitko od prijatelja nema takve osobine. Što se tiče kolega, 31,9% ispitanika izjavljuje da nitko od njih ne posjeduje značajne resurse, dok 45,4% vjeruje da nekoliko kolega ima određene resurse ili imovinu. Ovi rezultati sugeriraju da ispitanici prepoznaju prisutnost resursa u svojim najbližim krugovima, ali također pokazuju da postoji određena skepsa prema resursima koje posjeduju njihovi kolege i prijatelji (vidi Sliku 11).



Slika 11: Procjena broja osoba za koje ispitanici misle da posjeduju resurse ili imovinu

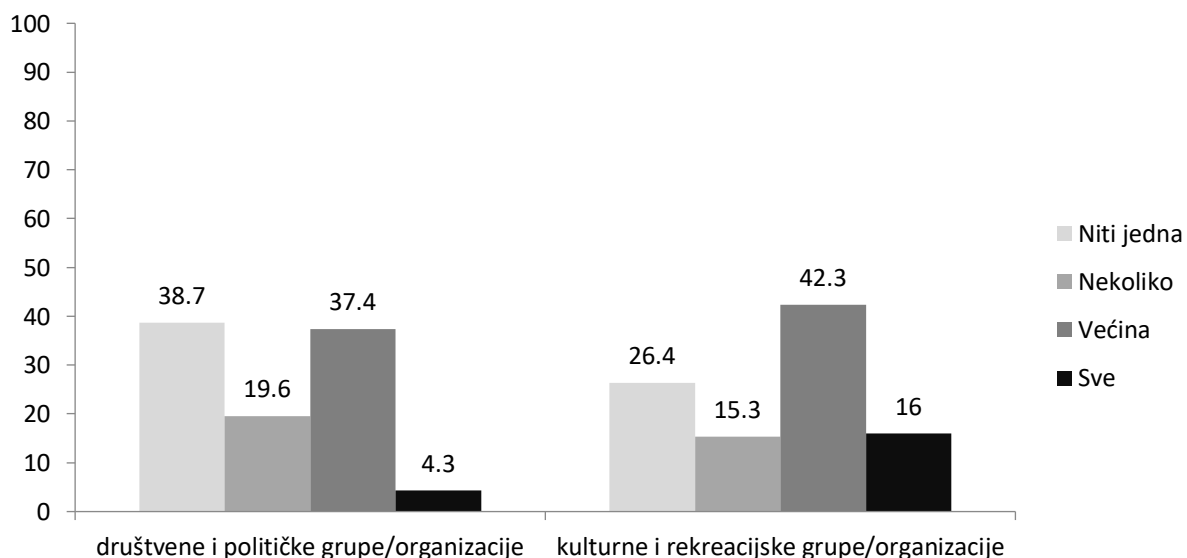
Kako bi se konstruirali indeksi povezujućeg društvenog kapitala, mjerena je zajednička pouzdanost različitih čestica (kontakt, povjerenje i pomoć) unutar istih kategorija odnosa. Ove kategorije uključuju obitelj, rodbinu, susjede, prijatelje i kolege. Čestica koja se odnosila na resurse/imovinu je odbačena jer je njen doprinos smanjio Cronbach α -koeficijent, što je ukazivalo na smanjenu pouzdanost indeksa. U konačnici, konstruirani su sljedeći indeksi: obiteljski odnosi ($M=11,3$; $SD=1,61$; Cronbach $\alpha=0,93$), rodbinski odnosi ($M=7,3$; $SD=2,01$; Cronbach $\alpha=0,85$), susjedski odnosi ($M=7,1$; $SD=1,93$; Cronbach $\alpha=0,87$), prijateljski odnosi ($M=11,1$; $SD=1,58$; Cronbach $\alpha=0,90$) i kolegijalni odnosi ($M=8,3$; $SD=2,98$; Cronbach $\alpha=0,96$).

Druga skupina pitanja usmjerena je na mjerenje premošćujućeg društvenog kapitala, pri čemu su ispitanici odgovarali na pitanja o svom članstvu u političkim, društvenim, kulturnim i rekreacijskim grupama i organizacijama. Kada je riječ o društveno-političkim grupama, u upitniku su navedeni primjeri poput političkih stranaka, mjesnih odbora, sindikata, ženskih organizacija i volonterskih grupa. S druge strane, za kulturne i rekreacijske grupe navedeni su primjeri vjerskih, sportskih, glazbenih i plesnih grupa ili organizacija. Rezultati prikazani na Slici 12 otkrivaju da većina ispitanika (84%) nije član niti jedne društveno-političke grupe ili organizacije u Zadru. Sličan trend primjećuje se i u pogledu članstva u kulturno-rekreacijskim grupama, gdje je samo 36,8% ispitanika/ica član neke grupe.



Slika 12: Članstvo u grupama/organizacijama

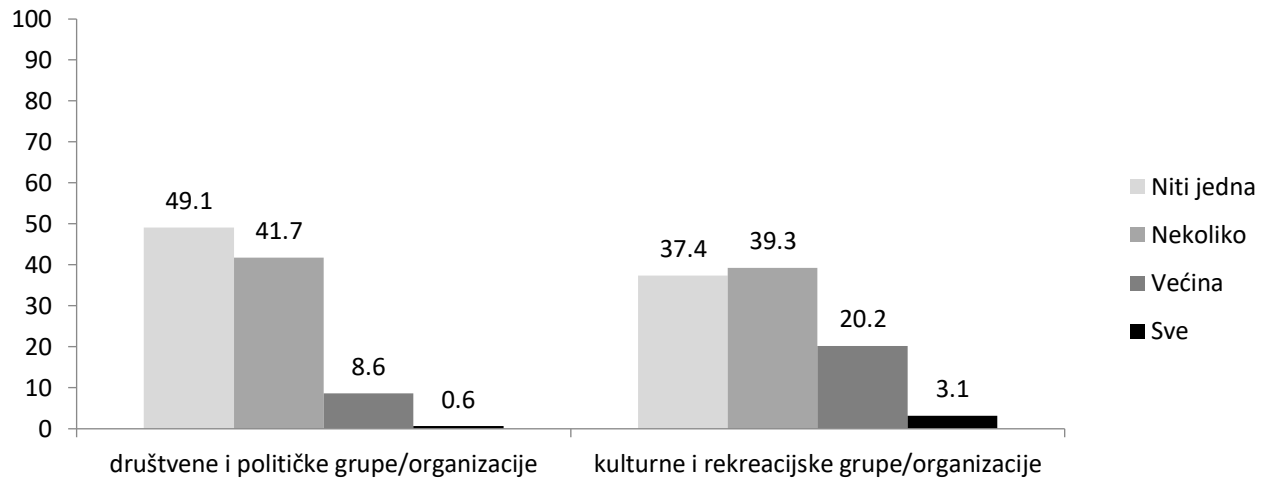
Istraživanje je pokazalo da 38,7% ispitanika smatra kako većina društveno-političkih grupa u Zadru ne zastupa njihova prava i interese, dok 37,4% vjeruje suprotno. U kontekstu kulturno-rekreacijskih grupa, 42,3% ispitanika smatra da većina organizacija zastupa njihove interese, dok 26,4% njih smatra da ne postoji nijedna organizacija koja to čini (vidi Sliku 13).



Slika 13: Procjena broja grupa/organizacija koje zastupaju prava i interese ispitanika

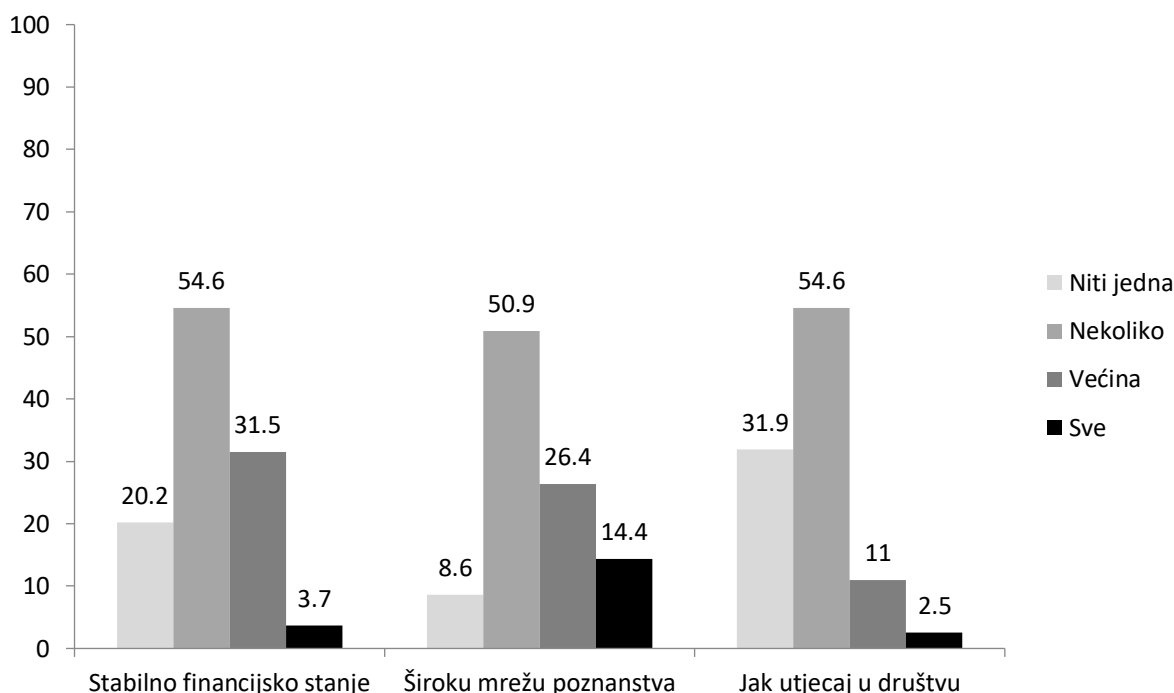
Istraživanje je pokazalo da skoro polovica ispitanika (49,1%) smatra da nijedna društveno-politička grupa u Zadru nije spremna pružiti im pomoć, dok 41,7% vjeruje da postoji nekoliko grupa koje bi mogle pomoći. S obzirom na kulturno-rekreacijske grupe, 37,4% ispitanika također smatra da nijedna organizacija ne pruža pomoć, dok 39,3% njih

misli da postoji nekoliko takvih organizacija. Samo mali postotak ispitanika vjeruje da većina (8,6% za društveno-političke i 20,2% za kulturno-rekreacijske) ili sve grupe pružaju pomoć. Ovi rezultati ukazuju na izrazitu sumnju ispitanika u dostupnost podrške od strane postojećih organizacija (vidi Sliku 14).



Slika 14: Procjena broja grupa/organizacija za koje ispitanici smatraju da su im spremne pomoći

Konačno, istraživanje je pokazalo da ispitanici imaju podijeljena mišljenja o resursima koje posjeduju grupe i organizacije u Zadru. Što se tiče stabilnog financijskog stanja, 54,6% ispitanika vjeruje da nekoliko grupa posjeduje takva sredstva, dok 20,2% misli da nijedna grupa nema stabilno financijsko stanje. Kada je riječ o širokoj mreži poznanstava, 50,9% ispitanika također smatra da nekoliko grupa to posjeduje, dok samo 8,6% misli da nijedna grupa nema takvu mrežu. U pogledu jakog utjecaja u društvu, 31,9% ispitanika vjeruje da nijedna grupa nema značajan utjecaj, dok 54,6% smatra da nekoliko grupa ima taj utjecaj. Ovi rezultati sugeriraju da većina ispitanika prepoznaje postojanje određenih resursa među grupama, ali i značajan postotak skeptičnosti prema njihovoj sveukupnoj moći i utjecaju u društvu (vidi Sliku 15).



Slika 15: Procjena broja grupa/organizacija za koje ispitanici smatraju da posjeduju određena sredstva ili resurse

Za izradu indeksa premošćujućeg kapitala, mjerena je zajednička pouzdanost različitih čestica (zastupanje prava i interesa, pomoć) unutar istih kategorija. Ove kategorije uključuju društvene i političke grupe/organizacije i kulturne i rekreacijske grupe/organizacije. Čestica koja se odnosila na resurse/imovinu je odbačena jer je njen doprinos smanjio Cronbach α -koeficijent. U konačnici, konstruirani su sljedeći indeksi: indeks društveno-političke reprezentacije ($M=3,7$; $SD=1,50$; Cronbach $\alpha=0,80$) i indeks kulturno-rekreacijske reprezentacije ($M=4,4$; $SD=1,70$; Cronbach $\alpha=0,76$).

6.3. Testiranje hipoteza

H1: *Postoji statistički značajna razlika u učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta u Zadru s obzirom na spol.*

Rezultati t-testa prikazani u Tablici 16 ukazuju na prisutnost značajnih razlika u učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta među muškarcima i ženama. Naime, analiza je pokazala da žene u prosjeku češće posjećuju kazališta nego muškarci. S druge strane, muškarci su u prosjeku češće posjećivali mjesta kulturne baštine u usporedbi s ženama. Za ostale vrste kulturnih mjesta, poput mjesta nezavisne kulture te muzeja i galerija, razlike

između spolova nisu bile statistički značajne. Ovi nalazi upućuju na to da spol može igrati ulogu u izboru kulturnih aktivnosti, što implicira da je hipoteza djelomično potvrđena.

Tablica 15: Razlike u posjećivanju kulturnih mjesta s obzirom na spol

	M muški	SD muški	M ženski	SD ženski	t	df	p
<i>posjećivanje mjesta kulturne baštine</i>	1,3	0,34	1,1	0,21	-4,14	161	0,000
<i>posjećivanje kazališta</i>	1,3	0,42	1,7	0,65	3,43	161	0,001
<i>posjećivanje mjesta nezavisne kulture</i>	1,2	0,55	1,1	0,40	-0,74	161	0,462
<i>posjećivanje muzeja i galerija</i>	1,3	0,36	1,2	0,36	-0,77	161	0,441

H2: *Postoji statistički značajna razlika u učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta u Zadru s obzirom na stupanj obrazovanja.*

T-test je potom proveden kako bi se utvrdile statistički značajne razlike među ispitanicima prema stupnju obrazovanja. Rezultati pokazuju da nije bilo značajnih razlika u učestalosti posjećivanja kazališta i mjesta nezavisne kulture. Međutim, značajne razlike uočene su kod indeksa posjećivanja mjesta kulturne baštine i indeksa posjećivanja muzeja i galerija. Ispitanici s tercijarnim stupnjem obrazovanja postigli su najviše prosječne vrijednosti na indeksu posjećivanja mjesta kulturne baštine (M=1,2), indeksu posjećivanja kazališta (M=1,7) i indeksu posjećivanja muzeja i galerija (M=1,4), dok su na indeksu posjećivanja mjesta nezavisne kulture zabilježili najniže vrijednosti (M=1,1). Na temelju ovih rezultata, hipoteza je djelomično potvrđena (vidi Tablicu 16).

Tablica 16: Razlike u posjećivanju kulturnih mjesta s obzirom na stupanj obrazovanja

	M primarni i sekundarni	SD primarni i sekundarni	M tercijarni	SD tercijarni	t	df	p
<i>posjećivanje mjesta kulturne baštine</i>	1,1	0,21	1,2	0,34	-2,13	161	0,035
<i>posjećivanje kazališta</i>	1,6	0,56	1,7	0,75	-1,09	161	0,277

<i>posjećivanje mjest nezavisne kulture</i>	1,2	0,48	1,1	0,48	-0,61	161	0,539
<i>posjećivanje muzeja i galerija</i>	1,1	0,29	1,4	0,29	-3,72	161	0,000

H3: *Postoji statistički značajna razlika u učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta u Zadru s obzirom na gradsku četvrt ispitanika.*

Za mjerenje statistički značajnih razlika među ispitanicima iz različitih gradskih četvrti korištena je jednosmjerna analiza varijance, koja je pokazala da postoji značajna razlika kod indeksa posjećivanja kazališta ($F=7,810$; $p=0,001$), indeksa posjećivanja mjesta nezavisne kulture ($F=4,298$; $p=0,015$) i indeksa posjećivanja muzeja i galerija ($F=4,982$; $p=0,008$) (vidi Tablicu 17).

Tablica 17: Razlike u posjećivanju različitih kulturnih mjesta s obzirom na dio grada u kojem ispitanici žive

<i>Kulturna mjesta</i>	SS	df	MS	F	p
<i>mjest kulture baštine</i>	0,11	2	0,05	0,772	0,464
<i>kazališta</i>	5,54	2	2,77	7,810	0,000
<i>mjest nezavisne kulture</i>	1,58	2	0,79	4,298	0,015
<i>muzeji i galerije</i>	1,20	2	0,60	4,982	0,008

Razlike među grupama dodatno su analizirane Schefféovim post hoc testom, koji je otkrio da ispitanici koji žive u centru grada imaju najviši prosječni indeks posjećivanja kazališta ($M=1,8$), dok ispitanici koji žive na periferiji imaju najniži ($M=1,3$). Schefféovim post hoc testom također je utvrđeno da postoji značajna razlika između stanovnika centra grada i periferije u posjećivanju kazališta, pri čemu oni koji žive u centru grada značajno češće posjećuju kazališta nego oni na periferiji. Također, razlika je zamijećena između stanovnika poluperiferije i periferije (vidi Tablicu 18).

Tablica 18: Analiza varijance: razlika u posjećivanju kazališta s obzirom na dio grada u kojem ispitanici žive

<i>Scheffe test; variable indeks_kazalista</i>			
<i>Error: Between MS = ,35461, df = 160,00</i>			
<i>Dio grada</i>	{1}	{2}	{3}
	1,7604	1,6420	1,2500
<i>centar grada</i>	0,001		
<i>poluperiferija</i>	0,007		
<i>periferija</i>	0,001	0,00	

Test je pokazao da u kontekstu posjećivanja mjesta nezavisne kulture, stanovnici centra grada imaju najviše prosječne vrijednosti (M=1,3), dok stanovnici periferije imaju najniže prosječne vrijednosti (M=1,0). Postoji značajna razlika u posjećivanju ovih mjesta između stanovnika centra grada i periferije, pri čemu stanovnici centra grada posjećuju mjesta nezavisne kulture značajno više. Razlike između ostalih parova skupina (centar grada/poluperiferija i poluperiferija/periferija) nisu statistički značajne (vidi Tablicu 19).

Tablica 19: Analiza varijance: razlika u posjećivanju mjesta nezavisne kulture s obzirom na dio grada u kojem ispitanici žive

<i>Scheffe test; variable indeks_nezavisna_kultura</i>			
<i>Error: Between MS = ,18367, df = 160,00</i>			
<i>Dio grada</i>	{1}	{2}	{3}
	1,2717	1,1111	1,0294
<i>centar grada</i>	0,026		
<i>poluperiferija</i>			
<i>periferija</i>	0,026		

Test je također pokazao da stanovnici centra grada imaju najviše prosječne vrijednosti (M=1,3), dok stanovnici periferije imaju najniže prosječne vrijednosti (M=1,1) u posjećivanju muzeja i galerija. Postoji značajna razlika u posjećivanju ovih mjesta između stanovnika centra grada i periferije, pri čemu stanovnici centra grada posjećuju muzeje i galerije značajno više (vidi Tablicu 20). Hipoteza je djelomično potvrđena.

Tablica 20: Analiza varijance: razlika u posjećivanju muzeja i galerija s obzirom na dio grada u kojem ispitanici žive

<i>Scheffe test; variable indeks_muzeji</i>			
<i>Error: Between MS = ,12078, df = 160,00</i>			
<i>Dio grada</i>	{1}	{2}	{3}
	1,2717	1,1111	1,0294

<i>centar grada</i>	0,009
<i>poluperiferija</i>	
<i>periferija</i>	0,009

H4: *Postoji statistički značajna povezanost između socioekonomskih varijabli, uključujući mjesečne prihode, zadovoljavanje potreba kućanstava, i učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta, uz kontrolu sociodemografskih čimbenika.*

Za mjerenje odnosa između socioekonomskih varijabli (mjesečni prihodi, zadovoljavanje potreba kućanstva) korištena je višestruka regresijska analiza. Prije toga, provedena je analiza korelacije između nezavisnih i zavisnih varijabli koje će biti uključene u regresijski model. Iz korelacijske matrice prikazane u Tablici 21, vidljivo je da većina korelacija među varijablama ukazuje na slabe veze. Ipak, postoji izraženija pozitivna korelacija između obrazovanja ispitanika i obrazovanja njihovih roditelja ($r=0,605$; $p<0,05$). Zbog visoke korelacije između ove dvije varijable, koja sugerira multikolinearnost, varijabla obrazovanja roditelja bit će izbačena iz regresijskog modela kako bi se osigurala pouzdanost modela. Što se tiče drugih korelacija, statistički značajne pozitivne veze uočene su između dobi i posjećivanja mjesta kulturne baštine ($r=0,166$; $p<0,05$), te između obrazovanja ispitanika i posjećivanja muzeja ($r=0,281$; $p<0,05$). Također, mjesečni prihodi pokazuju značajnu pozitivnu korelaciju s posjećivanjem kazališta ($r=0,154$; $p<0,05$). S druge strane, spol pokazuje negativnu korelaciju s posjećivanjem kulturne baštine ($r= -0,311$; $p<0,05$), dok dob ima negativnu korelaciju s posjećivanjem mjesta nezavisne kulture ($r= -0,161$; $p<0,05$). Osim toga, dio grada u kojem ispitanici žive ima značajnu negativnu korelaciju s indeksom kazališta ($r = -0,277$; $p<0,05$), mjesta nezavisne kulture ($r= -0,219$; $p<0,05$) i muzeja ($r= -0,233$; $p<0,05$).

Tablica 21: Korelacijska matrica povezanosti nezavisnih varijabli i indeksa posjećivanja kulturnih mjesta

	<i>spol</i>	<i>dob</i>	<i>obraz ovanj e</i>	<i>obraz ovanj e_rod itelja</i>	<i>dio_g rada</i>	<i>potre be_k ucans tva</i>	<i>mjese cni_p rihod i</i>	<i>indek s_kul turna _bast ina</i>	<i>indek s_kaz alista</i>	<i>indek s_nez _kult ura</i>	<i>indek s_mu zeji</i>
<i>spol</i>	1										
<i>dob</i>	-0,071	1									

<i>obrazov anje</i>	,078	,074	1								
<i>obrazov anje_ro ditelja</i>	,030	-,041	,643*	1							
<i>dio_gra da</i>	,115	,112	-,151	,026	1						
<i>potrebe _kucans tva</i>	-,054	,038	,006	-,044	-,153	1					
<i>mjesecni _prihodi</i>	,084	,049	,150	,010	-,046	,056	1				
<i>indeks_k ulturna_ bastina</i>	-,311*	,168*	,166*	,184*	-,088	,104	-,010	1			
<i>indeks_k azalista</i>	,261*	,083	,086	-,022	-,277*	,127	,154*	,132	1		
<i>indeks_ nezavisn a_kultur a</i>	-,058	-,161*	-,048	-,021	-,219*	-,067	,001	,078	,153	1	
<i>indeks_ muzeji</i>	-,061	,108	,281*	,278*	-,233*	-,004	-,044	,547*	,311*	,127	1

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

U regresijskim analizama kao zavisne varijable korišteni su indeksi posjećivanja kulturnih mjesta u Zadru, koji su dobiveni faktorskom analizom, osim onih koji su odbačeni (mjesta zabave, knjižnice). Nezavisne varijable su uključivale spol, dob, stupanj obrazovanja, dio grada u kojem ispitanici žive, mjesečne prihode kućanstva i varijablu zadovoljavanja potreba kućanstva („spajati kraj s krajem“). Rezultati regresijske analize pokazali da je za mjesta kulturne baštine statistički značajne varijabla ženskog spola ($\beta = -0,303$; $p < 0,001$) i varijabla tercijarnog obrazovanja ($\beta = 0,175$; $p < 0,05$). Ovi rezultati upućuju na to da žene, u odnosu na muškarce, rjeđe posjećuju kulturna mjesta kao što su Međunarodni centar za podvodnu arheologiju, Prirodoslovni odjel Narodnog muzeja i Muzej antičkog stakla. S druge strane, osobe sa višim stupnjem obrazovanja ova mjesta posjećuju češće za razliku od onih koji imaju niže razine obrazovanja. Koeficijent determinacije (R^2) sugerira da je ovaj regresijski model objasnio 11,7% varijance (vidi Tablicu 22).

Tablica 22: Višestruka regresijska analiza faktora indeks posjećivanja mjesta kulturne baštine (N=163)

<i>R²= ,16024143 Adjusted R²= ,11661761 F(8,154)=3,6733, p<,00060, Std.=,24571</i>						
	β	Std.Err.	b	Std.Err. of b	t(154)	p-value
Intercept			1,00	0,12	8,09	0,000
spol: ženski	-0,303	0,08	-0,18	0,05	-3,97	0,000
dob	0,131	0,08	0,00	0,00	1,73	0,085
obrazovanje: tercijarno	0,175	0,08	0,10	0,04	2,30	0,023
<i>Dio grada (ref: poluperiferija)</i>						
centar grada	0,027	0,08	0,02	0,05	0,33	0,741
periferija	-0,015	0,08	-0,01	0,05	-0,19	0,849
potrebe_kucanstva	0,084	0,08	0,02	0,02	1,10	0,274
<i>Prihodi (ref: od 1000 do 1500 eura)</i>						
do 1000	0,057	0,09	0,03	0,05	0,66	0,507
više od 1500 eura	0,046	0,09	0,03	0,05	0,55	0,586

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Rezultati regresijske analize pokazali su da su statistički značajne varijable za indeks posjećivanja kazališta ženski spol ($\beta = 0,302$; $p < 0,001$) i periferni dio grada ($\beta = -0,245$; $p < 0,01$). Ovi rezultati sugeriraju da žene češće posjećuju Hrvatsko narodno kazalište i Kazalište lutaka Zadar u odnosu na muškarce. Osim toga, osobe koje žive u perifernom dijelu grada rjeđe posjećuju kazališta u odnosu na one koje žive u poluperifernom dijelu. Koeficijent determinacije (R^2) iznosi 16,19, što znači da ovaj model objašnjava 16,2% varijance (vidi Tablicu 23).

Tablica 23: Višestruka regresijska analiza faktora indeks posjećivanja kazališta (N=163)

<i>R²= ,20329132 Adjusted R²= ,16190386 F(8,154)=4,9119, p<,00002, Std.=,56761</i>						
	β	Std.Err.	b	Std.Err. of b	t(154)	p-value
Intercept			0,69	0,29	2,41	0,017
spol: ženski	0,302	0,07	0,44	0,11	4,07	0,000
dob	0,123	0,07	0,01	0,00	1,67	0,097
obrazovanje: tercijarno	-0,004	0,07	-0,01	0,10	-0,06	0,953

<i>Dio grada</i> (ref: poluperiferija)						
centar grada	0,148	0,08	0,20	0,11	1,83	0,069
periferija	-0,245	0,08	-0,37	0,12	-3,18	0,002
potrebe_kucanstva	0,107	0,07	0,07	0,05	1,43	0,154
<i>Prihodi</i> (ref: od 1000 do 1500 eura)						
do 1000	0,036	0,08	0,05	0,11	0,43	0,671
više od 1500 eura	0,099	0,08	0,14	0,12	1,19	0,234

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Rezultati regresijske analize pokazali su da su statistički značajne varijabe za indeks posjećivanja muzeja i galerija tercijarno obrazovanje ispitanika ($\beta = 0,253$; $p < 0,001$) i periferni dio grada ($\beta = -0,167$; $p < 0,05$). Ovi rezultati sugeriraju da ispitanici s tercijarnim stupnjem obrazovanja imaju veću vjerojatnost posjećivanja muzeja i galerija u usporedbi s onima koji nemaju taj stupanj obrazovanja. Osim toga, osobe koje žive u perifernom dijelu grada posjećuju muzeje i galerije u Zadru rjeđe u odnosu na one koji žive u poluperiferinom dijelu. Koeficijent determinacije (R^2) iznosi 0,109, što znači da ovaj model objašnjava 10,9% varijance (vidi Tablicu 24). Budući da nisu utvrđene značajne povezanosti između prihoda i učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta, hipoteza je odbačena.

Tablica 24: Višestruka regresijska analiza faktora indeks posjećivanja muzeja i galerija (N=163)

$R^2 = ,15304604$ Adjusted $R^2 = ,10904843$ $F(8,154) = 3,4785$, $p < ,00102$, $Std. = ,33601$						
	β	Std.Err.	b	Std.Err. of b	t(154)	p-value
Intercept			1,06	0,17	6,23	0,000
spol: ženski	-0,046	0,08	-0,04	0,06	-0,60	0,548
dob	0,100	0,08	0,00	0,00	1,32	0,189
obrazovanje: tercijarno	0,253	0,08	0,20	0,06	3,32	0,001
<i>Dio grada</i> (ref: poluperiferija)						
centar grada	0,101	0,08	0,08	0,06	1,21	0,229
periferija	-0,167	0,08	-0,15	0,07	-2,10	0,037
potrebe_kucanstva	-0,017	0,08	-0,01	0,03	-0,22	0,822
<i>Prihodi</i> (ref: od 1000 do 1500 eura)						
do 1000	0,152	0,09	0,11	0,06	1,76	0,080

više od 1500 eura	0,057	0,09	0,05	0,07	0,67	0,506
-------------------	-------	------	------	------	------	-------

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

H5: *Postoji statistički značajna povezanost između različitih motiva i učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta.*

Za mjerenje povezanosti između učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta u Zadru i različitih motiva zbog kojih ljudi mogu posjetiti ta mjesta, provedena je korelacijska analiza. Rezultati ukazuju na to da edukativni i umrežavajući motivi pokazuju statistički značajne i pozitivne korelacije sa svim indeksima posjećivanja kulturnih mjesta, pri čemu je najснаžnija povezanost zabilježena s indeksom posjećivanja muzeja i galerija ($r = 0,484$; $p < 0,05$). Ovo sugerira da sudionici koji žele učiti o nepoznatim temama, proširiti svoje opće znanje, družiti se s ljudima sličnih interesa, stvoriti nova poznanstva te ih zanima ponuda i aktivnosti muzeja, češće biraju muzeje i galerije kao kulturna mjesta koja posjećuju u Zadru. Slične statistički pozitivne korelacije primijećene su i kod indeksa posjećivanja mjesta kulturne baštine ($r = 0,401$; $p < 0,05$) i kazališta ($r = 0,395$; $p < 0,05$), dok je povezanost s indeksom posjećivanja mjesta nezavisne kulture nešto slabija ($r = 0,282$; $p < 0,05$). S druge strane, hedonistički i socijalizacijski motivi imaju negativnu, statistički značajnu povezanost ($r = -0,154$; $p < 0,05$) s indeksom posjećivanja mjesta kulturne baštine. To sugerira da osobe koje traže zabavu, žele se opustiti od stresa, promijeniti svakodnevnu rutinu i družiti se s obitelji i prijateljima, rjeđe posjećuju kulturna mjesta kao što Međunarodni centar za podvodnu arheologiju, Prirodoslovni odjel Narodnog Muzeja i Muzej antičkog stakla (vidi Tablicu 25). Osim toga, nisu utvrđene statistički značajne korelacije između hedonističkih i socijalizacijskih motiva te indeksa posjećivanja kazališta, mjesta nezavisne kulture, muzeja i galerija.

Tablica 25: Korelacijska matrica povezanosti učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta i motiva

	indeks_kulturna_bastina	indeks_kazalista	indeks_nezavisna_kultura	indeks_muzeji
<i>Edukativni i umrežavajući motivi</i>	,401*	,395*	,282*	,484*
<i>Hedonistički i socijalizacijski motivi</i>	-,154*	,138	,047	-,057

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

H6a: *Postoji statistički značajna povezanost između učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta i povezujućeg društvenog kapitala.*

Za mjerenje povezanosti učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta i povezujućeg društvenog kapitala ispitanika, korištena je korelacijska analiza. Ovom analizom utvrđeno je kako postoji negativna statistički značajna povezanost između indeksa posjećivanja muzeja i galerija i indeksa obiteljskih odnosa ($r = -0,358$; $p < 0,05$), te indeksa posjećivanja muzeja i galerija i indeksa prijateljskih odnosa ($r = -0,258$; $p < 0,05$). Ovi rezultati sugeriraju da osobe koje češće posjećuju muzeje i galerije u Zadru imaju kontakt s članovima obitelji, ali taj kontakt se odvija s manjim brojem članova. Ove osobe smatraju da im samo nekoliko članova obitelji može pružiti pomoć ako im je potrebna i imaju povjerenje u manji broj obiteljskih članova. Isto vrijedi i za prijateljske odnose (vidi Tablicu 26). Osim toga, nisu utvrđene statistički značajne korelacije između učestalosti posjećivanja muzeja i indeksa rodbinskih, susjedskih i kolegijalnih odnosa. Također, nisu utvrđene korelacije između preostalih indeksa posjećivanja kulturnih mjesta – mjesta kulturne baštine, kazališta i mjesta nezavisne kulture – s indeksima svih odnosa: obiteljskih, rodbinskih, susjedskih, prijateljskih i kolegijalnih. Na temelju ovih podataka hipoteza je djelomično potvrđena.

Tablica 26: Korelacijska matrica povezanosti učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta i indeksa povezujućeg društvenog kapitala

	indeks_obitelj ski_odnosi	indeks_rodbin ski_odnosi	indeks_susjeds ki_odnosi	indeks_prijatelj ski_odnosi	indeks_kolegij alni_odnosi
indeks_kulturne_bastine	-,045	,017	,077	-,045	,135
indeks_kazališta	,028	,080	,086	-,008	-,018
indeks_nezavisne_kulture	,002	-,012	-,022	-,059	,014
indeks_muzeji	-,358*	-,032	-,133	-,258*	-,011

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

H6b: *Postoji statistički značajna povezanost između učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta i premošćujućeg društvenog kapitala.*

Za mjerenje povezanosti između učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta i premošćujućeg društvenog kapitala ispitanika, provedena je korelacijska analiza. Rezultati ove analize ukazuju na postojanje pozitivne i statistički značajne povezanosti između indeksa

posjećivanja mjesta kulturne baštine i indeksa članstva ($r=0,349$; $p<0,05$). Ovi nalazi sugeriraju da osobe su koje češće posjećuju ovakva mjesta često članovi barem jedne grupe ili organizacije u Zadru. Također, uočene su značajne povezanosti s indeksom društveno-političke reprezentacije ($r=0,230$; $p<0,05$) i indeksom kulturno-rekreacijske reprezentacije ($r=0,270$; $p<0,05$). Ovi rezultati impliciraju da posjetitelji mjesta kulturne baštine smatraju kako neke društvene i političke, kao i kulturne i rekreacijske grupe, zastupaju njihove interese i prava te su spremne pružiti im podršku. Indeks posjećivanja muzeja pokazuje također pozitivne i statistički značajne povezanosti s indeksom članstva ($r=0,327$; $p<0,05$), društveno-političkom reprezentacijom ($r=0,198$; $p<0,05$) i kulturno-rekreacijskom reprezentacijom ($r=0,227$; $p<0,05$). Ove povezanosti impliciraju da su osobe koje često posjećuju muzeje najčešće članovi nekih organizacija u Zadru te smatraju da neke društvene i političke, kao i kulturne i rekreacijske grupe, zastupaju njihova prava i interese, te su im spremne pomoći (vidi Tablicu 27). Na temelju ovih podataka hipoteza je djelomično potvrđena.

Tablica 27: Korelacijska matrica povezanosti učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta i indeksa premošćujućeg društvenog kapitala

	indeks_clanstvo	indeks_drustveno-politicke_reprezentacije	indeks_kulturno-rekreacijske_reprezentacije
indeks_kulturne_bastine	,349*	,230*	,270*
indeks_kazalista	,043	,096	,131
indeks_nezavisne_kulture	,072	,063	,122
indeks_muzeji	,327*	,198*	,227*

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

7. Rasprava

Cilj ovog istraživanja je ispitati ulogu trećih mjesta u gradu Zadru u prevladavanju društveno-prostornih nejednakosti. Istraživanje se fokusira na razlike u posjećivanju različitih kulturnih mjesta u Zadru s obzirom na dob, obrazovanje i dio grada u kojem ispitanici žive. Također se nastoji utvrditi povezanost socioekonomskih varijabli, kao što su mjesečni prihodi kućanstva i procjena zadovoljavanja potreba kućanstava, s učestalošću posjećivanja kulturnih mjesta, kao i povezanost između posjećivanja kulturnih mjesta i društvenog kapitala. Ključni nalazi bit će detaljno raspravljani u kontekstu relevantnih teorijskih okvira i prethodnih istraživanja.

Prva hipoteza temelji se na istraživačkom pitanju o razlikama u učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta u Zadru s obzirom na spol. Prema dosadašnjim istraživanjima, kako onima provedenima u Hrvatskoj, tako i izvan nje, kulturne preferencije često reflektiraju rodne norme i identitete, pri čemu žene u prosjeku pokazuju veće sudjelovanje u kulturnim aktivnostima i sadržajima (Tonković, Krolo i Marčelić, 2020; Tonković, Marčelić i Krolo, 2017; Lagaert, 2018; Christin, 2012; Katz-Gerro, 2006). Rezultati ovog istraživanja potvrđuju postojanje rodnih razlika u učestalosti posjeta kazalištima, gdje žene češće posjećuju ove prostore, što je u skladu s očekivanjima. S druge strane, iznenađujući nalaz je veća učestalost posjećivanja mjesta kulturne baštine među muškarcima. To uključuje lokacije poput Međunarodnog centra za podvodnu arheologiju, Prirodoslovnog odjela Narodnog muzeja i Muzeja antičkog stakla. Ovi rezultati sugeriraju da su razlike u posjećivanju kulturnih mjesta vjerojatnije rezultat osobnih interesa nego tradicionalnih rodnih uloga i društvenih očekivanja. Izostanak tih razlika u posjećivanju drugih kulturnih mjesta ukazuje na to da određene kulturne aktivnosti imaju univerzalniju privlačnost, što implicira da nisu svi kulturni sadržaji podjednako podložni rodnim normama.

Druga hipoteza nastoji istražiti kako je obrazovni stupanj povezan s učestalošću posjećivanja kulturnih mjesta. Dosadašnja istraživanja pokazala su da obrazovanje snažno oblikuje kulturne interese, pri čemu visokoobrazovani pojedinci češće sudjeluju u kulturnim aktivnostima (Adamović, 2017; Katz-Gerro, 2011; Schuster, 2007; Tonković, Marčelić i Krolo, 2017). Rezultati ovog istraživanja potvrđuju da osobe s tercijarnim obrazovanjem češće posjećuju muzeje i mjesta kulturne baštine u odnosu na one s primarnim ili sekundarnim stupnjem obrazovanja. Ovi nalazi podržavaju Bourdieuvu (2019) teoriju kulturnog kapitala, prema kojoj visoko obrazovani ljudi, zbog veće izloženosti kulturnim

sadržajima, razvijaju sklonost prema aktivnostima koje zahtijevaju intelektualno angažiranje. Nasuprot tome, oni s nižim obrazovanjem preferiraju aktivnosti poput rekreacije i zabave, koje zahtijevaju manje kognitivnog napora. Time se obrazovanje potvrđuje kao ključni faktor u akumulaciji kulturnog kapitala i oblikovanju klasnih razlika u kulturnoj participaciji.

Treća hipoteza ovog istraživanja usmjerena je na ispitivanje razlika u učestalosti posjećivanja kulturnih sadržaja među stanovnicima različitih gradskih četvrti, odnosno dijelova grada. Dosadašnja istraživanja pokazuju kako lokacija stanovanja značajno utječe na svakodnevni život pojedinaca, uključujući njihovu uključenost u kulturne aktivnosti. Naime, osobe koje žive bliže kulturnim ustanovama, odnosno imaju bolji prostorni pristup kulturnim sadržajima, češće sudjeluju u kulturnim događanjima te pokazuju višu razinu kulturne participacije (Miles i Ebrey, 2017; Brook, 2016). Rezultati ovog istraživanja potvrđuju postojanje značajnih razlika u posjećivanju mjesta nezavisne kulture, kazališta, te muzeja i galerija. Ispitanici koji žive u centru grada češće posjećuju kulturne ustanove u usporedbi s onima koji žive u perifernim dijelovima grada. Konkretno, stanovnici centra grada bilježe najviše prosjeke u posjećivanju kulturnih mjesta, dok ispitanici iz perifernih četvrti, poput Bokanjca, Dikla, Gaženice, Novog Bokanjca i Ričine, pokazuju niže razine kulturne participacije. Ove razlike nisu neočekivane, budući da je prethodno mapiranje kulturnih mjesta u Zadru pokazalo njihovu koncentraciju u gradskom središtu, gdje se nalaze većina muzeja, galerija, kazališta i drugih kulturnih institucija. Razlog tome leži i u urbanoj strukturi grada, odnosno infrastrukturnim razlikama koje oblikuju životne obrasce stanovnika Zadra. Dević (2022) ističe kako su središnje četvrti poput Poluotoka, Relje, Voštarnice i Višnjika karakterizirane bogatom infrastrukturom: „Radi se o području koje obuhvaća administrativni, kulturni i turistički centar grada te je područje s najvišom upotrebom mješovitog zemljišta, javnih prostora, trgova i parkova“ (2022: 268). S druge strane, četvrti poput Plovanije, Stanova, Melade, Belafuže i Sokinog briga, koje su u ovom istraživanju označene kao poluperiferne, bilježe manji broj javnih sadržaja i mješovite uporabe zemljišta u usporedbi s centrom grada. Dević (2022) ističe da su „javni sadržaji uglavnom smješteni u područjima kompaktnih četvrti s većim višestambenim objektima iz razdoblja stanogradnje 1980-ih (Bili Brig, 'Put Petrića') te na području najveće gradske vertikalne prometnice ('Bulevar')". Na tom području nalaze se i neki sportsko-rekreacijski centri i objekti (dvorana Mocire, igralište na Stanovima)“ (2022: 269). U konačnici, četvrti poput Arbanasa, Puntamike, Dikla, Starog i Novog Bokanjca, Ploče i Zadarskog Dračevca većinom su rezidencijalne zone s manjom dostupnošću javnih usluga i sadržaja – „u trećoj zoni najmanja je uporaba mješovitog

zemljišta te javnih površina i prostora“ (Dević, 2022: 270). U tom smislu, urbane politike moraju biti usmjerene na izgradnju grada koji osigurava ravnomjernu dostupnost javnih i kulturnih sadržaja svim stanovnicima, bez obzira na lokaciju stanovanja. Razvoj infrastrukture u perifernim i poluperifernim četvrtima ključan je za smanjenje postojećih razlika u kulturnoj participaciji. Ulaganje u decentralizaciju kulturnih ustanova, te stvaranje novih javnih prostora u manje razvijenim dijelovima grada, može pridonijeti većoj društvenoj inkluziji i kvaliteti života.

Četvrta hipoteza ovog istraživanja fokusira se na povezanost između različitih socioekonomskih varijabli, uključujući mjesečne prihode i zadovoljavanje potreba kućanstava, i učestalosti posjećivanja raznih kulturnih mjesta. Dosadašnja istraživanja dosljedno ukazuju na to da se ekonomski kapital pokazuje kao značajan prediktor sudjelovanja u kulturnim aktivnostima, pri čemu osobe s višim prihodima češće konzumiraju kulturne sadržaje (Mustapić, Milas i Dergić, 2022; Tonković, Marčelić i Krolo, 2017; Upright, 2004; Courty i Zhang, 2018; Katz-Gerro, 2011). Međutim, rezultati ovog istraživanja pokazuju suprotan trend: prihodi i percepcija zadovoljstva osnovnim potrebama kućanstava nisu se iskazali kao relevantni prediktori učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta u Zadru. Ova neočekivana zapažanja sugeriraju da postoje drugi čimbenici koji oblikuju kulturne obrasce ponašanja među građanima i građankama Zadra.

U petoj hipotezi istražuje se povezanost između učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta i motiva koji potiču sudjelovanje u tim aktivnostima. Ova hipoteza temelji se na prethodnim istraživanjima koja ističu raznolike motive, uključujući zabavu, želju za proširivanjem općeg znanja te druženje s obitelji, koji motiviraju pojedince na angažman u kulturnim aktivnostima (Perasović, Krnić i Maglić, 2022; Slater, 2007; Manolik i Baltzis, 2020). Uz to, dosadašnja istraživanja identificirala su i prepreke koje mogu ometati kulturnu potrošnju, poput financijskih troškova i nedostatka slobodnog vremena (Cvjetičanin i Katunarić, 2003; Willekens i Lievens, 2016; Gayo, 2017). Rezultati istraživanja ukazuju na značajnu pozitivnu korelaciju između učestalosti posjećivanja mjesta kulturne baštine, kazališta, nezavisnih kulturnih prostora i muzeja s edukativnim i umrežavajućim motivima. Umrežavanje, kao oblik aktivnog uspostavljanja i održavanja profesionalnih odnosa, postaje sve važniji motiv za posjećivanje kulturnih mjesta. Ono omogućuje razmjenu ideja, suradnju i stvaranje novih veza među ljudima koji dijele slične interese. U tom kontekstu, kulturne ustanove ne predstavljaju samo platforme za stjecanje znanja, već i za profesionalno

povezivanje i jačanje društvenih mreža. S druge strane, hedonistički i socijalizacijski motivi pokazuju negativnu povezanost s posjećivanjem muzeja. Ovaj fenomen može se objasniti prevalentnim mišljenjem da su muzeji dosadni i da ne pružaju opuštajuće i ugodno iskustvo. Stoga, osobe koje su željne zabave ili opuštanja od stresa manje posjećuju ova kulturna mjesta (Lin, 2006). Dodatno, prepreke posjećivanju kulturnih mjesta nisu se pokazale kao statistički značajan indikator učestalosti posjeta. Ovaj rezultat se može djelomično objasniti činjenicom da uzorak istraživanja dolazi iz skupine s boljim materijalnim statusom u usporedbi s nacionalnim prosjekom.

Posljednji set hipoteza vezanih uz društveni kapital istražuje povezanost između učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta i povezujućeg te premošćujućeg društvenog kapitala, oslanjajući se na pretpostavku Hyppä (2010) koja sugerira da veća kulturna participacija može doprinijeti jačanju društvenih veza i umrežavanju među pojedincima. Rezultati istraživanja donose zanimljive nalaze, ukazujući na postojanje negativne statističke povezanosti između povezujućeg društvenog kapitala i posjećivanja muzeja. Ovo sugerira da pojedinci koji imaju razvijene bliske društvene veze manje posjećuju muzeje. Nasuprot tome, pozitivna povezanost između učestalosti posjećivanja mjesta kulturne baštine i muzeja i premošćujućeg društvenog kapitala sugerira da posjećivanje kulturnih mjesta može potaknuti izgradnju šire mreže kontakata, omogućujući ljudima da se povežu s raznolikim društvenim skupinama i prošire svoj društveni krug, prvenstveno kroz članstvo u različitim grupama i organizacijama. U tom kontekstu, zanimljivo je komentirati i podatke koji pokazuju da, iako većina ispitanika smatra da bar neke grupe ili organizacije u Zadru posjeduju resurse poput stabilnog financijskog stanja, široke mreže poznanika i značajnog utjecaja u društvu, smatraju da je malo vjerojatno da bi im te grupe pružile pomoć. Osim toga, većina ispitanika tvrdi da niti jedna društvena i politička grupa ne zastupa njihova prava i interese, dok većina njih misli suprotno za kulturne i rekreacijske grupe i organizacije. Ova diskrepancija između prepoznatih resursa organizacija i percepcije njihove stvarne korisnosti može se objasniti nalazima Devića (2022), koji pokazuju da građani Zadra ne vjeruju građanskim aktivistima i udrugama, smatrajući ih nepouzdanim. Pritom, rezultati istraživanja koji pokazuju da većina ispitanika iz Zadra nije član nijedne udruge, grupe ili organizacije, mogu se tumačiti u svjetlu Devičeve tvrdnje da veće povjerenje u civilno društvo motivira pojedince na aktivnije učlanjenje u takve strukture. Dević dalje naglašava da je u europskim društvima s nasljeđem socijalizma prelazak na višestranačku demokraciju doveo do povećanja korupcije, što je rezultiralo smanjenjem povjerenja u građanske udruge, koje se često percipiraju kao elitističke

i usmjerene na vlastite interese. Ovakvo nepovjerenje predstavlja ozbiljnu prepreku aktivnom sudjelovanju građana i značajno usporava razvoj pozitivne kulture udruživanja (Dević, 2022).

8. Zaključak

Svrha ovog istraživanja je ispitati ulogu kulturnih trećih mjesta u gradu Zadru u prevladavanju društveno-prostornih nejednakosti, kako bi se stekao uvid u to na koji način ova mjesta doprinose izgradnji kulturnog i društvenog kapitala, što će omogućiti razvoj kulturnih politika i strategija koje će smanjiti tu nejednakost. Fokus rada je na analizi razlika u učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta među različitim sociodemografskim skupinama, kao i na motivacijskim obrascima koji utječu na učestalost tih posjeta. Istraživanje je provedeno anketom koja je obuhvatila 163 stanovnika Zadra i rezultirala različitim zaključcima koji će se dalje elaborirati u nastavku.

Glavni nalazi istraživanja ukazuju na značajne razlike u učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta s obzirom na spol, obrazovanje i prostornu lokaciju, ali ne i s obzirom na socioekonomski status. Analiza je pokazala da žene češće posjećuju Hrvatsko narodno kazalište i Kazalište lutaka u Zadru, dok muškarci imaju veću sklonost posjećivanja mjesta kulturne baštine, kao što su Međunarodni centar za podvodnu arheologiju, Prirodoslovni odjel Narodnog muzeja i Muzej antičkog stakla. Visokoobrazovani pojedinci značajno su aktivniji u kulturnim aktivnostima u odnosu na one s nižim obrazovanjem, često posjećujući zadarska kazališta te muzeje i galerije, uključujući Kneževu palaču, Providurovu palaču, Narodni muzej Zadar, Arheološki muzej, Galeriju umjetnina i Etnološki odjel Narodnog muzeja. Ovi rezultati potvrđuju ulogu obrazovanja kao ključnog faktora u akumulaciji kulturnog kapitala. Prostorna lokacija također igra ključnu ulogu u obrascima posjećivanja; stanovnici centra grada češće posjećuju kulturne ustanove u usporedbi s onima iz perifernih dijelova, što ukazuje na značajnu nejednakost u pristupu kulturi. Osim toga, koncentracija kulturnih mjesta u gradskom središtu dodatno otežava pristup kulturnim sadržajima za stanovnike perifernih dijelova, čime se produbljuju postojeće razlike u kulturnoj participaciji. Iznenađujuće, ekonomski status nije pokazao značajnu povezanost s posjećivanjem kulturnih mjesta u Zadru, što može sugerirati da drugi faktori igraju važniju ulogu u oblikovanju kulturnih obrazaca ponašanja. Motivi za posjećivanje također variraju; edukativni i umrežavajući motivi potiču veću učestalost posjeta muzejima, galerijama, kazalištima, mjestima kulturne baštine i neovisnim kulturnim prostorima poput Knjigozemske i Nigdjezemske, dok hedonistički i socijalizacijski motivi, poput zabave i opuštanja, pokazuju negativnu korelaciju s posjetima muzejima. Na kraju, istraživanje otkriva povezanost između posjećivanja kulturnih mjesta i društvenog kapitala. Iako oni koji češće posjećuju muzeje i galerije bilježe niže razine

povezujućeg kapitala, oni koji posjećuju muzeje i mjesta kulturne baštine imaju veće razine premošćujućeg kapitala. Ovi rezultati podcrtavaju važnost osnaživanja kulturne infrastrukture i stvaranja jednake prilike za sudjelovanje svih građana u kulturnom životu.

Glavni nedostaci istraživanja uključuju nerazmjernu zastupljenost žena i muškaraca među ispitanicima, što može negativno utjecati na reprezentativnost rezultata. Drugi značajan nedostatak je manjak postojeće literature o trećim mjestima kao generatorima kulturnog kapitala, što je rezultiralo samovoljnim operacionaliziranjem koncepta kulturnih trećih mjesta. Zbog svog eksperimentalnog karaktera, ovo istraživanje ima ograničenja u pogledu generalizacije rezultata na širu populaciju, čime postaje prvenstveno eksplorativne, a ne eksplanatorne naravi. Dodatno, korišteni mjerni instrumenti, osobito čestice za mjerenje društvenog kapitala, pokazali su se kao nedovoljno pouzdane mjere. S obzirom na navedeno, korištenje mješovitih metoda moglo bi pridonijeti boljem razumijevanju istraživanih fenomena. Kvalitativni pristupi mogli bi omogućiti dublju analizu motiva koji stoje iza posjećivanja kulturnih mjesta u Zadru, dok bi kvantitativne metode obuhvatile učestalost tih posjeta. Ovi aspekti dodatno naglašavaju potrebu za daljnjim istraživanjem koje bi integriralo raznolike pristupe i metodologije kako bi se osigurala sveobuhvatnija i reprezentativnija analiza kulturnih obrazaca sudjelovanja u Zadru. Ipak, istraživanje može poslužiti kao temelj za buduća istraživanja uloge trećih mjesta kao agensa socijalne mobilnosti, posebno u kontekstu urbanog razvoja i kulturnih politika. Nadalje, rezultati istraživanja mogu biti korisni za donositelje odluka u kreiranju kulturnih programa i strategija koje bi mogle doprinijeti smanjenju društvenih nejednakosti i povećanju socijalne inkluzije.

9. Prilozi

9.1. Anketni upitnik

Poštovani/e,

Pozivam Vas da sudjelujete u istraživanju koje provodim u svrhu izrade diplomskog rada na Odjelu za sociologiju Sveučilišta u Zadru. Popunjavanje upitnika je u potpunosti anonimno i dobrovoljno te možete odustati od ispunjavanja upitnika u bilo kojem trenutku bez ikakvih posljedica. Dobiveni rezultati koristit će se isključivo u istraživačke svrhe. Ispunjavanjem ovog upitnika pristajete na sudjelovanje u ovom istraživanju. Ispunjavanje upitnika traje oko 15-20 minuta.

Zahvaljujem Vam se na Vašem sudjelovanju!

Za informacije ili nejasnoće u vezi sa ispunjavanjem upitnika, možete mi se obratiti na e-mail: anamarijagrgurinovic@gmail.com

1. Spol:

1 – Muški

2 – Ženski

2. Dob (Molimo brojkom upišite koliko imate godina):

3. Naziv Vaše gradske četvrti:

1 – Arbanasi

2 – Bili Brig

3 – Bokanjac

4 – Brodarica

5 – Crvene kuće

6 – Diklo

7 – Dračevac

8 – Gaženica

9 – Jazine 1

10 – Jazine 2

11 – Maslina

12 – Novi Bokanjac

- 13 – Ploča
- 14 – Plovanija
- 15 – Poluotok
- 16 – Puntamika
- 17 – Ričina
- 18 – Smiljevac
- 19 – Stanovi
- 20 – Vidikovac
- 21 – Višnjik
- 22 – Voštarnica

4. Koji je Vaš najviši stupanj obrazovanja:

- 1 – Nezavršena osnovna škola
- 2 – Osnovna škola
- 3 – Trogodišnja srednja strukovna škola (za obrtnička zanimanja)
- 4 – Četverogodišnja srednja strukovna škola (npr. medicinska, ekonomska)
- 5 – Gimnazija
- 6 – Preddiplomski/diplomski stručni studij (viša škola, visoka škola, veleučilište)
- 7 – Preddiplomski sveučilišni studij (prvostupnik, baccalaureus)
- 8 – Diplomski sveučilišni studij (fakultet, akademija)
- 9 – Poslijediplomski studij (mr. sc., dr. sc.)

5. Koji je najviši stupanj obrazovanja Vaše majke:

- 1 – Nezavršena osnovna škola
- 2 – Osnovna škola
- 3 – Trogodišnja srednja strukovna škola (za obrtnička zanimanja)
- 4 – Četverogodišnja srednja strukovna škola (npr. medicinska, ekonomska)
- 5 – Gimnazija
- 6 – Preddiplomski/diplomski stručni studij (viša škola, visoka škola, veleučilište)
- 7 – Preddiplomski sveučilišni studij (prvostupnik, baccalaureus)
- 8 – Diplomski sveučilišni studij (fakultet, akademija)
- 9 – Poslijediplomski studij (mr. sc., dr. sc.)

6. Koji je najviši stupanj obrazovanja Vašeg oca:

- 1 – Nezavršena osnovna škola

- 2 – Osnovna škola
- 3 – Trogodišnja srednja strukovna škola (za obrtnička zanimanja)
- 4 – Četverogodišnja srednja strukovna škola (npr. medicinska, ekonomska)
- 5 – Gimnazija
- 6 – Preddiplomski/diplomski stručni studij (viša škola, visoka škola, veleučilište)
- 7 – Preddiplomski sveučilišni studij (prvostupnik, baccalaureus)
- 8 – Diplomski sveučilišni studij (fakultet, akademija)
- 9 – Poslijediplomski studij (mr. sc., dr. sc.)

7. Koji je vaš trenutni status?

- 1 – Radim kao zaposlenik/ca
- 2 – Samozaposlen/a ili poslodavac/ka (npr. vlasnik/ca obrta, d.o.o. i slično)
- 3 – Nezaposlen/a
- 4 – Školujem se/studiram
- 5 – Umirovljenik/ca
- 6 – Brinem o kućanstvu
- 7 – Ostalo (navedite) _____

8. Molimo navedite koliko ste puta u posljednjih godinu dana posjetili sljedeća mjesta:

Narodni Muzej Zadar	0	1-3	4-6	7-12	12+
Etnološki odjel Narodnog muzeja	0	1-3	4-6	7-12	12+
Prirodoslovni odjel Narodnog muzeja	0	1-3	4-6	7-12	12+
Galerija umjetnina Narodnog muzeja	0	1-3	4-6	7-12	12+
Kneževa palača	0	1-3	4-6	7-12	12+
Polivalentna dvorana – Providurova palača	0	1-3	4-6	7-12	12+
Arheološki muzej Zadar	0	1-3	4-6	7-12	12+

Muzej antičkog stakla	0	1-3	4-6	7-12	12+
Muzej iluzija	0	1-3	4-6	7-12	12+
Nigdjezemska	0	1-3	4-6	7-12	12+
Knjigozemska	0	1-3	4-6	7-12	12+
Hrvatsko narodno kazalište Zadar	0	1-3	4-6	7-12	12+
Kazalište lutaka Zadar	0	1-3	4-6	7-12	12+
Gradska knjižnica Zadar	0	1-3	4-6	7-12	12+
Znanstvena knjižnica Zadar	0	1-3	4-6	7-12	12+
Koncertni ured Zadar	0	1-3	4-6	7-12	12+
Međunarodni centar za podvodnu arheologiju u Zadru	0	1-3	4-6	7-12	12+
<i>CineStar</i> Zadar	0	1-3	4-6	7-12	12+

9. Pred Vama se nalaze tvrdnje koje navode razloge Vašeg (ne)posjećivanja kulturnih mjesta u Zadru. Na prikazanoj skali procijenite u kojoj se mjeri odnose na Vas.

Uopće se ne odnosi na mene

U potpunosti se odnosi na mene

1 2 3 4 5

Zato što me zanimaju aktivnosti i ponuda ovih mjesta	1	2	3	4	5
Da se opustim od svakodnevnog stresa	1	2	3	4	5

Da promijenim istu rutinu koja me dosađuje	1	2	3	4	5
Da učim o nepoznatim temama	1	2	3	4	5
Da proširim opće znanje	1	2	3	4	5
Da provodim više vremena s obitelji	1	2	3	4	5
Da budem okružen/a s osobama sličnih interesa	1	2	3	4	5
Da provodim vrijeme sa prijateljima	1	2	3	4	5
Da upoznam nove ljude	1	2	3	4	5
Da bih se zabavio/la	1	2	3	4	5
Zato jer imam ograničeno slobodno vrijeme zbog posla, škole ili drugih obveza	1	2	3	4	5
Zato jer ne mogu priuštiti troškove povezane s posjetom tim mjestima (npr. ulaznice, troškovi članstva)	1	2	3	4	5
Zato što se ta mjesta ne nalaze u blizini mog doma ili radnog mjesta	1	2	3	4	5

10. S koliko osoba održavate redoviti kontakt?

	Nikim	Nekoliko	Većinom	Svima
Vaši članovi obitelji	1	2	3	4
Vaši rođaci	1	2	3	4
Ljudi u vašem susjedstvu	1	2	3	4
Vaši prijatelji	1	2	3	4
Vaše kolege	1	2	3	4

11. Koliko osoba vjerujete?

	Nikim	Nekoliko	Većini	Svima
Vaši članovi obitelji	1	2	3	4
Vaši rođaci	1	2	3	4

Ljudi u vašem susjedstvu	1	2	3	4
Vaši prijatelji	1	2	3	4
Vaše kolege	1	2	3	4

12. Koliko će Vam osoba sigurno pomoći na Vaš zahtjev?

	Nitko	Nekoliko	Većina	Svi
Vaši članovi obitelji	1	2	3	4
Vaši rođaci	1	2	3	4
Ljudi u vašem susjedstvu	1	2	3	4
Vaši prijatelji	1	2	3	4
Vaše kolege	1	2	3	4

13. Koliko osoba među navedenima posjeduje neke resurse ili imovinu (političku moć, novčano bogatstvo, široku mrežu poznanika, visok ugled, visoko obrazovanje ili ugledan posao)?

	Nitko	Nekoliko	Većina	Svi
Vaši članovi obitelji	1	2	3	4
Vaši rođaci	1	2	3	4
Ljudi u vašem susjedstvu	1	2	3	4
Vaši prijatelji	1	2	3	4
Vaše kolege	1	2	3	4

14. Molimo navedite jeste li učlanjeni u neku grupu/organizaciju u Zadru.

	Nisam član/ica	Član/ica sam
--	----------------	--------------

Političke i društvene grupe/organizacije (političke stranke, mjesni odbori, sindikati, ženske organizacije, volonterske grupe, itd.)	1	2
Kulturne i rekreativne grupe/organizacije (vjerske, sportske, glazbene, plesne itd.)	1	2

15. Koliko grupa/organizacija u Zadru predstavlja Vaša i interese?

	Niti jedna	Nekoliko	Većina	Sve
Političke i društvene grupe/organizacije (političke stranke, mjesni odbori, sindikati, ženske organizacije, volonterske grupe, itd.)	1	2	3	4
Kulturne i rekreativne grupe/organizacije (vjerske, sportske, glazbene, plesne itd.)	1	2	3	4

16. Koliko će Vam grupa/organizacija u Zadru pomoći na Vaš zahtjev?

	Niti jedna	Nekoliko	Većina	Sve
Političke i društvene grupe/organizacije (političke stranke, mjesni odbori, sindikati, ženske organizacije, volonterske grupe, itd.)	1	2	3	4
Kulturne i rekreativne grupe/organizacije (vjerske, sportske, glazbene, plesne itd.)	1	2	3	4

17. Kada se uzmu u obzir sve grupe/organizacije u Zadru (političke i društvene/ kulturne i rekreativne), koliko ih posjeduje sljedeća sredstva/resurse?

	Niti jedna	Nekoliko	Većina	Sve
Stabilno financijsko stanje	1	2	3	4
Široku mrežu poznanstava	1	2	3	4
Jak utjecaj u društvu	1	2	3	4

18. Ako uzmete u obzir ukupan mjesečni prihod Vašeg kućanstva, može li Vaše kućanstvo zadovoljiti svoje potrebe („spojiti kraj s krajem“)?

- 1 – Uz velike poteškoće
- 2 – Uz poteškoće
- 3 – Uz male poteškoće
- 4 – Lako
- 5 – Prilično lako
- 6 – Vrlo lako

19. Koliki su prosječni mjesečni prihodi Vašeg kućanstva?

- 1 – Manje od 300 eura
- 2 – Između 300 i 700 eura
- 3 – Između 700 i 1000 eura
- 4 – Između 1000 i 1500 eura
- 5 – Između 1500 i 2000 eura
- 6 – Više od 2000 eura

20. Koji su izvori Vaših financija? Moguće je više odgovora.

- 1 – uzdržavan/a od strane roditelja
- 2 – uzdržavan/a od strane drugog obiteljskog člana
- 3 – uzdržavan/a od strane partnera/ice
- 4 – studentski posao
- 5 – stipendija
- 6 – obiteljska mirovina
- 7 – vlastita plaća
- 8 – prihodi od imovine (najamnine, zakupnine i sl.)
- 9 – nasljedstvo
- 10 – ušteđevina
- 11 – mirovina
- 12 – socijalna pomoć, invalidnina
- 13 – ostalo (navedite) _____

21. Kakav je Vaš stambeni status:

- 1 – Vlasnik/kupac nekretnine bez hipoteke/kredita
- 2 – Vlasnik/nasljednik nekretnine bez hipoteke/kredita
- 3 – Podstanar, plaća stanarinu privatnoj osobi
- 4 – Smještaj bez plaćanja stanarine (kod roditelja, partnera)

5 – Vlasnik/kupac s hipotekom/kreditom

6 – Ostalo (navedite) _____

22. Od koliko se članova sastoji Vaše kućanstvo: _____

9.2. *Popis tablica*

Tablica 1: Dobna struktura ispitanika.....	28
Tablica 2: Gradska četvrt ispitanika	28
Tablica 3: Dio grada u kojem ispitanici žive	29
Tablica 4: Obrazovni stupanj ispitanika	30
Tablica 5: Obrazovni stupanj roditelja ispitanika	30
Tablica 6: Trenutni status ispitanika.....	31
Tablica 7: Izvori financija.....	31
Tablica 8: Zadovoljenje potreba kućanstva	32
Tablica 9: Mjesečni prihodi kućanstva	33
Tablica 10: Stambeni status ispitanika	34
Tablica 11: Deskriptivni prikaz broja osoba u kućanstvu	35
Tablica 12: Posjećivanje kulturnih mjesta u Zadru	36
Tablica 13: Posjećivanje kulturnih mjesta – faktorska matrica	38
Tablica 14: Razlozi posjećivanja kulturnih mjesta – faktorska matrica.....	41
Tablica 15: Razlike u posjećivanju kulturnih mjesta s obzirom na spol	49
Tablica 16: Razlike u posjećivanju kulturnih mjesta s obzirom na stupanj obrazovanja.....	49
Tablica 17: Razlike u posjećivanju različitih kulturnih mjesta s obzirom na dio grada u kojem ispitanici žive	50
Tablica 18: Analiza varijance: razlika u posjećivanju kazališta s obzirom na dio grada u kojem ispitanici žive	51
Tablica 19: Analiza varijance: razlika u posjećivanju mjesta nezavisne kulture s obzirom na dio grada u kojem ispitanici žive.....	51
Tablica 20: Analiza varijance: razlika u posjećivanju muzeja i galerija s obzirom na dio grada u kojem ispitanici žive	51
Tablica 21: Korelacijska matrica povezanosti nezavisnih varijabli i indeksa posjećivanja kulturnih mjesta.....	52

Tablica 22: Višestruka regresijska analiza faktora indeks posjećivanja mjesta kulturne baštine (N=163).....	54
Tablica 23: Višestruka regresijska analiza faktora indeks posjećivanja kazališta (N=163)	54
Tablica 24: Višestruka regresijska analiza faktora indeks posjećivanja muzeja i galerija (N=163).....	55
Tablica 25: Korelacijska matrica povezanosti učestalosti posjećivanja kulturnih mjesta i motiva	56
Tablica 26: Korelacijska matrica povezanosti učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta i indeksa povezujućeg društvenog kapitala	57
Tablica 27: Korelacijska matrica povezanosti učestalosti posjećivanja različitih kulturnih mjesta i indeksa premošćujućeg društvenog kapitala.....	58

9.3. Popis slika

Slika 1: Šibenska Poljana prije renovacije – parkiralište; Izvor:Šibenski, Marija Lončar	9
Slika 2: Šibenska Poljana nakon renovacije – okupljalište; Izvor: Šibenski, Nikolina Vuković Stipaničev.....	9
Slika 3: Kulturna treća mjesta u Zadru (1 – Narodni muzej Zadar, 2 – Etnološki odjel, 3 – Prirodoslovni odjel, 4 – Galerija umjetnina, 5 – Kneževa palača/Providurova palača/Koncertni ured, 6 – Arheološki muzej Zadar, 7 – Muzej antičkog stakla, 8 – Međunarodni centar za podvodnu arheologiju, 9 – Hrvatsko narodno kazalište, 10 – Kazalište lutaka Zadar, 11 – Gradska knjižnica Zadar, 12 – Znanstvena knjižnica, 13 – CineStar Zadar, 14 – Muzej Iluzija, 15 – Nigdjezemska, 16 – Knjigozemska)	22
Slika 4: Spolna struktura ispitanika.....	27
Slika 5: Prihodovni razredi	34
Slika 6: Učestalost posjećivanja kulturnih mjesta.....	37
Slika 7: Razlozi posjećivanja kulturnih mjesta	40
Slika 8: Procjena broja osoba s kojima ispitanici održavaju redoviti kontakt	42
Slika 9: Procjena broja osoba kojima ispitanici vjeruju	43
Slika 10: Procjena broja osoba za koje ispitanici misle da su im spremni pomoći.....	44
Slika 11: Procjena broja osoba za koje ispitanici misle da posjeduju resurse ili imovinu	45
Slika 12: Članstvo u grupama/organizacijama.....	46
Slika 13: Procjena broja grupa/organizacija koje zastupaju prava i interese ispitanika.....	46

Slika 14: Procjena broja grupa/organizacija za koje ispitanici smatraju da su im spremne pomoći	47
Slika 15: Procjena broja grupa/organizacija za koje ispitanici smatraju da posjeduju određena sredstva ili resurse	48

10. Literatura

- Adamović, Mirjana (2017). „Kulturna participacija stanovnika novih stambenih prostora u zagrebačkoj mreži naselja“, *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, 55(2 (208)): 167-185.
- Aquino, Kristine, Wise, Amand, Velayutham, Selvaraj, Parry, Keith D. i Neal, Sarah (2022). „The right to the city: Outdoor informal sport and urban belonging in multicultural spaces“, *Annals of Leisure Research*, 25(4): 472-490.
- Baljak, Đurđa (2024). „Gradska knjižnica Zadar obilježila svoj dan i nagradila one koji su najviše čitali u 2023.“, *Zadarski list*, Dostupno na: <https://zadarskilist.novilist.hr/zadaruapanija/zadar/gradska-knjiznica-zadar-obiljezila-dan-knjiznice/> (18.9.2024.)
- Bourdieu, Pierre (1986). „The forms of capital“ u: Richardson, John G. (ur.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood, str. 241–258.
- Bourdieu, Pierre (2019). „Distinction: A social critique of the judgement of taste“ u: Grusky, David (ur.). *Social Stratification, Class, Race, and Gender in Sociological Perspective*. Routledge, str. 499-525.
- Brook, Orian (2016). „Spatial equity and cultural participation: how access influences attendance at museums and galleries in London“, *Cultural Trends*, 25(1): 21-34.
- Burke, Colleen A. i Bosworth, Hayden B. (2023). „Historical structural barriers and cardiovascular inequities“, *JAMA network open*, 6(7): e2322673.
- Chen, Xinguang, Stanton, Bruce, Gong, Jian, Fang, Xiaohua, i Li, Xin (2009). „Personal Social Capital Scale: an instrument for health and behavioral research“, *Health education research*, 24(2): 306-317.
- Christin, Angèle (2012). „Gender and highbrow cultural participation in the United States“, *Poetics*, 40(5): 423-443.
- Courty, Pascal i Zhang, Fenghua (2018). „Cultural participation in major Chinese cities“, *Journal of Cultural Economics*, 42(4): 543-592.
- Creswell John i Creswell David (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Crick, Anne P. (2011). „Rethinking oldenburg: Third places and generation Y in a developing country context“, *Međunarodna konferencija CHRIE*, 1-22.
- Crick, Anne P. (2011a). „New third places: Opportunities and challenges“ u: Woodside, Arch G. (ur.). *Tourism sensemaking: Strategies to give meaning to experience*. Emerald Group Publishing Limited, str. 63-77.
- Cvjetičanin, Biserka i Katunarić, Vjeron (2003). *Hrvatska u 21. Stoljeću—strategija kulturnog razvitka*, Zagreb: Ministarstvo kulture.

- Dawson, Emily (2014). „“Not designed for us”: How science museums and science centers socially exclude low-income, minority ethnic groups“, *Science education*, 98(6): 981-1008.
- Debeljak, Renata (2022). „Privatni muzeji: u Hrvatskoj ih je sve više i posluju dobro unatoč krizi i inflaciji“, *Lider*, Dostupno na: <https://lidermedia.hr/zivot/privatni-muzeji-u-hrvatskoj-ih-je-sve-vise-i-posluju-dobro-unatoc-krizi-i-inflaciji-145460> (18.9.2024.).
- Dević, Mislav (2022). *Odrednice akumulacije socijalnog kapitala stanovništva Zadra: višerazinsko objašnjenje*, Doktorski rad. Preuzeto sa: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:384580> (24.9.2024.)
- Finlay, Jessica, Esposito, Michael, Kim, Min Hee, Gomez-Lopez, Iris i Clarke, Philippa (2019). „Closure of ‘third places’? Exploring potential consequences for collective health and wellbeing“, *Health & place*, 60: 102225.
- French, Kenneth N. (2014). „Exploring socioeconomic characteristics of ethnically divided neighbourhoods“ u: Lloyd, Christopher D., Shuttleworth, Ian i Wong, David W. (ur.). *Social-Spatial Segregation*. Policy Press, str. 389-412.
- Fullagar, Simone, O’Brien, Wendy i Lloyd, Kathy (2019). „Feminist perspectives on third places“ u: Dolley, Joanne i Bosman, Caryl (ur.). *Rethinking Third Places*. Edward Elgar Publishing, str. 20-37.
- Gaudio, Rudolf P. (2003). „Coffeetalk: Starbucks™ and the commercialization of casual conversation“, *Language in Society*, 32(5): 659-691.
- Gayo, Modesto (2017). „Exploring cultural disengagement: The example of Chile“, *Cultural Sociology*, 11(4): 468-488.
- Glover, Troy D. i Parry, Diana C. (2009). „A third place in the everyday lives of people living with cancer: Functions of Gilda's Club of Greater Toronto“, *Health & place*, 15(1): 97-106.
- Gonçalves, Monica Villaça i Malfitano, Ana Paula Serrata(2020). „Brazilian youth experiencing poverty: Everyday life in the favela“, *Journal of Occupational Science*, 27(3): 311-326.
- Haandrikman, Karen, Costa, Rafael, Malmberg, Bo, Rogne, Adrian Farner i Sleutjes, Bart (2023). „Socio-economic segregation in European cities. A comparative study of Brussels, Copenhagen, Amsterdam, Oslo and Stockholm“, *Urban Geography*, 44(1): 1-36.
- Han, Seungwoo (2022). „Spatial stratification and socio-spatial inequalities: the case of Seoul and Busan in South Korea“, *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1): 1-14.
- Hand, Carri, Rudman, Debbie Laliberte, Huot, Suzanne, Pack, Rachel i Gilliland, Jason (2020). „Enacting agency: exploring how older adults shape their neighbourhoods“, *Ageing & Society*, 40(3): 565-583.
- Hawkins, Clayton Jon i Ryan, Lee-Anne J. (2013). „Festival spaces as third places“. *Journal of place management and development*, 6(3): 192-202.
- Hickman, Paul (2010). „Neighbourhood Infrastructure, „Third Places“ and Patterns of Social Interaction“, *Center for Regional Economic and Social Research, Sheffield Hallam University, UK, Research Paper*, (2).

Hyypä, Markku T. (2010). „How does cultural participation contribute to social capital and well-being?“, u: Hyypä, Markku T (ur.). *Healthy Ties: Social Capital, Population Health and Survival*. Springer Netherlands, str. 43-53.

Jelinčić Daniela Angelina i Tišma Sanja (2020). *Plan razvoja kulture grada Zadra 2019.-2026*. Zagreb: Grad Zadar.

Kadi, Justin, Selim Banabak i Antonia Schneider (2022). „Widening gaps? Socio-spatial inequality in the “very” European city of Vienna since the financial crisis“, *Cities*, 131: 103887.

Katz-Gerro, Tally (2006). „Comparative evidence of inequality in cultural preferences gender, class, and family status“, *Sociological Spectrum*, 26(1): 63-83.

Katz-Gerro, Tally (2011). „Cross-national cultural consumption research: Inspirations and disillusion“, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 51: 339-360.

Kinghorn, Naomi i Willis, Ken (2008). „Measuring museum visitor preferences towards opportunities for developing social capital: an application of a choice experiment to the discovery museum“, *International journal of heritage studies*, 14(6): 555-572.

Krimmel, Jacob (2018). „Persistence of prejudice: Estimating the long term effects of redlining“, <https://doi.org/10.31235/osf.io/jdmq9> (17.3.2023.)

Lagaert, Susan (2018). *Gender and cultural tastes: An intrapersonal, interpersonal and contextual approach*. Doktorski rad. Preuzeto sa: <http://hdl.handle.net/1854/LU-8565906> (29.8.2024.)

Lin, Hui, Pang, Natalie i Luyt, Brenden (2015). „Is the library a third place for young people?“, *Journal of librarianship and information science*, 47(2): 145-155.

Lin, Yung-Neng (2006). „Leisure-A function of museums? The Taiwan perspective“, *Museum Management and Curatorship*, 21(4): 302-316.

Lončar, Marija (2020). „Žene koje su “skrojile” središnji gradski trg govore o svom projektu i kritikama koje je izazvao: Poljana će biti mjesto susreta života i umjetnosti“, *Šibenski*, Dostupno na: <https://sibenski.slobodnadalmacija.hr/sibenik/vijesti/sibenik/zene-koje-su-skojile-sredisnji-gradski-trg-govore-o-svom-projektu-i-kritikama-koje-je-izazvao-poljana-ce-biti-mjesto-susreta-zivota-i-umjetnosti-1024081> (18.9.2024.).

Mair, Heather (2009). „Club life: Third place and shared leisure in rural Canada“, *Leisure Sciences*, 31(5): 450-465.

Manolika, Maria i Baltzis, Alexandros (2020). „Curiosity's pleasure? Exploring motives for cultural consumption“, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 25(1): e1640.

McGuire, Mark (2003). „PlayStation 2: Selling the third place“, *Proceedings of DAC03*, 19-23.

- Melnick, Merrill J. (1993). „Searching for sociability in the stands: A theory of sports spectating“, *Journal of Sport Management*, 7(1): 44-60.
- Memarovic, Nemanja, Fels, Sidney, Anacleto, Junia, Calderon, Roberto, Gobbo, Federico i Carroll, John M. (2014). „Rethinking third places: Contemporary design with technology“, *The Journal of Community Informatics*, 10(3).
- Miles, Andrew i Ebrey, Jill (2017). „The village in the city: Participation and cultural value on the urban periphery“, *Cultural Trends*, 26(1): 58-69.
- Mudd, Andrea L., Groeniger, Joost Oude, Bal, Michèlle, Verra, Sanne, van Lenthe, Frank J. i Kamphuis, Carlijn B. (2023). „Testing conditionality with Bourdieu's capital theory: How economic, social, and embodied cultural capital are associated with diet and physical activity in the Netherlands“, *SSM-Population Health*, 22: 101401.
- Mustapić, Marko, Milas, Goran i Dergić, Vanja (2022). „Kulturna participacija, kulturna socijalizacija i prijenos kulture među hrvatskim adolescentima“, *Sociology & Space/Sociologija i Prostor*, 60(3).
- Musterd, Sako, Marcińczak, Szymon, Van Ham, Maarten i Tammaru, Tiit (2017). „Socioeconomic segregation in European capital cities. Increasing separation between poor and rich“. *Urban geography*, 38(7): 1062-1083.
- Najib, Kawtar (2017). „Socio-spatial inequalities in the cities and their recent evolutions: comparison between Besançon, Mulhouse, and Strasbourg“, *Cybergeo: European Journal of Geography*.
- Odluka o prijenosu osnivačkih prava nad ustanovom Znanstvena knjižnica Zadar na Sveučilište u Zadru (2023). *Glasnik grada Zadra*, (13), Zadar.
- Oldenburg, Ray (1999). *The great good place: Cafes, coffeeshops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*. Da Capo Press.
- Oldenburg, Ray (2002). *Celebrating the third place: Inspiring stories about the "Great Good Places" at the heart of our communities*. Da Capo Press.
- Panori, Anastasia, Psycharis, Yanna i Ballas, Dimitris (2019). „Spatial segregation and migration in the city of Athens: Investigating the evolution of urban socio-spatial immigrant structures“. *Population, space and place*, 25(5): e2209.
- Perasović, Benjamin, Krnić, Rašeljka i Maglić, Marina (2022). „Kultura, identitet i kulturna participacija među srednjoškolcima u Hrvatskoj“, *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, 60(3 (225)): 547-572.
- Plaščak, Martina (2013). *Virtualni prostor online igara kao mjesto druženja*. Diplomski rad. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet. Preuzeto s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:763841> (15.2.2024.).
- Putnam, Robert D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Touchstone.

Rhubart, Danielle, Sun, Yue, Pendergrast, Claire i Monnat, Shannon (2022). „Sociospatial disparities in “third place” availability in the United States“, *Socius*, 8: 1-11.

Roberts-Ganim, Madeleine (2023). „Third Places: What Are They and Why Are They Important to American Culture?“, *The English Language Institute*, <https://esl.uchicago.edu/2023/11/01/third-places-what-are-they-and-why-are-they-important-to-american-culture/> (10.3.2024.).

Rosenbaum, Mark S., Ward, James, Walker, Beth A. i Ostrom, Amy L. (2007). „A cup of coffee with a dash of love: An investigation of commercial social support and third-place attachment“, *Journal of Service research*, 10(1): 43-59.

Salvador, Tony, Sherry, John W. i Urrutia, Alvaro E. (2005). „Less cyber, more café: Enhancing existing small businesses across the digital divide with ICTs“, *Information Technology for Development*, 11(1): 77-95.

Schuster, J. Mark (2007). „Participation studies and cross-national comparison: proliferation, prudence, and possibility“, *Cultural trends*, 16(2): 99-196.

Slater, Alix (2007). „‘Escaping to the gallery’: Understanding the motivations of visitors to galleries“, *International Journal of Nonprofit and voluntary sector marketing*, 12(2): 149-162.

Smoljanović, Goran (2019). „Dugovječne predstave u Kazalištu lutaka Zadar“. *Magistra Iadertina*, 14(1): 9-17.

Staniulytė, Eivina (2016). „The causes of the commercial cinema popularity in the context of creative industries“, *Creativity studies*, 9(1): 75-86.

Steinkuehler, Constance A. i Williams, Dmitri (2006). „Where everybody knows your (screen) name: Online games as “third places”“, *Journal of computer-mediated communication*, 11(4): 885-909.

Stewart, Miriam, Reutter, Linda, Makwarimba, Edward, Veenstra, Gerry, Love, Rhonda i Raphael, Dennis (2008). „Left out: Perspectives on social exclusion and inclusion across income groups“, *Health Sociology Review*, 17(1): 78-94.

Sutlić, Korana (2021). „Šibenska Poljana dobila uglednu međunarodnu nagradu za arhitekturu: ‘Iznimno nam je drago što je naš projekt prepoznat““, *Šibenski*, Dostupno na: <https://sibenski.slobodnadalmacija.hr/sibenik/vijesti/sibenik/sibenska-poljana-dobila-uglednu-medunarodnu-nagradu-za-arhitekturu-iznimno-nam-je-drago-sto-je-nas-projekt-prepoznat-1145225> (18.9.2024.).

Tammaru, Tiit, Marcin´ Czak, Szymon, Aunap, Raivo, van Ham, Maarten i Janssen, Heleen (2020). „Relationship between income inequality and residential segregation of socioeconomic groups“, *Regional Studies*, 54(4): 450-461.

Tiemann, Thomas K. (2008). „Grower-only farmers' markets: public spaces and third places“, *The Journal of Popular Culture*, 41(3): 467-487.

Tonković, Željka, Krolo, Krešimir i Marcelić, Sven (2020). *Klasika, punk, cajke: kulturni kapital i vrijednosti mladih u gradovima na jadranskoj obali*. Zadar i Zagreb: Sveučilište u Zadru i Hrvatska sveučilišna naklada.

Tonković, Željka, Krolo, Krešimir i Žuvela, Ana (2022). *Kultura (bez) zajednice: prema društveno-kulturnom centru u Zadru*. Zadar: Sveučilište u Zadru; Kurziv – Platforma za pitanja kulture, medija i društva.

Tonković, Željka, Marčević, Sven i Krolo, Krešimir (2017). „Kulturna potrošnja, društvene nejednakosti i regionalne razlike: istraživanje Eurobarometra u Hrvatskoj 2013. godine“, *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, 55(2 (208)): 187-208.

Tonković, Željka i Pašalić, Hrvoje (2020). „Nezavisna kulturna scena kao akter promjena u urbanom prostoru: primjer Zadra“, *Sociologija i Prostor*, 58(3): 267-289.

Trager, K. D. (2005). „Reading in the borderland: An ethnographic study of serious readers in a mega-bookstore café“, *The Communication Review*, 8(2): 185-236.

Trbojević, Filip (2019). *Kulturni kapital mladih: aspekti glazbene konzumacije studenata iz Sjeverozapadne Hrvatske*. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti. Preuzeto s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:121772> , (15.5.2024.)

Tungohan, Ethel (2017). „From encountering confederate flags to finding refuge in spaces of solidarity: Filipino temporary foreign workers’ experiences of the public in Alberta“, *Space and Polity*, 21(1): 11-26.

Upright, Craig Barton (2004). „Social capital and cultural participation: spousal influences on attendance at arts events“, *Poetics*, 32(2): 129-143.

Valladares, Licia do Prado (2019). *The invention of the favela*. University of North Carolina Press.

Vigato, Teodora (2012). „Narodno kazalište u Zadru od 1945. do 1955. godine. *Radovi Zavoda za povijesne znanosti HAZU u Zadru*, (54): 323-349.

Vos, Aat (2019). „Can cultural institutions be third places“, *Jahrbuch für Kulturpolitik*, 20: 361-365.

Willekens, Mart i Lievens, John (2016). „Who participates and how much? Explaining non-attendance and the frequency of attending arts and heritage activities“, *Poetics*, 56: 50-63.

Williams, Seth A. i John R. Hipp (2019). „How great and how good?: Third places, neighbor interaction, and cohesion in the neighborhood context“, *Social science research*, 77: 68-78.

URL1: „Izvešća muzeja“, *Muzejski dokumentacijski centar*, Dostupno na: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/izvjesca-muzeja/najnovija-izvjesca/> (18.9.2024.).

URL2: „O nama“, *Međunarodno centar za podvodnu arheologiju*, Dostupno na: <https://www.icua.hr/o-centru> (18.9.2024.)

URL3: „Sjedište udruga ili dio elitnog kompleksa?“, *Zadarski list*, Dostupno na: <https://zadarskilist.novilist.hr/novosti/sjediste-udruga-ili-dio-elitnog-kompleksa/> (18.9.2024.)

URL5: „O nama“, *CineStar Cinemas*, Dostupno na: <https://zagreb.cinestarcinemas.hr/o-nama/> (18.9.2024.).

URL6: „Premium doživljaj“, *CineStar Cinemas*, Dostupno na: <https://zadar.cinestarcinemas.hr/premium-doživljaj/> (18.9.2024.).

URL7: „Muzej iluzija – behind the scenes – kako nastaju iluzije?“, *Design blog*, Dostupno na: <https://www.dblog.hr/interijeri/muzej-iluzija-behind-the-scenes-kako-nastaju-iluzije/> (18.9.2024.).

URL8: „Podrška nezavisnoj sceni u Zadru: Ne zatvarajte Knjigozemsku!“, *ezadar*, Dostupno na: <https://ezadar.net.hr/kultura/2650797/podrska-nezavisnoj-sceni-u-zadru-ne-zatvarajte-knjigozemsku/> (18.9.2024.).

URL9: „Objavljeni konačni rezultati Popisa 2021.“, *Državni zavod za statistiku*, Dostupno na: <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270> (18.9.2024.).

URL10: „Pokazatelji siromaštva i socijalne isključenosti u 2023.“, *Državni zavod za statistiku*, Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77038> (18.9.2024.).