

STAVOVI I PERCEPCIJA MLADIH O KVALITETI KULTURNO-ZABAVNIH SADRŽAJA U SLATINI

STAVOVI I PERCEPCIJA MLADIH O KVALITETI KULTURNO-ZABAVNIH SADRŽAJA U SLATINI



prosinac 2022.

UVODNA RIJEČ

UVODNA RIJEČ

Turistička zajednica Grada Slatine u suradnji s Veleučilištem u Virovitici u svibnju 2022. godine u slatinskim srednjim školama, SŠ Marka Marulića Slatina i Industrijsko-obrtničkoj školi Slatina, provodila je anonimnu anketu o stavovima i percepciji mladih o kvaliteti kulturno-zabavnih sadržaja u Slatini na uzorku od 214 učenika populacije od 16 do 19 godina.

Svrha ovog ispitivanja je utvrditi stavove i preferencije mladih s područja Slatine i okolice po pitanju kulturno-zabavnih sadržaja, kao polazišne osnove budućeg usmjeravanja i razvoja istih, a sve s ciljem poboljšanja kvalitete života mladih, odnosno stvaranje povoljnijih uvjeta za boravak posjetitelja ove ciljane skupine na području Slatine.

Stavovi i percepcija mladih o kvaliteti kulturno-zabavnih sadržaja u Slatini

Autor: Turistička zajednica Grada Slatine

Projekt: Stavovi i percepcija mladih o kvaliteti kulturno-zabavnih sadržaja u Slatini

Partner na projektu: Veleučilište u Virovitici

Izdavač: Turistička zajednica Grada Slatine

Za izdavača: Jurica Bosak

Grafičko oblikovanje: Hrvoje Valpovac

Prosinac 2022.

Zabranjeno je kopiranje i/ili prenošenje sadržaja publikacije, djelomično ili u cijelosti, bez pismene suglasnosti Izdavača. Izdavač ne može odgovarati za eventualne pogreške i štetu nastalu radi tekstova objavljenih u publikaciji.

ISBN: 978-953-49384-2-3

UVODNA RIJEČ

UVODNA RIJEČ



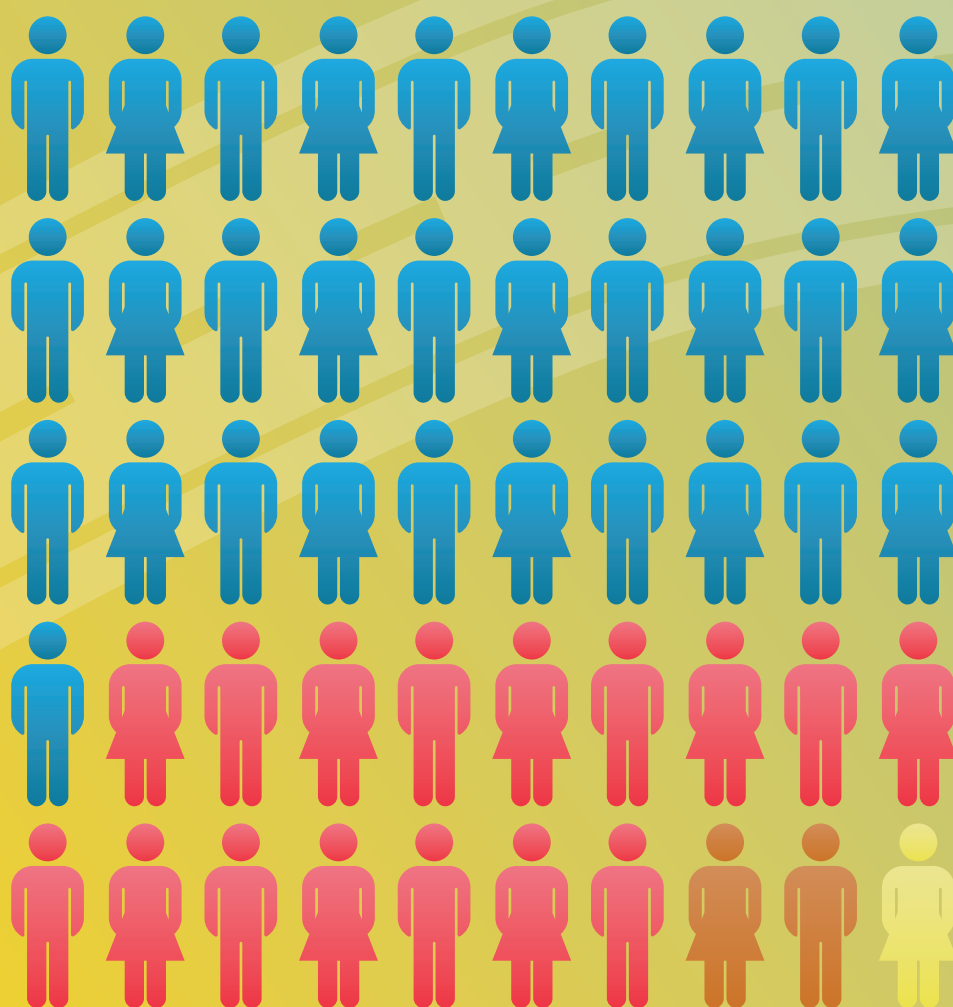
Rezultati pokazuju da mladi u Slatini više preferiraju zabavne sadržaje nego kulturne i edukativne. To potvrđuje i njihovo zadovoljstvo takvim vrstama manifestacija u gradu te posjeti istima, poput kino projekcija i sportskim događanjima. Dominiraju tri glazbena žanra, dok su ostali slabo zastupljeni. Ono što predstavlja izazov je provođenje slobodnog vremena i traženje zabave na pametnim telefonima, umjesto znatiželje za otkrivanjem novih sadržaja i većom interakcijom kroz posjete, kao i traganje za nepoznatim, točnije, skupljanje realnih iskustava i znanja.

Zadovoljstvo nam je predstaviti vam rezultate ovog anketnog ispitivanja na sljedećim stranicama publikacije. Nadamo se da će vam ovi podaci biti korisni i zanimljivi.

MJESTO PREBIVALIŠTA

MJESTO PREBIVALIŠTA

Svi ispitanici žive u Virotivičko-podravskoj županiji, od kojih 63,08 % ispitanika živi u Slatini, 32,24 % na području okolnih općina, dok ostali žive u Orahovici ili Virovitici.



- Slatina
- Okolne općine
- Orahovica
- Virovitica

ZADOVOLJSTVO POJEDINIM ELEMENTIMA U SLATINI

ZADOVOLJSTVO POJEDINIM ELEMENTIMA U SLATINI



Iako je Slatina grad koji je najudaljeniji od neke autoceste, a postojeća prometna i željeznička infrastruktura iziskuje mnogo ulaganja, mladi su najzadovoljniji prometnom povezanošću. To zadovoljstvo možemo pripisati brzim dolaskom iz prigradskih naselja u Slatinu te dostupnošću traženih sadržaja u realnom vremenu, za razliku od drugih gradova koji svojom veličinom, populacijom i većim brojem vozila stvaraju gužve. Također, zadovoljstvo izražavaju i uređenošću i čistoćom Slatine i okolice.

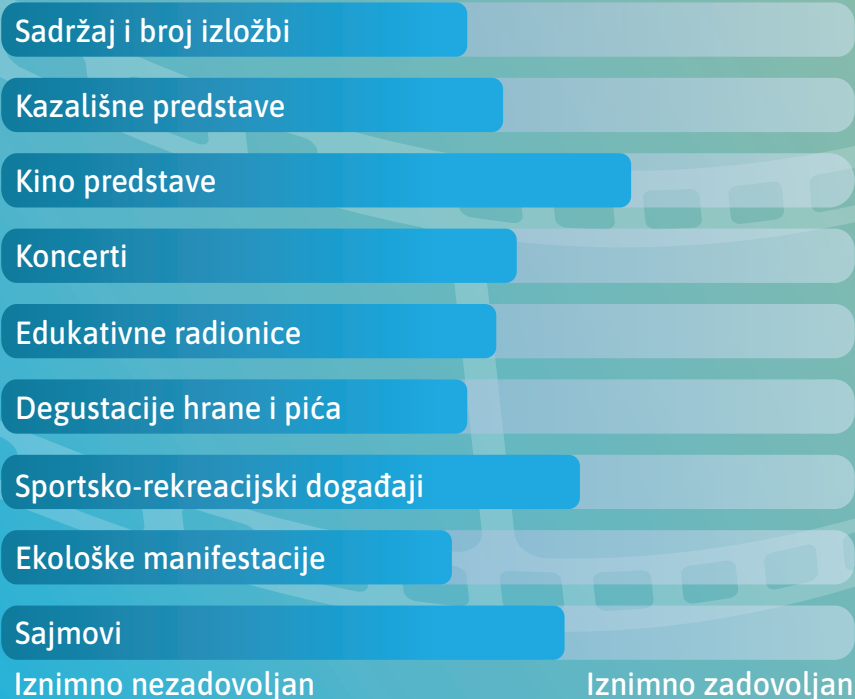
S druge strane, najnezadovoljniji su s mogućnošću zaposlenja te brojnošću turističkih atrakcija. Zadovoljstvo mogućnošću zaposlenja projekcija je njihove percepcije, dobivene od strane vanjskih utjecaja, budući da ispitanici nisu nikad bili na tržištu rada. Iako Slatina i njena okolica obiluju prirodnim ljepotama te brojnošću i kvalitetom ključnih manifestacija koje istu pozicioniraju kao poželjnu kontinentalnu destinaciju, u pripremi su i infrastrukturni projekti koji će pojedine lokacije pretvoriti u turističke atrakcije, stoga ne čudi takva percepcija.

Sveobuhvatno, ispitanici su podjednako zadovoljni ostalim elementima u Slatini.

ZADOVOLJSTVO POSTOJEĆIM KULTURNO-ZABAVNIM SADRŽAJIMA U SLATINI

ZADOVOLJSTVO POSTOJEĆIM KULTURNO-ZABAVNIM SADRŽAJIMA U SLATINI

Mladi u Slatini najzadovoljniji su ponudom kino predstava te sportsko-rekreacijskim događajima. Budući da Kino Slatina, član najznačajnije mreže europskih nezavisnih kina Europa Cinemas, neprestano ulaže u digitalizaciju i opremanje kina, ali i različite kulturno-zabavne programe namijenjene širokoj publici, ovaj podatak ne čudi. Također, na području Slatine na visokoj razini djeluju mnogi sportski klubovi i rekreativne sportske udruge koje Slatinčanima i posjetiteljima kroz godinu nude bogate sportske programe, natjecanja i utakmice.



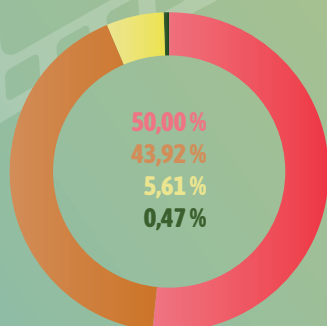
Ekološke manifestacije i sadržaj i broj izložbi događaji su s najmanjim zadovoljstvom kod mladih u Slatini. Iako se u zadnje vrijeme održava nekolicina akcija čišćenja koje pridonose već spomenutom zadovoljstvu čistoćom Slatine i okolice, ali i raznih školskih i gradskih programa te inicijativa udruga, mladi još uvijek nisu dovoljno prepoznali uložene napore. Isto tako, unatoč niskom stupnju zadovoljstva sadržajem i broju izložbi, Zavičajni muzej Slatina u suradnji s mnoštvom institucija, udruga i klubova s područja Slatine, ali i šire, kroz godinu održava brojne izložbe i organizira razne programe. Kao dio "Plemićke rute", Zavičajni muzej Slatina jedan je od ključnih dionika županijske turističke ponude, stoga ovi rezultati ukazuju na potrebu približavanja svojih programa ispitanoj populaciji, kao i potrebu same institucije za pojačanim marketinškim aktivnostima i većem angažmanu na društvenim mrežama, na čemu se u posljednje vrijeme intenzivnije radi.

UČESTALOST POSJETA DOGAĐANJIMA

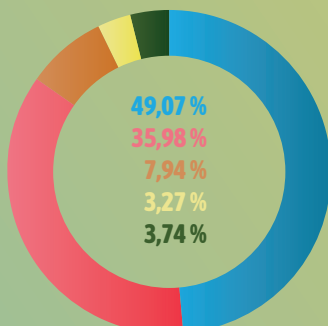
UČESTALOST POSJETA DOGAĐANJIMA

Svi ispitanici barem jednom godišnje (izvan obaveznog školskog programa) posjete muzej ili umjetničku galeriju, dok svega jedan ispitanik iste posjeti preko 12 puta. Najslabije se posjećuju filmski festivali, knjižnice i kazališne predstave. Čak 108 ispitanika godišnje niti jednom ne posjeti filmski festival, njih 104 knjižnicu, a 103 ispitanika u godini dana ne posjeti kazališnu predstavu.

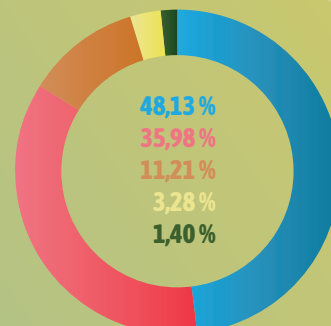
Najposjećenija su sportska događanja i kino. 14 ispitanika preko 12 puta posjeti kino, dok njih čak 34 isto toliko puta posjećuju sportska događanja. Ovi rezultati ne iznenađuju, budući da su u korelaciji sa zadovoljstvom postojećih kulturno-zabavnih manifestacija u Slatini gdje su mladi najzadovoljniji ponudom kino predstava te sportsko-rekreacijskim događanjima.



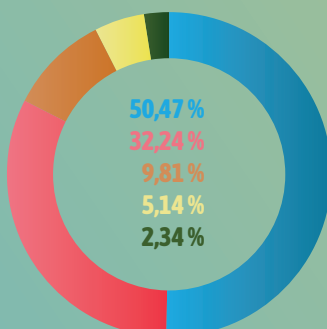
Muzeji ili umjetničke galerije



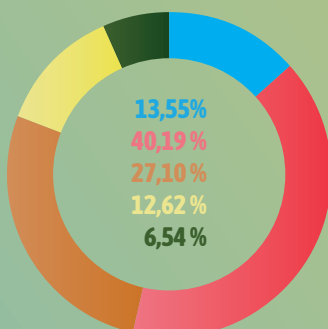
Gradska knjižnica



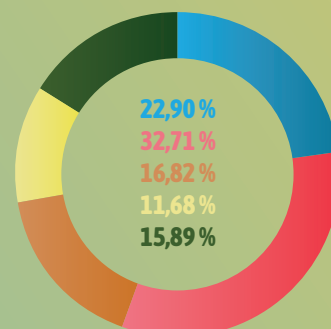
Kazališne predstave



Filmski festival



Kino



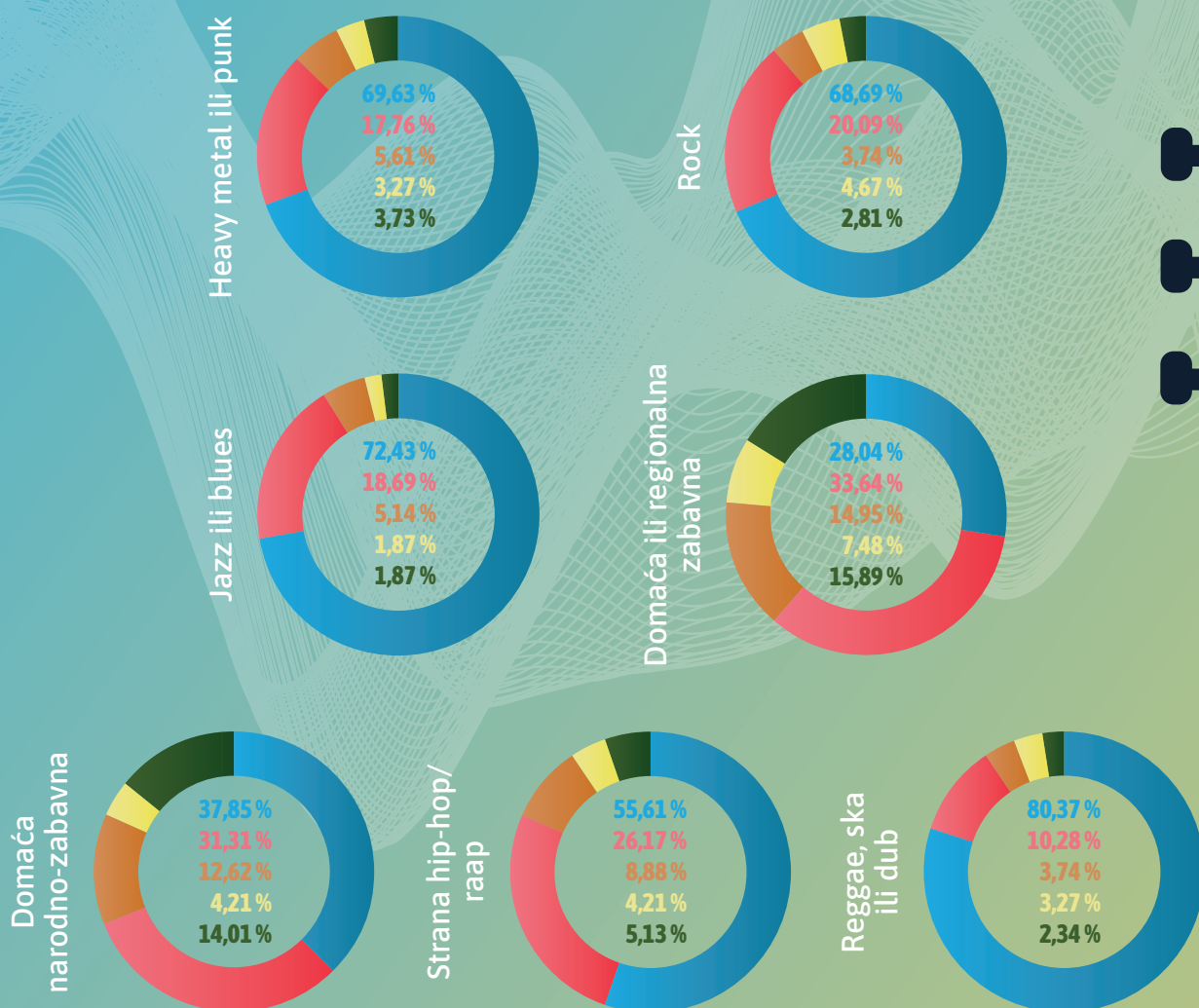
Sportska događanja



UČESTALOST POSJETA KONCERTIMA PREMA ŽANRU

UČESTALOST POSJETA KONCERTIMA PREMA ŽANRU

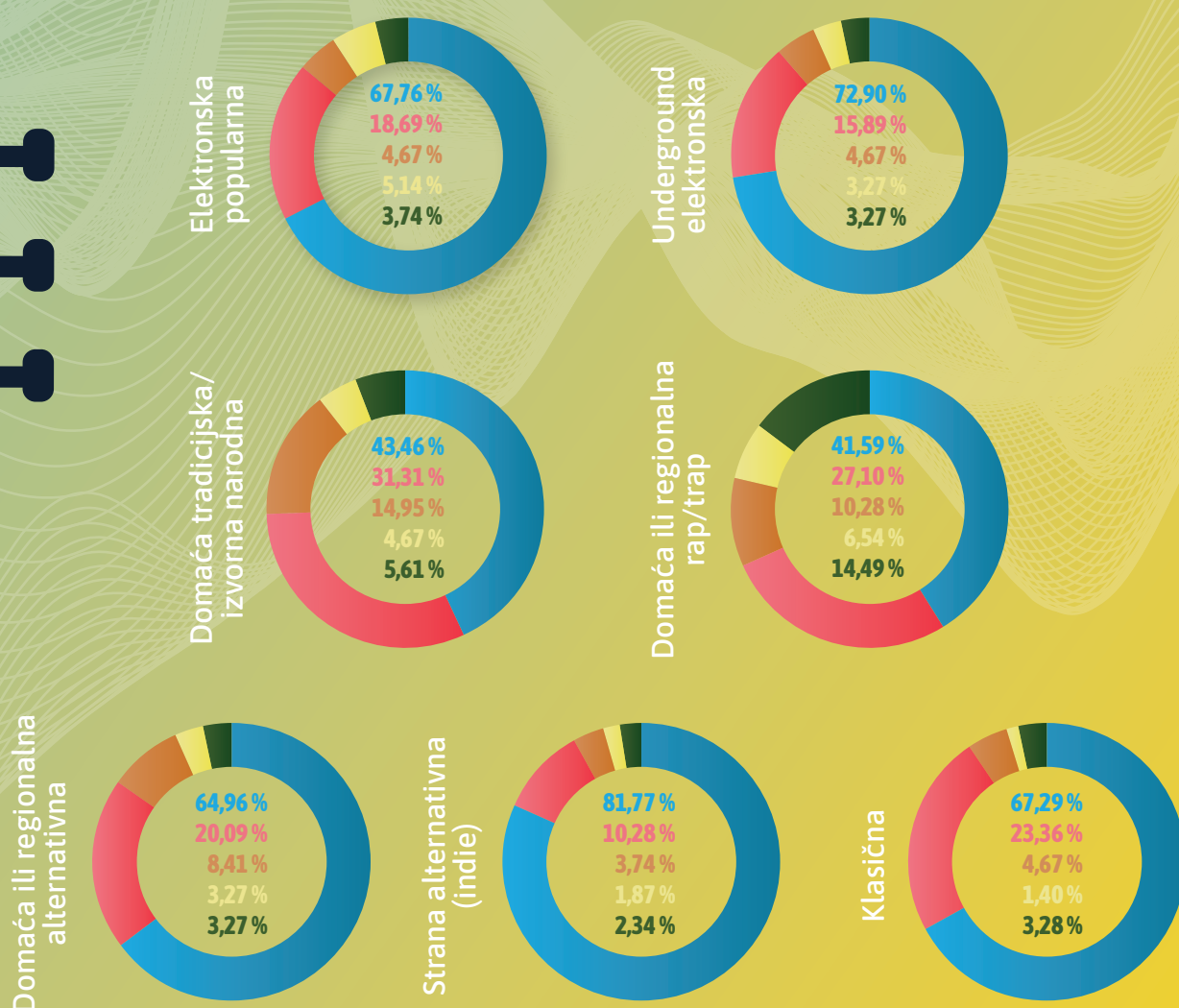
Najviše posjeta bilježe koncerti domaće glazbe - domaće ili regionalne zabavne glazbe, domaće narodno-zabavne glazbe te domaće tradicijske/izvorne glazbe. Budući da je navedena glazba najzastupljenija u regiji, najviše se izvodi, a ista je i najdostupnija i najčešće se sluša u ugostiteljskim objektima, ovakvo stanje ne čudi. Preko 14,00 % ispitanika koncerte domaće ili regionalne zabavne glazbe/koncerte domaće narodno-zabavne glazbe posjeti preko 12 puta godišnje.



UČESTALOST POSJETA KONCERTIMA PREMA ŽANRU

UČESTALOST POSJETA KONCERTIMA PREMA ŽANRU

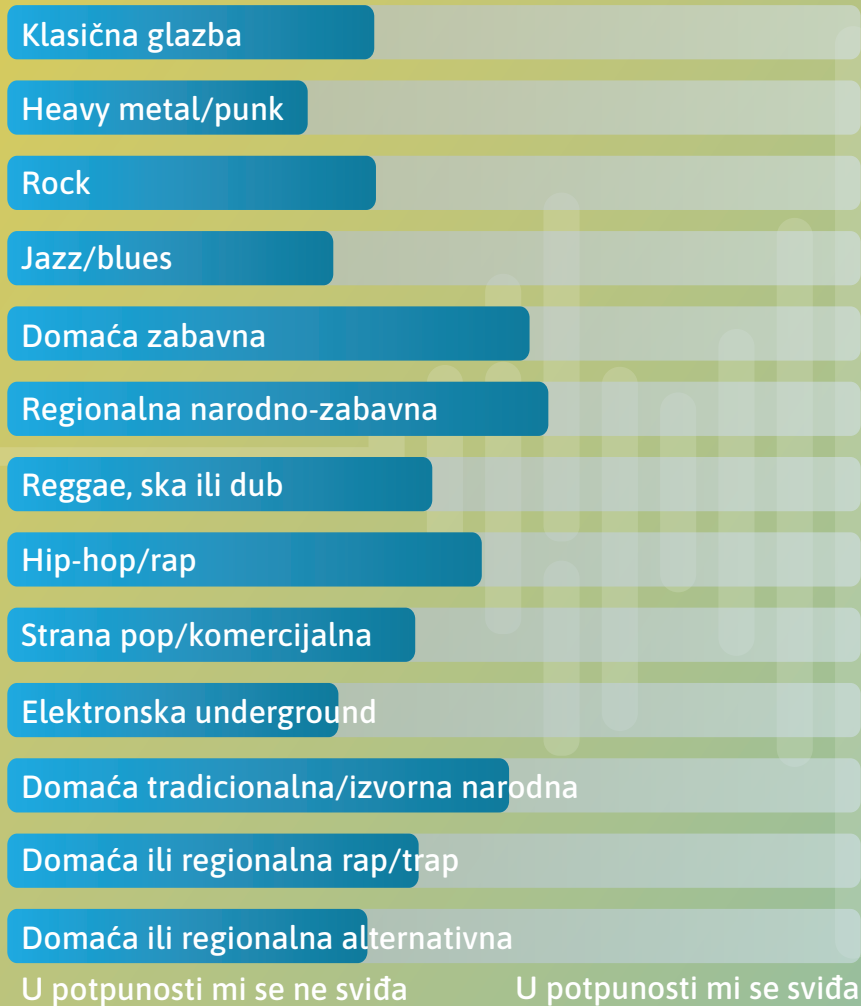
Koncerte ostalih žanrova ne posjećuju ili vrlo malo posjećuju, uvelike zbog dostupnosti, budući da se isti češće održavaju izvan Virovitičko-podravске županije i samim time iziskuju više sredstava. Preko 60 % ispitanika godišnje niti jednom ne posjeti koncert heavy metal ili punk/rock/jazz ili blues/reggae, ska ili dub/elektronske/undergorund/alternativne (indie)/klasične glazbe. TZG Slatine, Udruga mladih KRIK, POU Slatina te Glazbena škola Milka Kelemena trude se organizirati kvalitetne glazbene doživljaje vrhunskih glazbenika, pritom besplatno nudeći mladima priliku za upoznavanje s različitim glazbenim žanrovima.



PREFERENCIJE PO PITANJU POJEDINIH GLAZBENIH ŽANROVA

PREFERENCIJE PO PITANJU POJEDINIH GLAZBENIH ŽANROVA

Najviše ispitanika preferira regionalnu narodno-zabavnu te domaću zabavnu glazbu, što potvrđuje učestalost posjeta koncertima tih žanrova. Također, ovaj glazbeni izbor mlađe populacije rezultat je slušanja putem novih digitalnih kanala na kojima su glazbenici spomenutih žanrova sveprisutni i aktivni. Nadalje, obzirom na emocionalni karakter te element kulturnog naslijeđa, ispitanici preferiraju i domaću tradicionalnu/narodnu glazbu.



Najmanje ispitanika preferira heavy metal/punk glazbu te jazz/blues i elektronsku underground glazbu. Uz sve češće promjene trendova i obrazaca ponašanja na internetu, u društvu sve teže dolazi do diferencijacije, tj. postojanja više skupina koje vole različite stvari. Taj princip danas možemo primijeniti i na glazbu gdje mladi najčešće slušaju iste žanrove.

ATRAKTIVNOST POJEDINIH LOKACIJA ZA ODRŽAVANJE KULTURNO-ZABAVNIH MANIFESTACIJA

ATRAKTIVNOST POJEDINIH LOKACIJA ZA ODRŽAVANJE KULTURNO-ZABAVNIH MANIFESTACIJA

Ispitanici smatraju da je novoizgrađeni kompleks EPIcentar Sequoia Slatina najatraktivnija lokacija za održavanje kulturno-zabavnih manifestacija. Zbog pozicije u samom centru grada i različitih sadržaja koje nudi, a samim time i mogućnošću raznih namjena, postoji velik interes za održavanje događanja u dvorištu Hrvatskog stabla 2021. godine. Iako ovaj prostor ne omogućava masovne događaje i nije idealan za koncerte i slično, veseli pomisao da su mladi prepoznali ovaj prostor kao novouređeno mjesto za razne susrete.

Potom slijedi gradski centar, Trg sv. Josipa, na koji su posjetitelji već navikli, a nudi mnogo ugostiteljskih sadržaja te prilaz sa svih strana.



Iako su sve lokacije podjednako atraktivne, bez većih odstupanja, najmanje atraktivnim lokacijama ocjenjuju sportsku dvoranu i gradski stadion. Navedene lokacije svojim kapacitetom i odmakom od stambenih prostora predstavljaju idealno mjesto za održavanje kulturno-zabavnih manifestacija. Ove lokacije nisu popularne jer unazad nekoliko godina nisu mijenjale svoju namjenu i time potaknule interes za organizaciju novih sadržaja, već služe isključivo za sportska događanja.

Sve između prirode





i društva

INFORMIRANJE O KULTURNO-ZABAVNIM I DRUGIM MANIFESTACIJAMA

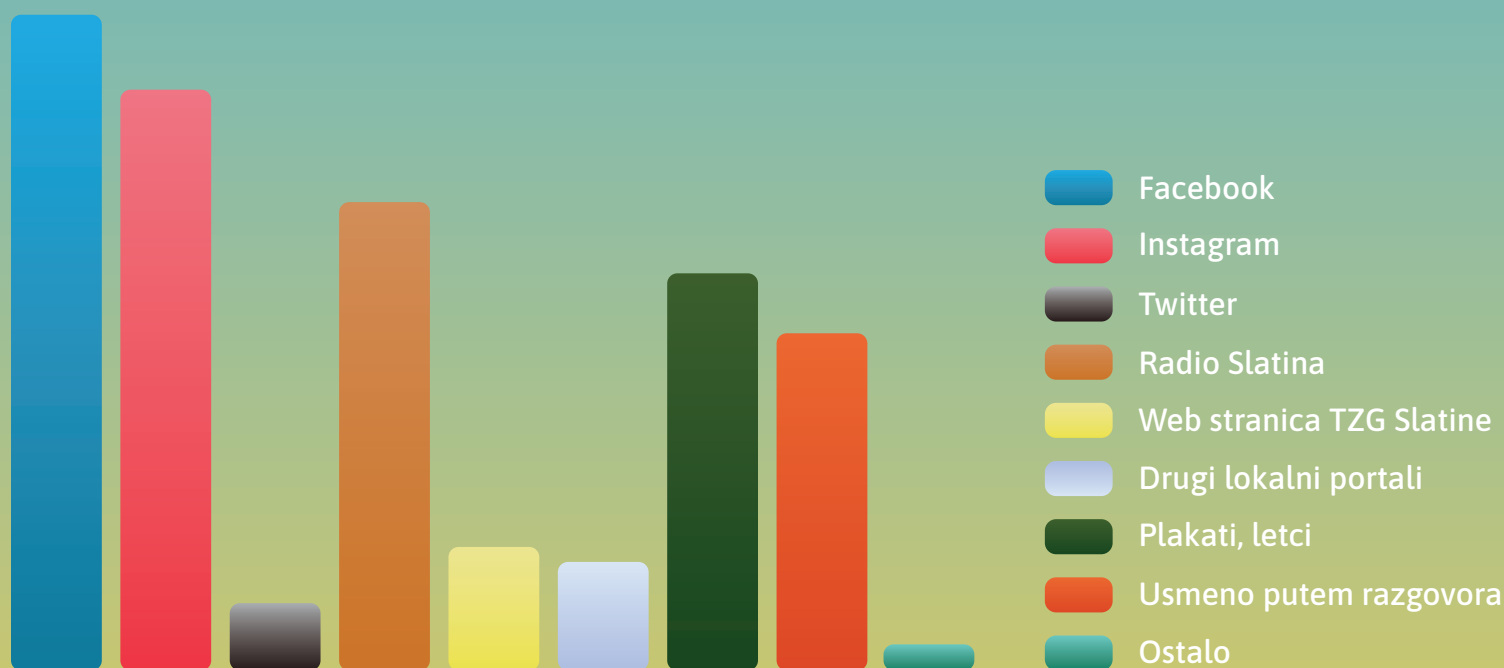
INFORMIRANJE O KULTURNO-ZABAVNIM I DRUGIM MANIFESTACIJAMA

Sukladno očekivanjima i dobu u kojem živimo, mladi najčešće putem društvenih mreža Facebook i Instagram saznaju o kulturno-zabavnim i drugim manifestacijama u gradu. Danas gotovo svatko posjeduje pametni telefon, informacije se brzo traže i brzo razmjenjuju, pogotovo kod mladih.

Nadalje, zbivanja na području Slatine i okolice dugogodišnje pokriva Radio Slatina putem radio stanice i portala te tako bilježi i održava svoju popularnost u informiranju.

Ispitanici se najmanje informiraju putem Twittera te drugih lokalnih portala, što znači da je portal Radio Slatine najčitaniji lokalni portal u ovoj skupini ispitanika. Unatoč brznoj digitalizaciji, treba istaknuti da se nekolicina ispitanika još uvijek informira putem tiskanih formi - plakata i letaka.

Search...



ZADOVOLJSTVO GLAVNIM MANIFESTACIJAMA U SLATINI

ZADOVOLJSTVO GLAVNIM MANIFESTACIJAMA U SLATINI

Ispitanici glavne manifestacije u gradu podjednako ocjenjuju i nema određene koja odstupa. Najzadovoljniji su onima koje pružaju bogat i raznovrstan glazbeni program te popratne zabavne sadržaje - Slatinskim ljetom, Josipovom (Kirvaj) i Danom grada Slatine.

Najmanje su zadovoljni Međunarodnim glazbenim festivalom „Dani Milka Kelemena“. Program ovog Festivala nije glazba koju mladi u Slatini preferiraju i čije koncerte posjećuju. Nadalje, nedostatak popratnih sadržaja uz same koncerte te njihovo trajanje ne privlači ispitanike ovog anketnog upitnika jer sami po sebi nisu ciljane skupina Festivala, iako bi atraktivnijim i promišljenijim pristupom to mogli u određenom dijelom postati.



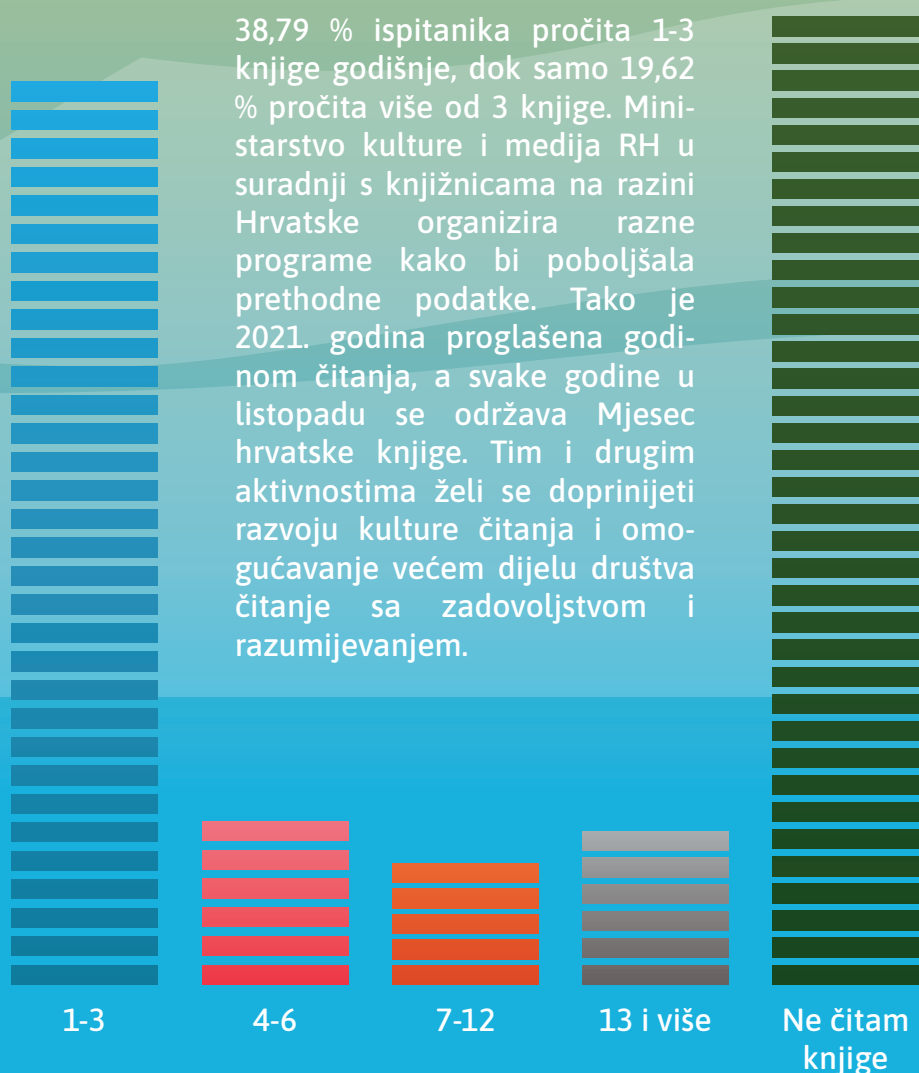
Treba spomenuti da je Udruga mladih KRIK, uz pokroviteljstvo Turističke zajednice Grada Slatine, Grada Slatine i slatinskog gospodarstva te ostalih zainteresiranih sponzora, 3. rujna 2022., na punom Staroškol-skom igralištu organizirala manifestaciju „Loud Fest“, koja se ne nalazi na ovom popisu, a svakako svojim sadržajem cilja na mlađu populaciju. Riječ je o festivalu glasne glazbe koji predstavlja pravi glazbeni i vizualni spektakl, a okuplja poznata imena nacionalne glazbene scene te lokalne bendove. Valja istaknuti da je događaj okupio velik broj posjetitelja i volontera.

KOLIČINA GODIŠNJE PROČITANIH KNJIGA

KOLIČINA GODIŠNJE PROČITANIH KNJIGA

41,59 % ispitanika godišnje (izuzev obavezne školske lektire) ne pročitati niti jednu knjigu. Ovaj poražavajući rezultat nadovezuje se na učestalost posjeta događanjima gdje čak 104 ispitanika u godini dana ne posjeti knjižnicu. Ovakve brojke možemo pripisati lakoj dostupnosti digitalnim medijima gdje na brži način dolaze do informacija, ali i prije odabiru zabavu povrh čitanja i educiranja, ne shvaćajući važnost čitanja kao ni zabavni aspekt istog. Takav trend, nažalost, karakterističan je za cijelu Hrvatsku i u svim dobnim skupinama.

38,79 % ispitanika pročitati 1-3 knjige godišnje, dok samo 19,62 % pročitati više od 3 knjige. Ministarstvo kulture i medija RH u suradnji s knjižnicama na razini Hrvatske organizira razne programe kako bi poboljšala prethodne podatke. Tako je 2021. godina proglašena godinom čitanja, a svake godine u listopadu se održava Mjesec hrvatske knjige. Tim i drugim aktivnostima želi se doprinijeti razvoju kulture čitanja i omogućavanje većem dijelu društva čitanje sa zadovoljstvom i razumijevanjem.



INTENZITET KORIŠTENJA MEDIJSKIH PLATFORMI U SLOBODNO VRIJEME

INTENZITET KORIŠTENJA MEDIJSKIH PLATFORMI U SLOBODNO VRIJEME

Pojavom novih oblika audiovizualnih medijskih platformi koje mladi prihvate, postoji velika mogućnost da će isti potisnuti tiskane oblike – knjigu, novine, strip itd. Digitalni mediji oblikuju percepciju mladih stvarajući im nove navike i oblike ponašanja.

Platforme društvenih mreža (Facebook, Instagram, YouTube i sl.) neprestano se koriste, a streaming TV platforme (Netflix, HBO Max i sl.) i streaming glazbene platforme (Spotify, AppleMusic i sl.) na jednakoj, srednjoj razini. Treba spomenuti da se streaming platforme plaćaju, što znači da su mladi spremni izdvojiti novac za zabavu.

Najmanje se sluša radio i gleda televizija. Jasno je da ovakvi pokazatelji prate trendove i da ispitanici većinu slobodnog vremena provode na svojim pametnim telefonima gdje traže zabavu dostupnu „na dlanu“ i po vlastitom izboru.



Ne koristim uopće



Neprestano koristim



Radio



Streaming glazbene platforme (Spotify, AppleMusic i sl.)



Televizija



Streaming TV platforme (Netflix, HBO Max i sl.)

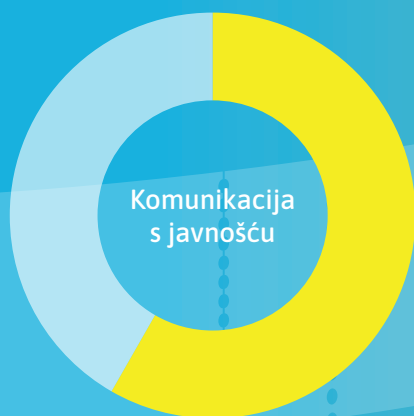
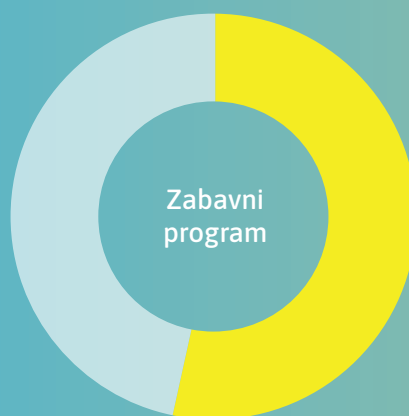


Platforme društvenih mreža (Facebook, Instagram, YouTube i sl.)

ZADOVOLJSTVO RADIO SLATINOM

ZADOVOLJSTVO RADIO SLATINOM

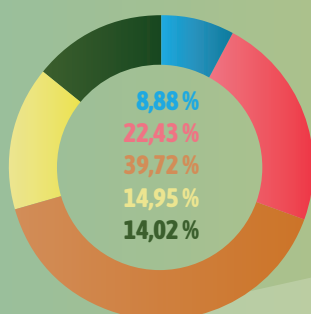
Ispitanici su osrednje zadovoljni produkcijom sadržaja Radio Slatine. Smatraju da bi sadržaj mogao biti raznovrsniji, a zabavni program kvalitetniji. Od svih elemenata, najzadovoljniji su uslugom informiranja. Ovi podaci prate intenzitet korištenja medijskih platformi u slobodno vrijeme gdje mladi izvor zabave najviše traže na društvenim mrežama, a najmanje putem radija kojeg više smatraju izvorom informiranja nego zabave.



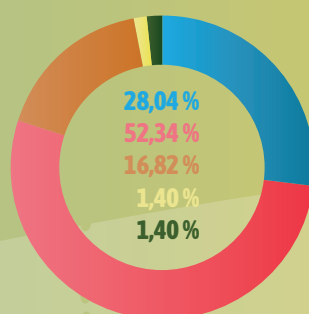
SPREMNOST PLAĆANJA ZA ULAZNICU ZA KULTURNO-ZABAVNE I OSTALE SADRŽAJE

SPREMNOST PLAĆANJA ZA ULAZNICU ZA KULTURNO-ZABAVNE I OSTALE SADRŽAJE

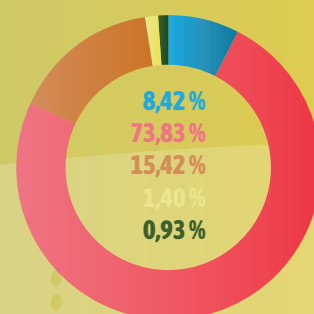
Mladi u Slatini su najspremniji izdvojiti novac za koncerte, kazališne predstave, kino i festivale, a najmanje za izložbe te radionice i edukacije. Čak 50,93 % ispitanika ne bi platilo ulaznicu za sudjelovanje na radionici i edukaciji, a njih 42,99 % za izložbu. Za kino bi 73,83 % ispitanika izdvojilo do 6,64 € (50 kn), a samo 17,76 % više od 6,64 € (50 kn). Preko 19,91 € (150 kn) bi izdvojilo najviše onih koji žele otići na koncerte. Ukupno gledajući, mladi su u prosjeku spremni izdvojiti do 6,64 € (50 kn), i to za zabavne sadržaje poput koncerata i kino projekcija, dok smatraju da kulturni i edukativni sadržaji trebaju biti besplatni.



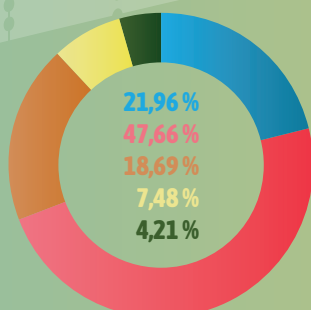
Koncerti



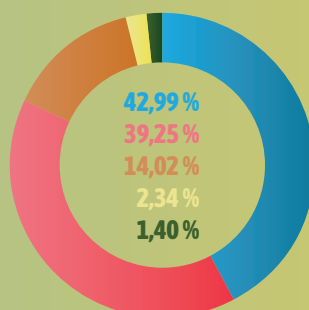
Kazališne predstave



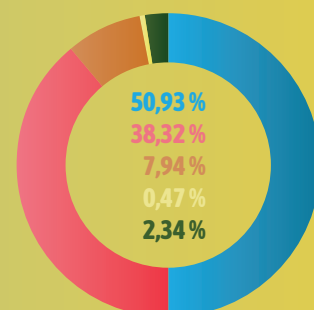
Kino



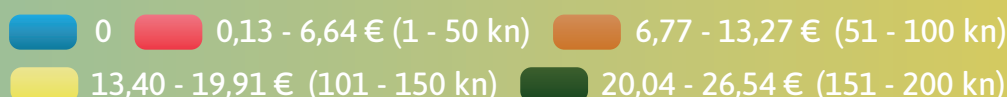
Festivali



Izložbe



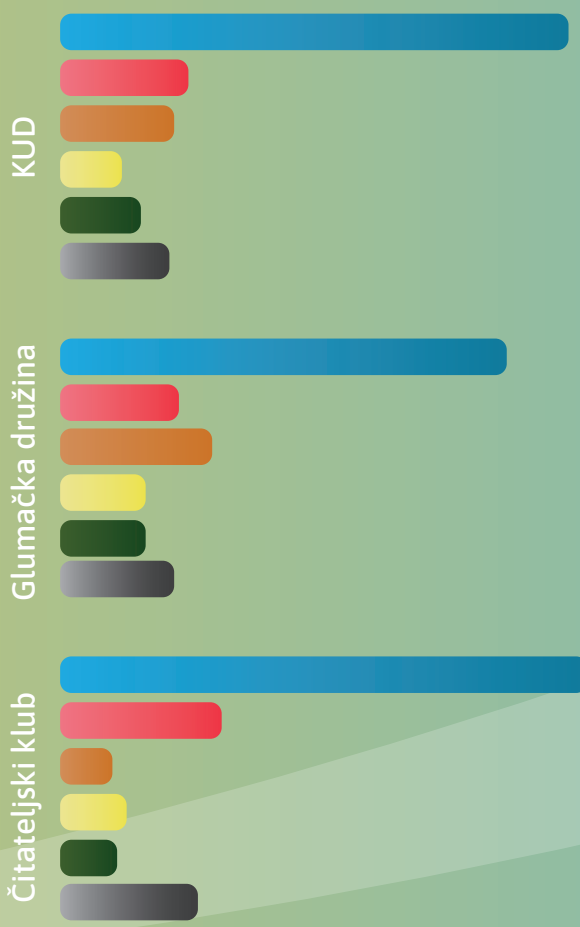
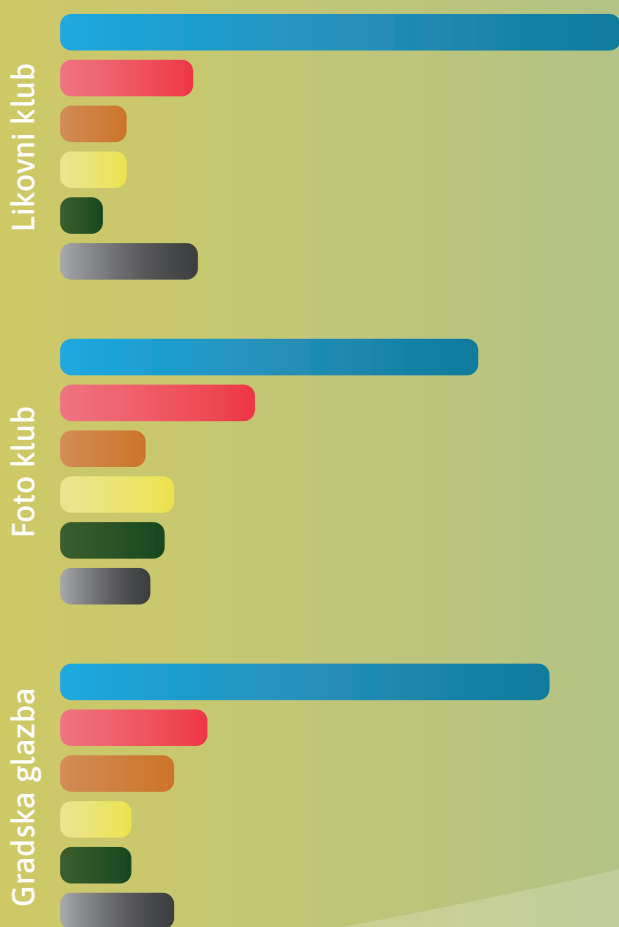
Radionice i edukacije



ČLANSTVO U ORGANIZACIJAMA, UDRUGAMA I KLUBOVIMA

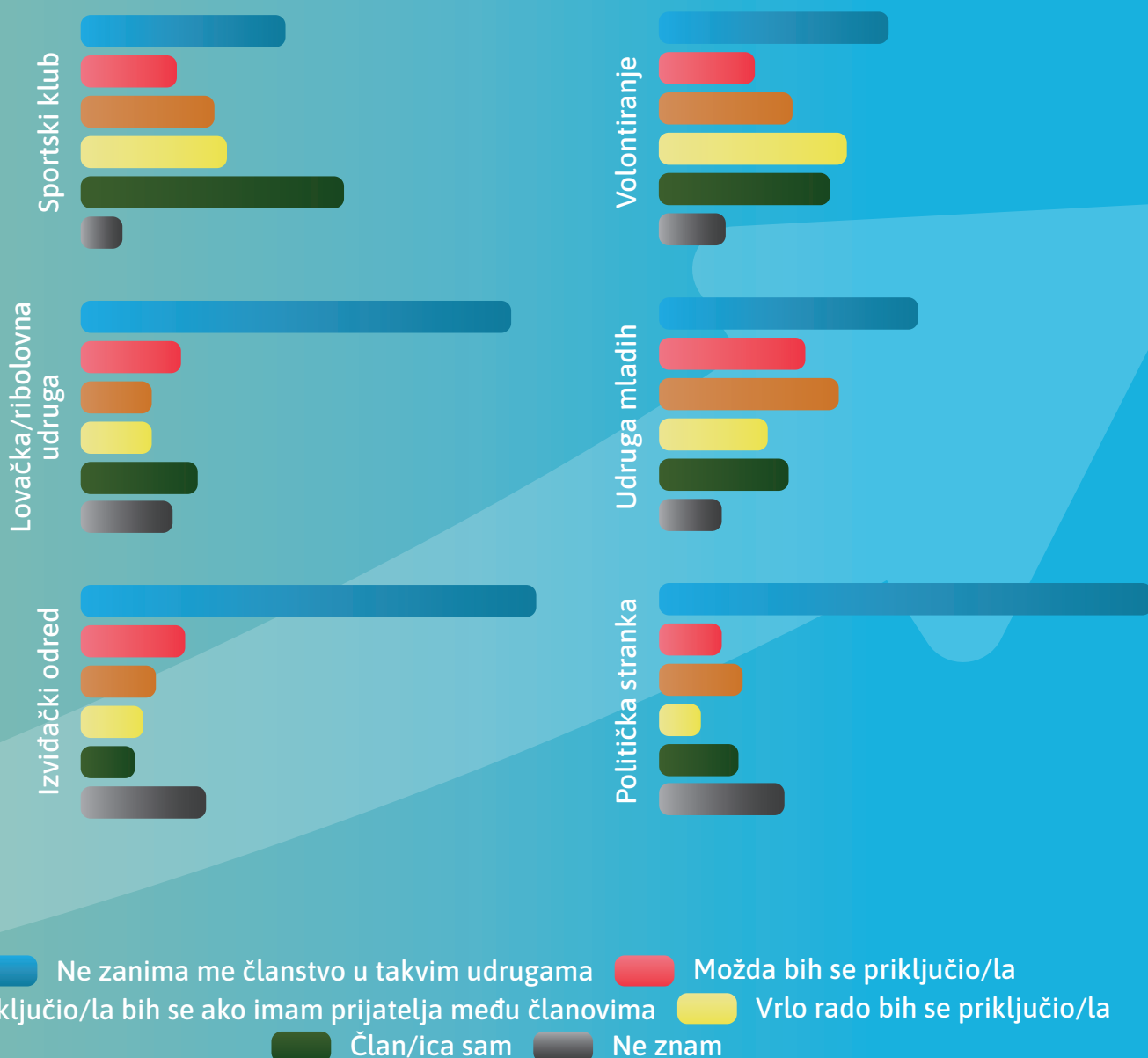
ČLANSTVO U ORGANIZACIJAMA, UDRUGAMA I KLUBOVIMA

Najviše ispitanika bilježi članstvo u sportskim klubovima, volonterskim udrugama te udrugama mladih. Najmanje ih zanima članstvo u likovnim klubovima i političkim strankama te čitateljskim klubovima. Suprotno tome, najveći interes za priključivanje generiraju sportski klubovi te volonterske udruge. Sveobuhvatno, najviše ispitanika u organizacijama svih interesnih područja ne zanima članstvo u istima, osim u sportskim klubovima.



ČLANSTVO U ORGANIZACIJAMA, UDRUGAMA I KLUBOVIMA

ČLANSTVO U ORGANIZACIJAMA, UDRUGAMA I KLUBOVIMA

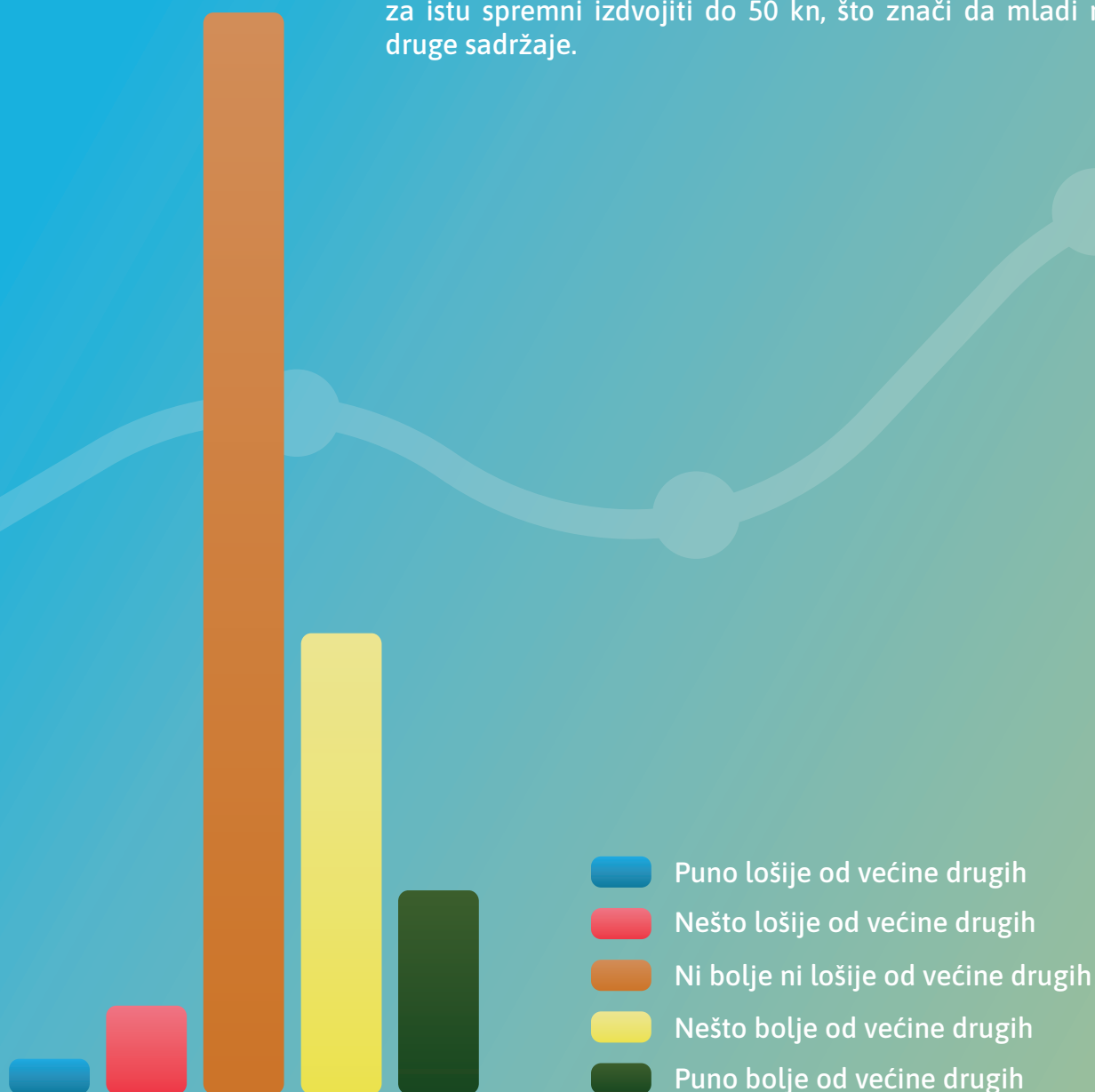


Očituje se nedovoljan interes za učlanjenje u organizacije svih interesnih područja koji se odražava na ograničen broj članstva u istima. Potrebna je daljnja suradnja organizacija, udruga i klubova s osnovnim i srednjim školama s ciljem približavanja navedenih društava učenicima koji će u budućnosti postati nositelji društvenog života na području Slatine.

PROCJENA IMOVINSKOG STANJA U OBITELJI

PROCJENA IMOVINSKOG STANJA U OBITELJI

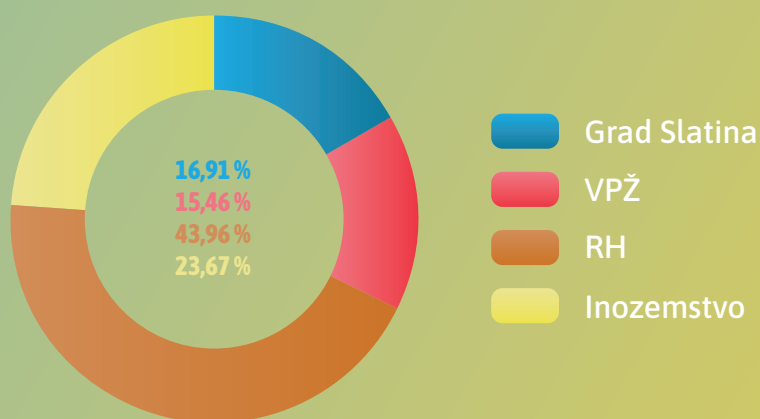
57,00 % ispitanika procjenjuje da je njihovo imovinsko stanje ni bolje ni lošije od većine drugih. 6,55 % ispitanika procjenjuje da je njihovo imovinsko stanje lošije od većine, dok njih 36,45 % smatra da je bolje od većine drugih. Ovi podaci nisu u odnosu sa spremnošću plaćanja za ulaznicu za kulturno-zabavne i ostale sadržaje gdje su ispitanici uglavnom za istu spremni izdvojiti do 50 kn, što znači da mladi novac troše na druge sadržaje.



BUDUĆE MJESTO STANOVANJA/ RAZLOG INTERESA ZA MJESTOM STANOVANJA

BUDUĆE MJESTO STANOVANJA/ RAZLOG INTERESA ZA MJESTOM STANOVANJA

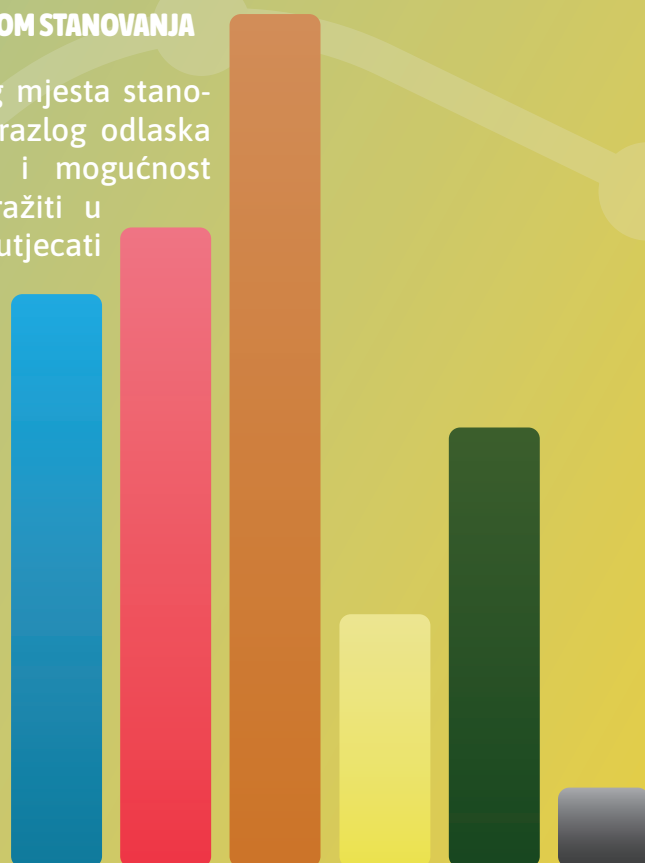
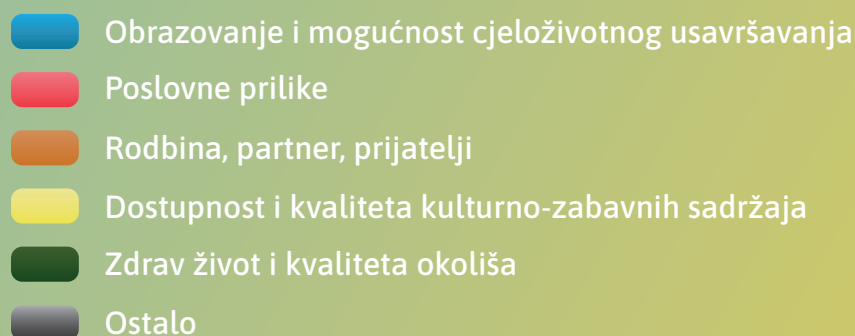
U gradu Slatini želi ostati svaki šesti ispitanik, dok njih 15,46 % svoju budućnost planira u Virovitičko-podravskoj županiji, a u drugim dijelovima Republike Hrvatske želi živjeti 43,96 % ispitanika. S druge strane, 23,67 % ispitanika bira inozemstvo kao svoje buduće odredište. Više od polovice ispitanika, Većina bira roditelje, partnera i prijatelje kao razlog za odabirom mjesta stanovanja, što predstavlja glavni indikator za ostanak u Slatini i Virovitičko-podravskoj županiji.



BUDUĆE MJESTO STANOVANJA

RAZLOG ISKAZANOG INTERESA ZA MJESTOM STANOVANJA

Drugi najčešći motiv za odabirom budućeg mjesta stanovanja su poslovne prilike koje su i glavni razlog odlaska mladih izvan RH. Nadalje, obrazovanje i mogućnost cjeloživotnog učenja mladi će najviše tražiti u većim hrvatskim gradovima što će uvelike utjecati na odlazak iz Slatine. Zdrav život i kvaliteta okoliša te dostupnost i kvaliteta kulturno-zabavnih sadržaja, sudeći po rezultatima ove ankete, manje će utjecati na iskazani interes za mjestom stanovanja.



Slatina

Druga strana očekivanja



Medijski pokrovitelj:



Slatina

TURISTIČKA ZAJEDNICA
Grada Slatine

Ante Kovačića 1, HR - 33520 Slatina | ured@tz-slatina.hr | +385 33 619 229