

PROIECT DE HOTĂRÂRE
privind însușirea studiului de consum cultural realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală

Având în vedere:

- Referatul de aprobare al Președintelui Consiliului Județean Bihor, dl. Ilie Gavril Bolojan, înregistrat sub nr. 24593 din 08.11.2021 la proiectul de hotărâre privind însușirea studiului de consum cultural realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală;
- Raportul de specialitate nr. 24594 din 08.11.2021 întocmit de către Compartimentul Juridic la proiectul de hotărâre privind însușirea studiului de consum cultural realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală;
- Raportul de avizare al Comisiei _____ nr. _____ din _____;

Ținând cont de prevederile:

- Hotărârea Consiliului Județean Bihor nr. 159 din 05.08.2021 privind încheierea unui acord de parteneriat cu Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală în scopul realizării unui studiu de consum cultural la nivelul Județului Bihor și actualizarea proiectului de strategie culturală a județului pentru perioada 2021 – 2027;
 - art. 173 alin. (1), lit. a), b), d) și lit. e) coroborat cu alin. (2) lit. c), alin. (3) lit. d) și alin. (5) lit. d) din O.U.G. nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare,
- Hotărârea de Guvern nr. 1069/2013 privind înființarea, organizarea și funcționarea Institutului Național pentru Cercetare și Formare Culturală, cu modificările și completările ulterioare;
- Contractul de prestări servicii încheiat între Direcția de Dezvoltare și Implementare Proiecte Bihor și un furnizor de servicii sociale;
- Hotărârea C.J. Bihor nr. 75/30.06.2020 privind desființarea Direcției de Dezvoltare și Implementare Proiecte Bihor;
- Acordul de parteneriat înregistrat la C.J. Bihor sub nr. 17813/12.08.2021, încheiat între autoritatea județeană și Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală, al cărui obiect îl constituie cooperarea și colaborarea dintre părți în scopul realizării de către Institut a unui studiu de consum cultural la nivelul Județului Bihor și actualizarea proiectului de strategie culturală a județului pentru perioada 2021 – 2027;
- Politica de coeziune a Uniunii Europene 2021 – 2027 și Programele Operaționale ale României pentru perioada 2021 – 2027;

În temeiul art. 182 coroborat cu art. 136 și art.196 alin.1 lit.a din Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 57/2019 privind Codul Administrativ, cu modificările și completările ulterioare

HOTĂRĂȘTE:

Art. 1. Se însușește studiul de consum cultural realizat de către Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală, conform anexei la prezenta hotărâre, parte integrantă a acesteia.

Art. 2. Se împuternicește Președintele Consiliului Județean Bihor, dl. Ilie Gavril Bolojan, ca în numele și pentru Consiliul Județean Bihor să ia măsurile necesare în vederea implementării Studiului de consum cultural prevăzut la art. 1.

Art. 3. Cu ducerea la îndeplinire a prezentei hotărâri se încredințează Președintele C.J.Bihor prin aparatul de specialitate al Consiliului Județean Bihor.

Art. 4. Prezenta hotărâre se comunică cu:

- Instituția Prefectului - Județul Bihor
- Președintele Consiliului Județean Bihor
- Compartimentul Relații cu Consilierii
- Compartimentul Juridic
- instituțiile publice de cultură subordonate C.J. Bihor.

**PREȘEDINTE,
ILIE GAVRIL BOLOJAN**



**AVIZAT,
SECRETAR GENERAL AL JUDEȚULUI,
Marioara Carmen Soltănel**



REFERAT DE APROBARE

la proiectul de hotărâre privind însușirea studiului de consum cultural realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală

I. În subordinea Consiliului Județean Bihor funcționează un număr de șase instituții publice de cultură, respectiv două instituții publice de spectacole (Teatrul "Regina Maria" și Teatrul Szigligeti Színház), o instituție publică de concerte (Filarmonica de Stat Oradea), un muzeu (Muzeul "Țării Crișurilor" Oradea) o bibliotecă (Biblioteca Județeană "Gheorghe Șincai" Bihor) și un așezământ cultural (Centrul de Cultură al Județului Bihor).

Niciodată, de-a lungul timpului, la nivelul Consiliului Județean Bihor nu a fost realizat un studiu de consum cultural, nu s-a făcut o analiză a tendințelor și a practicilor culturale din județ. Prin Hotărârea C.J. Bihor nr. 159/05.08.2021, autoritatea deliberativă a aprobat încheierea unui acord de parteneriat cu Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală în scopul realizării unui studiu de consum cultural la nivelul județului Bihor și actualizarea proiectului de strategie culturală a județului pentru perioada 2021 – 2027. Ulterior, între părți a fost încheiat Acordul de parteneriat înregistrat la C.J. Bihor sub nr. 17813/12.08.2021.

În lipsa acestui studiu, la data prezentei, prin instituțiile publice de cultură anterior indicate sunt furnizate servicii publice fără a cunoaște în ce măsură populația are nevoie de aceste servicii sau cum am s-a putea adapta serviciile la necesitățile reale ale populației. Prin întocmirea unui studiu de consum cultural la nivelul Județului Bihor vom măsura practicile, preferințele și tendințele consumatorilor de cultură atât din Județul Bihor, cât și din mediul urban sau rural.

Astfel, instituțiile publice de cultură își vor putea adapta programul, activitățile și serviciile culturale oferite la necesitățile reale a locuitorilor din Județul Bihor, în funcție de preferințele acestora. Alegerea tipului de spectacole și concerte puse în scenă se va putea face în funcție de datele studiului, cunoscând preferințele consumatorilor.

Prin intermediul studiului de consum cultural ne propunem să evidențiem caracteristicile comportamentului cultural al populației din Județul Bihor, pe categorii de vârstă, educație, etc., respectiv să identificăm factorii ce îi determină sau i-ar putea determina pe oameni să consume cultură.

Obiectivul principal al studiului este cel de a identifica, la nivel general-descriptiv, principalele practici de consum existente în rândul populației din Județul Bihor.

Studiul va contribui la identificarea motivelor pentru care populația din Județul Bihor acordă diverse resurse pentru acumularea de capital cultural. În funcție de aceste date, producția culturală a celor șase instituții de cultură subordonate poate fi adaptată, schimbată, modificată, etc.

În baza cercetării, autoritatea publică județeană urmează a obține informații utile pe baza cărora să elaboreze strategii și planuri de dezvoltare locală. Studiul de consum cultural va ajuta actorii implicați în elaborarea politicilor culturale și urbane să dezvolte proiecte și strategii adaptate la specificul cultural local și la așteptările populației rezidente. Orice strategie care are în vedere dezvoltarea pe termen lung și/sau mediu a unui sector socio-economic trebuie să pornească de la o viziune, care să fie capabilă să coaguleze eforturile tuturor grupurilor interesate, de la decidenții publici la cei care ar urma să achite costurile sociale și economice ale măsurilor preconizate și la beneficiarii acestora, în sens larg.

Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală (INCF), instituție publică de cultură de importanță națională în subordinea Ministerului Culturii, este singurul institut național care are ca obiective studierea, cercetarea și furnizarea de date statistice pentru domeniul culturii, precum și formarea continuă a celor care aleg o carieră în sectorul ocupațional cultural. Prin toate activitățile desfășurate Institutul susține și legitimează dezvoltarea domeniului cultural în România. Scopul acestei instituții de a colecta și a disemina date statistice pentru fundamentarea proiectelor, dar și pentru a sprijini evoluția profesională în instituțiilor publice de cultură din țară.

În conformitate cu prevederile art. 2 din Hotărârea de Guvern nr. 1069/2013 privind înființarea, organizarea și funcționarea Institutului Național pentru Cercetare și Formare Culturală "Institutul are următoarele obiective: a) îndeplinirea și monitorizarea strategiei Ministerului Culturii și Identității Naționale în domeniile cercetării, formării profesionale continue, educației permanente și managementului cultural;

b) realizarea programelor de formare profesională continuă, educație permanentă și management în domeniul culturii, în beneficiul instituțiilor publice de cultură, indiferent de subordonare, al persoanelor juridice de drept privat cu activitate în domeniul cultural și al persoanelor fizice;

c) realizarea de studii, analize, cercetări și sondaje pentru evidențierea facilitării accesului la cultură și a nevoilor de formare profesională în domeniu, la nivel național."

Conform art. 3 din actul normativ indicat, pentru îndeplinirea obiectivelor, Institutul are următoarele atribuții principale:

1. În domeniul cercetării și conex acestuia:

" a) efectuează studii, cercetări, studii de impact, analize, pe care le pune la dispoziția Ministerului Culturii și Identității Naționale pentru fundamentarea politicilor și strategiilor proprii;

b) elaborează metodologia națională de realizare a contului satelit de cultură cu consultarea Institutului Național de Statistică;

c) realizează și gestionează contul satelit de cultură;

d) colectează, prelucrează și analizează date statistice despre sectoarele culturale și creative din România;

e) fundamentează politicile publice în domeniul culturii, la solicitarea Ministerului Culturii și Identității Naționale, și elaborează strategii culturale în vederea promovării valorilor culturale, în corelare cu alte strategii și programe ale instituțiilor publice românești și europene care au același obiectiv;

f) efectuează studii despre audiențele operatorilor culturali, infrastructura sectorului cultural, piața forței de muncă în sectorul cultural, precum și despre orice alt subiect legat de sectorul cultural din România;

g) identifică, evaluează și prognozează nevoile culturale și cercetează tendințele de consum cultural;

h) efectuează, la cerere, studii, cercetări, studii de impact, analize pentru studiile de fundamentare pentru proiectele și programele operatorilor publici și privați din sectorul cultural;

i) efectuează studii privind monitorizarea inserției socioprofesionale pe piața muncii;

j) realizează studii privind cultura antreprenorială și propune strategii de promovare a antreprenoriatului în sectorul cultural;

k) efectuează studii de evaluare a mediului intern organizațional al operatorilor culturali pentru îmbunătățirea eficacității organizaționale;

l) valorifică studiile, analizele, cercetările din domeniul său de activitate;

o) elaborează, la cerere, metodologii de cercetare pentru autorități, instituții sau organisme naționale și internaționale pentru studierea domeniului culturii;

p) dezvoltă rețele de colectare a datelor la nivel național și colaborează cu autorități locale sau centrale pentru îmbunătățirea colectării datelor din domeniul său de activitate."

Potrivit art. 1 alin. (5) din H.G. nr. 1069/2013 ”(5) *Institutul colaborează cu instituții și autorități din domeniul învățământului de specialitate culturală la nivel național și internațional, cu instituții al căror obiect de activitate este cercetarea și/sau statistica culturală sau formarea profesională, precum și cu alte autorități publice, în vederea monitorizării sau realizării de studii, cercetări, programe și proiecte, cu respectarea legislației europene și naționale incidente în domeniul cercetării și formării profesionale continue.*”

Între reprezentanții Consiliului Județean Bihor și cei ai Institutului Național pentru Cercetare și Formare Culturală au fost purtate discuții privind încheierea unui acord în scopul realizării de către Institut a unui studio de consum cultural în Județul Bihor.

De asemenea, precizăm că la nivelul Direcției de Dezvoltare și Implementare Proiecte Bihor, instituție subordonată autorității județene și desființat prin Hotărârea C.J. Bihor nr. 75/30.06.2020, a fost realizată o strategie culturală a Județului Bihor pentru perioada 2021 – 2027 care însă nu a fost aprobată, ulterior întocmirii, printr-o hotărâre a autorității deliberative. Pentru a valorifica proiectul de strategie la care facem referire se impune actualizarea datelor cuprinse în acest înscris, cu datele statistice cuprinse în studiul de consum cultural ce urmează a fi realizat de Institut și cele rezultate în urma pandemiei care a afectat întreaga țară, dar nu numai, și a determinat modificări semnificative în domeniul cultural, atât în ceea ce privește comportamentul/numărul consumatorilor cât și tipul programelor/spectacolelor/concertelor ce pot fi puse în scenă.

La data de 28.10.2021, Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală a predat autorității județene Studiul de Consum Cultural la nivelul Județului Bihor.

Motiv pentru care apreciem oportunitatea adoptării proiectului de hotărâre privind însușirea studiului de consum cultural realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală.

II. Impactul socio-economic: nu este cazul.

III. Impactul financiar asupra bugetului județului: nu este cazul.

IV. Impactul asupra sistemului juridic: nu este cazul.

V. Consultări derulate în vederea elaborării proiectului de hotărâre în cauză: nu este cazul.

VI. Activități de informare publică privind elaborarea proiectului de hotărâre în cauză: nu este cazul;

VII. Măsuri de implementare necesare, respectiv modificările instituționale și funcționale preconizate: - în curs de desfășurare;

Față de cele mai sus menționate, în baza art. 182 coroborat cu art. 136 alin. (8) din O.U.G. nr. 57/2019

**PROPUN:
CONSILIULUI JUDEȚEAN BIHOR**

Adoptarea proiectului de hotărâre privind însușirea studiului de consum cultural realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală.

**PREȘEDINTE,
ILIE GAVRIL BOLOJAN**

ANEXĂ
La Proiectul de hotărâre
nr. 24592 din 08.11.2021

VIZAT,
PREȘEDINTE
ILIE GAVRIL BOLOJAN
M. Mel

STUDIU DE CONSUM CULTURAL
LA NIVELUL JUDEȚULUI BIHOR
2021



INSTITUTUL NAȚIONAL
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ



Cuprins

I. Introducere.....	2
II. Metodologie	2
III. Principalele rezultate	3
III.1. Profilul consumatorilor de cultură la nivelul județului Bihor	3
III.2. Profilul consumatorilor în raport cu activitățile de timp liber (non-artistice) la nivelul județului Bihor	9
III.3. Consumul cultural non-public la nivelul județului Bihor	12
III.4. Consumul cultural pe internet la nivelul județului Bihor	14
III.5. Sursele de informare cu privire la oferta culturală a județului Bihor	16
III.6. Aspecte care ar putea determina creșterea ratei de participare la spectacole/ evenimente culturale	18
III.7. Gradul de mulțumire al locuitorilor din Bihor în raport cu activitatea instituțiilor publice de cultură.....	20
III.8. Gradul de mulțumire în raport cu activitatea culturală a instituțiilor publice de cultură/ spațiilor culturale	22
III.9. Gradul de satisfacție cu privire la aspectele culturale ale vieții din localitate în raport cu variabilele socio-demografice.....	24
III.10. Percepția locuitorilor cu privire la principalele nevoie și direcții de investiție a fondurilor publice.....	26
III.11. Percepția privind importanța protejării patrimoniului cultural.....	30
III.12. Cultură urbană și cultură rurală.....	31
IV. Concluzii	32
V. Detallere analize.....	35

I. Introducere

Prezentul raport conține prezentarea datelor statistice cu privire la consumul cultural la nivelul Județului Bihor. Analizele au fost realizate astfel încât să răspundă obiectivelor de cercetare enunțate:

- Identificarea nivelului de consum cultural de la nivelul județului Bihor;
- identificarea nivelului de satisfacție al populației cu privire la viața culturală din județul Bihor;
- conturarea profilului consumatorului cultural;
- Identificarea principalelor așteptări pe care le au locuitorii;
- și identificarea dihotomiilor de consum pentru mediul urban și rural.

De asemenea, studiul și-a propus identificarea schimbărilor de practici culturale ca urmare a situației generate de pandemia Covid-19 și identificarea tendințelor de consum cultural în viitorul apropiat, în comparație cu tendințele existente la nivel național.

II. Metodologie

- Eșantionul a fost construit astfel încât să ofere reprezentativitate la nivelul județului Bihor, pentru populația de 18 ani și peste.
- Au fost colectate 1000 de chestionare din județul Bihor.
- Eșantionul a fost realizat cu eroare maximă de +/-3.1%, la un nivel de încredere de 95%.
- Chestionarele au fost aplicate prin metoda CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), iar eșantionul a fost simplu aleatoriu, generat prin metoda RDD (random digit dialing).
- Pentru fiecare respondent au fost înregistrate date socio-demografice pentru a fi validată structura eșantionului: genul, vârsta, nivelul de educație etc.
- Eșantionul a respectat ponderea categoriilor din populația generală, potrivit ultimelor date INS disponibile, după distribuțiile marginale.
- Datele au fost colectate ținând cont de următoarele dimensiuni și variabile de cercetare:
 - consumul cultural în spațiul public,
 - activități de timp liber în spațiul public,
 - consumul cultural în spațiul non-public,
 - consumul de internet și utilizarea internetului pentru consumul cultural,
 - percepția locuitorilor cu privire la importanța patrimoniului,
 - principalele aspecte care ar determina creșterea nivelului de consum în raport cu evenimentele culturale,



- principalele instituții publice de cultură frecventate de respondenți în ultimul an,
- nivelul de satisfacție al oamenilor în raport cu activitatea instituțiilor publice de cultură, principalele direcții de investiții, reparații, modernizări, reabilitări percepute de locuitori ca fiind prioritare la nivelul județului Bihor,
- topul celor mai importante instituții publice de cultură din județ în percepția locuitorilor,
- date socio-demografice etc.

În cadrul următoarelor secțiuni sunt prezentate analize de frecvență și tabele de contingență.

III. Principalele rezultate

III.1. Profilul consumatorilor de cultură la nivelul județului Bihor

Am considerat că este necesar să separăm două secțiuni distincte pentru consumul de activități artistice în spațiul public și consumul de activități non-artistice în spațiul public, pentru a realiza o segmentare mai precisă a publicului și pentru a putea distinge mai ușor nivelul precum și preferințele de consum, pentru fiecare tip de practică de consum în parte.

În cadrul acestei secțiuni s-a conturat o imagine de ansamblu cu privire la consumul de activități artistice în rândul locuitorilor din județul Bihor, urmată de profilarea consumatorilor în funcție de caracteristici socio-demografice (mediu de rezidență, oraș de proveniență, nivel de venituri, vârstă, nivel de studii, gen, stare civilă). Scopul acestei analize este de a evidenția care sunt principalele segmente de consumatori și care sunt preferințele culturale în raport cu o descriere socio-demografică.

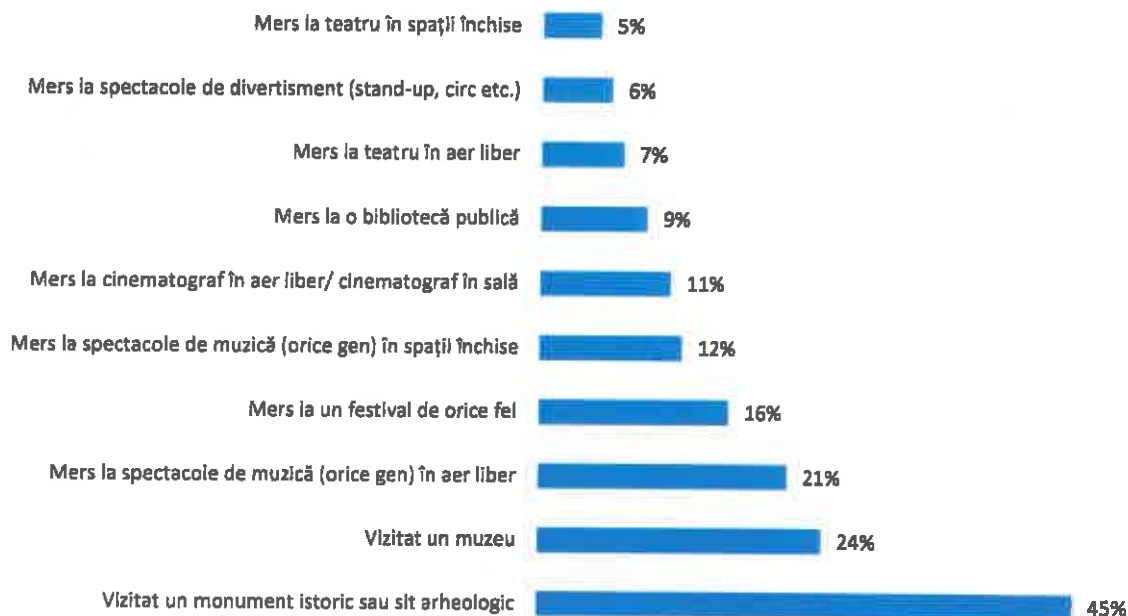
Imaginea de ansamblu în ceea ce privește consumul cultural în rândul locuitorilor din Bihor arată că s-au înregistrat cele mai mari rate de consum pentru:

- **activitățile ce implică vizitarea unui monument istoric sau sit arheologic (45%),**
- **vizitarea unui muzeu (24%)**
- **și mersul la spectacole de muzică (de orice gen) în aer liber (21%).**

Această ordine a practicilor culturale la nivelul județului Bihor este similară cu ordinea practicilor la nivel național în anul 2020 și este mai degrabă o consecință a situației generate de pandemia Covid-19.

Graficul 1. Consumul cultural în spațiul public în raport cu activități artistice

Consumul de activități artistice la nivelul județului Bihor



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

Activitățile pentru care locuitorii din Bihor au optat cel mai puțin au fost:

- mersul la teatru în aer liber (7%),
- mersul la spectacole de divertisment (6%)
- și mersul la teatru în spații închise (5%).

Topul celor mai importante instituții culturale din județul Bihor în viziunea respondenților

Pentru a identifica cele mai importante instituții culturale din perspectiva locuitorilor, am realizat un top cinci al celor mai importante instituții conform răspunsurilor libere pe care le-au oferit respondenții la întrebarea „Vă rugăm să ne spuneți care credeți care sunt cele mai importante cinci instituții de cultură din orașul/ județul dvs?”. În consecință, cele mai importante instituții sunt:

- Teatrul „Regina Maria”,
- Biblioteca „Gheorghe Șincai” din Oradea,
- cinematograful din mall-ul Lotus,
- Muzeul Țării Crișurilor
- și Biserica cu Lună*.

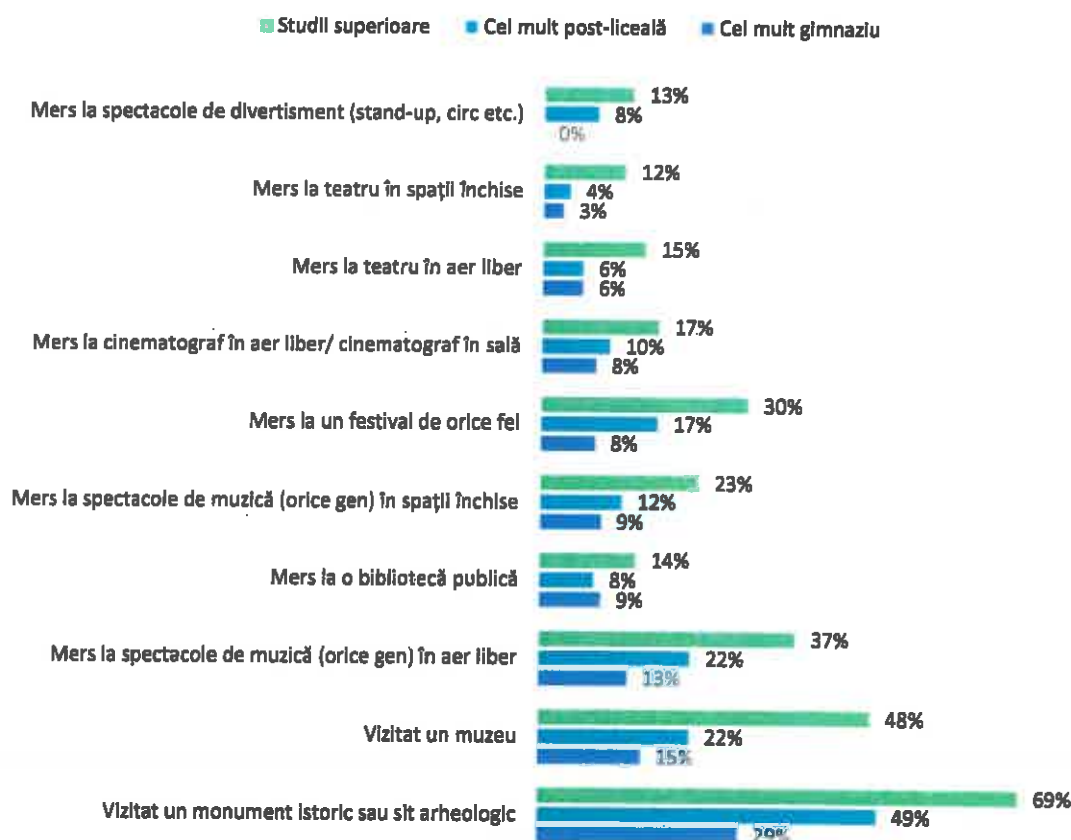
**Am ales să expunem în top și spații care nu sunt instituții publice de cultură, pentru că numărul de mențiuni a fost mare, iar acest lucru indică faptul că locuitorii înțeleg prin instituții publice de cultură inclusiv cinematograful din mall și biserici.*

Referitor la profilul socio-demografic al consumatorilor, datele arată că există câteva segmente de populație care nu a putut fi profilată în raport cu activitățile artistice, pentru că nu practică niciun fel de activitate în spațiul public. Acești non-consumatori sunt locuitorii din mediul rural, cu venituri de maxim 1500 de lei, cu vârste de peste 65 de ani și cu nivel de educație gimnazial.

Din punct de vedere al comportamentelor de consum în spațiul public și al caracteristicilor socio-demografice - consumatorii din mediul urban, cu vârste între 18 și 65 de ani, (în special locuitorii orașului Marghita), cu venituri de peste 3000 de lei, bărbați – sunt cei care practică cel mai frecvent vizitarea unui monument sit/ arheologic.

Graficul 2. Consumul de activități artistice în raport cu nivelul de studii

Vă rugăm să ne spuneți dacă ați participat în ultimele 12 luni la următoarele:
activități artistice

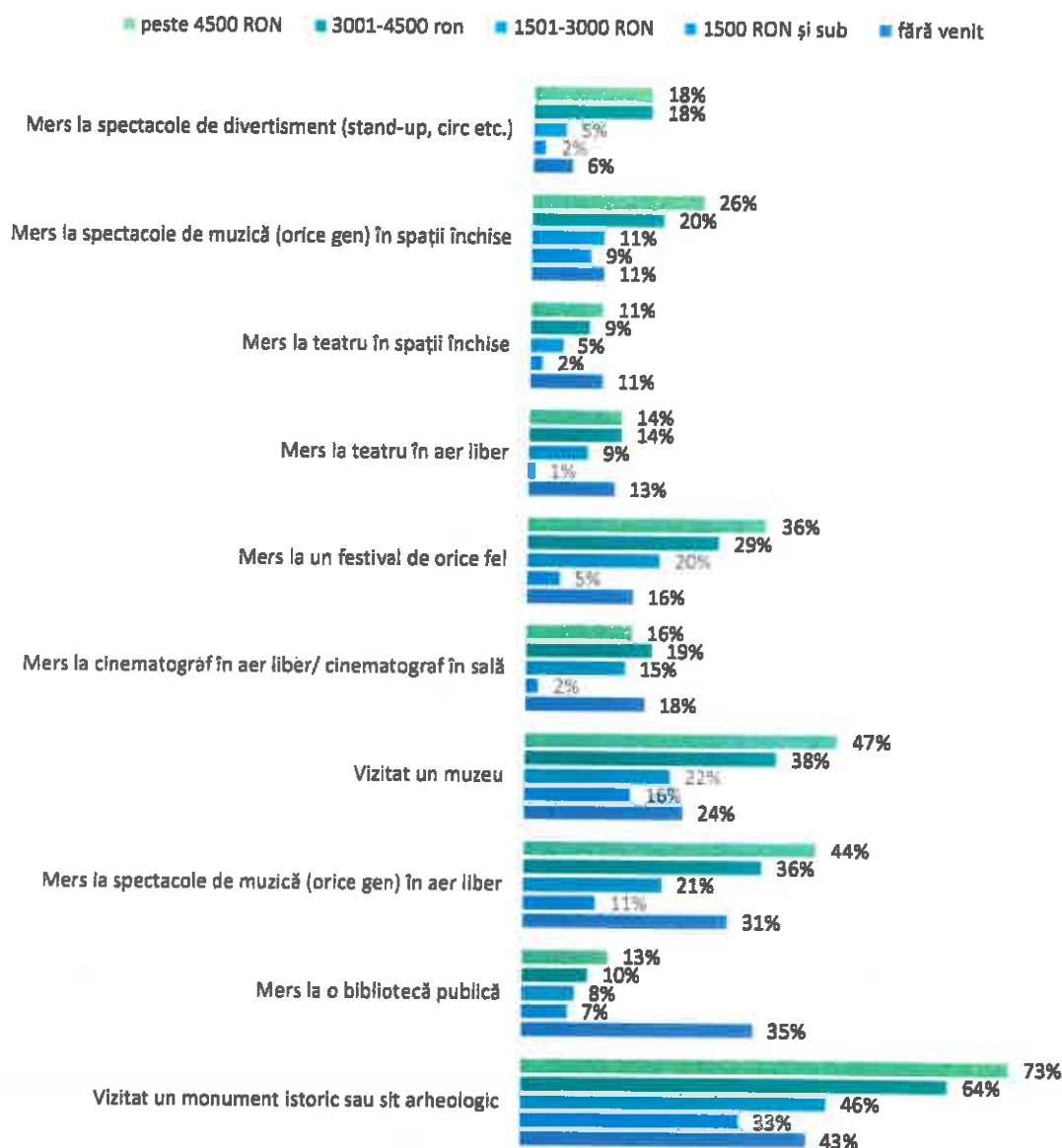


S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

Oamenii din mediul urban (din orașele Marghita și Salonta), cu vârsta între 18 și 65 de ani, cu venituri de peste 3000 de lei, cu un nivel de studii superioare și de gen masculin practică cel mai des vizitarea unui muzeu. Din punct de vedere al stării civile, cei divorțați, separați sau văduvi au o rată de participare semnificativ mai scăzută decât celelalte categorii de consumatori.

Graficul 3. Preferințele de consum cultural public în raport cu nivelul veniturilor

Vă rugăm să ne spuneți dacă ați participat în ultimele 12 luni la următoarele activități artistice



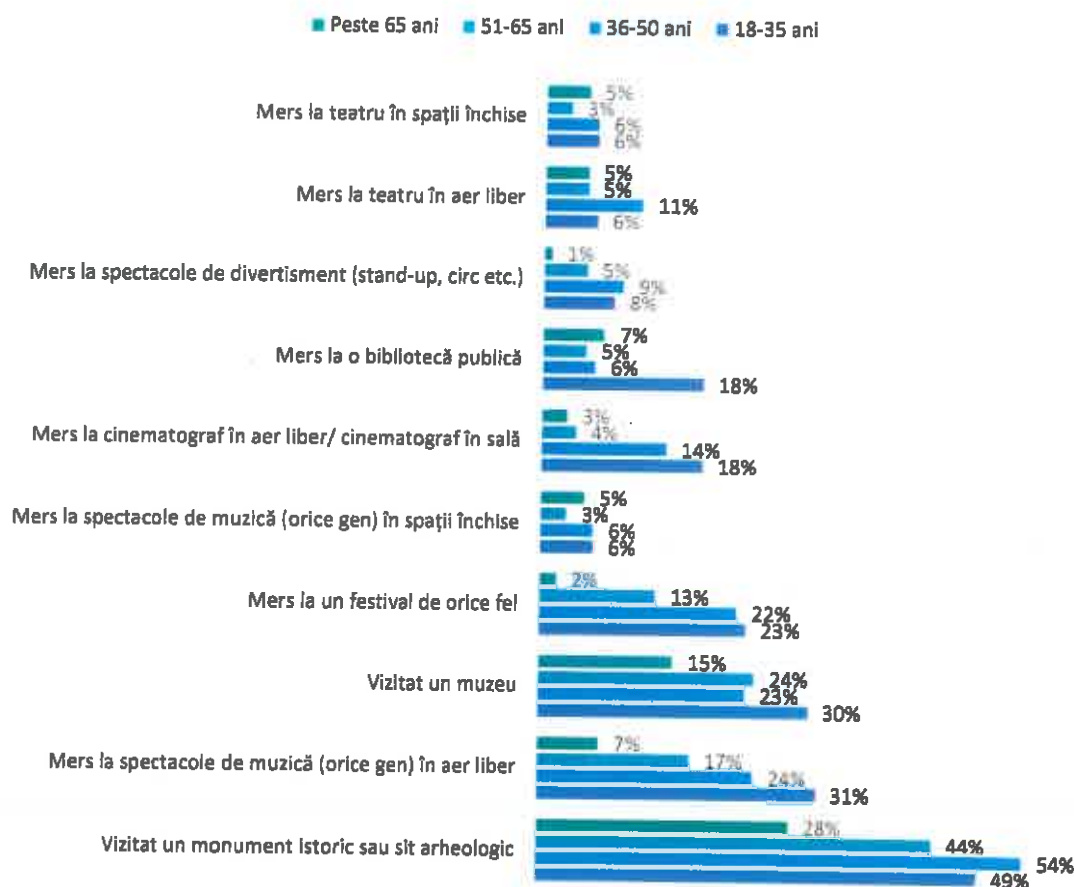
S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

Mersul la un spectacol de muzică (de orice gen) în spații închise este o activitate practică mai des de oamenii din mediul urban (cel mai des de către locuitorii orașului Aleșd), cu venituri de peste 3000 de lei și cu vârste cuprinse între 18 și 50 de ani. Aceștia au un nivel de studii superioare și sunt necăsătoriți. Cei care merg la spectacole de muzică (de orice gen) în aer liber au următoarele caracteristici: locuiesc în mediul urban (locuitori ai orașului Aleșd), nu au venit sau au venituri de peste 3000 de RON, au între 18 și 65 de ani și au studii superioare. Aceștia sunt majoritar bărbați, necăsătoriți.

Cei care merg la festivaluri (de orice fel) sunt cei cu venituri de peste 1500 lei, cu vârste între 18 și 50 de ani, cu studii superioare. Sunt preponderent gen masculin și necăsătoriți sau aflați într-o uniune consensuală.

Graficul 4. Preferințele de consum cultural public în raport cu vârsta

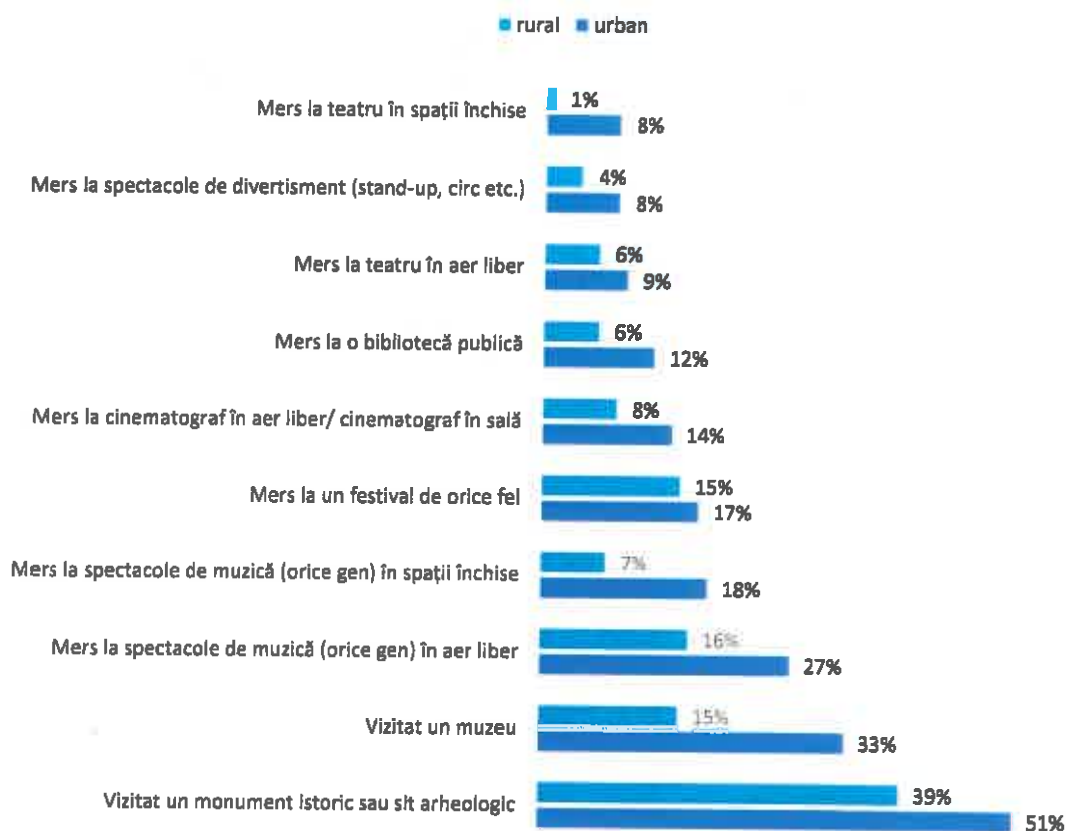
Vă rugăm să ne spuneți dacă ați participat în ultimele 12 luni la următoarele: activități artistice



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

Graficul 5. Consumul de activități artistice în raport cu mediul de rezidență

Vă rugăm să ne spuneți dacă ați participat în ultimele 12 luni la următoarele:
activități artistice



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

Mersul la cinematograful în aer liber sau în sală este practicat de oamenii din mediul urban (cel mai des de către locuitorii orașului Marghita), care nu au venituri sau au venituri de peste 1500 RON și au studii superioare. Sunt preponderent bărbați necăsătoriți sau aflați într-o uniune consensuală.

Mersul la teatru în aer liber este practicat de cei fără venit și cei cu venituri de peste 1500 lei, cu vârste între 36 și 50 de ani, cu studii superioare. Sunt preponderent de gen masculin și aflați într-o uniune consensuală.

Mersul la teatru în spații închise este practicat de persoanele din mediul urban (cel mai des de către locuitorii orașului Marghita), care fie nu au venituri, fie au un venit de peste 3000 de lei. Aceștia au studii superioare, sunt de gen masculin și sunt aflați într-o uniune consensuală.

Cei care merg la spectacole de divertisment (*stand-up comedy*, circ etc.) sunt consumatori cu venituri de peste 3000 de lei, cu vârste cuprinse între 18 și 50 de ani, cu studii superioare și sunt aflați într-o uniune consensuală.

Cei care merg la bibliotecile publice sunt locuitorii din mediul urban (cel mai des au practicat această activitate locuitorii din Marghita și Aleșd), fără venituri, cu vârste între 18 și 35 de ani. Aceștia au studii superioare și sunt necăsătoriți.

III.2. Profilul consumatorilor în raport cu activitățile de timp liber (non-artistice) la nivelul județului Bihor

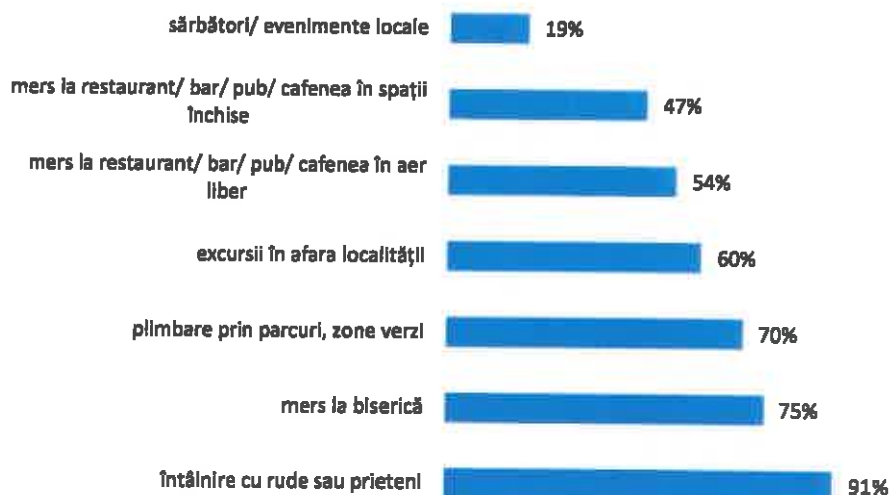
În cadrul acestei secțiuni vom prezenta o descriere cu privire la consumul de activități de timp liber (non-artistice) la nivelul județului Bihor, urmată de o profilare privind acest tip de consum în funcție de caracteristicile socio-demografice ale locuitorilor (mediul de rezidență, oraș de proveniență, nivel de venituri, vârstă, educație, gen, stare civilă). Scopul acestei analize este acela de a identifica segmentele de consumatori și practicile de consum care li se asociază.

Din punct de vedere al participării la activitățile de timp liber, întâlnirea cu rudele sau prietenii a ocupat primul loc în opțiunile locuitorilor din Bihor (91%), urmată de mersul la biserică (75%) și de plimbarea prin parcuri sau zone verzi (70%).

Nici în acest caz locuitorii din județul Bihor nu fac notă discordantă cu cei de la nivel național, unde se întâlnesc aceleași practici de timp liber. Activitatea care a înregistrat cele mai mici procente de consum a fost mersul la sărbători/ evenimente locale (zilele orașului/ comunei), cu 19%.

Graficul 6. Practicile de consum de activități de timp liber

Consumul de activități de timp liber la nivelul județului Bihor



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

În structura eșantionului analizat, în etapa de conturare și descriere a profilurilor locuitorilor din Bihor am identificat un segment de non-consumatori, care nu pot fi încadrați în profiluri de consum în raport cu majoritatea activităților non-artistice. Acești respondenți sunt cei cu venituri de maxim 1500 lei, cu vârste de peste 65 de ani, cu un nivel scăzut de educație (gimnazial).

În ceea ce privește descrierea din punct de vedere socio-demografic, am identificat că nu există o distincție din punct de vedere al genului, vârstei, educației, venitului etc în rândul locuitorilor din județul Bihor în raport cu obiceiul de a ieși la întâlnirile cu rudele sau prietenii. Cu alte cuvinte, nu există categorii socio-demografice care au acest obicei diferit de populația generală din județ.

Am identificat, de asemenea, că mersul la biserică este o practică frecventă, iar segmentarea de consum se diferențiază doar în raport cu trăsăturile caracteristice legate de mediul de rezidență. În acest sens, persoanele din mediul rural practică mai des această activitate decât cele din mediul urban.

Cei care au ca practici frecvente de timp liber plimbarea în parcuri sau zone verzi sunt locuitori ai mediului urban, fără venituri sau cu venituri peste 1500 de lei, au vârste cuprinse între 18 și

65 de ani și sunt în general persoane cu studii medii sau superioare. Aceste persoane se încadrează în toate categoriile de statut marital, mai puțin cele din categoria persoanelor divorțate/ separate/ văduve, care ies mai puțin din motive ce pot fi identificate prin analize calitative.

Raportat la obiceiul de a merge în excursii în afara localității, am identificat faptul că locuitorii din mediul rural, cu venituri de peste 3000 de lei, cu studii medii sau superioare, bărbați; necăsătoriți sau într-o uniune consensuală sunt cei care preferă cel mai des această practică de timp liber.

Mersul la restaurant, pub, bar sau cafenele, nu cele din mall, ci în aer liber, relevă că procentele de consumul nu s-au diferențiat major în funcție de mediul de rezidență. Cei care preferă această activitate se încadrează în toate categoriile de venit, mai puțin în categoria de venituri de maxim 1500 de lei. Consumatorii majoritari au vârste între 18 și 50 de ani, studii medii sau superioare și sunt preponderent de gen masculin. Persoanele necăsătorite și cele aflate într-o uniune consensuală manifestă cel mai des interes pentru această activitate.

Nici pentru mersul la restaurant/ bar/ pub/ cafenea (nu în mall) în spațiul închise consumul nu este diferit, în special în raport cu mediul de rezidență. Cei fără venituri și cei cu venituri peste 3000 de lei sunt care merg cel mai frecvent la restaurant, pub sau cafenea. Consumatorii sunt tineri, cu vârste între 18 și 35 de ani, cu studii medii sau superioare și sunt preponderent de gen masculin, necăsătoriți sau într-o uniune consensuală.

În ceea ce privește preferința de a participa la sărbători sau evenimente locale (zilele orașului, comunei etc.) nu s-au înregistrat diferențe de consum în funcție de mediul de rezidență. Consumatorii sunt persoane fără venituri și persoane cu venituri peste 3000 de lei, cu vârste între 18-65 de ani, cu studii medii sau superioare și sunt mai ales de gen masculin. Ei se încadrează în toate categoriile de stare civilă. Apare din nou un decalaj al categoriei celor singuri - divorțați, separați sau văduvi.

La nivelul județului, consumul cultural în spațiul public în raport cu activitățile artistice este mai ridicat pentru practicile de vizitare ale unui monument istoric sau sit arheologic și vizibil mai scăzut în cazul vizitării muzeelor și spectacolelor de muzică de orice gen. Acest indicator scăzut poate reprezenta un semnal de atenție pentru managementul acestor instituții.

În raport cu activitățile non-artistice, cele mai mari procente de consum sunt pentru practicile de socializare alături de prieteni și familie, mersul la biserică și plimbările în aer liber în parcuri sau alte spații verzi.

III.3. Consumul cultural non-public la nivelul județului Bihor

În cadrul acestui capitol am făcut o descriere generală cu privire la activitățile de consum cultural în spațiul non-public. Pentru a realiza o segmentare în raport cu aceste activități am construit o profilare în funcție de o serie de caracteristici socio-demografice (mediu de rezidență, nivel de venituri, vârstă, nivel de studii, gen, stare civilă).

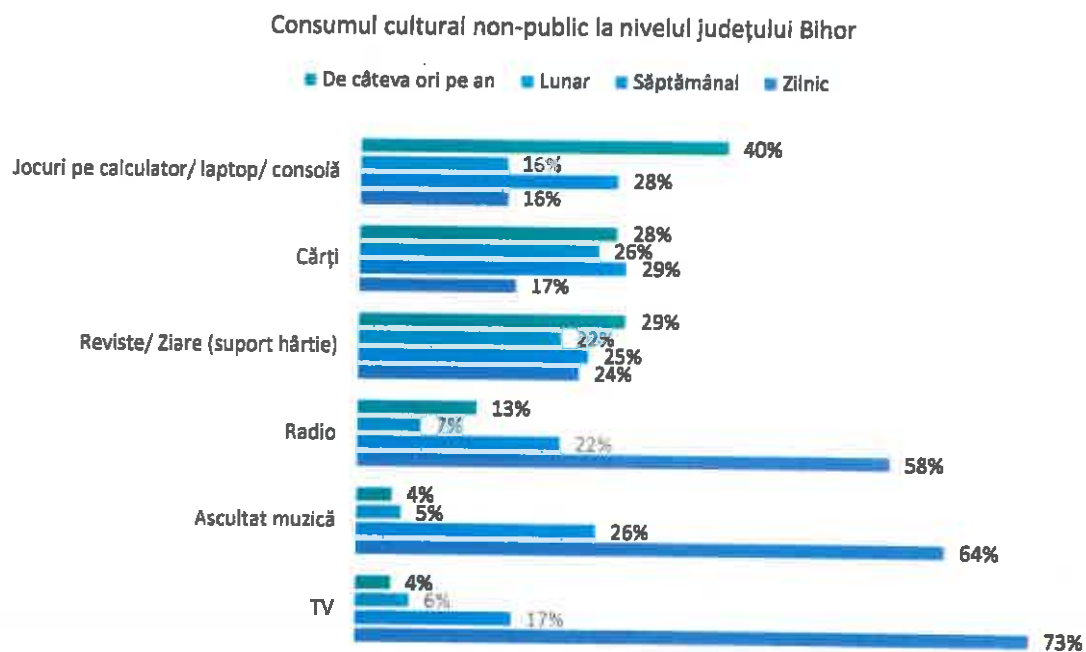
Asemănător cu populația de la nivel național, și în cazul Județului Bihor, cele mai mari procente de consum au fost înregistrate pentru:

- vizionare de programe TV (73%),
- ascultarea de muzică (64%)
- și ascultarea de programe radio (58%).

Spre deosebire de consumul de la nivel național, consumul de programe radio este mai ridicat în rândul populației din Bihor.

Lectura de cărți, ziare sau reviste pe suport hârtie au înregistrat cele mai mici procente de consum la nivelul populației.

Graful 7. Nivelul de consum cultural non-public



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

Profilul socio-demografic în raport cu consumul cultural non-public

Pentru realizarea profilării pe categorii de consumatori în funcție de caracteristicile socio-demografice, am considerat în special categoriile de respondenții care realizează respectivele activități cu o frecvență zilnică. Privitul la televizor este o practică realizată în mare măsură atât de locuitorii din mediul urban, cât și de cei din mediul rural. Aceștia au venituri până în 4500 lei, vârste de peste 35 de ani și studii gimnaziale sau medii. Sunt de gen feminin și sunt persoane căsătorite sau persoane divorțate/ separate/ văduve.

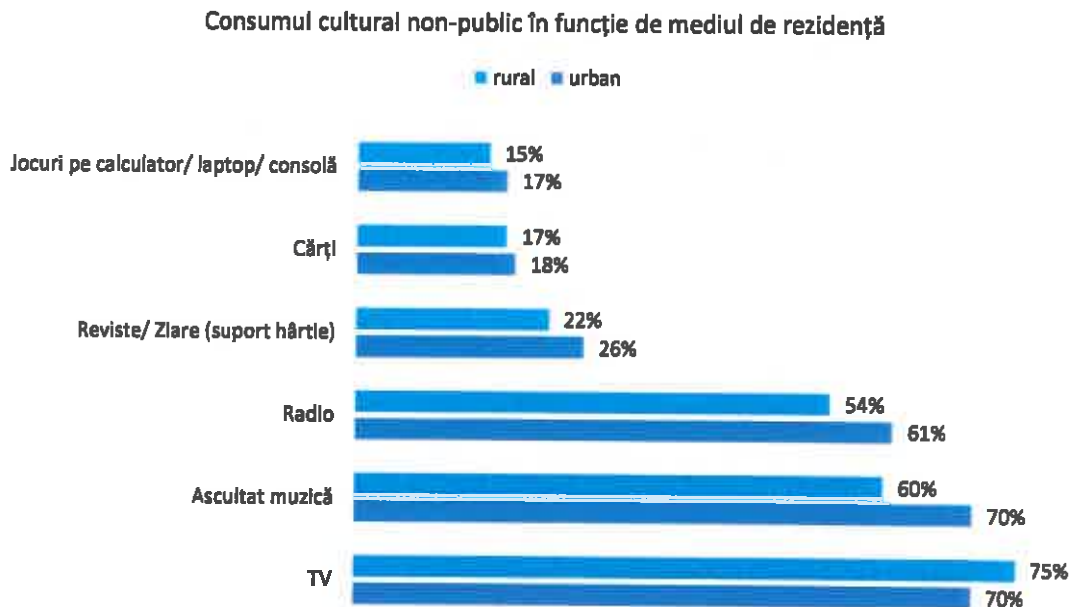
Respondenții care ascultă muzică sunt în special locuitori ai mediului urban, cu venituri peste 1500 de lei și cu vârste cuprinse între 18-50 de ani, au studii medii sau superioare, sunt de gen masculin și sunt necăsătoriți.

Ascultătorii de radio sunt atât locuitori din mediul urban, cât și din mediul rural. Aceștia sunt persoane care au venituri mici, de maxim 1500 de lei sau venituri mari, de peste 4500 lei. Acești consumatori sunt preponderent bărbați, au peste 35 de ani și nu se diferențiază în funcție de nivelul de școlarizare. Persoanele necăsătorite sunt cele care practică această activitate mai rar decât celelalte categorii de respondenți.

Cei care aleg să citească reviste sau ziare pe suport de hârtie nu se diferențiază din punct de vedere al mediului de rezidență. Din punct de vedere al veniturilor, aceștia se încadrează preponderent în categoria celor cu venituri de maxim 3000 de lei. Media de vârstă este de peste 65 de ani, un nivel de educație scăzut și sunt preponderent de gen feminin.

Pentru cei care citesc în mod frecvent cărți nu se poate face, conform datelor, o diferențiere clară a practicilor de consum decât pentru starea civilă a respondenților. Astfel că persoanele divorțate/ separate/ văduve sunt cele care citesc cărți mai mult, în timp ce persoanele necăsătorite se regăsesc la polul opus.

Cei care practică jocurile pe dispozitive digitale (computer sau consolă) nu se diferențiază în funcție de mediul de rezidență. Aceștia se încadrează în intervalul de venit de maxim 1500 de lei și în categoria de peste 4500 lei. Consumatorii au studii medii și superioare și se încadrează în categoria celor divorțați, separați sau văduvi. Nu se observă o diferențiere în funcție de genul respondenților.

Graficul 8. Consumul cultural non-public în funcție de mediul de rezidență

S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

III.4. Consumul cultural pe Internet la nivelul județului Bihor

Această secțiune este dedicată consumului de internet și consumului cultural pe internet la nivelul populației din județul Bihor. Alături de o descriere a consumului cu privire la practicile de consum realizate prin internet, am realizat și o profilare în funcție de caracteristicile socio-demografice ale respondenților (mediu de rezidență, nivel de venituri, vârstă, nivel de studii, gen, stare civilă).

Din punct de vedere al activităților realizate pe internet, există două tipologii de practici de consum. În primul rând vorbim despre activități de consum online în raport cu socializarea și comunicarea și consumul de conținut cultural. În al doilea rând vorbim despre consum cultural în raport cu activitatea instituțiilor de cultură.

Activitățile pentru care locuitorii din Bihor au folosit cel mai des internetul în ultimele 12 luni s-au legat de accesarea rețelelor de socializare și comunicare. Aceștia au mai folosit internetul și pentru a accesa e-mail-ul, pentru a citi ziare sau reviste online și pentru a asculta muzică. Consumul de muzică și filme pe internet are procente asemănătoare cu nivelul de consum al populației naționale.

În ceea ce privește consumul în raport cu activitățile instituțiilor de cultură, am identificat că aproape jumătate dintre respondenți (40%) au vizitat cel puțin o dată website-uri ale bibliotecilor publice. Acest procent poate fi explicat și prin prisma lipsei de acces la bibliotecă în perioada primului an de pandemie. Un procent mare dintre respondenți au folosit internetul pentru a căuta informații despre evenimentele culturale, pentru a accesa arhive cu spectacole sau concerte, au căutat informații despre programul și filmele difuzate de cinematografe și au căutat detalii despre bilete și oferte turistice. Printre ultimele poziții privind căutarea de informații pe internet, respondenții au accesat website-uri ale teatrelor sau tururi virtuale ale muzeelor.

Tabelul 1. Consumul de Internet la nivelul județului Bihor

Activitatea/ Frecvența activității	Cel puțin o dată în ultimele 12 luni	Niciodată
Facebook, Twitter, Instagram sau alte rețele sociale	80%	10%
Comunicare cu familia/ prietenii	94%	6%
Muzică online	78%	22%
Ziare/ Reviste online	69%	31%
E-mail	75%	25%
Filme/ seriale online	66%	34%
Website-uri biblioteci	40%	60%
Website-uri arhive/ spectacole/ concerte	35%	65%
Informații despre evenimente culturale	51%	49%
Informații despre bilete/ oferte/ pachete turistice	41%	41%
Tur virtual muzeu	21%	79%
Website-uri teatre	21%	79%
Website-uri cinematografe	29%	71%

S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

Pentru realizarea profilării pe categorii de consumatori, în funcție de caracteristicile socio-demografice, am luat în considerare respondenții care au realizat respectivele activități cel puțin o dată în ultimele 12 luni.

Persoanele care folosesc cel mai mult internetul pentru rețelele de socializare sau platforme de comunicare locuiesc în egală măsură în mediul urban, cât și în mediul rural. Aceștia nu se diferențiază în funcție de nivelul de venituri, de studii, de gen sau de stare civilă. În general consumatorii de internet care folosesc rețele de socializare sunt din toate categoriile de vârste, mai puțin cei din categoria de peste 65 de ani.

Locuitorii județului Bihor care folosesc internetul pentru a accesa e-mail-ul sunt cei din mediul urban, fac parte din categoria celor fără venituri și a celor cu venituri peste 3000 de lei și au

vârste cuprinse între 18 și 50 de ani, au studii superioare și sunt din categoria tinerilor și din pătura de populație activă pe piața muncii.

Cei care citesc ziare/ reviste online locuiesc atât în mediul urban, cât și în cel rural, au venituri peste 3000 de lei și vârste cuprinse între 18 și 65 de ani. Aceștia au preponderent studii superioare și sunt în mare majoritate, de gen masculin.

Internetul este în mai mare măsură folosit pentru a asculta muzică online de către persoanele din mediul urban care se află în categoria celor fără venituri, dar și a celor cu venituri puțin peste 1500 lei. Aceștia sunt tineri, cu vârsta între 18 și 35 de ani și sunt persoane necăsătorite. Nivelul de studii și genul nu influențează major această practică de consum.

Persoanele care au folosit internetul pentru a urmări filme și seriale online sunt preponderent din mediul urban. Persoanele cu venituri de maxim 1500 de lei sunt cele care au practicat cel mai rar această activitate. Consumatorii sunt tineri, cu vârste între 18 și 35 de ani, cu studii medii și superioare și sunt persoane necăsătorite sau persoane divorțate, separate sau văduve. Cei care au folosit internetul pentru a vizita website-uri cu arhive de film sau spectacole și concerte sunt în special locuitorii din mediul urban, fără venituri și cu studii medii.

Cei care au folosit internetul pentru a face un tur virtual al unui muzeu sunt în general locuitorii din mediul urban, cu vârste de peste 65 de ani și cu venituri mari, de peste 4500 de lei.

Vizitarea website-urilor bibliotecilor pentru a citi, descărca documente, arhive sau cărți în format electronic este o activitate realizată de persoane din categoriile de venit de peste 4500 de lei, cu un nivel de studii superioare.

Cei care au folosit internetul pentru a căuta informații despre evenimentele culturale din județ locuiesc în mediul urban, au venit de peste 3000 de lei, au vârste între 51 și 65 de ani și studii superioare.

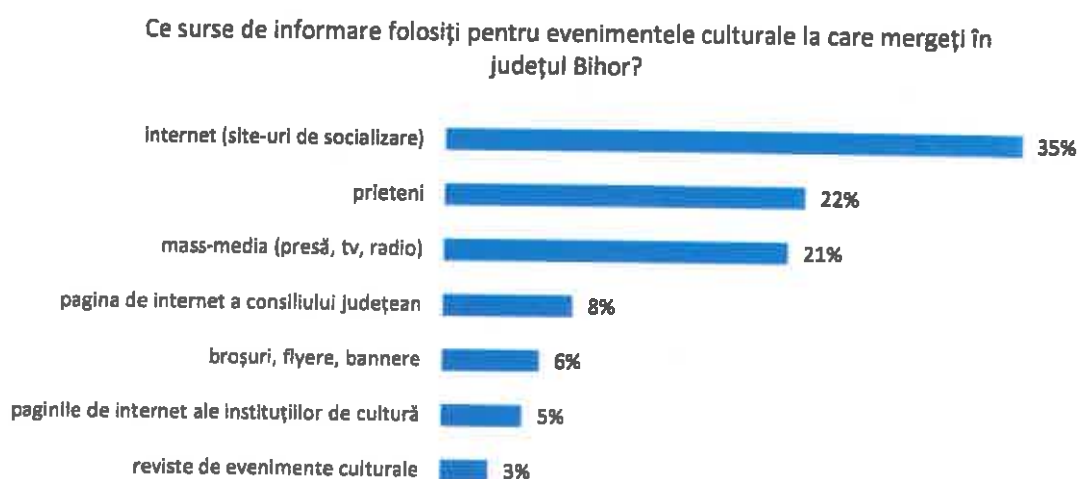
III.5. Sursele de Informare cu privire la oferta culturală a Județului Bihor

În această secțiune prezentăm principalele surse pe care locuitorii județului Bihor le folosesc pentru a căuta informații cu privire la evenimentele culturale. De asemenea, am realizat și o descriere în funcție caracteristicile profilurilor de consumatori în funcție de variabilele socio-demografice.

Un procent de 35% dintre locuitorii județului Bihor folosesc internetul (website-uri și rețele de socializare) pentru a se informa cu privire la programul și oferta de evenimente culturale.

- Un procent de 22% folosesc ca sursă de informare prietenii, în timp ce 21% caută informații în surse media (presă, tv, radio).
- Alte surse de informare folosite sunt: pagina de internet a Consiliului Județean (8%), broșurile, flyerele sau bannerele (6%), paginile web ale instituțiilor de cultură (5%), și revistele de evenimente culturale (3%).

Graficul 9. Principalele surse de informare pentru evenimentele culturale din județ



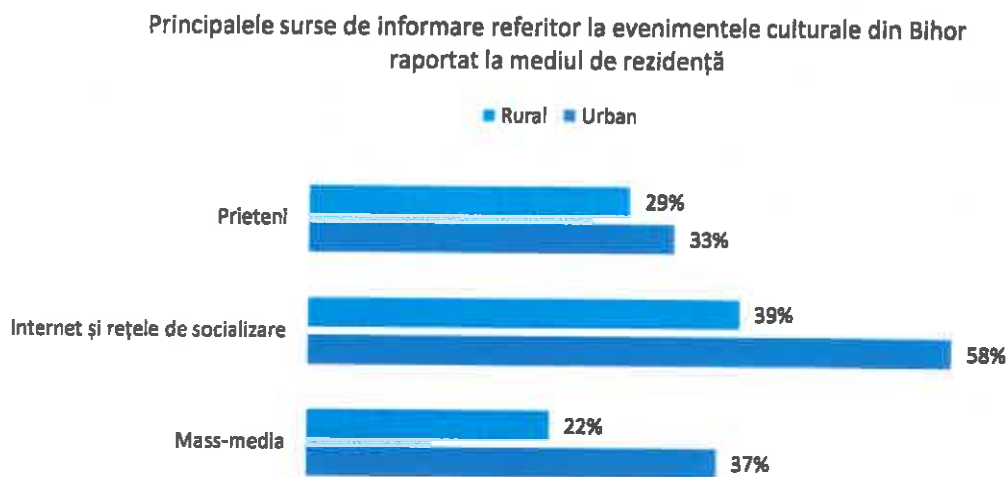
S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare sursă de informare.

Expunem mai jos, o profilare a consumatorilor în raport cu principalele trei surse de informare cu privire la oferta de evenimente culturale. Internetul și rețelele de socializare reprezintă principala sursă de informare pentru locuitorii mediului urban, care au venituri medii, tineri și adulți activi, cu studii superioare, de gen masculin și necăsătoriți.

Persoanele care aleg să se informeze cel mai des de la cunoștințe sau prietenii nu se diferențiază din punct de vedere al mediului de rezidență. Aceștia se încadrează în toate categoriile de venituri, excepția fiind cei ce realizează venituri de maxim 1500 de lei.

De asemenea, persoanele care se informează cel mai des de la prietenii sunt atât persoanele tinere, cât și persoane adulte sau vârstnicii. Cei care folosesc ca principală sursă de informare mass-media sunt preponderent din mediul urban și au vârste de peste 65 de ani. Aceștia nu se diferențiază în funcție de venituri, nivel de educație, gen sau stare civilă.

Graficul 10. Principalele surse de informare ale locuitorilor din Bihor în funcție de mediul de rezidență



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare sursă de informare.

III.6. Aspecte care ar putea determina creșterea ratei de participare la spectacole/ evenimente culturale

În cadrul acestei secțiuni sunt prezentate informații cu privire la o serie de aspecte care ar putea determina o creștere a ratei de participare la spectacolele sau evenimentele culturale din județul Bihor. Am considerat că este important să identificăm care sunt așteptările pe care le au aceste persoane în raport cu activitatea culturală a instituțiilor publice de cultură, astfel încât să existe direcții de acțiune mai clare, care ar putea să potențeze rata de consum cultural.

În principal pentru creșterea gradului de participare la evenimentele culturale, respondenții au considerat că este important ca:

- spectacolele să fie organizate la ore accesibile (24%),
- ca prețurile la bilete și abonamentele să fie reduse (20%),
- ca spectacolele să fie mai bine promovate (18%),
- iar plata biletelor să poată fi realizată cu cardul sau online (16%).

Graficul 11. Aspecte care ar determina creșterea ratei de participare la evenimentele culturale din Bihor

Care dintre următoarele variante v-ar determina să mergeți mai des la spectacole/ evenimente în județul Bihor, presupunând că aveți mai mult timp liber?



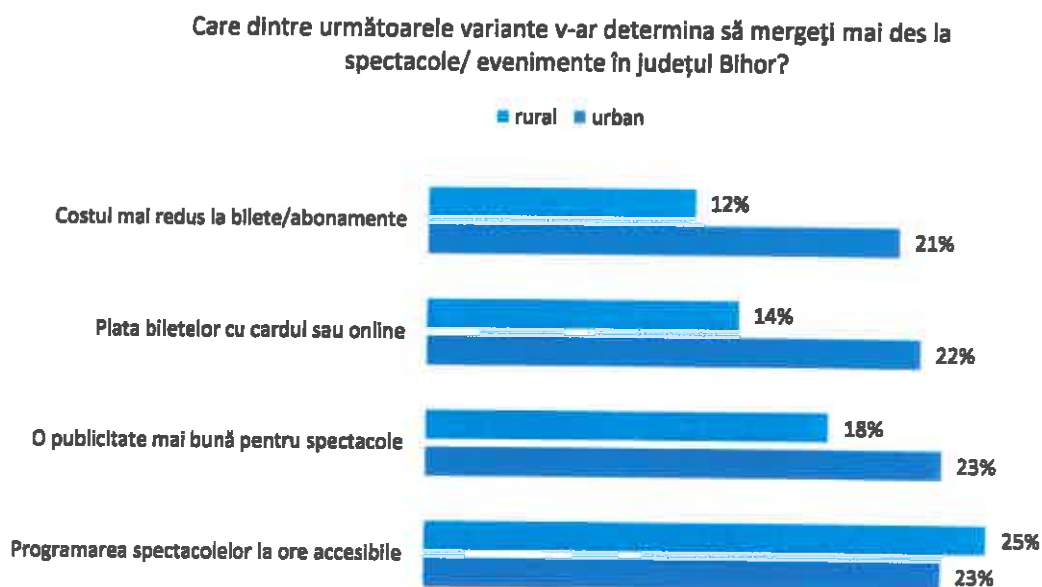
S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare aspect.

Din punct de vedere al segmentelor de consumatori în funcție de variabilele socio-demografice, persoanele care au considerat că programarea spectacolelor la ore accesibile ar fi benefică nu se diferențiază în funcție de mediul de rezidență. Acestea se încadrează în toate categoriile de venituri, cu excepția categoriei de maxim 1500 de lei, sunt tineri între 18 și 35 de ani, au studii superioare și sunt persoane necăsătorite sau aflate într-o uniune consensuală.

Respondenții care au considerat că ar fi nevoie de o publicitate mai bună pentru spectacole sunt locuitorii din mediului urban, cu venituri de peste 3000 de lei, cu vârste între 18 și 65 de ani, cu studii superioare și căsătoriți.

Persoanele pentru care disponibilitatea de a plăti online și pentru care această facilități ar reprezenta un factor potențator de consum, sunt locuitori din urban, cu venituri de peste 3000 lei, cu vârste între 18 și 35 de ani, cu studii medii și superioare și sunt în categoria persoanelor necăsătorite.

Graficul 12. Aspectele care ar determina creșterea ratei de participare la evenimentele culturale din Bihor



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da”.

III.7. Gradul de mulțumire al locuitorilor din Bihor în raport cu activitatea instituțiilor publice de cultură

În cadrul acestui capitol vom prezenta ratele de consum în raport cu principalele spații culturale din județ, modul în care locuitorii din Bihor interacționează cu instituțiile și spațiile de cultură din județ și gradul de satisfacție în raport cu acestea.

Principalele evenimente, instituții culturale sau spații de cultură pentru care s-au înregistrat cele mai mari rate de consum sunt:

- cetatea (42%),
- muzeele (18%),
- evenimentele legate de film sau cinematograful (15%).

Pe ultimele locuri în preferințele locuitorilor s-au clasat:

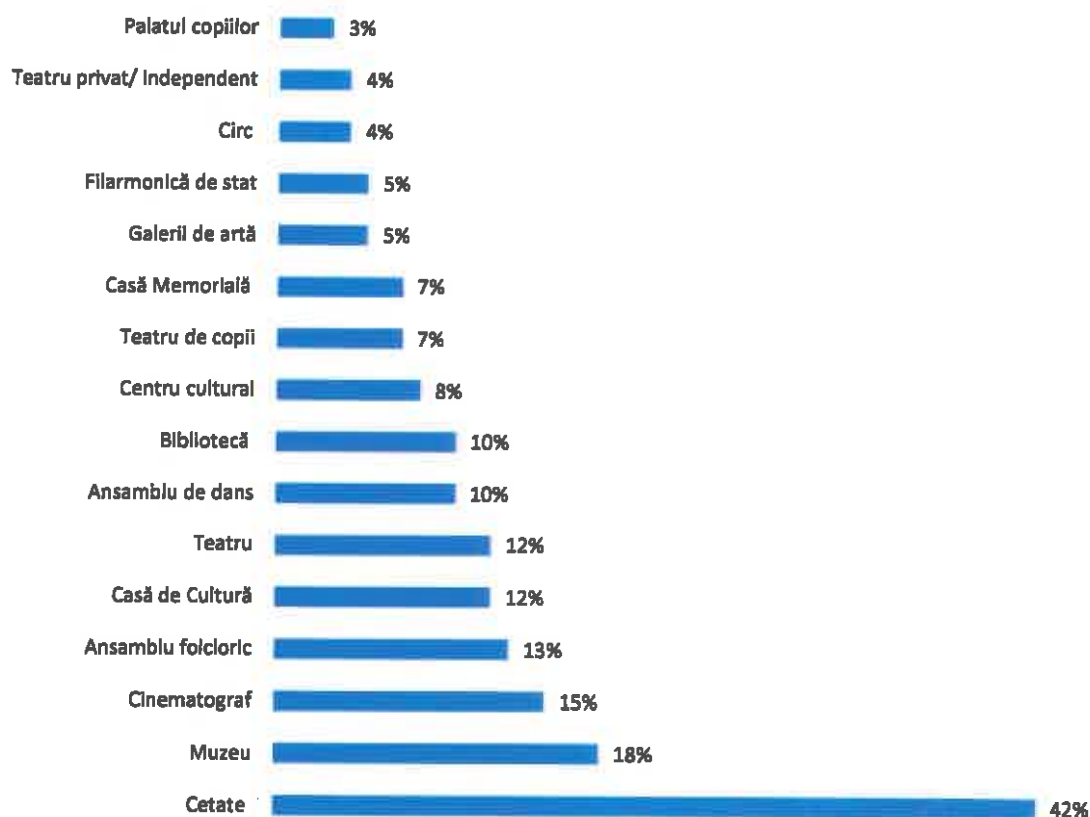
- ciroul (4%),

- teatrul independent (4%),
- și Palatul copiilor (3%).

Casele de cultură, teatrul și ansamblurile de dans sunt spații culturale mai puțin frecventate de populația generală de la nivelul județului.

Graficul 13. Gradul de participare al locuitorilor din Bihor la instituțiile/ spațiile de cultură din județ

Grad de participare la instituțiile/ spațiile de cultură din Bihor



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare instituție culturală/ spațiu cultural.

Am identificat și alte tipuri de activități artistice și non-artistice sau spații, pe care respondenții le-au frecventat în ultimele 12 luni. Majoritatea respondenților au menționat: grădina zoologică, biserici sau mănăstiri, peșteri, târguri de carte, săli de sport și morminte ale eroilor.

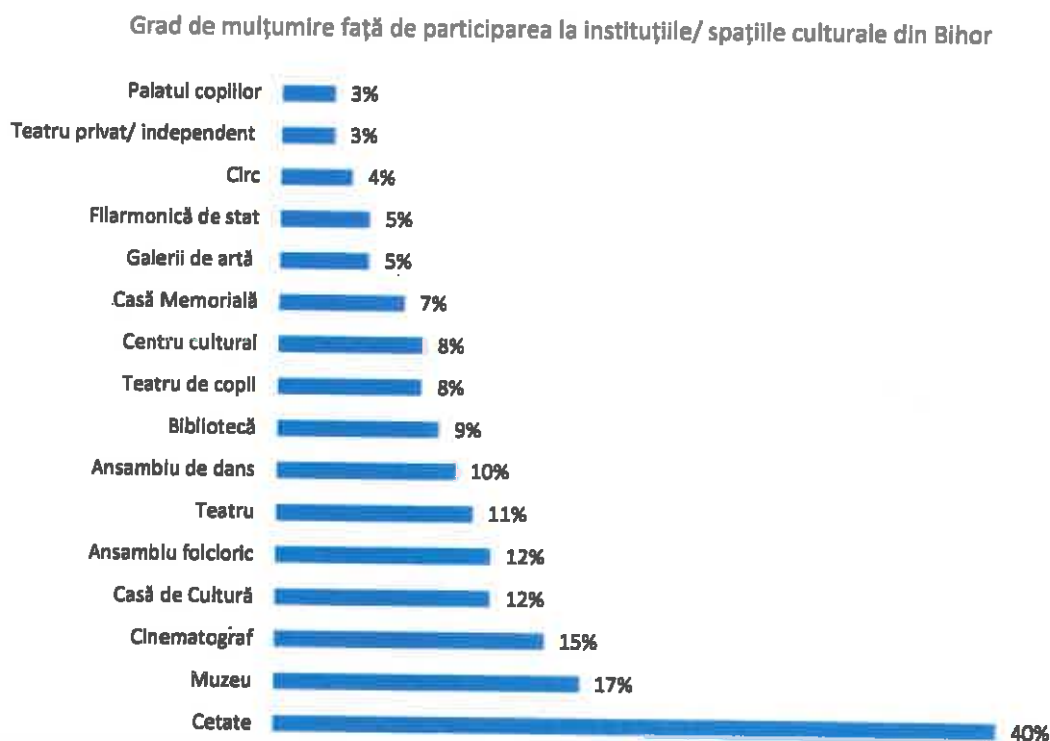
III.8. Gradul de mulțumire în raport cu activitatea culturală a instituțiilor publice de cultură/ spațiilor culturale

Unul dintre factorii care sunt foarte importanți în raport cu nivelul de consum cultural dintr-un județ este gradul de satisfacție al oamenilor cu privire la activitatea și oferta culturală a acestora. Astfel că am considerat relevant să dedicăm o secțiune specială pentru a surprinde o serie de aspecte raportate la acesta. De asemenea, vom prezenta o selecție din experiențele respondenților în urma experienței de consum sau de vizitare.

Conform datelor, cel mai mulțumiți au fost de vizitele la Cetate (40%), muzee (17%), cinematograful (15%), case de cultură (12%) și ansambluri folclorice (12%).

Mai puțin mulțumiți au fost de experiența legată de Palatul copiilor, circ, filarmonica, teatrul de copii și bibliotecă.

Graficul 14. Gradul de mulțumire față de instituțiile culturale/ spațiile de cultură din județ (mai degrabă mulțumit/-ă)



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare instituție culturală/ spațiu cultural.

În continuare vom prezenta o serie de sugestii oferite de respondenți pentru îmbunătățirea experienței de consum. În raport cu vizita de la muzee, oamenii au identificat ca puncte slabe:

- capacitate de organizare slabă,
- lipsa de varietate a expozițiilor,
- atitudinea personalului,
- insuficiente informații cu privire la expoziții,
- detalii de prezentare neclare.

În urma experienței în raport cu bibliotecile, cei mai mulți respondenți au identificat ca puncte slabe:

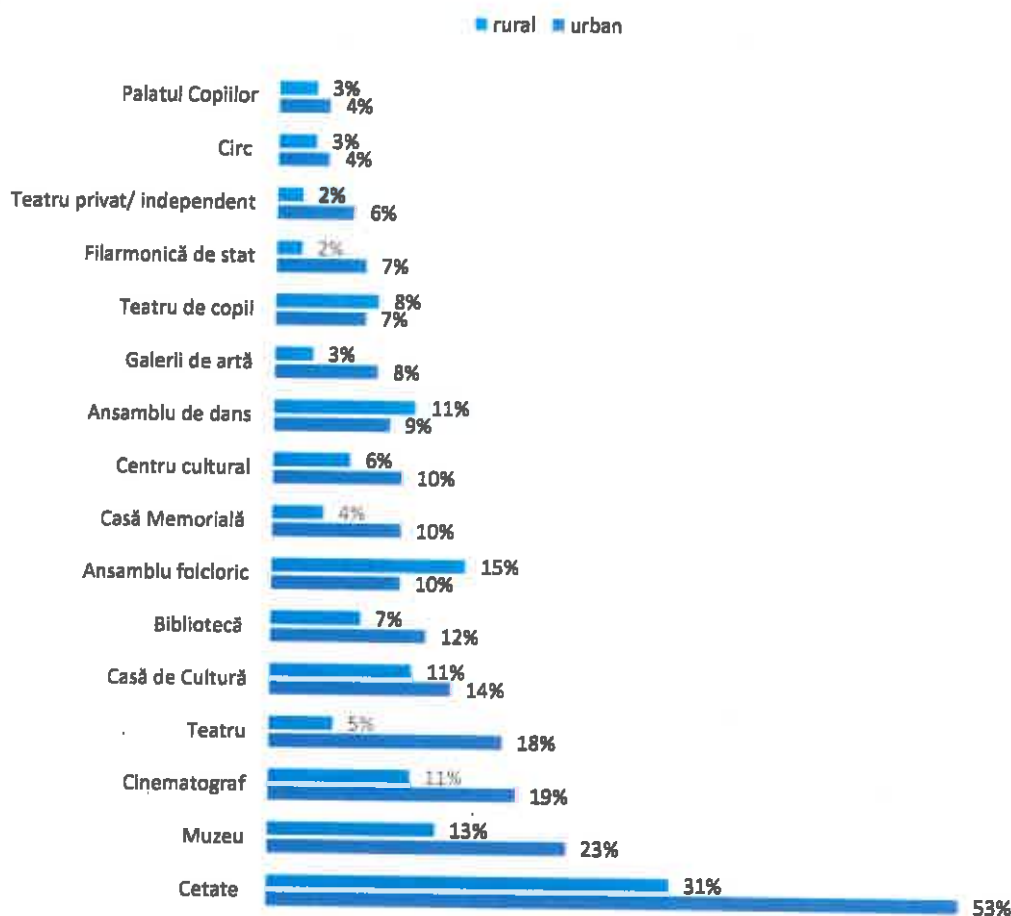
- atitudinea personalului,
- lipsa de acces la publicații în condiții bune (cărți deteriorate sau lipsa lor).

Legat de experiența de consum la teatru, principalele puncte slabe sunt:

- calitatea actului artistic,
- nerespectarea măsurilor igienico-sanitare,
- starea clădirii și a spațiilor de socializare pentru public.

Graficul 15. Gradul de participare la instituții/ spații culturale încrucișat cu mediul de rezidență

Dintre următoarele instituții culturale/ spații culturale din județul Bihor, la care ați fost/ vizitat/ participat cel puțin o dată în ultimele 12 luni?



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare instituție culturală.

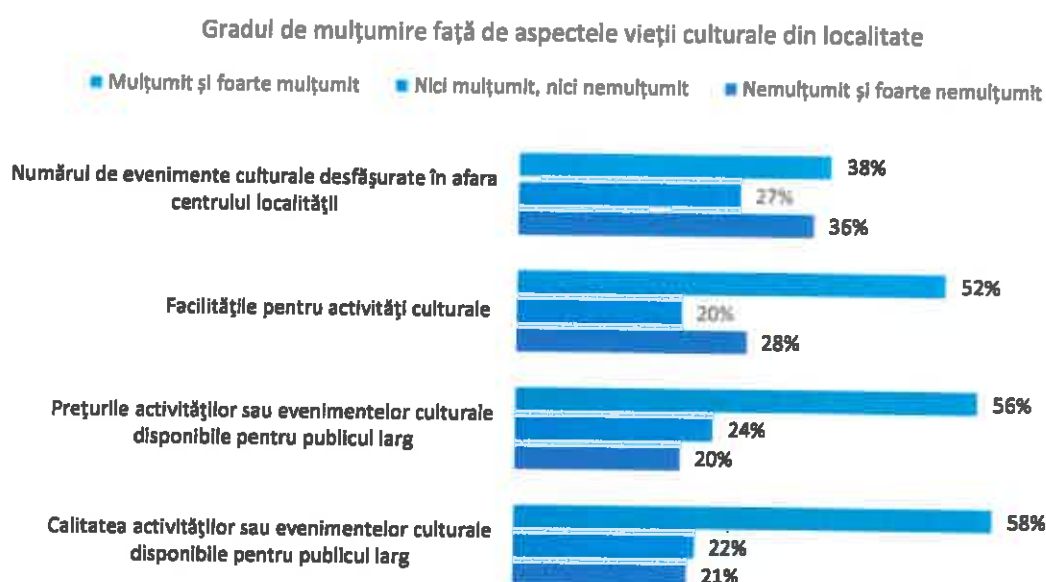
III.9. Gradul de satisfacție cu privire la aspectele culturale ale vieții din localitate în raport cu variabilele socio-demografice

În cadrul acestui capitol am analizat gradul de mulțumire al locuitorilor din Bihor față de următoarele aspecte ale vieții culturale din localitatea lor:

- existența facilităților pentru evenimente culturale,
- numărul de evenimente culturale,
- calitatea acestora
- și prețul.

Ulterior acestei analize am realizat o profilare în funcție de caracteristicile socio-demografice (mediu de rezidență, venituri, vârstă, nivel de educație, gen).

Graficul 16. Gradul de mulțumire față de aspectele vieții culturale din localitate (mulțumit/-ă și foarte mulțumit/-ă)



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare aspect cultural.

Locuitorii din Bihor sunt aparent mulțumiți și foarte mulțumiți cu privire la calitatea activităților sau evenimentelor culturale disponibile pentru publicul larg (58%) și cu privire la facilitățile pentru activități culturale (52%).

Totodată însă ei au semnalat că au fost nemulțumiți și foarte nemulțumiți de numărul de evenimente desfășurate în afara centrului localității (în cartiere, spre exemplu).

Pentru a realiza o profilare a locuitorilor din Bihor în legătură cu gradul lor de mulțumire față de aceste aspecte în raport cu caracteristicile socio-demografice, am realizat o analiză sintetică, în care am grupat categoriile de răspunsuri care au avut valorile 1-4 pentru categoria „foarte nemulțumit”, și 7-10 pentru categoria de răspunsuri „foarte mulțumit”. Astfel, cei care au fost nemulțumiți și foarte nemulțumiți de facilitățile pentru evenimente culturale (muzee,

biblioteci, săli de spectacole) sunt locuitorii din mediului rural. Aceștia au venituri de maxim 1500 de lei și au un nivel de educație mic și mediu. Nu se observă o diferențiere în funcție de vârsta sau de genul respondenților.

Cei care au fost nemulțumiți și foarte nemulțumiți de numărul de evenimente culturale desfășurate în afara centrului localității sunt locuitorii mediului rural și au vârste de peste 35 de ani. Nu se observă o diferențiere în funcție de nivelul de venituri, de școlarizare sau de gen.

Față de calitatea evenimentelor culturale s-au arătat nemulțumiți și foarte nemulțumiți mai mult cei din mediu rural, cu venituri între 0 și 3000 de lei. Aceste persoane au vârste de peste 35 de ani și studii gimnaziale sau medii. Cei care au fost nemulțumiți și foarte nemulțumiți de prețurile activităților/ evenimentelor culturale sunt, de asemenea din mediul rural. Aceștia au venituri între 0 și 3000 de lei, vârste cuprinse între 36 și 65 de ani și studii gimnaziale sau medii.

Așa cum am identificat în capitolele anterioare, cele mai mici rate de participare s-au înregistrat pentru consumul de activități cu caracter artistic în spațiul public.

Deși în general locuitorii din mediul rural au rate mai scăzute de consum decât cei din mediul urban, pentru majoritatea activităților artistice și în raport cu majoritatea instituțiilor spațiilor de cultură din județul Bihor, în mod paradoxal aceștia sunt și cei care se declară cei mai nemulțumiți de oferta culturală a instituțiilor publice de cultură.

Același lucru putem spune despre cei cu un nivel mediu de educație. Aceștia sunt cei care consideră că protejarea patrimoniului nu este importantă. Dar, în mare parte, tot aceste persoane sunt nemulțumite și foarte nemulțumite de toate aspectele vieții culturale din localitate.

Acest paradox are probabil cauze și motivații în nivelul de înțelegere sau în conexarea termenilor legați de consumul cultural, dar aceste analize calitative pot fi explorate ulterior în analizele strategice.

III.10. Percepția locuitorilor cu privire la principalele nevoie și direcții de investiție a fondurilor publice

Această secțiune este dedicată analizei percepției locuitorilor din Bihor cu privire la direcțiile prioritare de investiție a fondurilor publice. O imagine de ansamblu asupra problematicei va fi urmată de o profilare în funcție de caracteristicile socio-demografice (mediu de rezidență, venituri, vârstă, nivel de educație, gen) ale celor care au considerat necesare respectivele investiții.

În primul rând locuitorii din Bihor consideră că prioritare pentru investiții sunt:

- școlile și liceele din localitate (92%),
- dispensarele medicale sau spitalele din localitate (91%),
- centrele de socializare pentru vârstnici (88%)
- și parcurile și locurile de joacă pentru copii (88%).

În a doua jumătate a clasamentului se regăsesc:

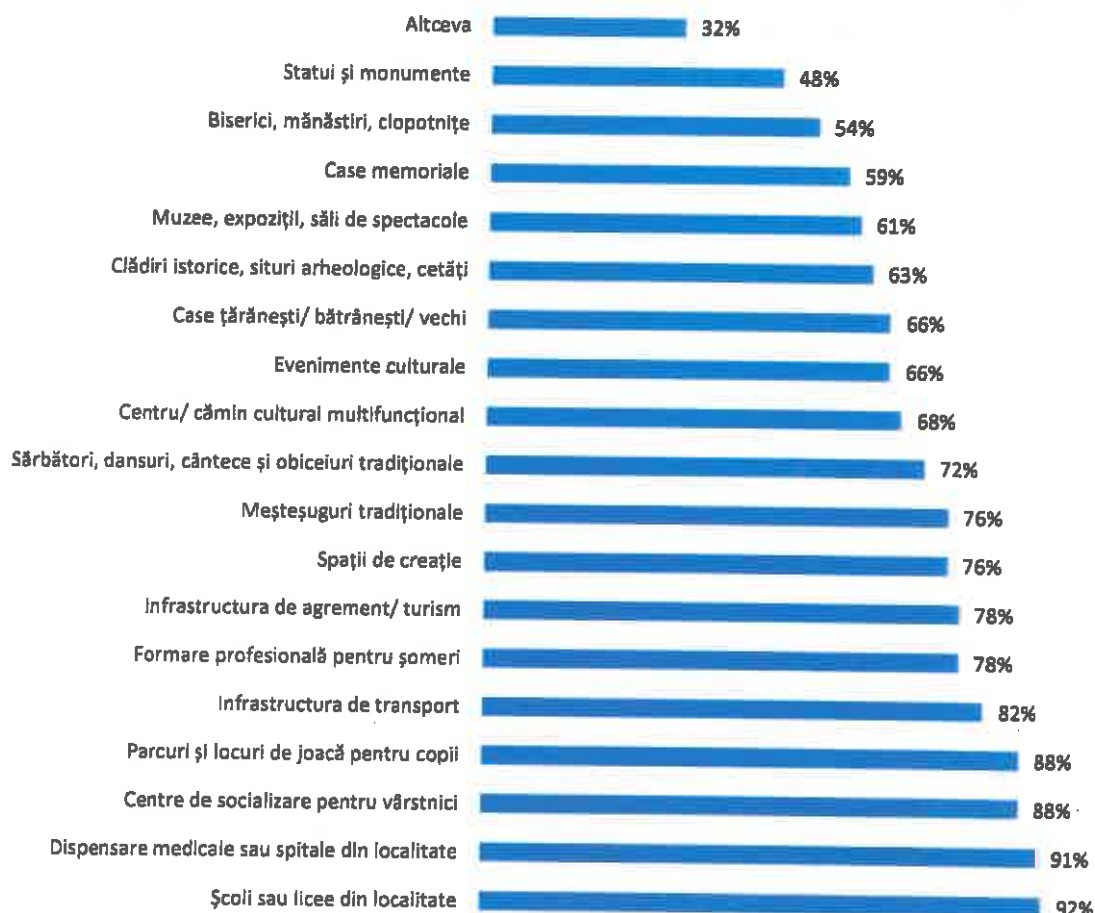
- evenimentele culturale (66%),
- clădirile istorice și situri arheologice sau cetățile (63%),
- muzeele, sălile de spectacole (61%),
- statuile și monumente (48%) din localitate.

Se poate concluziona că locuitorii din Bihor doresc investiții în facilitățile culturale, însă problemele de tip social sau legate de infrastructură sau educație sunt mai pregnante și mai apăsătoare pentru aceștia. Referitor la conturarea de profiluri în funcție de aspectele socio-demografice, constatăm că toți locuitorii doresc mai degrabă Investiții în unitățile de învățământ din localitate și infrastructura pentru transport.

Cei care doresc prioritizarea bugetelor pentru dezvoltarea centrelor de socializare pentru vârstnici au peste 35 de ani și nu se diferențiază din alte puncte de vedere ale caracteristicilor de tip socio-demografic.

Graficul 17. Percepțiile despre direcțiile prioritare de investiție a fondurilor publice

Dacă autoritățile din localitatea dvs. (Primăria și Consiliul Județean) ar avea mai mulți bani la buget pentru investiții, reparații, modernizări, reabilitări, în opinia dvs., care ar fi destinația prioritară pentru alocarea acestora?



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da”.

Cei care doresc prioritizarea cursurilor de formare profesională pentru investiții sunt femeii și sunt neîncadrați pe piața muncii, iar cei care consideră parcurile și locurile de joacă ca fiind importante pentru investiții sunt din mediul urban, și au vârste de peste 35 de ani.

Persoanele fără venituri au considerat că această direcție de investiție nu este prioritară. Nu se observă o diferențiere în funcție de nivelul de studii sau de gen.

Infrastructura de agrement și turism a fost selectată ca fiind prioritară de către persoanele din mediul urban, cu venituri de peste 1500 de lei, cu vârste cuprinse între 36 și 65 de ani. Acestea au un nivel de mediu sau superior de educație.

Cei care au considerat spațiile de creație ca fiind o investiție prioritară nu se diferențiază din punct de vedere al mediului de rezidență. Despre cei ce au selectat această variantă se poate spune că au vârste cuprinse între 36 și 50 de ani, că nu se diferențiază în funcție de nivelul de școlarizare și că sunt persoane care realizează venituri în intervalul 1500 de lei peste 4500 de lei.

Cei din mediul rural au considerat că investiția în centre și cămine culturale este o direcție prioritară.

Cei care consideră că evenimentele culturale ar trebui să reprezinte o prioritate pentru investițiilor autorităților publice sunt atât locuitorii din mediului urban cât și cei din mediului rural. Aceștia au venituri medii de peste 1500 lei și vârsta de peste 36 de ani. De asemenea, aceste persoane au studii superioare și sunt de gen masculin. Despre locuitorii județului Bihor care au selectat investiția în clădiri istorice, situri arheologice, cetăți putem spune că sunt în mai mare măsură persoane din mediul urban, cu studii superioare.

Muzeele, expozițiile sau sălile de spectacole au fost considerate ca fiind prioritare pentru investiții în special de persoanele din mediul urban, cu venituri de peste 1500 de lei, cu vârste de peste 35 de ani, cu studii medii sau superioare.

Cei care au considerat că statuile și monumentele reprezintă o prioritate sunt persoane din mediul urban, cu vârste peste 35 de ani, cu studii medii sau superioare, de gen masculin. Persoanele încadrate în toate categoriile de venit au considerat că această direcție ar trebui să fie prioritară, cu excepția celor ce realizează venituri de maxim 1500 de lei.

Despre cei care au considerat că ocrotirea și conservarea sărbătorilor, a dansurilor, a cântecelor populare și a tradițiilor ar trebui să reprezinte o direcție de investiție prioritară, putem spune că au nivel de educație mediu și venituri între 1500 și 3000 de lei, fără a se diferenția prin alte aspecte socio-demografice.

III.11. Percepția privind importanța protejării patrimoniului cultural

Studiile în domeniul cultural au arătat că între nivelul de conștientizare în rândul populației privind beneficiile protejării patrimoniului cultural și dezvoltarea consumului cultural există o relație puternică de influență. Înțelegerea importanței protejării patrimoniului are impact pozitiv asupra consumului cultural în raport cu patrimoniul cultural.

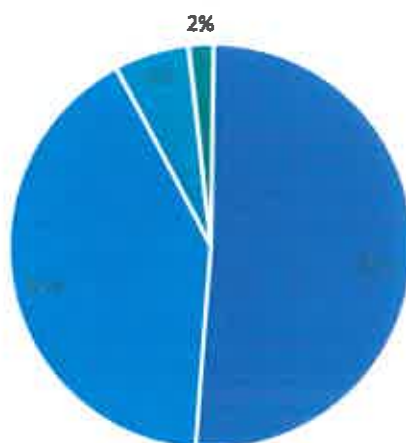
În ceea ce privește percepția privind protejarea patrimoniului cultural construit din județul Bihor, o privire de ansamblu ne arată faptul că 90% dintre respondenți consideră acest aspect ca fiind important. Doar 2% dintre respondenți sunt de părere că protejarea patrimoniului cultural nu este deloc importantă.

Aceste rezultate care ne indică faptul că oamenii sunt într-o foarte mare măsură conștienți de importanța patrimoniului din județul lor se reflectă în faptul că dintre toate tipurile de consum de activități culturale cu caracter artistic, cel mai des locuitorii aleg să viziteze obiective de patrimoniu, monumente, situri arheologice și cetatea.

Graficul 18. Percepția despre importanța protejării patrimoniului cultural construit

În opinia dumneavoastră, cât de importantă este protejarea patrimoniului cultural construit din județul Bihor?

■ Foarte important ■ Destul de important ■ Nu prea important ■ Deloc important



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare grad de importanță.

În raport cu variabilele socio-demografice, persoanele care consideră protejarea patrimoniului ca fiind foarte importantă nu se diferențiază din punct de vedere al mediului de rezidență, al

nivelului de venit și nici al nivelului de școlarizare. Cei care consideră că protejarea patrimoniului nu este deloc importantă locuiesc atât în mediul rural cât și în cel urban, nu au venituri și au studii gimnaziale sau medii. Aceștia au vârste între 18 și 35 de ani și peste 50 de ani.

III.12. Cultură urbană și cultură rurală

Locuitorii din mediul urban au rate mai mari de participare pentru toate activitățile analizate, cu excepția mersului la festivaluri. Sunt diferențe procentuale mari în favoarea celor din urban pentru participarea la următoarele: vizitarea unui muzeu, vizitarea unui monument/ sit arheologic, mersul la spectacole de muzică în aer liber, mersul la spectacole de muzică în spații închise.

Se poate spune că locuitorii din urban intră în categoria consumatorilor, în timp ce locuitorii din rural intră mai degrabă în cea a non-consumatorilor de activități artistice.

Din punct de vedere al gradului de mulțumire față de aspectele culturale ale vieții din localitatea în care trăiesc, persoanele din mediul rural consideră că nu dispun de suficiente facilități pentru activități culturale și, de asemenea, sunt mai nemulțumiți de calitatea și de prețurile activităților culturale decât cei din mediul urban.

Profilările socio-demografice realizate în cadrul capitolelor anterioare au arătat că locuitorii mediului rural au rate mai scăzute de participare decât cei din urban pentru majoritatea activităților artistice și pentru majoritatea instituțiilor și a spațiilor de cultură din județul Bihor. Atât locuitorii din mediul urban cât și cei din mediul rural practică în mare măsură întâlnirile cu rudele sau prietenii. Participarea la sărbători și evenimente locale este activitatea care a înregistrat cea mai mică rată de participare, indiferent de mediul de rezidență. Locuitorii din mediul urban practică mai des decât cei din mediul rural: plimbările în parcuri și zone verzi, mers la restaurant sau cafenele, în aer liber și în spații închise. Locuitorii din mediul rural practică mai des decât cei din mediul urban mersul în excursii în afara localității sau mersul la biserică.

Cei din mediul urban au înregistrat rate de participare mai mari decât cei din mediul rural pentru aproape toate instituțiile și spațiile culturale menționate, cu excepția ansamblului folcloric.

Cele mai mari diferențe între mediul urban și cel rural privind participarea la instituțiile și spațiile culturale analizate se înregistrează pentru: cetate, teatru, muzeu.

În concluzie nu am identificat o segregare puternică în practicile de consum cultural între mediul rural și cel urban, astfel încât să putem considera că în cele două medii există diferențe clare sau particularități în sensul de preferințe. Acest lucru ne indică că există o paletă mixtă de practici de consum, iar diferențele nu sunt atât de mari încât să fie evidentă o stratificare în acest sens.

Cu foarte mici diferențe și particularități, se poate identifica la nivelul județului un consum cultural omogen. Acest lucru nu are însă o valoare pozitivă, deoarece, conform răspunsurilor lor, oamenii preferă activitățile non-artistice și cele din spațiul non-public, dedicându-se în special consumului de programe TV și internet.

IV. Concluzii

Subliniem că datele și concluziile rezultate pentru acest studiu sunt totuși influențate de situația pandemică din anul 2020, care a avut un impact negativ asupra practicilor de consum cultural, la nivelul întregii țări. Cu toate acestea, trebuie precizat că preferințele de consum sunt de cele mai multe ori constante, mai ales în perioada adultă a vieții. Practicile de consum cultural, fie ele artistice, fie de timp liber, ale locuitorilor din județul Bihor sunt similare cu practicile de consum cultural identificate la nivel național în anul 2020.

Tinerii sunt cei care au o deschidere mai mare spre a-și diversifica și modifica practicile de consum cultural, în special în raport cu o ofertă culturală atractivă și diversificată.

Conform datelor, persoanele tinere sunt cele care frecventează cel mai mult spectacolele de muzică (de orice gen) în aer liber sau în spații închise. Tot ei sunt cei care vizitează un muzeu sau merg la un cinematograful (în sală sau în aer liber). De asemenea, tinerii merg mai des în excursii în afara localității și la restaurante sau cafenele. Tinerii folosesc internetul pentru a asculta muzică online și pentru a viziona filme sau seriale. Ei folosesc ca sursă principală de informare cu privire la evenimentele culturale din județ internetul și rețelele de socializare. Tot ei au considerat că programarea spectacolelor și a evenimentelor culturale la ore accesibile și introducerea posibilității de a plăti biletele și abonamentele online sau cu cardul ar fi măsuri ce ar duce la creșterea ratei de participare la evenimentele culturale din județ.

Instituțiile și spațiile culturale pentru care tinerii au înregistrat cele mai mari rate de participare au fost cinematograful, biblioteca, teatrul. Referitor la gradul de mulțumire față de aspectele culturale ale vieții din localitatea lor, aceștia au exprimat cel mai mare grad de mulțumire față de prețurile activităților și al evenimentelor.

Așa cum am identificat în analize, tinerii reprezintă publicul consumator principal pentru oferta teatrelor independente din județ. Acest segment poate fi atras și fidelizat printr-o serie de proiecte sau programe care să îi aducă mai des în sălile de spectacol.

Consumul mare de produse cinematografice în rândul tinerilor indică o nevoie reală de a dezvolta oferta culturală a orașului în această direcție, atât din punct de vedere al infrastructurii cât și al evenimentelor legate de filme sau de produse audio-vizuale.

Spectacolele oferite de teatru sunt de interes pentru tineri, dar aceștia și-ar dori și o ofertă de spectacole neconvenționale sau punerea în scenă a acestora în spații alternative. **Cu alte cuvinte există potențial de consum, dar oferta existentă nu satisface în prezent toate așteptările și preferințele publicului.**

În ceea ce privește participarea la activități artistice raportat la ultimele 12 luni, locuitorii din Bihor au înregistrat cele mai mari rate de participare pentru vizitarea unui monument istoric și sit arheologic, vizitarea unui muzeu și pentru mersul la spectacole de muzică. Activitățile pentru care locuitorii din Bihor au optat cel mai puțin au fost mersul la teatru în aer liber, mersul la spectacole de divertisment (stand-up comedy, circ etc.) și mersul la teatru în spații închise.

Din punct de vedere al participării la activitățile de timp liber, întâlnirea cu rudele sau prietenii a ocupat primul loc în opțiunile locuitorilor din Bihor, urmată de mersul la biserică și de plimbarea prin parcuri sau zone verzi. Activitatea care a înregistrat cele mai mici rate de participare a fost mersul la sărbători/ evenimente locale (zilele orașului/ comunei).

Referitor la consumul cultural non-public, activitățile realizate cel mai des de către locuitorii județului Bihor sunt privitul la televizor, ascultarea de muzică și ascultarea programelor radio. Activitățile realizate rar de către aceștia sunt practicarea jocurilor online și cititul.

Referitor la consumul de internet, activitățile pentru care locuitorii din Bihor au folosit cel mai mult internetul au fost accesarea rețelelor de socializare și comunicarea. Activitățile pentru care locuitorii din Bihor au folosit cel mai puțin internetul sunt: vizitarea virtuală a unui muzeu, a website-ului unui teatru, a website-ului unui cinematograful etc. Principalele surse pe care locuitorii județului Bihor le folosesc pentru a se informa cu privire la evenimentele culturale sunt internetul (website-uri și rețele de socializare), prietenii și mass-media (presă, tv, radio).

Principalele aspecte care i-ar putea determina pe locuitorii județului Bihor să meargă mai des la spectacole și evenimente sunt: programarea spectacolelor la ore accesibile, reducerea prețurilor pentru bilete și abonamente, o publicitate mai bună pentru spectacole, posibilitatea de a plăti biletele cu cardul sau online.

În general profilul publicului consumator din județul Bihor este similar cu profilul de consum de la nivel național. Practicile de consum cultural pentru activitățile cu caracter artistic sunt mai

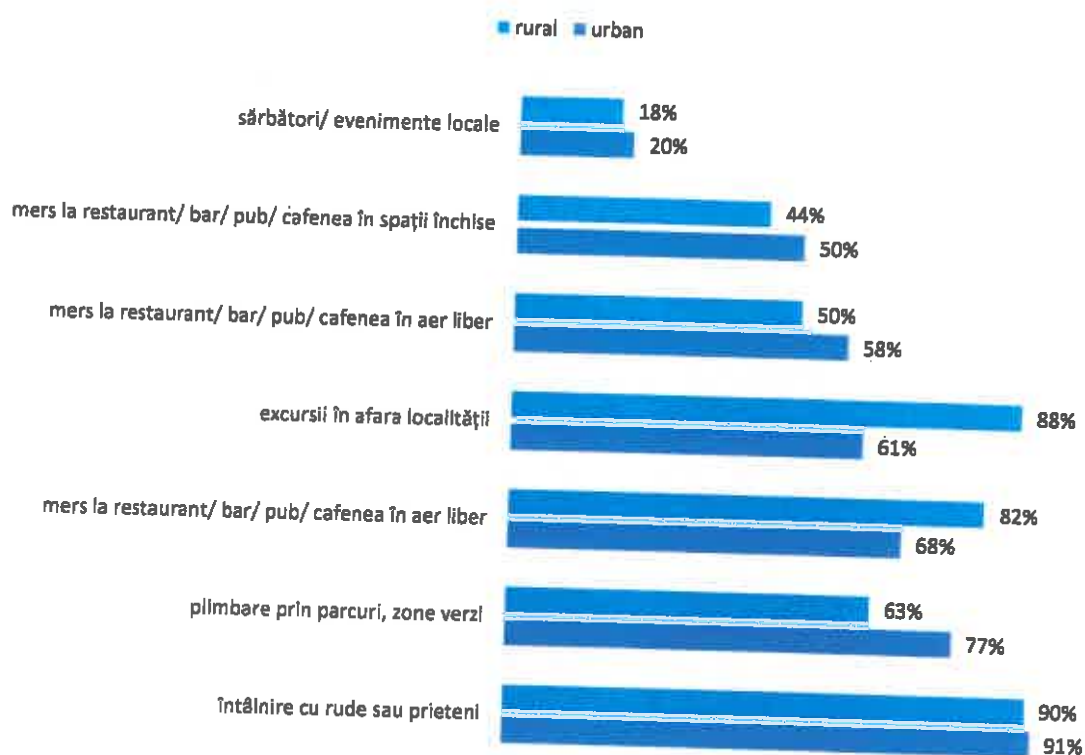
scăzute decât pentru activitățile de timp liber non-artistice. Consumul de internet este ridicat, ceea ce înseamnă că oamenii preferă mai degrabă un tip de consum mai pasiv. Și în acest caz locuitorii din județul Bihor nu sunt diferiți de populația de la nivel național. Mediul urban este mai favorizat de prezența unei infrastructuri mai dezvoltate din punct de vedere cultural, iar acest lucru potențează consumul cultural.

Din punct de vedere al aspectelor care ar încuraja un nivel mai mare de participare la evenimentele culturale din spațiul public, pentru cei din mediul urban este mai important să aibă acces la o diversificare a ofertei instituțiilor și la spectacole noi. Pentru cei din mediul rural sunt mai importante aspecte precum existența unei parcuri gratuite, realizarea de spectacole la ore mai accesibile, existența unui spațiu de tip cafenea în proximitatea instituțiilor sau o publicitate mai bună. Cu alte cuvinte locuitorii din mediul rural pot fi mai degrabă încurajați de aspecte ce țin de informare, organizare și de acces, spre deosebire de cei din mediul urban, care sunt mai degrabă interesați de oferta artistică și de diversificarea acesteia.

V. Detaliere analize

Graficul 1. Corelarea consumului de activități de timp liber cu mediul de rezidență

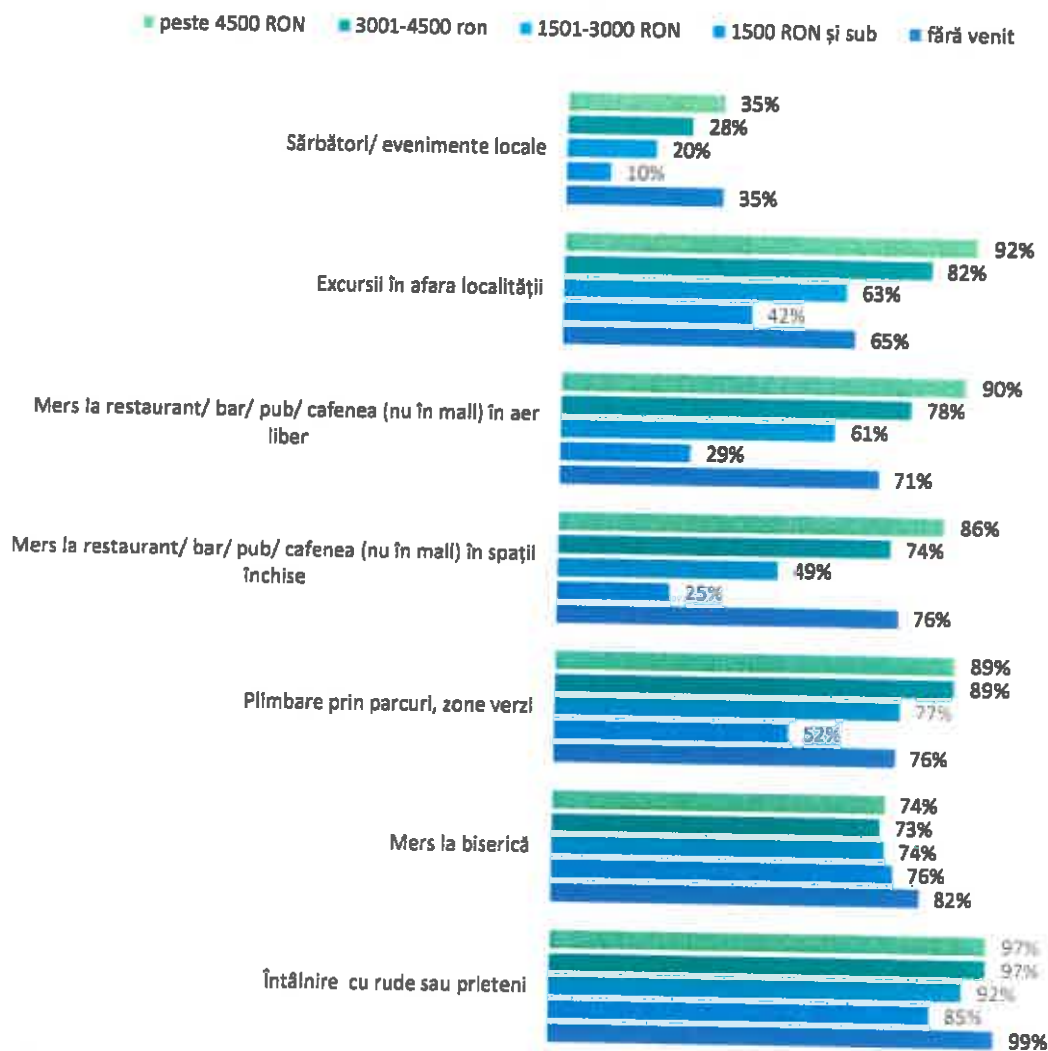
Vă rugăm să ne spuneți dacă ați participat în ultimele 12 luni la următoarele:
activități de timp liber



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

Graficul 2. Corelarea consumului activităților de timp liber cu venitul personal net lunar, indiferent de sursă, exprimat în RON

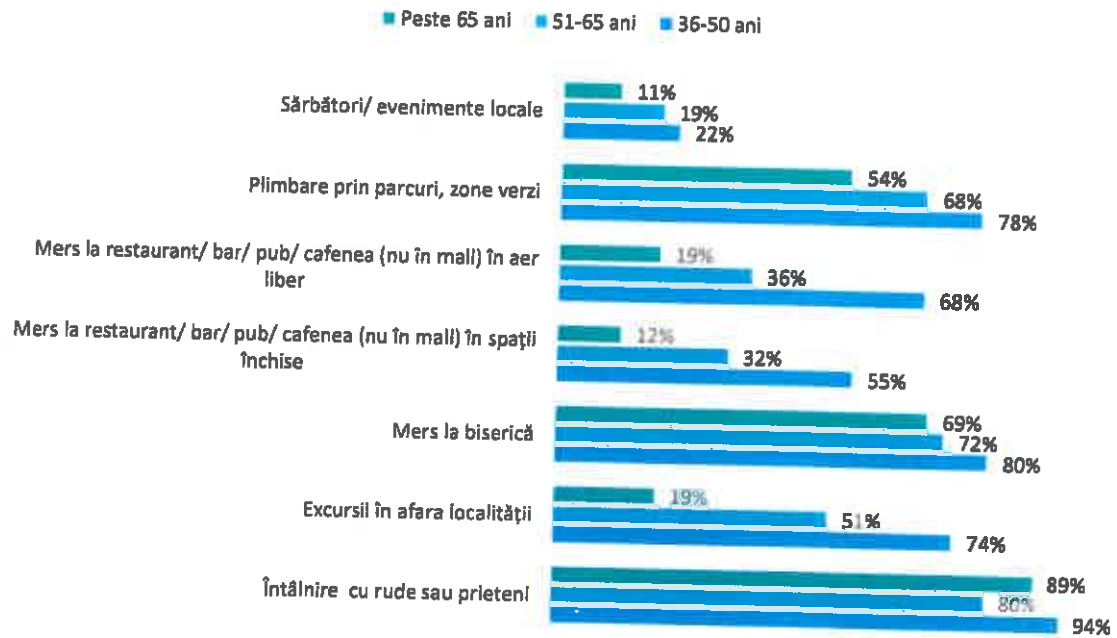
Vă rugăm să ne spuneți dacă ați participat în ultimele 12 luni la următoarele:
activități de timp liber



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

Graficul 3. Corelarea consumului activităților de timp liber cu vârsta

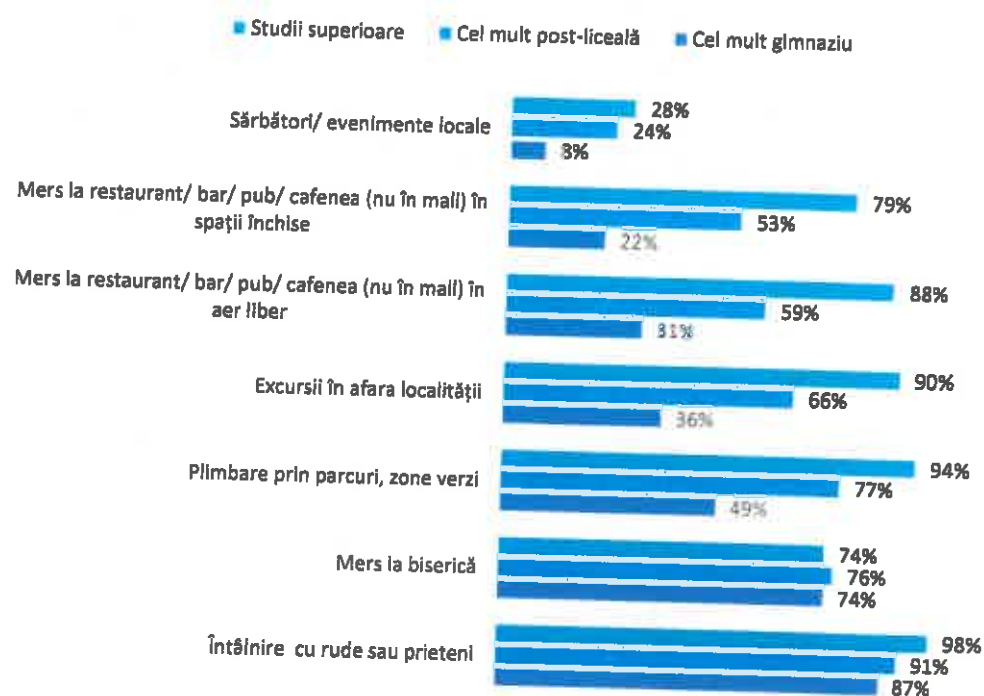
Vă rugăm să ne spuneți dacă ați participat în ultimele 12 luni la următoarele:
activități de timp liber



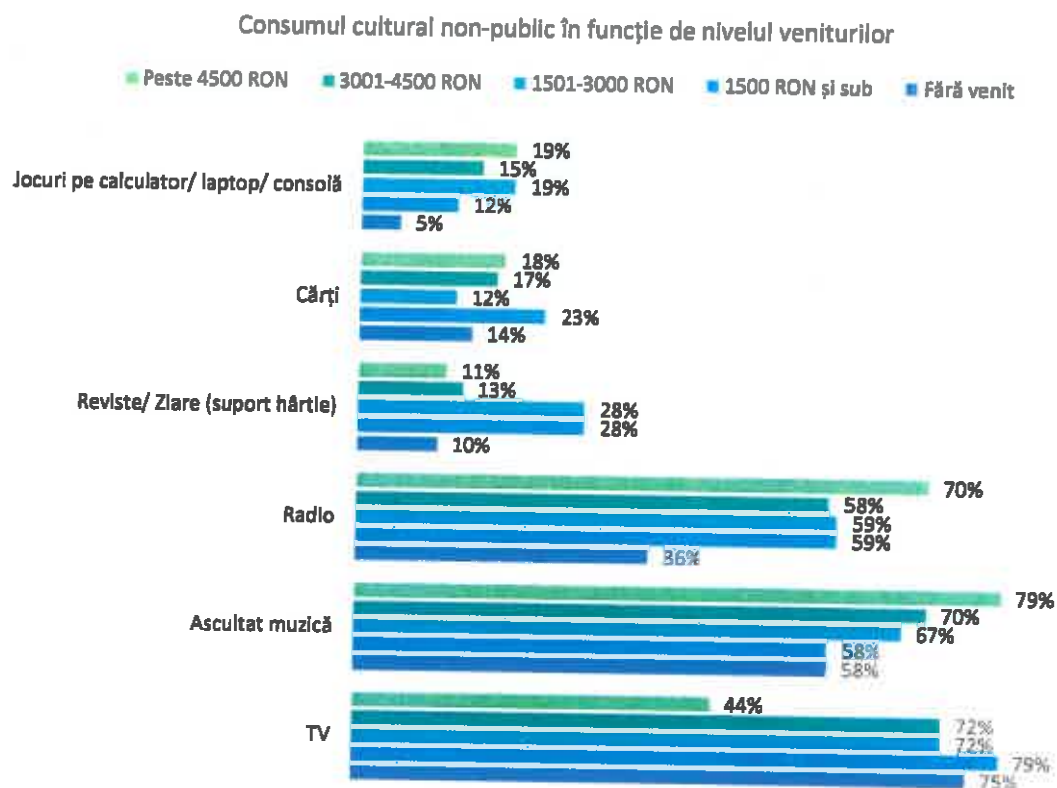
S-au luat în considerare doar răspunsurile „da”

Graficul 4. Corelarea consumului activităților de timp liber cu nivelul de studii

Vă rugăm să ne spuneți dacă ați participat în ultimele 12 luni la următoarele:
activități de timp liber



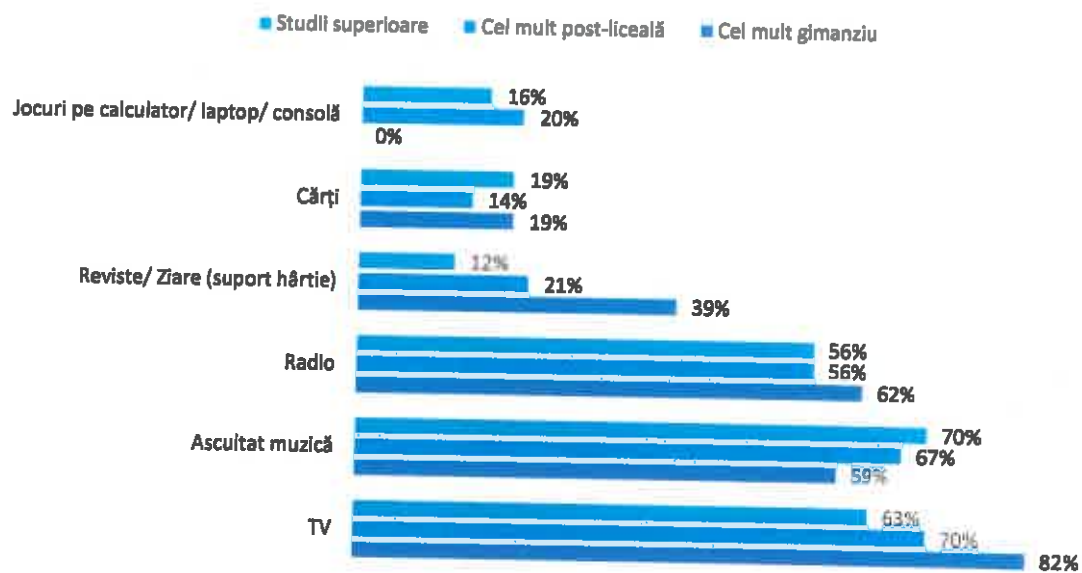
S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

Graficul 5. Consumul cultural non-public la nivelul județului Bihor, în funcție de nivelul veniturilor

S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

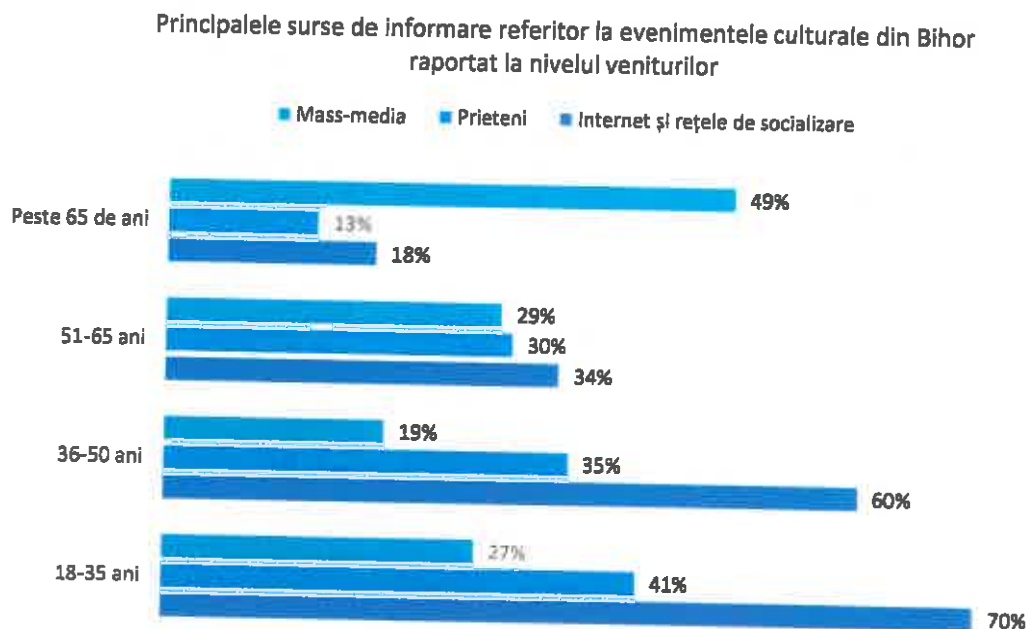
Graficul 6. Consumul cultural non-public, în funcție de nivelul de educație

Consumul non-public în funcție de nivelul de studii

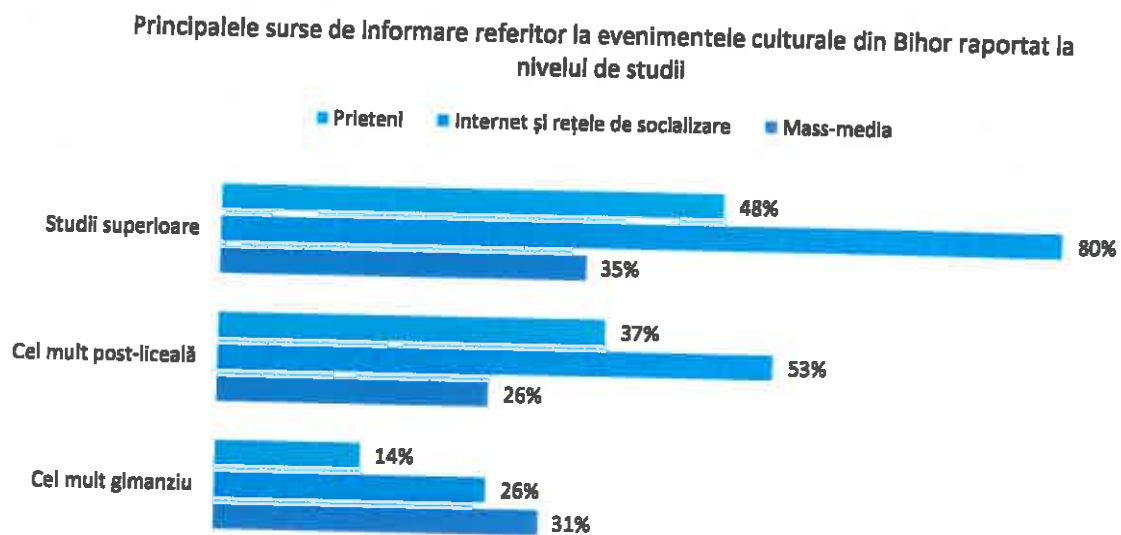


S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare activitate.

Graficul 7. Principalele surse de informare ale locuitorilor din Bihor în funcție de nivelul veniturilor acestora

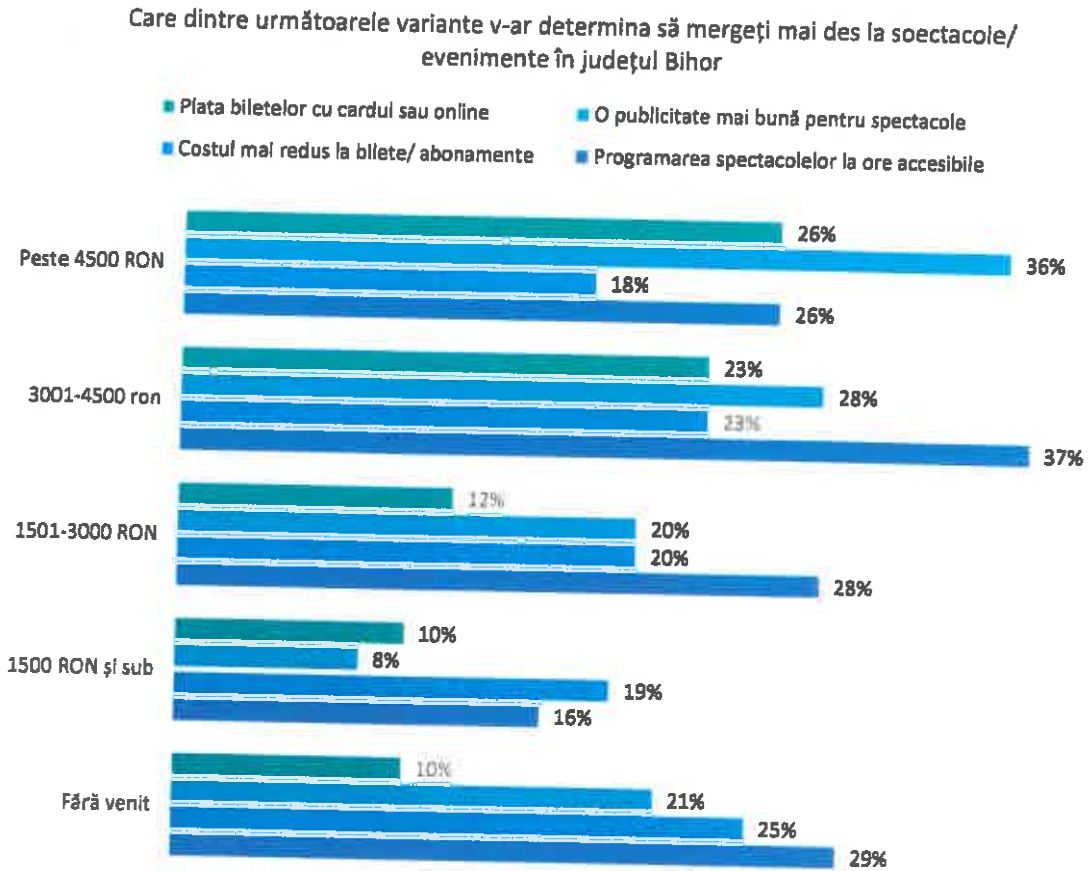


S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare sursă de informare.

Graficul 8. Principalele surse de informare ale locuitorilor din Bihor în funcție de nivelul de studii al acestora

S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare sursă de informare.

Graficul 9. Aspecte care ar determina creșterea ratei de participare la evenimentele culturale din Bihor



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare nivel de venit.

Tabel 1. Gradul de participare la instituții culturale încrucișat cu venitul (personal, net lunar, indiferent de sursă, în RON)

Instituție culturală:/ Venitul respondentului (personal, net lunar, indiferent de sursă, în RON)	Fără venit	1500 RON și sub	1501-3000 RON	3001- 4500 RON	Peste 4500 RON
Cetate	38%	22%	50%	60%	69%
Cinematograf	25%	2%	20%	29%	21%
Ansamblu folcloric	22%	7%	14%	15%	23%
Muzeu	21%	5%	21%	30%	40%
Biblioteca	18%	6%	11%	11%	16%
Centru cultural	16%	2%	11%	9%	15%
Casă memorială	16%	4%	5%	11%	19%
Teatru	14%	6%	10%	24%	30%
Casă de cultură	13%	6%	15%	20%	12%
Teatru de copii	10%	7%	6%	10%	11%
Ansamblu de dans	8%	8%	11%	10%	19%
Circ	5%	1%	4%	9%	7%
Galerii de artă	5%	2%	5%	10%	11%
Teatru privat/ independent	5%	2%	4%	5%	10%
Filarmonică de stat	2%	2%	5%	9%	19%
Palatul copiilor	2%	2%	3%	8%	6%

S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare nivel de venit.

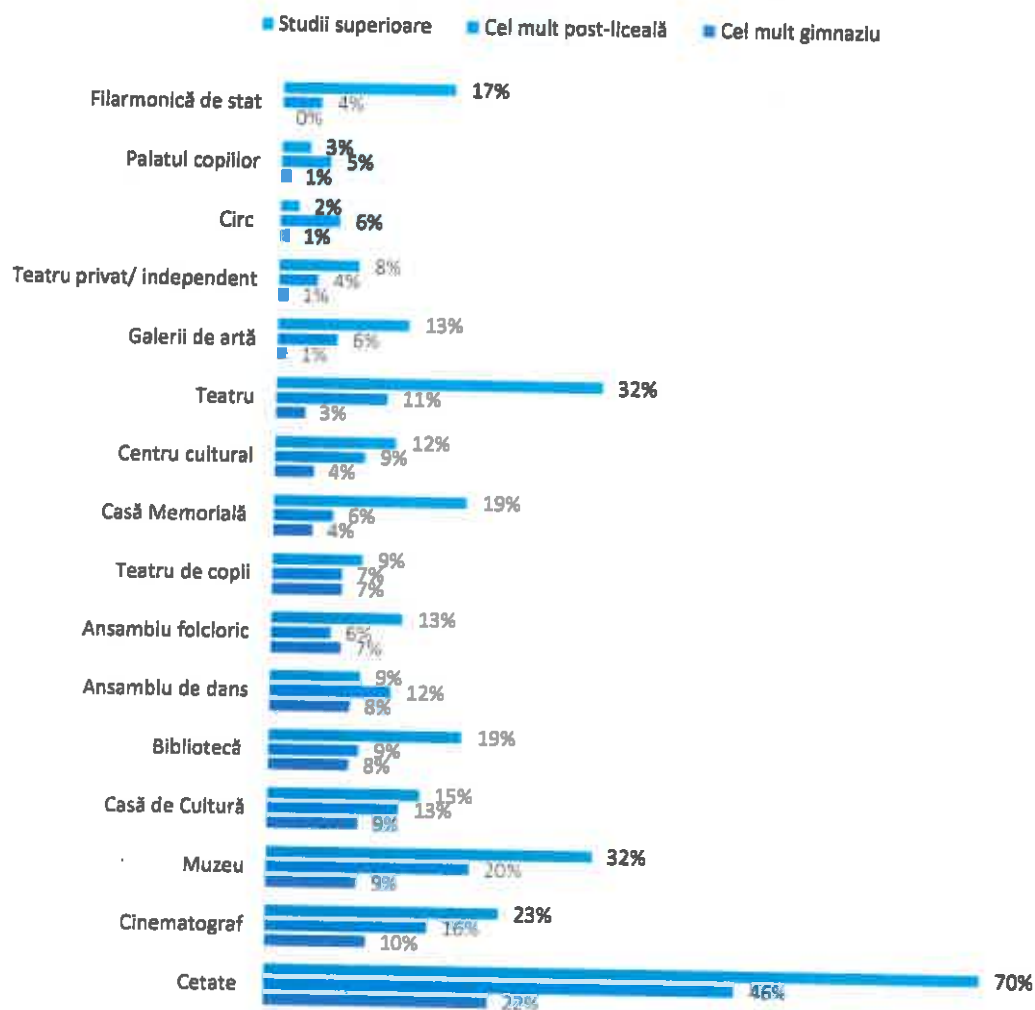
Tabel 2. Gradul de participare la instituții culturale încrucișat cu vârsta

Instituție culturală/ Vârsta respondentului	18-35 ani	36-50 ani	51-65 ani	Peste 65 de ani
Cetate	49%	52%	35%	25%
Cinematograf	24%	18%	11%	2%
Muzeu	21%	24%	15%	8%
Biblioteca	19%	8%	5%	6%
Ansamblu folcloric	16%	13%	14%	6%
Teatru	14%	11%	10%	10%
Teatru de copii	13%	10%	3%	2%
Casă de cultură	12%	13%	17%	6%
Ansamblu de dans	11%	15%	10%	3%
Centru cultural	10%	9%	9%	3%
Casă memorială	9%	7%	7%	5%
Filarmonică de stat	6%	5%	5%	3%
Galerii de artă	5%	6%	7%	3%
Teatru privat/ independent	5%	4%	1%	4%
Circ	3%	7%	3%	1%
Palatul copiilor	2%	6%	1%	2%

S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare categorie de vârstă.

Graficul 10. Gradul de participare la instituții culturale încrucișat cu nivelul de educație

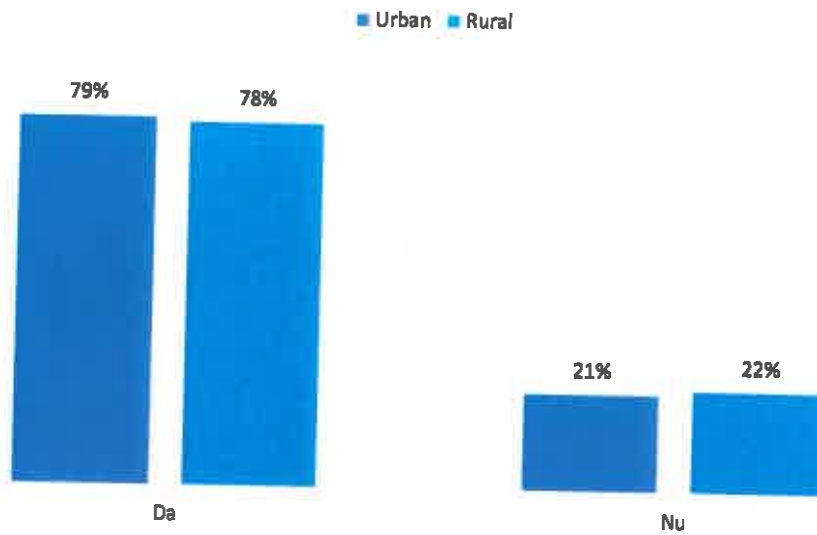
Dintre următoarele instituții culturale/ spații culturale din județul Bihor, la care ați fost/ vizitat/ participat cel puțin o dată în ultimele 12 luni?



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare nivel de educație.

Graficul 11. Percepția despre destinațiile prioritare alocării de fonduri publice încrucișată cu mediul de rezidență

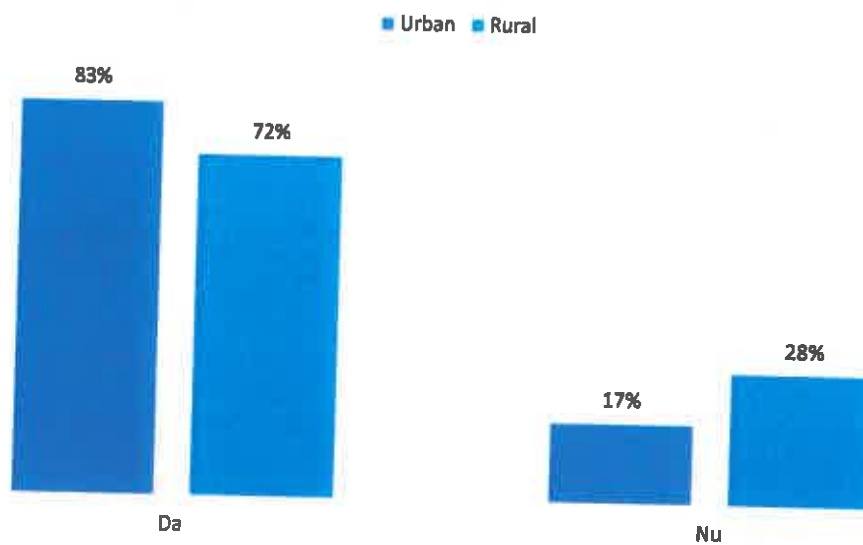
Dacă autoritățile din localitatea dvs. (Primăria și Consiliul Județean) ar avea mai mulți bani la buget pentru investiții, reparații, modernizări, reabilitări, în opinia dvs., care ar fi destinația prioritară pentru alocarea acestora?
(formare profesională)



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare mediu de rezidență.

Graficul 12. Percepția despre destinațiile prioritare alocării de fonduri publice încrucișată cu mediul de rezidență

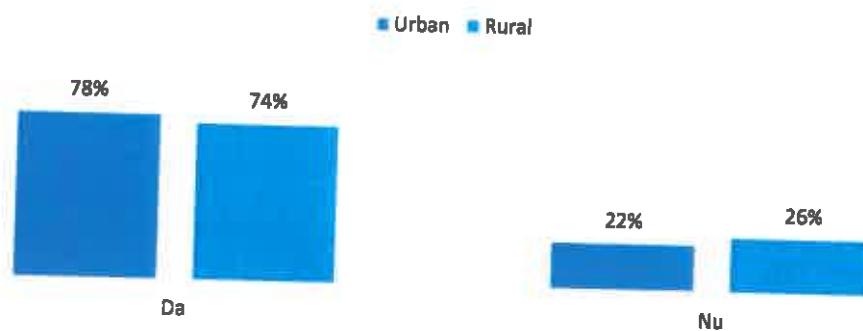
Dacă autoritățile din localitatea dvs. (Primăria și Consiliul Județean) ar avea mai mulți bani la buget pentru investiții, reparații, modernizări, reabilitări, în opinia dvs., care ar fi destinația prioritară pentru alocarea acestora?
(infrastructura de agr



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare mediu de rezidență.

Graficul 13. Percepția despre destinațiile prioritare alocării de fonduri publice încrucișată cu mediul de rezidență

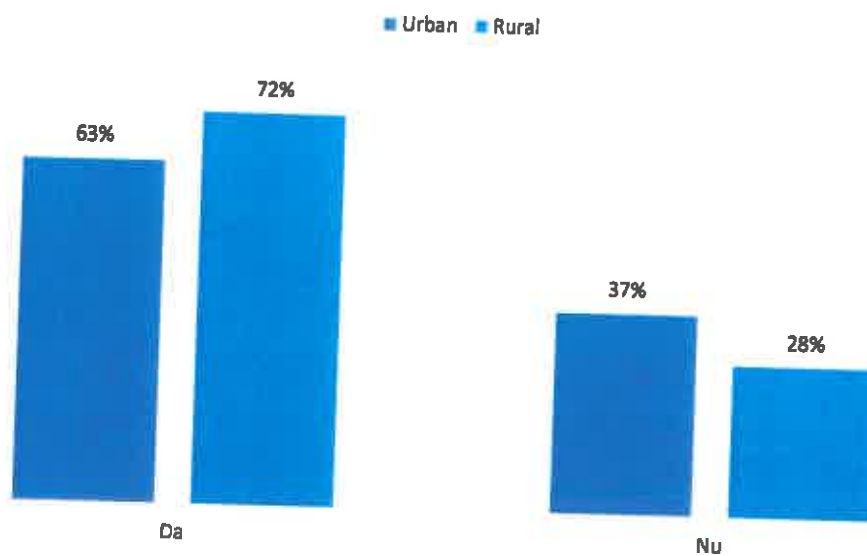
Dacă autoritățile din localitatea dvs. (Primăria și Consiliul Județean) ar avea mai mulți bani la buget pentru investiții, reparații, modernizări, reabilitări, în opinia dvs., care ar fi destinația prioritară pentru alocarea acestora?
(spații de creație)



S-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare mediu de rezidență.

Graficul 14. Percepția despre destinațiile prioritare alocării de fonduri publice încrucișată cu mediul de rezidență

Dacă autoritățile din localitatea dvs. (Primăria și Consiliul Județean) ar avea mai mulți bani la buget pentru investiții, reparații, modernizări, reabilitări, în opinia dvs., care ar fi destinația prioritară pentru alocarea acestora?
(centru/cămin multifun)



Pentru a facilita compararea răspunsurilor, s-au luat în considerare doar răspunsurile „da” pentru fiecare mediu de rezidență.

RAPORT DE SPECIALITATE

la proiectul de hotărâre privind însușirea studiului de consum cultural realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală

Prin Referatul de aprobare nr. 24593 din 08.11.2021, Președintele Consiliului Județean Bihor propune adoptarea unui proiect de hotărâre privind însușirea studiului de consum cultural realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală.

Față de aceasta arătăm următoarele:

În subordinea Consiliului Județean Bihor funcționează un număr de șase instituții publice de cultură, respectiv două instituții publice de spectacole (Teatrul "Regina Maria" și Teatrul Szigligeti Színház), o instituție publică de concerte (Filarmonica de Stat Oradea), un muzeu (Muzeul "Țării Crișurilor" Oradea) o bibliotecă (Biblioteca Județeană "Gheorghe Șincai" Bihor) și un așezământ cultural (Centrul de Cultură al Județului Bihor).

Niciodată, de-a lungul timpului, la nivelul Consiliului Județean Bihor nu a fost realizat un studiu de consum cultural, nu s-a făcut o analiză a tendințelor și a practicilor culturale din județ. Prin Hotărârea C.J. Bihor nr. 159/05.08.2021, autoritatea deliberativă a aprobat încheierea unui acord de parteneriat cu Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală în scopul realizării unui studiu de consum cultural la nivelul județului Bihor și actualizarea proiectului de strategie culturală a județului pentru perioada 2021 – 2027. Ulterior, între părți a fost încheiat Acordul de parteneriat înregistrat la C.J. Bihor sub nr. 17813/12.08.2021.

În lipsa acestui studiu, la data prezentei, prin instituțiile publice de cultură anterior indicate sunt furnizate servicii publice fără a cunoaște în ce măsură populația are nevoie de aceste servicii sau cum am s-a putea adapta serviciile la necesitățile reale ale populației. Prin întocmirea unui studiu de consum cultural la nivelul Județului Bihor vom măsura practicile, preferințele și tendințele consumatorilor de cultură atât din Județul Bihor, cât și din mediul urban sau rural.

Astfel, instituțiile publice de cultură își vor putea adapta programul, activitățile și serviciile culturale oferite la necesitățile reale a locuitorilor din Județul Bihor, în funcție de preferințele acestora. Alegerea tipului de spectacole și concerte puse în scenă se va putea face în funcție de datele studiului, cunoscând preferințele consumatorilor.

Prin intermediul studiului de consum cultural ne propunem să evidențiem caracteristicile comportamentului cultural al populației din Județul Bihor, pe categorii de vârstă, educație, etc., respectiv să identificăm factorii ce îi determină sau i-ar putea determina pe oameni să consume cultură.

Obiectivul principal al studiului este cel de a identifica, la nivel general-descriptiv, principalele practici de consum existente în rândul populației din Județul Bihor.

Studiul va contribui la identificarea motivelor pentru care populația din Județul Bihor acordă diverse resurse pentru acumularea de capital cultural. În funcție de aceste date, producția culturală a celor șase instituții de cultură subordonate poate fi adaptată, schimbată, modificată, etc.

În baza cercetării, autoritatea publică județeană urmează a obține informații utile pe baza cărora să elaboreze strategii și planuri de dezvoltare locală. Studiul de consum cultural va ajuta actorii implicați în elaborarea politicilor culturale și urbane să dezvolte proiecte și strategii adaptate la specificul cultural local și la așteptările populației rezidente. Orice strategie care are în vedere dezvoltarea pe termen lung și/sau mediu a unui sector socio-economic trebuie să pornească de la o viziune, care să fie capabilă să coaguleze eforturile tuturor grupurilor interesate, de la

decidenții publice la cei care ar urma să achite costurile sociale și economice ale măsurilor preconizate și la beneficiarii acestora, în sens larg.

Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală (INCFC), instituție publică de cultură de importanță națională în subordinea Ministerului Culturii, este singurul institut național care are ca obiective studierea, cercetarea și furnizarea de date statistice pentru domeniul culturii, precum și formarea continuă a celor care aleg o carieră în sectorul ocupațional cultural. Prin toate activitățile desfășurate Institutul susține și legitimează dezvoltarea domeniului cultural în România. Scopul acestei instituții de a colecta și a disemina date statistice pentru fundamentarea proiectelor, dar și pentru a sprijini evoluția profesională în instituțiilor publice de cultură din țară.

În conformitate cu prevederile art. 2 din Hotărârea de Guvern nr. 1069/2013 privind înființarea, organizarea și funcționarea Institutului Național pentru Cercetare și Formare Culturală "Institutul are următoarele obiective: a) îndeplinirea și monitorizarea strategiei Ministerului Culturii și Identității Naționale în domeniile cercetării, formării profesionale continue, educației permanente și managementului cultural;

b) realizarea programelor de formare profesională continuă, educație permanentă și management în domeniul culturii, în beneficiul instituțiilor publice de cultură, indiferent de subordonare, al persoanelor juridice de drept privat cu activitate în domeniul cultural și al persoanelor fizice;

c) realizarea de studii, analize, cercetări și sondaje pentru evidențierea facilitării accesului la cultură și a nevoilor de formare profesională în domeniu, la nivel național."

Conform art. 3 din actul normativ indicat, pentru îndeplinirea obiectivelor, Institutul are următoarele atribuții principale:

1. În domeniul cercetării și conex acestuia:

- a) efectuează studii, cercetări, studii de impact, analize, pe care le pune la dispoziția Ministerului Culturii și Identității Naționale pentru fundamentarea politicilor și strategiilor proprii;
 - b) elaborează metodologia națională de realizare a contului satelit de cultură cu consultarea Institutului Național de Statistică;
 - c) realizează și gestionează contul satelit de cultură;
 - d) colectează, prelucrează și analizează date statistice despre sectoarele culturale și creative din România;
 - e) fundamentează politicile publice în domeniul culturii, la solicitarea Ministerului Culturii și Identității Naționale, și elaborează strategii culturale în vederea promovării valorilor culturale, în corelare cu alte strategii și programe ale instituțiilor publice românești și europene care au același obiectiv;
 - f) efectuează studii despre audiențele operatorilor culturali, infrastructura sectorului cultural, piața forței de muncă în sectorul cultural, precum și despre orice alt subiect legat de sectorul cultural din România;
 - g) identifică, evaluează și prognozează nevoile culturale și cercetează tendințele de consum cultural;
 - h) efectuează, la cerere, studii, cercetări, studii de impact, analize pentru studiile de fundamentare pentru proiectele și programele operatorilor publici și privați din sectorul cultural;
 - i) efectuează studii privind monitorizarea inserției socioprofesionale pe piața muncii;
 - j) realizează studii privind cultura antreprenorială și propune strategii de promovare a antreprenoriatului în sectorul cultural;
 - k) efectuează studii de evaluare a mediului intern organizațional al operatorilor culturali pentru îmbunătățirea eficacității organizaționale;
 - l) valorifică studiile, analizele, cercetările din domeniul său de activitate;
-
- o) elaborează, la cerere, metodologii de cercetare pentru autorități, instituții sau organisme naționale și internaționale pentru studierea domeniului culturii;

p) dezvoltă rețele de colectare a datelor la nivel național și colaborează cu autorități locale sau centrale pentru îmbunătățirea colectării datelor din domeniul său de activitate.”

Potrivit art. 1 alin. (5) din H.G. nr. 1069/2013 ”(5) *Institutul colaborează cu instituții și autorități din domeniul învățământului de specialitate culturală la nivel național și internațional, cu instituții al căror obiect de activitate este cercetarea și/sau statistica culturală sau formarea profesională, precum și cu alte autorități publice, în vederea monitorizării sau realizării de studii, cercetări, programe și proiecte, cu respectarea legislației europene și naționale incidente în domeniul cercetării și formării profesionale continue.*”

Între reprezentanții Consiliului Județean Bihor și cei ai Institutului Național pentru Cercetare și Formare Culturală au fost purtate discuții privind încheierea unui acord în scopul realizării de către Institut a unui studio de consum cultural în Județul Bihor.

De asemenea, precizăm că la nivelul Direcției de Dezvoltare și Implementare Proiecte Bihor, instituție subordonată autorității județene și desființat prin Hotărârea C.J. Bihor nr. 75/30.06.2020, a fost realizată o strategie culturală a Județului Bihor pentru perioada 2021 – 2027 care însă nu a fost aprobată, ulterior întocmirii, printr-o hotărâre a autorității deliberative. Pentru a valorifica proiectul de strategie la care facem referire se impune actualizarea datelor cuprinse în acest înscris, cu datele statistice cuprinse în studiul de consum cultural ce urmează a fi realizat de Institut și cele rezultate în urma pandemiei care a afectat întreaga țară, dar nu numai, și a determinat modificări semnificative în domeniul cultural, atât în ceea ce privește comportamentul/numărul consumatorilor cât și tipul programelor/spectacolelor/concertelor ce pot fi puse în scenă.

La data de 28.10.2021, Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală a predat autorității județene Studiul de Consum Cultural la nivelul Județului Bihor.

În conformitate cu prevederile art. 182 alin. (4) coroborate cu ale art. 136 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 57/2019 privind Codul administrativ, în calitate de compartiment de resort în cadrul aparatului de specialitate al Consiliului Județean Bihor, opinăm faptul că proiectul de hotărâre este fundamentat, din punct de vedere al reglementărilor specifice aplicabile, raportat la atribuțiile și competențele acestui compartiment, sens în care propunem analizarea și supunerea lui spre dezbatere și adoptare, în conformitate cu procedurile prevăzute de Regulamentul de organizare și funcționare al Consiliului Județean Bihor.

De asemenea, apreciem că se justifică adoptarea proiectului într-o ședință extraordinară, urgența fiind justificată datorită faptului că în caz contrar nu ar putea fi finalizată strategia de dezvoltare culturală a Județului Bihor, iar Institutul nu s-ar putea încadra în termenele asumate prin contract, din motive independente de voința sa.

În temeiul art. 182 coroborat cu art. 136 alin. (8) din O.U.G. nr. 57/2019 privind Codul Administrativ,

Față de aceasta

**PROPUNEM
CONSILIULUI JUDEȚEAN BIHOR**

Adoptarea proiectului de hotărâre privind însușirea studiului de consum cultural realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală.

**SECRETAR GENERAL AL JUDEȚULUI,
Mărioara Carmen SOLTANEL**



**CONSILIER JURIDIC,
Mihaela Simona ROȘAN**

