



## *Istraživanje i segmentacija publike u Pomorskom i povijesnom muzeju Hrvatskog primorja Rijeka*

Rijeka, 2020.

Narativni dio izvješća programa *Istraživanje i segmentacija publike u Pomorskom i povijesnom muzeju Hrvatskog primorja Rijeka*, Klasa: 612-01/19-07/0121, Ur.Broj: 532-03-01/2-19-02, Ugovor br.: 59-119-19.



**PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA** PRIMORJE-GORSKI KOTAR COUNTY  
**POMORSKI I POVIJESNI MUZEJ HRVATSKOG PRIMORJA RIJEKA** MARITIME AND HISTORY MUSEUM OF THE CROATIAN LITTORAL RIJEKA  
TRG RICCARDA ZANELLE 1, HR – 51000 RIJEKA, CROATIA, TEL.: +385 (0)51 213 578, 553 666, FAX: +385 (0)51 213 578  
E – MAIL: UPRAVA@PPMHP.HR, URL: [HTTP://WWW.PPMHP.HR](http://www.ppmhp.hr)  
OIB: 06230677933 / IBAN: HR2224020061100109709 / BIC: ESBCHR22



## SADRŽAJ

UVOD .....	3
ISTRAŽIVANJE POSJETITELJA POMORSKOG I POVIJESNOG MUZEJA HRVATSKOG PRIMORJA .....	3
REZULTATI: .....	4
ISTRAŽIVANJE NE-POSJETITELJA POMORSKOG I POVIJESNOG MUZEJA HRVATSKOG PRIMORJA .....	9
CILJEVI I METODOLOGIJA .....	10
REZULTATI .....	10
TRENUTNO PONAŠANJE I STAVOVI .....	10
SVIJEST O MUZEJU .....	11
PRIVLAČNOST I RELEVANTNOST MUZEJA .....	11
ZAPREKE POSJEĆIVANJU .....	11
POKRETAČ POSJETA U BUDUĆNOSTI .....	11
ZAKLJUČCI I PREPORUKE .....	12



## UVOD

U zadnjih desetak godina sve se veća važnost pridaje razvoju publike u kulturnim ustanovama, a što je vidljivo danas i u Hrvatskoj ponajviše u kontekstu financiranja programa u kulturi na europskoj razini (Kreativna Europa, Europski socijalni fond i sl.) kao i na razini Ministarstva kulture Republike Hrvatske (Razvoj publike).

Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja u Rijeci započeo je istraživanje svojih posjetitelja 2018. godine oblikujući geografski i dobni profil posjetitelja tijekom cijele godine te njihovih navika vezano za posjećivanje kao što je doba dana posjeta, vremenske okolnosti, dan u tjednu i sl. Godine 2019., započinje s drugim krugom istraživanja koje je za cilj imalo dati uvid u veći raspon profila muzejskih posjetitelja, ali i ne-posjetitelja. Financijska sredstva osigurana su programom Razvoj publike Ministarstva kulture RH, a PPMHP je u suradnji s Filozofskim fakultetom u Zagrebu (voditeljica istraživanja: doc.dr.sc. Željka Miklošević s Katedre za muzeologiju na Odsjeku za informacijske i komunikacijske znanosti) proveo istraživanje posjetitelja muzeja anketnim ispitivanjem te se je definirala ciljana skupinu ne-posjetitelja (srednjoškolci) koja se ispitala metodom fokus grupe.

## ISTRAŽIVANJE POSJETITELJA POMORSKOG I POVIJESNOG MUZEJA HRVATSKOG PRIMORJA

Anketno istraživanje provedeno je u suradnji sa studentima sociologije na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Cilj istraživanja bilo je utvrditi demografski i psihografski profil posjetitelja odnosno segmentirati posjetitelje s obzirom na njihove navike.

Anketa se provodila u Muzeju s pripadnicima lokalne zajednice te hrvatskim i stranim turistima<sup>1</sup>, a započeta je od srpnja do listopada 2019. godine. Njome nisu obuhvaćene organizirane skupine posjetitelja, odnosno skupni posjeti.

Na ispunjavanju upitnika angažirani su volonteri (3 volontera po 2 sata tjedno).

Ograničenost kvantitativnog istraživanja:

- Neujednačene kategorije / pitanja u anketama za turiste i lokalne stanovnike što priječi usporedbu i smanjuje relevantnost dobivenih podataka za segmentaciju prema stavovima i iskustvima muzejskog posjeta
- Mali broj ispunjenih anketa zahtijeva veći broj i angažman volontera čija bi prisutnost pospješila popunjavanje anketa (uočeno je da se upitnici ispunjavaju u većem broju i potpunije kada anketari pristupe posjetiteljima nego kada su stavljeni na pojedinim mjestima da ih posjetitelji samostalno popune)
- Tijekom ljetnih mjeseci je broj lokalnih posjetitelja manji te je anketiranje potrebno provesti tijekom godine, izvan ljetne sezone

---

<sup>1</sup> Pripadnici lokalne zajednice su osobe koje žive u Rijeci ili na širem gradskom području, dok su hrvatski turisti svi oni koji nemaju prebivalište ili boravište u istom području nego su privremeno u Rijeci. Strani turisti su svi državljani neke druge države bez boravišta u Rijeci i njezinom širem gradskom području



→ S obzirom na mali broj ispunjenih anketa, rezultati se u ovom izvještaju smatraju preliminarnim pa se preporuke dane temeljem rezultata isto tako mogu smatrati tek preliminarnim smjernicama za daljnji rad

#### REZULTATI:

Prema demografskim karakteristikama, rodna zastupljenost je u posjetima prilično ujednačena među lokalcima i turistima.

**TABLICA 1. Učestalost posjećivanja PPMHP -a među lokalnim posjetiteljima**



**TABLICA 2. Učestalost posjećivanja muzeja općenito među lokalnim posjetiteljima**

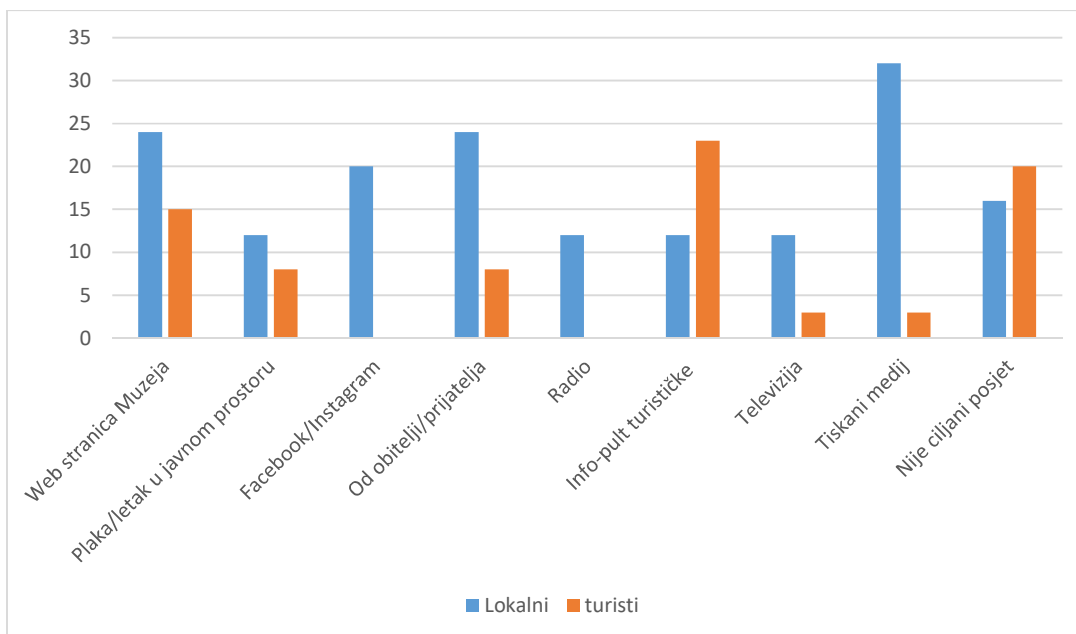
Koliko ste često posjećivali sljedeće kulturne institucije i događaje? - Muzeji		
	Učestalost	Postotak
Niti jednom u posljednjih 10 godina	2	8.0
Niti jednom posljednje godine	2	8.0
Barem jednom posljednje godine	2	8.0
Nekoliko puta posljednje godine	13	52.0
Mnogo puta posljednje godine	6	24.0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100.0</b>



TABLICA 3. Usporedba načina posjećivanja PPMHP-a između lokalaca i turista

	Učestalost		Postotak	
	HR	STR	HR	STR
Sam_a	6	9	24.0	22.5
S partnerom_icom	2	8	8.0	20.0
S djecom	5	7	20.0	17.5
S roditeljima, braćom, sestrama ili drugom rodbinom	8	8	32.0	20.0
S kolegama_icama iz škole, sa studija ili s posla	1	8	4.0	20.0
S drugim prijateljima_icama	2	0	8.0	
Nema odgovora	1	0	4.0	
Total	25	40	100.0	100.0

TABLICA 4. Mediji na kojima su lokalni posjetitelji i turisti dobili informaciju o programu Muzeja (izraženo u postocima)



TABLICA 5. Usporedba načina posjeta Muzeju između lokalnih posjetitelja i turista



S kim ste došli u posjet Pomorskom i povijesnom muzeju Hrvatskog primorja?		
	HR Postotak (25)	STRANI Postotak (40)
Sam_a	24.0	22.5
S partnerom_icom	8.0	20.0
S djecom	20.0	17.5
S roditeljima, braćom, sestrama ili drugom rodbinom	32.0	20.0
S kolegama_icama iz škole, sa studija ili s posla	4.0	20.0
S drugim prijateljima_icama	8.0	-
Nema odgovora	4.0	-
Total	100.0	100.0

**TABLICA 6 : Zadovoljstvo cjelinama stalnog postava i aktualnom izložbom među lokalcima i turistima**  
(posjetitelji su ocjenjivali zadovoljstvo na skali od 1 = jako nezadovoljan do 5= izrazito zadovoljan)

	Aritmetička sredina LOKALNI POSJETITELJI	Aritmetička sredina TURISTI
U obrani domovine	4,11	3,62
Kroz prozor Guvernerove palača	4,32	3,79
Tragovi vremena	4,4	3,7
Staro oružje	4,47	3,82
Jedra Kvarnera	4,32	3,82
Aktualna povremena izložba	4,29	4,07

Kod stranih posjetitelja se uočava konzistentno manje zadovoljstvo svim elementima stalnog postava i aktualnom izložbom. Razlog tome potrebno je dublje istražiti ciljanom anketom ili kvalitativnim istraživanjem.

Prema stavovima prema i iskustvima muzejskog posjeta, edukativno i društveno iskustvo vrlo je jasno izraženo.



#### Volim posjećivati događanja s prijateljima.

	Frekvencija	Postotak
Ne mogu procijeniti	3	12.0
Slažem se	6	24.0
Potpuno se slažem	12	48.0
Nema odgovora	4	16.0
Total	25	100.0

#### U slobodno vrijeme odabirem aktivnosti koje bi se sviđele mom djetetu/djeci

	Frekvencija	Postotak
Uopće se ne slažem	1	4.0
Ne slažem se	1	4.0
Ne mogu procijeniti	6	24.0
Slažem se	1	4.0
Potpuno se slažem	8	32.0
Nema odgovora	8	32.0
Total	25	100.0

#### Posjet nekom muzeju za mene je društvena aktivnost

	Frekvencija	Postotak
Uopće se ne slažem	1	4.0
Ne mogu procijeniti	2	8.0
Slažem se	3	12.0
Potpuno se slažem	16	64.0
Nema odgovora	3	12.0
Total	25	100.0



Najbolji muzeji su oni iz kojih odeš s osjećajem da si nešto naučio:

	Frekventnost	Postotak
Ne slažem se	1	4.0
Slažem se	3	12.0
Potpuno se slažem	<b>18</b>	<b>72.0</b>
Nema odgovora	3	12.0
Total	25	100.0

Volim u muzejima koristiti digitalne ekrane na kojima mogu odabrati informacije koje me zanimaju

	Frekventnost	Postotak
Uopće se ne slažem	1	4.0
Ne mogu procijeniti	4	16.0
Slažem se	4	16.0
Potpuno se slažem	<b>13</b>	<b>52.0</b>
Nema odgovora	3	12.0
Total	25	100.0

Važno mi je da moja obitelj i ja možemo nešto naučiti dok provodimo slobodno vrijeme zajedno:

	Frekventnost	Postotak
Ne slažem se	1	4.0
Ne mogu procijeniti	2	8.0
Slažem se	8	32.0
Potpuno se slažem	11	44.0
Nema odgovora	3	12.0
Total	25	100.0



Volim znati što se novoga događa u muzejima/galerijama.		
	Frekventnost	Postotak
Ne slažem se	1	4.0
Ne mogu procijeniti	2	8.0
Slažem se	6	24.0
Potpuno se slažem	13	52.0
Nema odgovora	3	12.0
Total	25	100.0

Iako mali, ovaj uzorak ukazuje na vrijednosti koje posjetitelji očekuju da muzej zadovolji. To je prvenstveno, vrlo jasno izraženo u očekivanju edukativnog učinka te društvenog iskustva posjeta.

#### PREPORUKE

- Promocija muzeja bi trebala oblikovati poruke kojima se naglašava društveni aspekt muzeja (provođenje slobodnog vremena s obitelji i prijateljima), kao i uvesti programe koje bi takvu vrstu iskustva omogućavali
- Naglasak staviti na edukativni učinak muzejskih programa namijenjenih za individualne posjete (kao što je višerazinska i više osjetilna interpretacija prezentiranog sadržaja koja podržava različite pristupe učenju)
- Potrebno nastaviti voditi računa o informacijama o muzejima na info-pultu Turističke zajednice

#### ISTRAŽIVANJE NE-POSJETITELJA POMORSKOG I POVIJESNOG MUZEJA HRVATSKOG PRIMORJA

Privući osobe srednjoškolske dobi u muzeje kao individualne posjetitelje predstavlja danas izazov velikom broju ovih ustanova širom zapadnog svijeta. Iako su u općim statističkim pregledima muzejskih posjetitelja ove dobne skupine (uglavnom u rasponu između 15 i 18 godina) zastupljene, najčešći oblik posjeta je organizirano, putem škole. Školske skupine u muzeju već su tradicionalan način suradnje ova dva sektora (kulturnog i obrazovnog), međutim, ovakvi posjeti su vrlo specifični. Prije svega, ovise o angažmanu i motivaciji nastavnika te se mogu promatrati kao proširenje nastavnog procesa, ali i kao upoznavanje kulture određenog kraja kada je riječ o školskim ekskurzijama iz drugih dijelova Hrvatske. U sklopu organiziranog školskog posjeta, učenici se najčešće shvaćaju kao homogena cjelina kojoj je, zbog strukturiranog i ograničenog vremenskog okvira, namijenjen isti ili vrlo sličan sadržaj, prikazan na isti ili sličan način. Za razliku od grupnog, individualni posjet<sup>2</sup> je samo-motiviran, dobrovoljan, događa se u slobodno vrijeme i nema točno

<sup>2</sup> Individualnim posjetom se smatraju svi posjeti koji nisu unaprijed dogovoreni, inicirani i organizirani od strane muzeja, škola, agencija ili drugih institucija, organizacija ili vodiča/interpretatora. Njega ne određuje broj ljudi koji zajedno dođe posjetiti muzej nego niz obilježja kao što su već spomenuta organizacija posjeta, ali i motivacija, dužina posjeta, odnosi među posjetiteljima i sl. Obiteljski posjeti su individualni, a mogu se sastojati od dva posjetitelja (dijete i otac, primjerice) do nekoliko posjetitelja (peteročlana obitelj, tročlana obitelj s dva gostujuća rođaka i sl.).



određeno trajanje. Motivacija individualnog posjetitelja odražava percepciju vrijednosti koje ta osoba ima prema onome što joj muzej pruža prilikom posjeta. Kako je muzej mjesto na kojem se mogu zadovoljiti različite potrebe, ponovljeni posjet može biti motiviran različitim potrebama. Stoga je, zapravo, za razvoj publike, nužno pristupiti istraživanju posjetitelja s obzirom na razloge posjeta.

Kod osoba koje ne posjećuju muzej, nikad ili vrlo rijetko, važno je definirati razloge zbog kojih muzej nije „mjesto za njih“ te kako ga takvim učiniti, ako je moguće.

## CILJEVI I METODOLOGIJA

Cilj istraživanja ne-posjetitelja je identificirati način na koje bi ih se moglo potaknuti na posjet. Tome mogu pridonijeti marketinške i programske aktivnosti Muzeja s obzirom na poruke koje se žele prenijeti, predodžbe Muzeja te medije kojima se poruke komuniciraju.

Istraživanje se provelo kako bi se istražila svijest i percepcije ne-posjetitelja o PPMHP te ustanovio interes i mogućnosti posjeta u budućnosti. Ključni cilj bio je doznati razloge zbog kojih ispitanici ne posjećuju Muzej. Ključni ishod istraživanja bio je dobiti podatke koje će Muzej iskoristiti kako bi promidžbu i svoje programe (vrsta i način prikazivanja sadržaja te vrsta aktivnosti) usmjerio prema mladim ljudima.

Nakon identificiranja srednjoškolaca kao specifičnog profila ne-posjetitelja, provedeni su intervjui (metodom fokus grupe) s 4 skupine ispitanika. Ispitanici tvore prilično homogenu cjelinu demografski i geografski. U dobi su između 15 i 18 godina, žive na užem i širem području Grada Rijeke i pohađaju lokalne obrtne, industrijske, umjetničke škole i gimnazije.

Ispitanici su regrutirani uz pomoć srednjoškolskih profesora koji su poziv na istraživanje preko učenika prosljedili roditeljima zajedno s obrascem za roditeljsku privolu (Prilog 2).

Istraživanje je provedeno 29. i 30. studenog 2019. god. u prostorima Pomorskog i povijesnog muzeja Hrvatskog primorja.

## REZULTATI

### TREKUTNO PONAŠANJE I STAVOVI

Najviše vremena provode u školi i kažu da za slobodnog vremena imaju malo pa ono što im preostane nakon školskih zadataka i učenja ulažu u druženja i osobne interese.

Slobodno vrijeme provode na aktivnosti prvenstveno u društvu prijatelja kao što su večernji izlasci, dnevna druženja ili korištenje medija za zabavu ili općenito informiranje. Kino i koncerti mogu se, pram njihovim odgovorima, smatrati konkurencijom muzejima u provođenju slobodnog vremena. Kulturna događanja nisu od velikog interesa, najvažnije je druženje s prijateljima (koncerti su dobar način i druženja).



Školske ekscurzije izvan Rijeke (ponajprije u Zagreb) su okvir unutar kojeg se događa muzejski posjet (organiziran), kao i u mjestu prebivanja (Rijeka i okolica), no takav posjet ovisi o profesorima (pojedini učenici su naglasili kako ih nitko iz škole ne vodi u muzeje)

U dobi su kada još uvijek odlaze s roditeljima na putovanja, na kojima manje ili više participiraju u kulturnim aktivnostima poput posjećivanja muzeja.

### SVIJEST O MUZEJU

Svijest o Muzeju i potreba za njegovim postojanjem postoji u puno manjoj mjeri od svijesti o zgradi Guvernerove palače (u svakodnevnoj komunikaciji palača je ta koja služi kao orijentir, mjesto sastanak i sl., a ne Muzej)

Općenito, informacije o muzejskim programima aktivno ne traže, ali ih rijetko „usputno susreću“. Najčešće uoče nešto na internetu, plakatima u javnom prostoru te preporukom prijatelja („netko mi kaže 'idemo večeras tamo'“). Poznavanje osoba koje rade u Muzeju posredno gradi svijest o njemu.

### PRIVLAČNOST I RELEVANTNOST MUZEJA

Relevantnost muzeja općenito se iskazuje putem općenitih tvrdnji da su oni mjesta na kojima se čuvaju vrijedne stvari iz prošlosti, no relevantnost PPMHP-a se iskazuje tek posredno – preko drugih aktivnosti koje se vežu uz Muzej (pohađanje glazbene škole i održavanje školskih koncerata u Muzeju)

Pozitivne asocijacije na muzej su uglavnom vezane za estetiku zgrade (Guvernerova palača) i njezinu primjerenost za smještaj kulturne ustanove, dok su negativna više vezana za osobna iskustva/percepcije (arhaično, dosadno)

Na pitanje za koga je Muzej, kome je namijenjen, ispitanici svojim odgovorima stvaraju sljedeći profil posjetitelja PPMHP-a: starije osobe koji vole povijest i turisti koji žele nešto naučiti o povijesti grada Rijeke.

### ZAPREKE POSJEĆIVANJU

Muzejsko iskustvo povezuju s iskustvom u školi, dakle Muzej je prema tome shvaćen kao mjesto formalnog učenja. Postav Muzeja gdje je naglasak na gledanju i učenju ozbiljnih tema to iskustvo naglašava. Naglasak na predmetnosti i povijesnosti razlog je stava da je tamo nešto što je već viđeno, bez očekivanja ičega novog i drukčijeg.

### POKRETAČ POSJETA U BUDUĆNOSTI

Pokretači budućeg posjeta mogu se podijeliti u promociju i program.

S obzirom na često korištenje društvenim medijima, ispitanici očekuju da poruke i vizuali kojim bi se promovirao Muzej na tim medijima budu oblikovane na način koji privlači njihovu pažnju. Isto vrijedi za internetske stranice Muzeja (koje po njima sadrže previše informacija i nisu prilagođene za jednostavno korištenje. Također je potrebno istaknuti posebnosti.

Programski aspekt veže se na način koji se sadržaj prenosi posjetitelju – interaktivan, koji intrigira, potiče na istraživanje, koji priča zanimljivu priču (naglasili razliku između vodiča koji samo „odrade“ vodstvo i onih koji daju zanimljivosti i drže njihov interes tijekom cijelog posjeta).

Upotreba tehnologije poželjna, no nije nužna. Važnije je da bude sadržajno zanimljiva – da sadrži informacije koje nisu identične onima na internetu.



Originalne predmete ne vide na važan čimbenik kvalitetnog muzejskog iskustva nego priču, zanimljivost, inovativnost i začudni karakter.

## ZAKLJUČCI I PREPORUKE

- Posjećivanje kulturnih institucija, ili općenito govoreći participacija u kulturi nije ono što srednjoškolci uglavnom čine.
- Konkurencije u kulturnom sektoru su kino i koncerti, iako su najviše zaokupljeni školom (koja im, kako kažu, ostavlja malo vremena), druženjem s prijateljima, izlascima te sportom i ostalim specifičnim, njima dragim aktivnostima kojima se bave u slobodno vrijeme
- Obilazak muzeja u smislu individualnog posjeta je aktivnost koja je rezervirana za putovanja – upoznavanje drugih gradova i kultura, prvenstveno izvan Hrvatske, u krugu obitelji ili prijatelja
- Udaljeni su od muzejske ponude (mentalno i fizički)
- Svijest o PPMHP-u (kao instituciji) je vrlo mala
- Asocijacije koje se vežu uz Muzej (iz perspektive iskustva) su arhaično, dosadno, staromodno, iskustvo slično školi
- Sebe ne vide kao skupinu ljudi kojima se Muzej obraća.
- „Školski karakter“ muzejskog iskustva (formalno, povijesno) demotivira provođenje slobodnog vremena u prostoru gdje im je iskustvo slično onome koje dobivaju većinu dana i od kojeg se žele „odmoriti“.

Nedostatak svijesti i neprepoznatljivost Muzeja među ovom publikom je na perceptivnoj razini osnovni problem. Podizanje razine svijesti putem relevantnih kanala (osoba koji utječu na njihova mišljenja, preporuka prijatelja, društveni mediji) mogu biti od ključne važnosti

- Povećati svijest o Muzeju
- Stvaranje poruka o Muzeju i njegovim programima treba razuvjeriti mlade ljude da to mjesto „nije za njih“ i promijeniti njihove percepcije
- Društveni mediji mogu biti ključni za motiviranje posjeta onih koji nikad nisu ili koji nevoljko posjećuju, posebno kod mlađe publike
- Temeljiti poruke na karakteru Muzeja koji je za ljude poput njih, koje su uvijek nove i svježije
- Izložbe nadopunjavati dodatnim izlošcima, aktivnostima ili događanjima
- Naglasiti izložke koji privlače pažnju (npr. pojas za spašavanje s Titanica)
- Koristiti nove tehnologije koje čine aktivnosti interaktivnim ali ne samo na tehnološkoj razini nego i na kognitivnoj
- Posjet učiniti ne samo edukativnim nego zabavnim, veći naglasak na interaktivnost na izložbama
- Iznimno važno oblikovati predodžbe i ton obraćanja koje su prikladne i primjerene srednjoškolcima: raznoliko, suvremeno, relevantno i pokazati prostor dok ga ljudi, i njihove generacije koriste (svakako isključiti znanstveni diskurs i formalno obraćanje)

Vizuali i marketinške aktivnosti bi se trebale fokusirati na ono što srednjoškolci smatraju vrijednim – posebni događaji i privremene izložbe te sigurnost da će program biti zabavan, komuniciran putem vizuala koji su aktivni, estetski zanimljivi sa zanimljivim pričama i porukama.



PRILOG 1 – anketna pitanja

A Spol: \_\_\_\_\_

B – Dob: \_\_\_\_\_

C – Koliko često posjećujete Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka?

1 – Ovo mi je prvi posjet

2 – Do 2 puta godišnje

3 – Od 3 do 5 puta godišnje

4 – Više od 5 puta godišnje

D – S kime ste danas posjetili ovaj muzej?

1 - Sam

2 - S partnerom

3 - S djecom

4 - S roditeljima, braćom, sestrama ili drugom rodbinom

5 - S kolegama iz škole, sa studija ili s posla

6 - S članovima udruge ili kluba

7 - S drugim prijateljima

E – Poznajete li nekoga od zaposlenika Muzeja ili osobu koja sudjeluje u organizaciji aktualnog programa ili izložbe?

1 – Da, poznajem zaposlenika Muzeja

2 – Da, poznajem osobu koja sudjeluje u aktualnom programu ili organizaciji izložbe

3 – Poznajem i zaposlenika i suradnika aktualnog programa ili izložbe

4 – Ne, ne poznajem nikoga od navedenih osoba

F – Koliko ste često posjećivali sljedeće kulturne institucije i događaje?

F - Koji ste sadržaj došli danas posjetiti:

1-Aktualnu izložbu

2-Muzej - stalni postav

G – Na koji način ste doznali za sadržaj koji ste danas došli posjetiti? (Moguće je odabrati više odgovora)

1 – Putem web stranice ustanove

3-

2 – Putem plakata i letaka u javnom prostoru

3 – Putem Facebooka ili Instagrama ustanove

4-

4 – Čuo sam od člana obitelji, prijatelja, poznanika, kolege

5 – Putem web stranice ili na info pultu Turističke zajednice

6 – Čuo sam na radiju

7 – Čuo sam na televiziji

8 – Pročitao sam u tiskanim medijima

9 – Nisam ciljano došao u posjet

5-

10 – Ostalo. Kako? \_\_\_\_\_

H – Koliko često koristite sljedeće društvene mreže:

6-

(1 – Nikada; 2 – Nekoliko puta godišnje;

7-3 – Nekoliko puta mjesečno; 4 – Nekoliko puta tjedno;

5 – Svakodnevno.)

1. Facebook	1	2	3	4	5
2. Instagram	1	2	3	4	5
3. YouTube	1	2	3	4	5
4. Ostale društvene mreže	1	2	3	4	5



1 - Niti jednom u posljednjih 10 godina; 2 - Niti jednom posljednje godine; 3 - Barem jednom posljednje godine; 4 - Nekoliko puta posljednje godine; 5 - Mnogo puta posljednje godine

Muzeji	1	2	3	4	5
Galerije	1	2	3	4	5
Kazališta	1	2	3	4	5
Knjižnice	1	2	3	4	5
Festivali	1	2	3	4	5
Koncerti	1	2	3	4	5

#### J – Koji je Vaš stupanj obrazovanja?

- 1 – Osnovnoškolsko obrazovanje ili nezavršena osnovna škola
- 2 – Srednjoškolsko trogodišnje obrazovanje
- 3 – Srednjoškolsko četverogodišnje obrazovanje
- 4 – Sveučilišno preddiplomsko obrazovanje ili viša škola
- 5 – Sveučilišno diplomsko obrazovanje, magisterij
- 6 - Doktorski stupanj

#### K – Koji je Vaš trenutni radni status?

- 1 – U radnom odnosu na neodređeno
- 2 – U radnom odnosu na određeno
- 3 – Povremeni (honorarni) rad
- 4 – Brinem o kućanstvu
- 5 – Nezaposlen
- 6 – Umirovljenik
- 7 – Učenik

#### I – Koliko često koristite internet za navedene aktivnosti:

(1 – Nikada; 2 – Nekoliko puta godišnje;

3 – Nekoliko puta mjesečno; 4 – Nekoliko puta tjedno;

5 – Svakodnevno.)

1	Informiranje o događanjima u Rijeci	1	2	3	4	5
2	Čitanje novinskih portala	1	2	3	4	5
3	Pretraživanje informacija povezanih s umjetničkom produkcijom	1	2	3	4	5
4	Informiranje o kulturnim događanjima	1	2	3	4	5
5	Online kupovinu ulaznica	1	2	3	4	5

#### P – Kada uzmete u obzir ukupan prihod Vašeg kućanstva, možete li zadovoljiti svoje osnovne životne potrebe, kao što su hrana, režije, stanarina i sl.?

- 1 – Vrlo teško
- 2 – Teško
- 3 – Lako
- 4 – Vrlo lako

#### Q - Gdje trenutno živite?

- 1 – Rijeka
- 2 – Okolica Rijeke. Navedite gdje: \_\_\_\_\_
- 3 – Drugdje. Navedite gdje: \_\_\_\_\_



8 – Student

9 – Ostalo

**L – Bavite li se u okviru svoga posla djelatnostima koje su povezane s kulturnim sektorom?**

1 - Da

2 - Ne

**M – Koje je vaše zvanje (koje ste stekli obrazovanjem)?**

**N – Koji je Vaš bračni status?**

1 - Neoženjen

2 - Rastavljen

3 - U braku

4 - Udovac

5 - U izvanbračnoj zajednici

6 – Registrirano partnerstvo

7 - Nešto drugo

7 – Ne želim odgovoriti

**O – Imate li djece?**

1 - Da

2 - Ne

**R – Molimo Vas, procijenite na skali 1-5 koliko se slažete s navedenim tvrdnjama** (1 – uopće se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – ne mogu procijeniti, 4 – slažem se, 5 – potpuno se slažem)

R1. Volim posjećivati događanja s prijateljima.

1            2            3            4            5

R2. Volim znati što se novoga događa u muzejima i galerijama.

1            2            3            4            5

R3. U slobodno vrijeme odabirem aktivnosti koje bi se sviđele mom djetetu/djeci.

1            2            3            4            5

R4. Najbolji muzeji su oni iz kojih odeš s osjećajem da si nešto naučio.

1            2            3            4            5

R5. Nisam baš osoba koja voli muzeje.

1            2            3            4            5

R6. Volim muzeje koji imaju interaktivne izložke (koji se mogu dodirivati, pokretati).

1            2            3            4            5

R7. Važno mi je da moja obitelj i ja možemo nešto naučiti dok provodimo slobodno vrijeme zajedno.

1            2            3            4            5

R8. Posjet nekom muzeju za mene je društvena aktivnost.

1            2            3            4            5

R9. Volim u muzejima koristiti digitalne ekrane na kojima mogu odabrati informacije koje me zanimaju.

1            2            3            4            5

Recite nam što ste posjetili u Pomorskom i povijesnom muzeju Hrvatskog primorja i koliko ste zadovoljni s onim što ste vidjeli/doživjeli:



S1 U obrani domovine

Svoje zadovoljstvo ovim dijelom Muzeja ocijenio bih s:

1 2 3 4 5



S2 Kroz prozor Guvernerove  
palače (saloni)

Svoje zadovoljstvo ovim dijelom Muzeja ocijenio bih s:

1 2 3 4 5



S3 Tragovi vremena

Svoje zadovoljstvo ovim dijelom Muzeja ocijenio bih s:

1 2 3 4 5



S4 Staro oružje

Svoje zadovoljstvo ovim dijelom Muzeja ocijenio bih s:

1 2 3 4 5



S5 Jedra Kvarnera

Svoje zadovoljstvo ovim dijelom Muzeja ocijenio bih s:

1 2 3 4 5

S6 aktualna izložba

---





## PRILOG 2

### PRISTANAK RODITELJA / SKRBNIKA ZA SUDJELOVANJE DJETETA U ISTRAŽIVANJU

Ovim formularom želimo Vas upoznati s našim istraživanjem kako biste mogli donijeti informiranu odluku o davanju pristanka za sudjelovanje Vašeg djeteta u njegovoj provedbi. U daljnjem tekstu možete dobiti detaljnije informacije, a sva pitanja nam možete prosljediti na dane kontakte pri kraju formulara.

#### 1. NASLOV ISTRAŽIVANJA:

Participacija djece srednjoškolske dobi u u programima Pomorskog i povijesnog muzeja Hrvatskog primorja Rijeka

#### 2. CILJ ISTRAŽIVANJA

Cilj istraživanja jest dobiti uvid u oblike i razloge (ne)participacije djece srednjoškolske dobi u kulturne djelatnosti, posebno one koje organizira Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka.

#### 3. VRSTA PITANJA U ISTRAŽIVANJU

Vaše dijete pitat ćemo osobna mišljenja, stavove i načine uključivanja u kulturne aktivnosti (kada, s kime, koliko često, zašto da, zašto ne, uvjeti pod kojim bi se uključivalo više i sl.). Također će biti zatraženi ispuniti kratki upitnik na slična pitanja koja mjere učestalost sudjelovanja.

Uz Vaše dijete u grupnom razgovoru (takozvanoj fokus grupi) sudjelovat će još najmanje 4, a najviše 6 osoba. Nije moguće predvidjeti koliko će točno razgovori trajati jer to ovisi o volji sudionika za dijeljenjem svojeg mišljenja (između 60 i 90 minuta).

#### 4. RIZICI SUDJELOVANJA

Rizici sudjelovanja u ovom istraživanju nije moguće predvidjeti.

#### 5. KORIST SUDJELOVANJA

Istraživanje nema neposrednih dobrobiti za Vaše dijete (poput, primjerice, novčane kompenzacije), no sudjelovanje može pomoći u stvaranju boljeg odnosa između neprofitne kulturne institucije i njezinih korisnika služi za opće dobro svih, za što je Institucija osigurala dar kao zahvalnost za sudjelovanje u istraživanju.

#### 6. OBAVEZA SUDJELOVANJA

Ne, sudjelovanje u istraživanju nije obavezno već dobrovoljno. Vaše dijete može odbiti sudjelovati i ili odustati od sudjelovanja u bilo kojem trenutku. Također, možete se sada odlučiti za davanje dopuštenja za sudjelovanje u istraživanju, ali se kasnije predomisli. Poštivat ćemo Vašu odluku.

Osim Vašeg dopuštenja, potrebno je da Vaše dijete bude voljno sudjelovati u istraživanju, a svoje mišljenje također može naknadno promijeniti i u svakom trenutku odustati od istraživanja.



## 7.OSIGURANJE PRIVATNOSTI I POVJERLJIVOSTI

Istraživanje koje će provoditi grupnim intervjuom bit će zabilježeno audio-snimkom.

Ukoliko se odlučite dozvoliti Vašem djetetu sudjelovanje, snimat će se ono što će izreći tijekom razgovora.

Pristup snimkama imat će isključivo istraživači, a snimke će se nakon 6 mjeseci izbrisati. Podaci dobiveni u razgovorima neće sadržavati identifikacijske informacije koje bi mogle ovo istraživanje povezati s Vašim djetetom (svi sudionici će biti anonimizirani).

## 8.KONTAKT

Prije, za vrijeme ili nakon istraživanja možete se za sva pitanja ili komentare/prigovore javiti Željki Miklošević na: [zmiklose@ffzg.hr](mailto:zmiklose@ffzg.hr) ili 098 1879 311.

Potpisom ovo dokumenta jamčite da ste pročitali tekst po gore navedenim točkama i da ste odlučili dati pristanak za sudjelovanje Vašeg djeteta u ovom istraživanju koje će se provoditi bez vaše prisutnosti. Ukoliko se odlučite povući pristanak, možete to učiniti u svakom trenutku. Nepotpisivanje formulara smatrat ćemo odbijanjem davanja pristanka. Jedan primjerak ovog dokumenta pripada Vama.

Molimo Vas, potpišite i vratite nam ovaj formular do 25. listopada 2019.

Ime djeteta (tiskanim slovima)

---

Potpis roditelja ili skrbnika

Datum

---

Potpis djeteta

Datum

---

Potpis istraživača

Datum