Analiza stavova odabranih dionika kulturne manifestacije "pulski filmski festival"

Majetić, Marina

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:642331

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI
Sveučilišni diplomski interdisciplinarni studij Kultura i turizam

MARINA MAJETIĆ

ANALIZA STAVOVA ODABRANIH DIONIKA KULTURNE MANIFESTACIJE "PULSKI FILMSKI FESTIVAL"

Diplomski rad

Pula, rujan 2017.

SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI
Sveučilišni diplomski interdisciplinarni studij Kultura i turizam

MARINA MAJETIĆ

ANALIZA STAVOVA ODABRANIH DIONIKA KULTURNE MANIFESTACIJE "PULSKI FILMSKI FESTIVAL"

Diplomski rad

MB studenta: 57-KT-D, redovni student
Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija
Nositelj kolegija: prof. dr. sc. Danijela Križman Pavlović
Mentor: dr. sc. Klara Trošt Lesić

Pula, rujan 2017.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Marina Majetić, kandidat za magistra kulture i turizma, ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student
Marina Majetić

_____

U Puli, 19. rujna 2017.

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Marina Majetić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Analiza stavova odabranih dionika kulturne manifestacije "Pulski filmski festival" koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 19. rujna 2017.

Studentica

Marina Majetić

_____

SADRŽAJ

1. UVOD ... 1
1.1 Problem, predmet, objekt i ciljevi istraživanja ... 1
1.2. Metode istraživanja ... 1
1.3. Struktura rada ... 2
2. MANADŽEMENT KULTURNIH MANIFESTACIJA ... 3
2.1. Vrste manifestacija i definicija kulturnih manifestacija ... 3
2.2. Karakteristike manifestacija ... 5
2.3. Društveni učinci manifestacija ... 5
3. GLAVNA OBILJEŽJA PULSKOG FILMSKOG FESTIVALA ... 9
4. STRATEŠKE SMJERNICE PULSKOG FILMSKOG FESTIVALA ... 11
4.1. Misija, vizija i ciljevi Pulskog filmskog festivala ... 11
4.2. SWOT analiza ... 11
4.3. PEST analiza ... 14
5. OPERATIVNE SMJERNICE PULSKOG FILMSKOG FESTIVALA ... 16
5.1. Program Festivala ... 16
5.2. Ocjenjivački sud Festivala ... 18
5.3. Komunikacija s gostima ... 19
5.4. Odjeli za goste i marketing ... 19
5.4.1. Odjel za goste ... 19
5.4.2. Marketing ... 20
5.5. Usporedba od 60.-og do 63. Pulskog filmskog festivala ... 23
6. ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA ... 28
6.1. Metodologija istraživanja ... 28
6.1.1. Instrument istraživanja ... 28
6.1.2. Uzorak ... 31
6.2. Rezultati istraživanja ... 32
6.2.1. Socio-demografska obilježja uzorka ... 32
6.2.2. Stavovi i zadovoljstvo stanovnika Grada Pule Festivalom ... 35
6.2.3. Indeks iritacije stanovnika Grada Pule Festivalom ... 43
6.2.4. Društveni učinci Festivala na stanovnike Grada Pule ... 47
7. ZAKLJUČAK ... 54
Literatura ... 55
Popis tablica, slika i grafikona ... 58
Popis priloga ... 60

1. UVOD

1.1. Problem, predmet, objekt i ciljevi istraživanja

Objekt istraživanja ovog rada su kulturne manifestacije. Predmet rada je upoznavanje sa pojmom manifestacija. U fokusu će biti kulturna manifestacija od nacionalnog značaja – Pulski filmski festival. U Istri, i okolici, kao vrlo razvijenim turističkim destinacijama, kulturnog turizma i događaja ne nedostaje. Iako je ovakav jedan festival vrlo značajan za destinaciju i njezin razvoj, ipak se postavlja pitanje da li je dovoljno promoviran i poznat domicilnom stanovništvu, te koji su njihovi stavovi o Festivalu.

Problem ili istraživačko pitanje očituje se u društvenim učincima na stanovnike Grada Pule, čije je zadovoljstvo jedan od ključnih faktora za uspjeh manifestacije.

Ciljevi koji proizlaze iz predmeta, problema i objekta ovog istraživanja, jesu:

- teorijski istražiti i definirati pojam manifestacija, njihovih vrsta i karakteristika
- istraživanje i sistematizacije Pulskog filmskog festivala, njegovih operativnih i strateških smjernica
- analizirati rezultate provedenog istraživanja o stavovima lokalnog stanovništva Prema Festivalu
- analizirati društvene učinke Pulskog filmskog festivala

1.2. Metode istraživanja

Za potrebe ovog diplomskog rada korišteni su sekundarni podatci. Sekundarni podaci mogu biti kvantitativni i kvalitativni, a prigodni su za izviđajna, opisna i uzročna istraživanja.[1] Kada bi ih se klasificiralo, korišteni su:

- Podaci iz dokumenata
- Podaci iz anketa
- Podaci iz višestrukih izvora

[1] Verčić, T.A., Ćorić, S.D, Vokić, N.P.: Priručnik za metodologiju istraživačkog rada u društvenim istraživanjima; M.E.P. Zagreb, 2011., str. 88.

Za potrebe istraživanja ovog rada sastavljena je anketa kojom se htjelo utvrditi stavove i zadovoljstvo lokalnog stanovništva Pulskim filmskim festivalom. Na samome početku ankete, ispitanici su trebali ocijeniti svoju razinu zadovoljstva Festivalom i pojedinim organizacijskim aspektima manifestacije. Nadalje, nabrojane su bile zapreke koje su mogući razlozi neposjećivanja Festivala te su se ispitanici izjašnjavali u kojoj mjeri su pojedine od njih utjecale. Nadalje, anketom se htjelo procijeniti stvaranje određenih društvenih učinaka i u kojoj razini. Na kraju ankete dana su pitanja koja se tiču profila posjetitelja (spol, dob, stupanj obrazovanja, zanimanje), te su ispitanici mogli napisati kritike, pohvale, prijedloge.

1.3. Struktura rada

Diplomski rad s naslovom Analiza stavova odabranih dionika kulturne manifestacije "Pulski filmski festival" uz uvod i zaključak dijeli se na pet dijelova u kojima se analiziraju problemi, predmeti i objekti istraživanja i dokazuju postavljeni ciljevi istraživanja.

Prvo poglavlje uvod je u problematiku i predmet istraživanja. Obrazloženi su objekti istraživanja, metode istraživanja i prikazana je struktura rada. Drugo poglavlje *Menadžment kulturnih manifestacija* definira vrstu i karakteristike manifestacije te su objašnjeni društveni učinci manifestacije. Iduće poglavlje *Glavna obilježja Pulskog filmskog festivala* bazira se na osnovnim podacima Ustanove i manifestacije.

Četvrta i peta cjelina su najobimnije i obrađuje primjer Pulskog filmskog festivala kao jedne manifestacije od kulturnog značaja. Strateške smjernice, misija, vizija, ciljevi te SWOT i PEST analiza detaljno su obrađene teme u četvrtom poglaclju. Peto poglavlje *Operativne smjernice Pulskog filmskog festivala* predstavlja program Festivala, ocjenjivačke sudove, objašnjava ulogu odjela za goste, marketinga i odnosa s javnošću, a prikazana je i usporedba Pulskog filmskog festivala od 2013. do 2016. godine. U šestom poglavlju *Analiza rezultata istraživanja* prikazani su rezultati provedene ankete, te metodologija istraživanja iste.

2. MANADŽEMENT KULTURNIH MANIFESTACIJA

2.1. Vrste manifestacija i definicija kulturnih manifestacija

Kulturne manifestacije se smatraju prostorno - vremenskim fenomenom s činjenicom da nikada nisu iste. One su snažan pokretač turizma i zauzimaju veliko mjesto u marketinčkim planovima. Manifestacije obično definiraju kao posebnu aktivnost izvan običnog svakodnevnog života.

Manifestacije su organizirane društvene pojave sa specifičnim sadržajem, profilom sudionika, brojem posjetitelja i vremenom trajanja, koje karakterizira značaj sadržaja, važnost sudionika, značaj rezultata, odnosno masovnost pojave.[2] Kod procesa stvaranja manifestacije svoje postoje određeni parametari: svrha manifestacije, tema, resursi, organizacijski tim, lokacija – mjesto održavanja, publika i oglašavanje.

Festivali su vrlo značajni oblici difuzije kulture, budući da se stvaralaštvo na njima vrednuje nagradama, čime se ostvaruje uvid u umjetničke domete. Svojim svečanim karakterom, festival je privlačan i najširoj publici.[3] Održavanjem festivala grad dobiva dodatnu dimenziju. Festivalom se stvaraju nova značenja, prenamjenjuju gradski prostori, festivalski sudionici dobivaju mjesto za susret i interakciju.[4]

Kulturni festivali, u području kulturnih i kreativnih industrija, u sve su većem fokusu na nacionalnoj i globalnoj razini. Jedna od kulturnih industrija je i film. U toj industriji zaposlenici su mnogi filmski djelatnici. S obzirom na tendencije razvoja kulturnih i kreativnih industrija, ne začuđuje sve veća zainteresiranost stanovništva za filmske festivale. Postoji nekoliko podjela manifestacija, koje se mogu grupirati u dvije skupine, prva skupina podrazumijeva manifestacije klasificirane po veličini, a u druga skupina manifestacije klasificirane po formi i sadržaju.[5]

S obzirom na veličinu, postoje mega događaji ili „eventi“. Oni privlače veliki broj posjetitelja, donose prestiž i imaju veliki značaj za cjelokupno gospodarstvo jedne zemlje. Kao primjer moguće je navesti Olimpijske igre, Octoberfest u Berlinu i Pulski

---

[2] Kesar O.: Specifični oblici turizma, nastavni tekst za predavanje na kolegiju Specifični oblici turizma na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, 2015.

[3] Dragićević Šešić, M., Stojković, B.: Kultura- menadžment/animacija/marketing, Kulturno informativni centar, Zagreb, 2013., str. 161.

[4] Kelemen, P., Škrbić Alempijević, N.: Grad kakav bi trebao biti-Etnološki i kulturnoantropološki osvrti na festivale, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2012., str. 324.

[5] Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O i suradnici: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav , Školska knjiga, Zagreb, 2011.; str. 152.

filmski festival koji je poznat na nivou države. Regionalni događaji postoje prvenstveno radi manifestacija lokalnog karaktera destinacije i interkulturnih odnosa, primjerice Motovun film festival, Vinistra. Lokalni događaji, kao posljednja kategorija vezuju se uz predstavljanje života domaćeg stanovništva.[6]

Prema formi i sadržaju, manifestacije je moguće podijeliti u tri skupine[7]:

- Festivali
- Sportska događanja
- MICE industrija ili poslovna događanja.

Prema Getz-u manifestacije je još moguće podijeliti:[8]

- S aspekta organizatora – jedinstveni i neponovljivi specijalni događaji koji su izvan uobičajenih programa organizatora
- S aspekta posjetitelja – prilika za odmor, društveno iskustvo izvan svakidašnjih događaja.

Prema Trošt-Lesić, manfestacije se još mogu podijeliti na:[9]

- umjetničke manifestacije,
- kulturne manifestacije,
- sportske i rekreacijske manifestacije,
- turističke manifestacije,
- poslovne manifestacije,
- vjerske manifestacije,
- ekološke manifestacije
- obrazovne i znanstvene manifestacije.

[6] Gržinić J.,: Međunarodni turizam, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „ Dr. Mijo Mirković“ Pula, Pula, 2014.; str. 181.
[7] Pivčević, S.: Upravljanje manifestacijama, materijali s predavanja, Sveučilište u Splitu, 2012/13.
[8] Getz, D., Event Management and Event Torism, Cognizant Communication Corporation, New York, 1997.
[9] Trošt – Lesić, K.: Osnove turizma manifestacija: vrste, lokacija i doživljaji, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Power point prezentacija

2.2. Karakteristike manifestacija

Manifestacije su sve poznate po određenim karakteristikama:[10]

- Iziskuju visoka financijska ulaganja
- Održavaju se u kratkom vremenskom razdoblju
- Iziskuju dugotrajno i pažljivo planiranje
- Obično se održavaju samo jednom
- Predstavljaju visok rizik, posebno financijski i sigurnosni
- Radi se o jedinstvenom životnom iskustvu.

Ukoliko manifestacije promatramo kao usluge, obilježja mogu biti i:[11]

- realizacija i „trošenje“ manifestacije su nedjeljivi, tj.odvijaju se u isto vrijeme,
- budući su kompleksne, izrazite su varijacije u njihovoj kvaliteti,
- neopipljive su i ne mogu biti u ničijem posjedu,
- specifične su i svaka je drugačija pa ih je teško vrednovati,
- neuskladištive su.

2.3. Društveni učinci manifestacija

Svaka kulturna manifestacija može se promatrati kroz nekoliko najvažnijih aspekata: društveni, ekonomski, politički i kulturni. Njihovom kombinacijom posjetitelji i svi sudionici stvaraju svoje dojmove i uvjerenja, te uvelike utječe na stvaranje imidža događaja i destinacije. Organizatori, kako bi uspješno realizirali manifestaciju moraju predvidjeti sve potencijalne negativne i pozitivne učinke.

Društveni učinci uvelike mogu utjecati na promjene ponašanja lokalnog stanovništva, a jednako tako i turista i ostalih posjetitelja. Cilj svakog organizatora je definitivno jaćanje ponosa lokalnog stanovništva. Kod istraživanja društvenih učinaka najveća usmjerenost je na percepciji i stavovima rezidenata.

---

[10] Van Der Wagen, L., Carlos, B., Event Management – Upravljanje događanjima, Za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja, Mate d.o.o, Zagreb, 2008., str. 2.

[11] Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj. (2006): Marketing i menadţment u kulturi i umjetnosti, Masmedia d.o.o., Zagreb, str. 269.

Kod idealnih pozitivnih učinaka mogu se navesti:

- ponos zajednice
- dijeljenje pozitivnih iskustava
- očuvanje i slavljenje tradicije
- sudjelovanje lokalne zajednice.

Od negativnih učinaka kojih se svi organizatori i suorganizatori pribojavaju značajni su:

- negativni imidž zajednice, destinacije, manifestacije
- društvena nejednakost
- otuđenje zajednice
- devastacija
- konflikti lokalne zajednice i posjetitelja
- otpor prema manifestaciji.

Pokazatelji društvenih učinaka manifestacije jesu:[12]

1. Slavljenje vrijednosti zajednice

- Osjećaj pripadnosti zajednici
- Odnos posjetitelja i domicilnog stanovništva.

2. Ponos zajednice

- Broj pozitivnih pisama sa dojmovima uredniku lokalnih novina
- Broj pozitivnih dojmova na Internet forumu.

3. Kvaliteta života rezidenata i posjetitelja:

- Obogaćivanje sadržaja za provođenje slobodnog vremena posjetitelja i domicilnog stanovništva
- Stvaranje/obnavljanje društvenih odnosa između posjetitelja i rezidenata
- Eliminiranje arhitektonskih barijera za slobodno kretanje hendikepiranih osoba
- Informiranje domicilnog stanovništva o donošenju odluke o održavanju manifestacije

[12] Trošt Lesić, K.: Učinci manifestacija i metode mjerenja, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

- Gubitak tradicionalnih vrijednosti
- Ometanje uobičajenog načina života domicilnog stanovništva
- Iskorištavanje i očuvanje tradicijske i kulturne baštine kao resursa u turističkoj ponudi.

4. Štete ugledu destinacije:
- Pretrpanost, zakrčenost, buka
- Kriminal, vandalizam.

Proučavajući problematiku odnosa turista sa životnom sredinom koju posjećuje, teoretičar Doxey razvio je indeks iritacije koji razlikuje pet faza koje opisuju odnos lokalnog stanovništva i posjetitelja.
One su:[13]

1. Euforija:
- Entuzijazam zbog turističkog razvoja
- Zajednički osjećaj zadovoljstva
- Mogućnost lokalnog participiranja
- Priljev novca i uspostava interesnih kontakata.

2. Apatija:
- Širenje industrije
- Prihvat turista radi zarade
- Veća zainteresiranost za ostvarenje profita
- Osobni kontakti postaju formalniji.

3. Iritacija:
- Industrija je gotovo dosegla točku saturacije
- Ekspanzija objekata je nužna
- Zadiranje u lokalni način života.

[13] Križman Pavlović, D.: Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2008., str. 207.

4. Antagonizam:

- Iritacija postaje otvorenija
- Turist se promatra kao nagovjestitelj svega lošeg
- Opća pristojnost daje prostora antagonizmu.

5. Posljednja faza:

- Okoliš se bespovratno mijenja
- Resursna osnova i tip turista su promijenjeni
- Suočavanje s izazovima masovnog turizma.

3. GLAVNA OBILJEŽJA PULSKOG FILMSKOG FESTIVALA

Pulski filmski festival kulturna je manifestacija od nacionalnoga značenja koja svojim programom njeguje i promiče umjetničke vrijednosti suvremenoga hrvatskog i međunarodnoga filmskog stvaralaštva te naslijeđe hrvatske i svjetske kulturne baštine na području filmske umjetnosti.[14] Festival organizira Javna ustanova Pula Film Festival. Festivalom rukovodi ravnatelj JU Pula Film Festival.

U pravilu, Festival se održava u drugoj polovici srpnja, u Puli. Iz godine u godinu sve je više festivalskih lokacija, no brojka se vrti od 15 do 19 lokacija. Glavni program Festivala odnosi se na projekcije filmova u Amfiteatru Arena s trajanjem od sedam dana. Priprema i organizacija Pulskog filmskog festivala višesložan je, dugotrajan proces koji se odvija tokom cijele godine. Ono bez čega se ne bi mogao održati Festival jesu potpore Ministarstva kulture RH, Grada Pule i Istarske županije. Također, podršku Festivalu su pružile i HTZ, TZ Grada Pule , TZ Istarske županije i Hrvatski Telekom.

U Tablici 1. prikazana je organizacijska struktura, mjesto i datum održavanja, te programski dio Pulskog filmskog festivala 2016. godine

Tablica 1.: Organizacijska struktura i program 63. Pulskog filmskog festivala

Organizator manifestacije :	JAVNA USTANOVA PULA FILM FESTIVAL
Odgovorna osoba:	Gordana Restović, ravnateljica
Pokroviteljstvo:	Pod visokim pokroviteljstvom Ministarstva kulture Republike Hrvatske
Organizacijski odbor:	<u>Upravno Vijeće</u> Članovi: 1. Jasna Jaklin - Majetić, predsjednica 2. Vesna Sajić, član 3. Amra Pende, član 4. Ivan Nekić, član 5. Tamara Brščić, član <u>Umjetnički savjet</u> Članovi: 1. Hrvoje Pukšec, predsjednik

[14] Statut Pulskoga filmskog festivala, Festivalsko vijeće, Pula, 2014.

	2. Mike Downey, član 3. Tanja Miličić, član <u>Festivalsko Vijeće</u> Članovi: 1. IŽ – župan Valter Flego 2. Grad Pula – gradonačelnik Boris Miletić 3. HAVC – Hrvoje Hribar, ravnatelj 4. HRT – Siniša Kovačević, ravnatelj 5. DHFR – Danilo Šerbedžija, predsjednik 6. HDFD – Maja Vukić, predsjednica 7. HUP – Boris T. Matić, predsjednik 8. JU Pula Film Festival – Jasna Jaklin – Majetić 9. IŽ – Valter Boljunčić 10. IŽ – Vladimir Torbica, pročelnik 11. Grad Pula – Klara Udovičić 12. Ana Lederer, pomoćnica ministra
Događanja u sklopu Pulskog filmskog festivala :	1. Filmska 2. Glazbena 3. Izložbe 4. Pula PROfessional 5. Radionice za mlade 6. Post program P.S. Pula - Kaštel
Datumi održavanja događanja:	1. Pulski filmski festival – srpanj 2. Post program P.S. Pula - kolovoz
Mjesta održavanja događanja:	1. Arena 2. Festivalski centar – Circolo 3. Muzejsko – galerijski prostori 4. Dom hrvatskih branitelja 5. Kino Valli 6. INK – Gradsko kazalište Pula 7. Giardini 8. HGK – ŽK Pula 9. PPMI - Kaštel
Programi manifestacije:	1. Filmski programi 2. Radionice RED i Baltazar 3. Glazbeni program 4. Izložbe 5. Pula PROfessional

Izvor: Vlastita izrada autorice

4. STRATEŠKE SMJERNICE PULSKOG FILMSKOG FESTIVALA

4.1. Misija, vizija i ciljevi Pulskog filmskog festivala

Misija Pulskog filmskog festivala je poticanje filmske umjetnosti i razvoj svih segmenata filmske djelatnosti na dobrobit društva u kome djeluje. Pulski filmski festival će unapređivati filmsko stvaralaštvo, suradničke kulturne odnose i sudjelovati u participiranju kulture kao razvojne snage destinacije.
Pulski filmski festival kao viziju ima ostvarivanje filmskih i drugih kulturnih programa koji bi bili od strateške važnosti za destinaciju. Ciljevi kojima teži ustanova jesu prepoznavanje Javne ustanove Pula Film Festival kao samostalne Ustanove, podizanje ugleda ustanove i Festivala, prisutnost Pulskog filmskog festivala i propagiranje vlastitih programa tokom cijele godine, kvalitetno obavljanje djelatnosti te reprezentativnost pri potencijalnom stjecanju poslovnih partnera.[15]

Ostali ciljevi Pulskog filmskog festivala su:

- Provođenje radionica,
- Organiziranje izložbi, manifestacija, tribina i sl. vezano za filmsku umjetnost
- Izdavanje publikacija, časopisa i ostalih zapisa vezanih uz manifestaciju PFF
- Suradnja sa svim srodnim festivalima na nacionalnoj i međunarodnoj razini
- Povezivanje sa drugim sektorima
- Poticanje zainteresiranosti građana i njihovih gostiju za filmsku umjetnost
- Educiranje i uključivanje djece u filmsku kulturu
- Povezivanje pojedinaca u području filmske umjetnosti, medija, audiovizualne umjetnosti, i drugih alternativnih oblika kulturnog stvaralaštva.

4.2. SWOT analiza

SWOT je sredstvo za analizu situacije poduzeća koje se temelji na utvrđivanju strateških čimbenika koji se mogu okarakterizirati kao snage, slabosti, prilike i prijetnje.[16]

[15] ZAKLJUČAK o davanju suglasnosti uporabovniku Javnoj ustanovi Pula Film Festival, Pula, 2010.
[16] Gonan Božac, M.: SWOT analiza i TOWS matrica – sličnosti i razlike, Pula, 2008.

U nastavku je izrađena SWOT analiza na primjeru Pulskog filmskog festivala.

Snage Pulskog filmskog festivala jesu:

- Ljudski potencijal- iskustvo, znanje i volja zaposlenika, raznovrsnost kompetencija
- Razvijena kulturna infrastruktura
- Prepoznatljivost destinacije
- Atraktivni programi
- Raznovrsnost programa
- Izvrsna suradnja s TZ Pule i gradske uprave s nositeljima manifestacije
- Efikasna i fleksibilna organizacija poslovanja
- Dobar poslovni imidž u regiji i suradnja s brojnim udrugama, ustanovama i pojedincima
- Dobra reputacija i umreženost
- Zadovoljavajuća komunikacija s medijima
- Veliko iskustvo u provođenju projekata
- Postojeća tradicija
- Velik broj kulturnih programa i projekata
- Spoj kulture i turizma
- Filmski identitet grada, preuređeno kino.

Slabosti Pulskog filmskog festivala jesu:

- Visoki troškovi
- Nedostatak suradnje s institucijama izvan Istre i Zagreba
- Nepovezanost sa institucijama srodnih djelatnosti
- Nedostatak kadrova i financijskih sredstava za poslovanje sukladno standardima
- Nedovoljna povezanost s lokalnom sredinom
- Određeni prostori nisu adekvatno pripremljeni
- Loša komunikacija unutar sektora i među sektorima,
- Nedostatak programa
- Nepostojanje web stranice na više svjetskih jezika
- Ograničenost broja stalnih zaposlenika
- Istovremeno održavanje manifestacija unutar regije

- Nepostojanje škola za filmsko obrazovanje u regiji
- Nedostatna financijska sredsta za ostvarivanje novih programa.

Prilike Pulskog filmskog festivala jesu:

- Stvaranje sinergije s drugim sektorima- turizam, kulturne industrije i dr.
- Pozitivan publicitet
- Izgradnja imidža
- Povoljan položaj
- Mogućnost plasmana destinacije na inozemnom tržištu
- Uvođenje novih sadržaja u fimsku djelatnost
- Povezivanje s drugim Festivalima
- Potpora lokalnih i regionalnih vlasti
- Korištenje prostora dodjeljenog od strane grada
- Privlačenje novih volontera
- Spoj edukacije i umjetnosti
- Razvitak odnosa kulture i turizma
- Veliki broj turista- različite potrebe, programi
- Suradnja sa školama, fakultetima
- Kandidatura Grada za Europsku prijestolnicu kulture
- sudjelovanje na natječajima za prijave iz EU fondova.

Prijetnje Pulskog filmskog festivala jesu:

- Povećanje obima poslova
- Utjecaj vremenskih nepogoda
- Utjecaj financijske krize
- Rast troškova poslovanja
- Negativan publicitet
- Nemogućnost novog zapošljavanja uslijed gospodarske krize
- Pitanje osobne sigurnosti
- Konkurencija manifestacija koje se odvijaju u istom vremenskom periodu u blizini ili manifestacija sličnog sadržaja koje mogu konkurirati.

4.3. PEST analiza

PEST analiza je analiza ključnih političko pravnih, ekonomskih, socijalnih i tehnoloških trendova u okolini koji mogu djelovati prijeteće ili poticajno na razvitak lokalne zajednice.[17]

Političko okruženje Pulskog filmskog festivala:

- Izmjena načina odlučivanja
- Potpora Ministarstva kulture RH, Grada Pule i Istarske županije
- Vrednovanje programa prema novim kriterijima
- Slabljenje proračunske potpore uslijed krize
- Utjecaj izmjena regulative
- Izravno djelovanje političkih promjena.

Ekonomsko okruženje Pulskog filmskog festivala:

- Promjene i trendovi u makroekonomskom okruženju
- Loš utjecaj pad BDP-a i ekonomske krize
- Nepovoljna nacionalna i globalna ekonomska situacija
- Smanjene mogućnosti sponzorstva
- Slabija platežna moć korisnika
- Smanjenje proračunskih sredstava
- Nemogućnost otvaranja novih radnih mjesta
- Loša financijska situacija u drugim kulturnim ustanovama.

Sociološko okruženje:

- Promjene u načinu života korisnika
- Sve starije stanovništvo
- Smanjena mobilnost
- Zahtjevi mlađe populacije
- Promjene u platežnoj moći populacije
- Održivost projekata
- Klimatske promjene

[17] Pfeifer, S.: Analiza eksterne okoline, http://www.efos.unios.hr/arhiva/dokumenti/strateski_02.pdf, preuzeto (5.9.2015.)

- Postoji tradicija.

Tehnološko okruženje Pulskog filmskog festivala:

- Razvoj posebnih vještina
- Moderne tehnologije
- Spremnost i opremljenost ustanove
- Primjena novih tehnologija
- Ulaganje u istraživanje i razvoj filmske djelatnosti.

5. OPERATIVNE SMJERNICE PULSKOG FILMSKOG FESTIVALA

Organizacijski izazovi manifestacije na otvorenom, poticaji su za usavršavanjem ponuđenih programa primjenjivanjem povratnih informacija sudionika. Šezdesetogodišnja poruka se i dalje uspješno prenosi i okuplja raznolikost razgranatih potkategorija koje čine neosporan doprinos kulturnom i društvenom segmentu zajednice iz kojeg proizlazi njegova vrijednost.
Kategorijske obveze koje proizlaze iz programskog i organizacijskog obećanja, sabiru oko sebe međuinstitucionalnu stručnu i poslovnu suradnju. Iz tih obveza nadalje proizlaze odgovornosti koje se ispunjavaju kontekstualno na srodnim poljima. Dvojakost stručne javnosti i potrošača kriteriji su koji smještaju Pulski filmski festival u tržišnom okruženju usmjerenog ka isticanju organizacije kvalitetnog i profesionalnog programa koji svoji postojanost temelji na opravdanosti povratne informacije.

5.1. Program Festivala

Javna ustanova Pula Film Festival kroz svoje područje djelovanja povećala je kvalitativne i kvantitativne potencijale organizacije. Programi su sustavno uspostavljeni kao održivi i trajni kroz sistem edukacija, radionica ili usavršavanja. Popratni programi ponekad izlaze iz okvira zadane forme (izložbe, koncerti) no fokusiraju se prvenstveno na promociji Sedme umjetnosti. Cilj je poboljšati promociju nacionalne produkcije, privući stručnjake u programima profesionalnih usmjerenja, privući međunarodnu pažnju i održati programe koji ostvaruju vrsne rezultate.

Program Festivala podijeljen je na glavni i prateći program (Tab. 2).

Tablica 2.: Program 61. Pulskog filmskog festivala, 2014.

GLAVNI PROGRAM		
Hrvatski program	Međunarodni program	Pulica

PRATEĆI PROGRAM	
Ostali filmski programi 1. Festivalska kinoteka 2. Studentski program 3. Posvećeno/Fokus/ Retrospektiva	Ostali programi 1. Industrijski i mrežni programi 2. Radionice 3. Tematski diskusijski paneli

Izvor: Vlastita izrada autorice prema Statutu Pulskog filmskog festivala.

Hrvatski program natjecateljskog je karaktera. Za Hrvatski program objavljuje se javni poziv. Na prvoj večeri svečanog otvaranja u Areni ne može biti prikazan film koji je već distribuiran u Republici Hrvatskoj, a prioritetni status prikazivanja imaju oni koji još nisu prikazivani u RH.

U kategoriji Hrvatski program prikazuju se:

- Hrvatski film: filmovi koji su dobili potporu na natječaju HAVC-a kao hrvatske produkcije kao i filmovi u kojima je hrvatski produkcijski udio ili sudjelovanje hrvatskih filmskih umjetnika veće od 50%
- Manjinska hrvatska koprodukcija: filmovi u kojima je udio hrvatskog producenta (uključujući potporu HAVC-a, vlastito ulaganje producenta, ulaganje televizija, prodaju televizijskih prava, distribucijske ugovore, neizravna ulaganja itd.) najmanje 10% ukupnog proračuna filma.[18]

Međunarodni program natjecateljskog je karaktera. U kategoriji Međunarodni program prikazuje se izbor suvremenih europskih i svjetskih dugometražnih, srednjemetražnih i kratkometražnih filmova.[19]

Program Pulice posebno je važan jer postavlja temelje za gledanjem alternativnog, manje komercijalnog filmskog sadržaja kojima su djeca svakodnevno izložena. Filmove ocjenjuje publika. Prikazuje se izbor međunarodnih i nacionalnih,

[18] Statut Pulskoga filmskog festivala, Festivalsko vijeće, Pula, 2014.
[19] Statut Pulskoga filmskog festivala, Festivalsko vijeće, Pula, 2014.

dugometražnih, srednjemetražnih i kratkometražnih filmova namijenjenih djeci i mladima.

Ostali filmski programi

- Festivalska kinoteka- prikazuju se filmovi koji su obilježili povijest Pulskog filmskog festivala
- Studentski program- prikazuju se nacionalni, europski i svjetski dugometražni, srednjemetražni i kratkometražni filmovi
- Posvećeno/Fokus na/Retrospektiva- odabrani filmski autor, kinematografija ili žanr.

Popratne programe čine industrijski i mrežni programi, edukacijske radionice i tematski diskusijski paneli.

5.2. Ocjenjivački sud Festivala

Ocjenjivački sud Festivala sastavljen je od:

- Žirija za Hrvatski program
- Žirija za Međunarodni program

Hrvatski žiri sastoji se od predsjednika i četiri člana, koje Vijeće imenuje najkasnije 30 dana prije početka Festivala. Redatelj filma dobitnik Velike Zlatne Arene za najbolji film Festivala tekuće godine, poziva se sljedeće godine u članstvo Hrvatskog žirija. Članstvo u žiriju po osnovi navedenoj u prethodnom stavku ne može se ponovno ostvariti sljedeće 4 godine te se tada član žirija bira sukladno odredbama koje vrijede za izbor ostalih članova žirija.

Međunarodni žiri sastoji se od predsjednika i dva člana, koje Vijeće imenuje najkasnije 30 dana prije početka Festivala. Član Žirija ne može biti osoba koja je na bilo koji način sudjelovala u pripremi i realizaciji filma koji se natječe za nagrade. Članovi Žirija pristupaju radu nakon potpisivanja ugovora kojim prihvaćaju obveze i prava koje proizlaze iz Pravilnika o statusu i financiranju Pulskoga filmskog Festivala i Statuta.

5.3. Komunikacija s gostima

Hospitality je odjel Pulskog filmskog festivala koji je zadužen za poslovnu komunikaciju i odnose s gostima Festivala. Njihova zaduženja počinju mnogo prije početka održavanja same manifestacije. Zaduženi su za komunikaciju s gostima, dogovaranje dolazaka filmskih ekipa i ostalih gostiju Festivala, rezerviranje smještaja i avionskih karti i sl.
U Privitku 1. i 2. prikazani su primjeri poziva filmske ekipe na Festival i poziva na svečano otvaranje.

5.4. Odjeli za goste i marketing

5.4.1. Odjel za goste

Za potrebe smještaja gostiju raspisuje se javna nabava te je najveći dio gostiju smješten u objektima Arenaturista.

Protokol. Za svečano otvorenje Festivala u Areni državni dužnosnici pozivaju se protokolarnim dopisima, a osim toga poslane su i:

- pozivnice za svečanu ložu u Areni
- pozivnice za bočne lože (numerirana mjesta)
- pozivnice za domjenak dobrodošlice
- obične pozivnice (nema osigurano mjesto za sjedenje)
- pozivnice za domjenak Black&White

Akreditacije. Ured za akreditacije obavlja: izradu i podjelu akreditacija, podjelu kataloga i poklona, izrađuje listu gostiju na hrvatskom i engleskom jeziku za web i preuzimanje, koordinira video-bar (primanje rezervacija, izrada rasporeda, asistencija korisnicima video bara).

Prijevoz. Za potrebe prijevoza gostiju koriste se vlastiti vozači i vozila sponzorske kuće. Za VIP strane goste ugovara se avionski prijevoz.
Tijekom 63. Festivala prijeđeno je vlastitim vozilima 30.544 kilometara (2015. godine 33.099 km).

Prodaja. Cijena ulaznica za Arenu iznosila je 25,00 kn po večeri, a komplet ulaznica u pretprodaji 150,00 kn. Programi na svim ostalim lokacijama su besplatni.
Propusnice Prijatelj Festivala prodavale su se i izdavale na info punktu Festivala na Giardinima. Pravo na propusnicu, predočenjem odgovarajuće isprave, ostvarivali su umirovljenici, studenti i invalidi i njihova pratnja.

Festivalski suveniri. Za 63. Festival izrađeno je 8 novih suvenira za prodaju i poklone gostima Festivala: notes, majica (muška i ženska), shopping privjesak, sapun, antistres čovječuljak, frizbi, tenisice Startas, magnet. Osim toga, izrađene su i narukvice s identitetom 63. Festivala isključivo za podjelu kupcima ulaznica i gostima Festivala.
Suveniri su prodavani na info punktu Festivala. Tokom godine suvenire je moguće kupiti u Kinu Valli a novitet je i web shop.

5.4.2. Marketing

Svjetski ekspert za marketinšku strategiju i planiranje, Philip Kotler, marketing definira kao ljudsku aktivnost usmjerenu ka zadovoljavanju potreba i želja posredstvom preocesa razmjene. Odjel marketinga zadužen je za oglašavanje, sponzore, distribuciju te dio produkcijskih poslova.[20]
Osnovni zadaci odjela marketinga Pulskog filmskog festivala:

- Kontaktiranje sponzora i medijskih pokrovitelja
- Analiza sponzora
- Osmišljavanje promocije sponzora na festivalu
- Ugovaranje medijskih pokroviteljstva i sponzorstva
- Organizacija sponzorskih događanja i dr.

[20] Bencun Soldo, S.: Odnosi s javnošću vs. marketing u kulturi, preuzeto s http://hauska.hr/odnosi-s-javnoscu-vs-marketing-u-kulturi/ (8.9.2015.)

- Brendiranje festivalskih prostora
- Realizacija marketinške protučinidbe.

Ukupno je dogovorena suradnja sa 71 subjektom prema sljedećem:[21]

- 1 visoko pokroviteljstvo
- 6 potpora
- 1 partner Festivala
- 2 medijska partnera
- 32 sponzora
- 10 vinarija
- 1 proizvođač likera
- 3 glavna medijska pokrovitelja
- 15 medijskih pokrovitelja
- 4 obnovljene suradnje
- 3 realizirane prodaje.

Oglašavanje. Odjel marketinga osigurao je vanjsko i unutarnje oglašavanje u svrhu promocije Festivala. Vanjsko oglašavanje uglavnom je ostvareno bez naknade. Nastavljena je suradnja s lokalnim i nacionalnim medijima, te novim stranim medijima.

Neki od oblika vanjskog oglašavanja PFF:

- Emitiranje video špica, najave programa na lokadnim radio i TV postajama
- Direktan prijenos svečanog otvaranja HRT-a
- Najava festivala putem tv spotova partnera festivala
- Tiskani i elktronski oglasi
- Gostovanje sponzora u radio emisijama i dr. [22]

Oblici unutarnjeg oglašavanja su projekcija spota na raznim lokacijama i tiskovine.

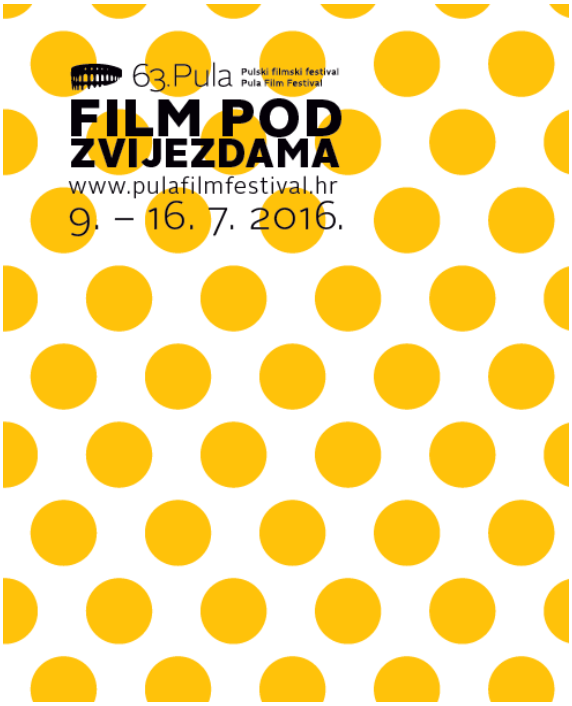
[21] Izvješće o ostvarenom programu 61.-og Pulskog filmskog festivala, JU Pula film festival, 2014.
[22] Izvješće o ostvarenom programu 61.-og Pulskog filmskog festivala, JU Pula film festival, 2014.

Odnosi s javnošću. Zaduženja odjela za odnose s javnošću su kreiranje, organiziranje i provođenje aktivnosti koja uključuju: odnose s medijima, vođenje konferencija za novinare, istupanje u medijima, organizacija online oglašavanja, osmišljavanje newslettera, organiziranje press akreditacija, nadzora rada tima fotografa, nadzor rada Press centra i mnogi drugi.

Vizualni identitet. Osnaživanje ponude i vrijednosti usko je povezan sa stvaranjem jasne analogije ključnih pojmova koji ga predstavljaju sa jednim i/ili ukupnim dijelom njegove ponude. Jasna komunikacija ostvarena je, primjerice, na predstavljanju i primjenjivanju vizualnog identiteta Pulskog filmskog festivala koji je objedinio inovativnost i promociju u jednom.
Autor vizualnog identiteta 63. Festivala je Studio Sonda iz Poreča. Festival je, izuzev noćnog, oduvijek bio i sadržajno, tematski i ciljano bogat dnevni događaj, stoga je kampanja bila usmjerena ka objedinjivanju dugogodišnjih programa koji se ne odvijaju samo u večernjim satima, već poput kruga/zvijezde čine cjelinu sa sveukupnim zbrojem danonoćnih filmskih i ne-filmskih program. Kroz zanimljiv grafički element žutog kruga (zvijezda), postale su dio filmske svakodnevnice, a na Festivalu razigrane po cijelom gradu i kroz razne aplikacije.[23]

[23] Jelena Fiškuš, Studio Sonda

Slika 1.: Vizualni identitet 63. Pulskog filmskog festivala



Izvor: Izvješće Pulskog filmskog festivala

5.5. Usporedba od 60.-og do 63. Pulskog filmskog festivala

Na 61. PFF-u prikazano je 163 filmova, uz 73.688 gledatelja. 60. Pulski Filmski Festival ostat će zapamćen po rekordnom broju filmova koji su prikazani u sklopu Nacionalnog programa – 14 hrvatskih filmova i 10 manjinskih koprodukcija. Ukupno je prikazano 128 filmova a projekcije je pratilo 71 751 gledatelja; filmove u Areni pogledalo je 56.700 gledatelja, u Kinu Valli 6.657, na Kaštelu 6.226, na Portarati 967, u Solarnom kinu 946, te u INK-u 255 gledatelja.[24] Na 62.-om Festivali prikazano je 140 filmova, a godinu kasnije ta brojka se povećala na 163.

Tablica 3: Podaci o Pulskom filmskom festivalu u periodu od 2013. do 2016. godine

	60. PFF (2013.)	**61. PFF (2014.)**	**62. PFF (2015.)**	**63. PFF (2016.)**
Broj prikazanih filmova	**128**	**163**	**140**	**163**
Broj posjetitelja	**71.751**	**73.688**	**62.000**	**57.000**

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima Izvještaja o poslovanju analiziranih godina.

[24] Pulski filmski festival u brojkama, http://www.istarski.hr/node/9709, preuzeto (05.09.2015.)

U Tablici 4. mogu se vidjeti ostali podaci o pokazateljima poslovanja 60., 61., 62. i 63. Pulskog filmskog festivala.

Tablica 4.: Pokazatelji poslovanja 60. – 63. Pulskog filmskog festivala

POKAZATELJ POSLOVANJA	60. PFF	61. PFF	62. PFF	63. PFF
Broj festivalskih dana	15	15	8	8
Broj festivalskih lokacija	19	15	14	15
Broj izložbi	6	4	5	6
Broj akreditiranih osoba	1374	1.512	1.695	1.414
Cijena ulaznica Arena	20,00 kn	20,00 kn	25,00 kn	25,00 kn
Broj koncerata	14	10	8	8
Broj medijskih objava	768	500	537	566
Broj polaznika radionica za djecu i mlade	67	51	53	44
Broj volontera	18	25	46	29

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima arhive JU Pula Film Festival.

Iz Tablice 4. može se iščitati kako je broj festivalskih dana i cijena ulaznice za projekcije u Areni bila ista u prve dvije godine. Godine 2015. i 2016. broj dana je smanjen iz razloga što je filmski program na Kaštelu premješten za sredinu kolovoza. Broj volontera, akreditiranih osoba i broj korisnika mobilne aplikacije viši je u 2014.-oj godini, dok je broj polaznika radionica, broj medijskih objava, koncerata, izložbi i festivalskih lokacija bio veći 2013.-e godine, za vrijeme trajanja 61. Pulskog filmskog festivala.

U nastavku, izrađena je tablica koja prikazuje financijsko izvješće Pulskog filmskog festivala. Izvještaj je sastavljen prema knjigovodstvenom načelu. Cilj financijskih izvješća je informiranje zainteresiranih korisnika o financijskom položaju poduzeća kao i o uspješnosti poslovanja.[25]

Tablica obuhvaća podatke 60.-og, 61.-og, 62.-og i 63.-eg Pulskog filmskog festivala.

[25]Žager K., Žager L.: “Analiza financijskih izvještaja”, Masmedia, Zagreb 1999., str. 33.

Tablica 5.: Financijsko izvješće Pulskog filmskog festivala - po knjigovodstvenom načelu

Red. br.	OPIS	REALIZACIJA 60. PFF	REALIZACIJA 61. PFF	REALIZACIJA 62. PFF	REALIZACIJA 63. PFF
I.	**PRIHODI**	5.559.678,00	4.012.328,00	4.130.860,00	4.030.670,00
1.	PRIHODI IZ PRORAČUNA	3.601.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00	3.000.000,00
1.1.	Grad Pula	1.350.000,00	1.190.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00
1.2.	Istarska županija	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00
1.3.	Min. kult RH	2.021.000,00	1.800.000,00	1.800.000,00	1.800.000,00
1.4.	Min kult RH- za izložbu	30.000,00	0,00	0,00	0,00
2.	VLASTITI PRIHODI	1.958.678,00	822.328,00	1.130.860	1.030.670,00
2.1.	Ulaznice, propusnice	519.752,00	277.328,00	546.198,00	397.586,00
2.2.	Sponzorstvo u novcu	540.442,00	335.000,00	363.893,00	472.074,00
2.3.	Donacije u novcu	130.000,00	0,00	0,00	0,00
2.4.	MEDIA	150.750,00		0,00	0,00
2.5.	TZ GRADA PULE		80.000,00	80.000,00	80.000,00
	TZ ISTARSKE ŽUPANIJE		10.000,00	10.000,00	20.000,00
2.8.	Ostali vlastiti	38.579,00	0,00	10.769,00	42.476,47
II.	**RASHODI**	**5.549.948,00**	**4.012.328,00**	**4.130.428,00**	**4.012.328,00**
1.	Materijalni rashodi	5.539.476,00	4.007.328,00	3.989.896,00	3.957.328,09
2.	Financijski rashodi	10.472,00	5.000,00	10.532,00	5.000,00
3.	Donacije	0,00			30.000,00
4.	Očekivani troškovi do kraja godine	0,00		130.000,00	20.000,00
	VIŠAK/MANJAK PRIHODA	9.730,00	0,00	432,00	1.628,61

Izvor: vlastita izrada autorice prema podacima iz Izvješća o ostvarenom programu 60.,61.,62.,63. PFF

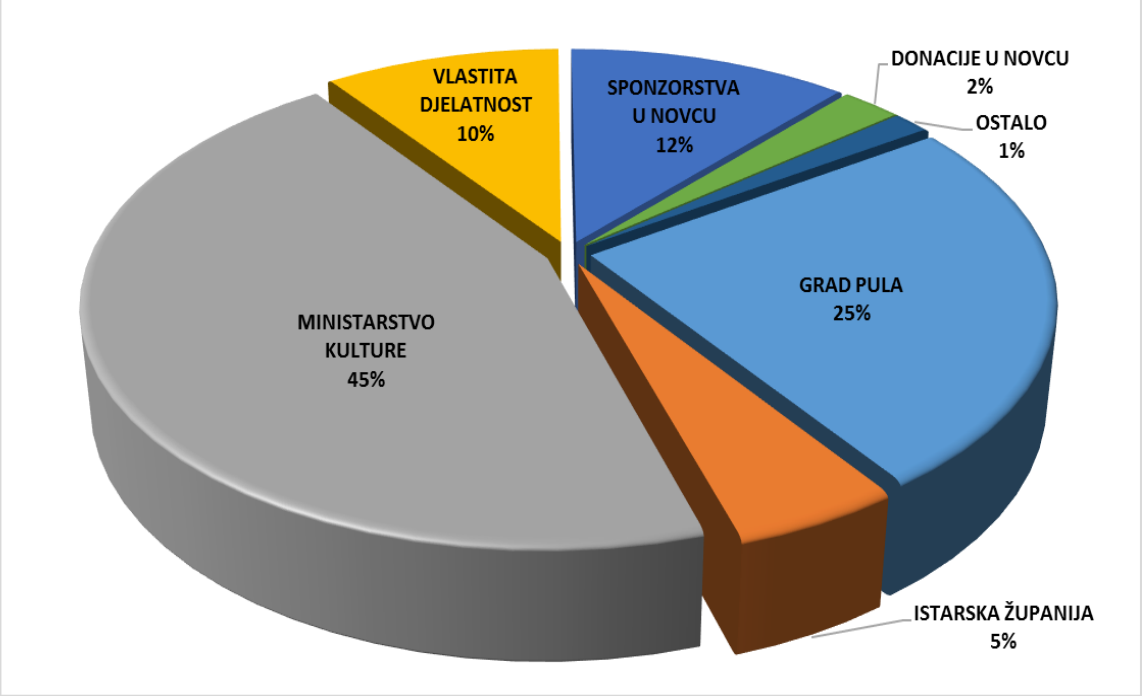
U Tablici 5. prikazano je financijsko izvješće Pulskog filmskog festivala za 2013., 2014., 2015. i 2016. godinu. Ukupni prihodi 60. PFF-a iznosili su 5.559.678,00 kn, 61. PFF-a 4.013.956,70, 62. 4.130.860,00, te 63. PFF-a 4.030.670,00. Tu je vidljivo kako su prihodi 63. PFF-a u odnosu na 60.-i obljetnički smanjeni za 1.529.008,00 kn. Po knjigovodstvenom načelu vidljiv je višak prihoda u tri godine. Višak prihoda u

2013. godini je iznosio 9.730,00 kn, 2015. godine 432,00 kn[26], a 2016. godine 1.628,61 kn.[27]

Iznosom od 200.000,00 kn Istarska je županija 2013. godine sufinancirala Festival igranog filma. Iz državnog je proračuna tijekom 2013. godine oprihodovano 2.241.365 kn, dok je iznosom od 2.051.000 kn država sufinancirala Festival igranog filma.[28] JU Pula Film Festival 2014. godine je oprihodovala 1.959.440 kn iz državnog proračuna, čime je sufinanciran Festival igranog filma u iznosu od 1.800.000 kn.[29] 2015. i 2016. godine donacije od Grada Pule, Istarske županije i Ministarstva kulture bile su nešto niže.

Viši prihodi, no isto tako i rashodi 60. PFF-a rezultat su obilježavanja visoke 60.-e obljetnice Festivala.

Grafikon 1.: Struktura prihoda 63. Pulskog filmskog festivala



Izvor: Izrada prema podacima iz Tablice 5.

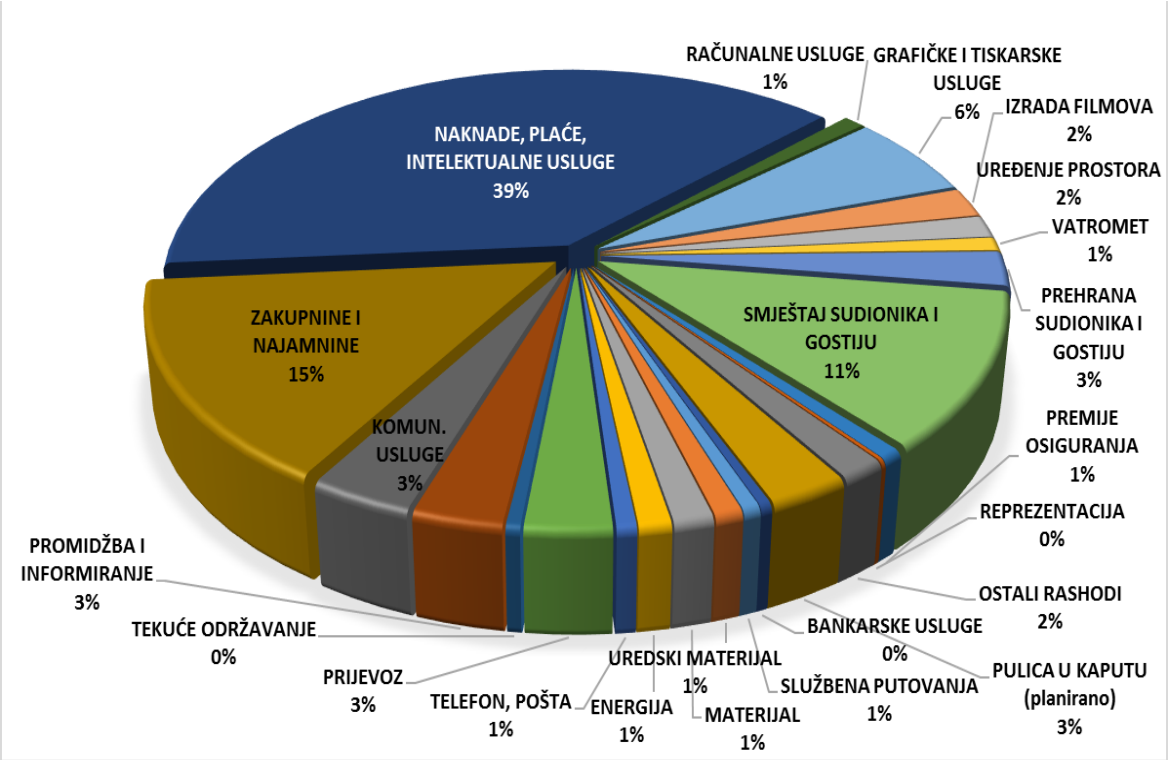
[26] Izvještaj o poslovanju za 2015. godinu JU Pula Film Festival, Pula, 2016.

[27] Izvještaj o poslovanju za 2014. godinu JU Pula Film Festival, Pula, 2015.

[28] Izvještaj o poslovanju za 2013. godinu JU Pula Film Festival, Pula, 2014.

[29] Izvještaj o poslovanju za 2014. godinu JU Pula Film Festival, Pula, 2015.

Grafikon 2.: Struktura rashoda 63. Pulskog filmskog festivala



Izvor: Izrada prema podacima iz tablice 5.

6. ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

6.1. Metodologija istraživanja

6.1.1. Instrument istraživanja

Instrument istraživanja za prikupljanje primarnih podataka bio je strukturirani anketni upitnik namijenjen posjetiteljima Pulskog filmskog festivala (Slika 2.) koji se sastoji od 5 pitanja. Kroz tri pitanja ispitanici su trebali dati ocjene na 23 tvrdnji. Pitanja su zatvorenog tipa s ponuđenih pet stupnjeva intenziteta u odgovorima. Prvi dio anketnog upitnika se sastoji od četiri pitanja i odnosi se na razinu zadovoljstva Festivalom, moguće zapreke koje su utjecale na neposjećivanje Festivala, utjecaj na stvaranje nekih od ponuđenih učinaka i osjećaje posjetitelja prema Festivalu. U drugom dijelu anketnog upitnika prikupljali su se opći podaci o ispitaniku (dob, spol, stupanj obrazovanja, mjesto stanovanja, zanimanje) te je posjetiteljima festivala postavljeno otvoreno pitanje u kojem su mogli dati vlastite prijedloge, kritike i pohvale organizaciji Festivala.

Anketa je najčešće korištena tehnika prikupljanja podataka u društvenim istraživanjima. Smatra se zasebnom metodom. U širem smislu shvaća se kao "svako prikupljanje podataka uz pomoć postavljanja pitanja", dok se anketom u užem smislu naziva "pismeno prikupljanje podataka". Teorijski, anketa je prikupljanje podataka ispitivanjem uz primjenu posebnog formulara- anketnog upitnika. Upitnik sadrži unaprijed određena pitanja koja su složena određenim redoslijedom, što omogućuje učinkovito prikupljanje podataka na velikim uzorcima.[30]

[30] Tkalac Verčić, A. i dr.: Priručnik za metodologiju istraživačkog rada u društvenim istraživanjima, M.E.P., Zagreb, 2013., str. 103.

Slika 2.: Anketni upitnik - Stavovi stanovnika Pule o Pulskom filmskom festivalu 2015. godine

1. Jeste li ikad posjetili Pula Film Festival?

- ☐ Da (idi na pitanje 2.)
- ☐ Ne (idi na pitanje 3.)

2. Ocijenite razinu Vašeg zadovoljstva Pula Film Festivalom, i to:
(ocijenite svaku pojedinu tvrdnju – molimo zaokružite jedan broj od 1 do 5)

		potpuno nezadovoljan	*nezadovoljan*	*niti zadovoljan niti nezadovoljan*	*zadovoljan*	*iznimno zadovoljan*
1.	Vrijeme održavanja	1	2	3	4	5
2.	Informiranost o održavanju	1	2	3	4	5
3.	Urednost i čistoća mjesta održavanja	1	2	3	4	5
4.	Kvaliteta programa	1	2	3	4	5
5.	Atmosfera na festivalu	1	2	3	4	5
6.	Uslužnost djelatnika	1	2	3	4	5
7.	Profesionalnost i znanje djelatnika	1	2	3	4	5
8.	„Vrijednost za novac“ ukupne posjete festivalu	1	2	3	4	5

3. Koliko su sljedeće zapreke utjecale na Vaše neposjećivanje Pula Film Festivala?
(ocijenite svaku pojedinu tvrdnju – molimo zaokružite jedan broj od 1 do 5)

		uopće nisu utjecale	*nisu utjecale*	*niti su utjecale niti nisu utjecale*	*utjecale su*	*iznimno su utjecale*
1.	Nezainteresiranost	1	2	3	4	5
2.	Nedostatak informacija	1	2	3	4	5
3.	Uvijek iste/nema ništa novoga	1	2	3	4	5
4.	Nedostatak financijskih sredstava	1	2	3	4	5
5.	Nedostatak vremena	1	2	3	4	5
6.	Ostalo (navedi što): _____	1	2	3	4	5

4. Kako bi opisali Vaše osjećaje prema Pula Film Festivalu?
(odaberite samo jednu tvrdnju)

- ☐ Pun(a) sam entuzijazma i zadovoljstva što se tiče Pula Film Festivala
- ☐ Na Pula Film Festival gledam kao na nešto uobičajeno, ništa novo niti posebno
- ☐ Pomisao na Pula Film Festival me uzrujava
- ☐ Pula Film Festival predstavlja samo izvor problema, nije donio ništa dobroga Puli

5. Smatrate li da Pula Film Festival utječe na stvaranje sljedećih učinaka:
(ocijenite svaku pojedinu tvrdnju – molimo zaokružite jedan broj od 1 do 5)

		uopće nisu utjecale	*nisu utjecale*	*niti su utjecale niti nisu utjecale*	*utjecale su*	*iznimno su utjecale*
1.	Na moj osjećaj pripadnosti zajednici	1	2	3	4	5
2.	Na moj osjećaj ponosa	1	2	3	4	5
3.	Na obogaćivanje sadržaja za provođenje slobodnog vremena	1	2	3	4	5
4.	Na ometanje uobičajenog načina života domicilnog stanovništva	1	2	3	4	5
5.	Na izbjegavanje/odlazak s mjesta održavanja manifestacija	1	2	3	4	5
6.	Na stvaranje/obnavljanje društvenih odnosa među posjetiteljima i rezidentima	1	2	3	4	5
7.	Na gubitak tradicionalnih vrijednosti	1	2	3	4	5
8.	Na mogućnost očuvanja tradicijske i kulturne baštine	1	2	3	4	5
9.	Na pretrpanost, zakrčenost, buku i prometne gužve	1	2	3	4	5
10.	Na povećanje broja kriminalnih dijela/vandalizma	1	2	3	4	5
11.	Ostalo (navedi što): _____	1	2	3	4	5

6. Spol
- ☐ Ž
- ☐ M

7. Dob: _____

8. Stupanj obrazovanja:
- ☐ Osnovna škola
- ☐ Srednja škola
- ☐ Preddiplomski studij/viša
- ☐ Diplomski studij/fakultet
- ☐ Poslijediplomski studij

9. Zanimanje:
- ☐ Poduzetnik
- ☐ Menadžer
- ☐ Zaposlenik
- ☐ Student/učenik
- ☐ Umirovljenik
- ☐ Nezaposlen
- ☐ Ostalo (navedi što):_____

10. Ulica (ili naselje): _____

VAŠI PRIJEDLOZI, POHVALE, KRITIKE:

Zahvaljujemo Vam na suradnji!

Izvor: vlastita izrada autorice

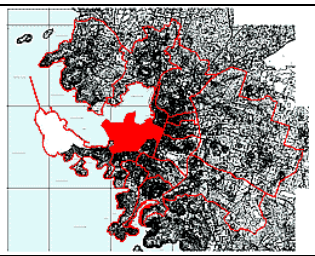
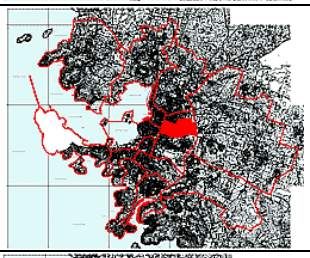
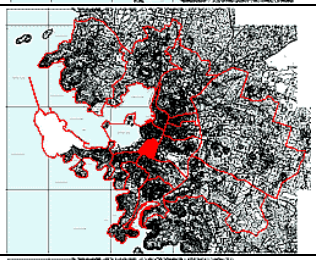
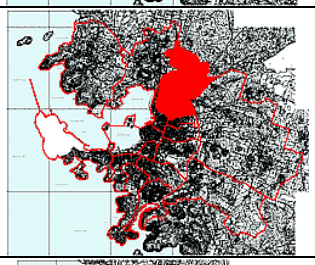
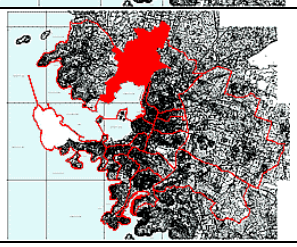
Iako su ciljevi istraživanja mnogobrojni, najznačajnijima se smatraju sljedeći: ciljevi ključnih dionika, razina zadovoljstva dionika Festivalom, prijedlozi poboljšanja Festivala.[31]

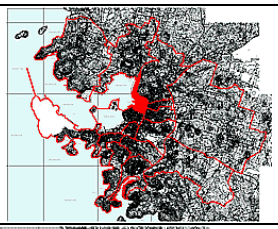
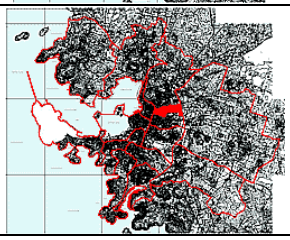
[31] Trošt Lesić, K.: Dionici manifestacija, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014., Power point prezentacija

6.1.2. Uzorak

Uzorak ovog istraživanja, iako definiran prema mjesnim odborima, mogao bi se okarakterizirati kao slučajan (Tablica 6.).

Tablica 6. Uzorak anketnog upitnika

	MJESNI ODBOR – GRADSKA ČETVRT	**KARTA**	**BROJ STAN.**	
1.	MO Stari Grad za gradsku četvrt Stari Grad, Sveti Martin, Portarata i Arsenal		4.803	10 - 5 anketa Stari Grad - 5 anketa Arsenal
2.	MO .Kaštanjer za gradsku četvrt Kaštanjer		5.166	10
3.	MO Monte Zaro za gradsku četvrt Monte Zaro		3.502	10
4.	MO Šijana za gradske četvrti Šijana, Monteghiro i prigradskih naselja Valica-Ilirija, Vidrijan i Vernal		6.897	10 - 5 anketa Šijana - 5 anketa Monteghiro
5.	MO Veli Vrh za prigradska naselja Veli Vrh, Paganor, Karšiole i prigradskog turističkog predjela Vallelunga		2.782	10 - 5 anketa Veli Vrh - 5 anketa Paganor

6.	MO Arena za gradske četvrti Arena, Croatia i Kolodvor		4.971	10
7.	MO Monvidal za gradsku četvrt Monvidal.		2.044	10
	UKUPNO		**30.165**	**70**

Izvor: Grad Pula, uprava, mjesna samouprava, preuzeto s http://www.pula.hr/uprava/uprava/mjesni-odbori/, 15.4.2015.

6.2. Rezultati istraživanja

6.2.1. Socio-demografska obilježja uzorka

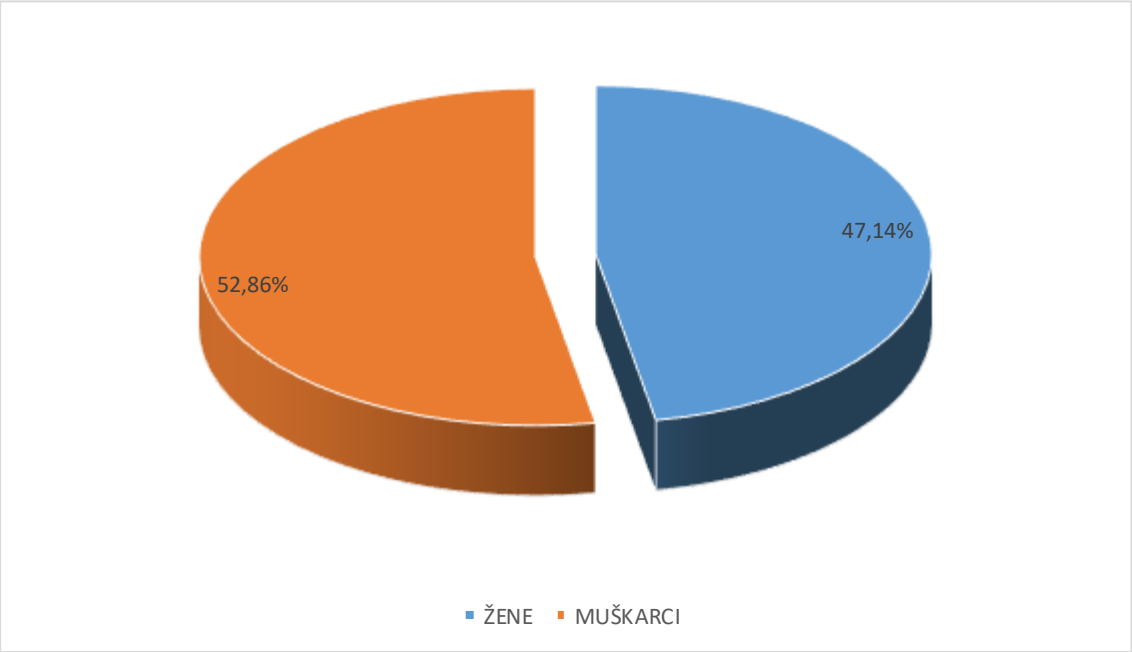
U Tablici 7. prikazan je profil ispitanika. Prema spolnoj podjeli veći je udio muškaraca (52,86%), prikazano u kružnom grafu 1. Po starosti, anketa se provela na podjeli od: 18-25 godina, 26-35, 36-45, 46-55 i 56 i više godina. Najzastupljenija je bila dobna skupina 26 do 35 godina (34,28%). Najviše ispitanika su zaposlenici (68,57%) s završenom srednjom školom (41,43%).

Tablica 7.: Profil ispitanika

SPOL ISPITANIKA		**DOB ISPITANIKA**	
Žene	47,14 %	18-25 godina	20,00 %
Muškarci	**52,86 %**	**26-35 godina**	**34,28 %**
		36-45 godina	15,72 %
		46-55 godina	17,14 %
		56 i više	12,86 %
STUPANJ OBRAZOVANJA		**ZANIMANJE**	
Srednja škola	**41,43 %**	Poduzetnik	2,86 %
Preddiplomski studij/viša	17,14 %	Menadžer	2,86 %
Diplomski studij/fakultet	38,57 %	**Zaposlenik**	**68,57 %**
Poslijedipomski studij	2,86 %	Student/učenik	10,00 %
		Umirovljenik	8,57 %
		Nezaposlen	7,14 %

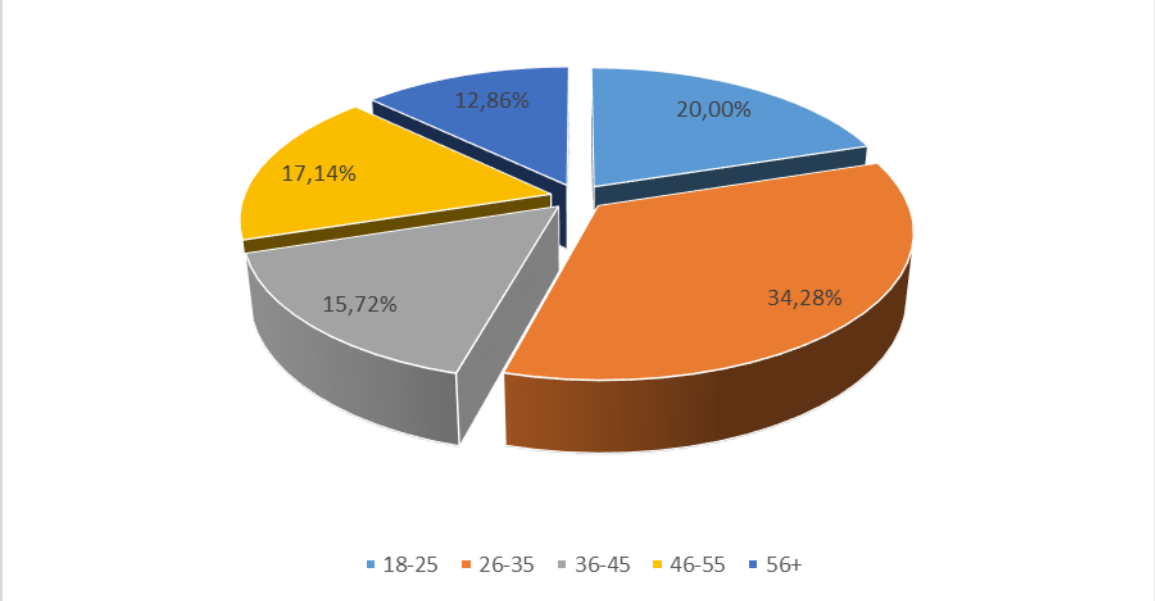
Izvor: Vlastita izrada autorice prema rezultatima istraživanja

Grafikon 3.: Spolna struktura ispitanika



Izvor: Vlastita izrada autorice prema rezultatima istraživanja

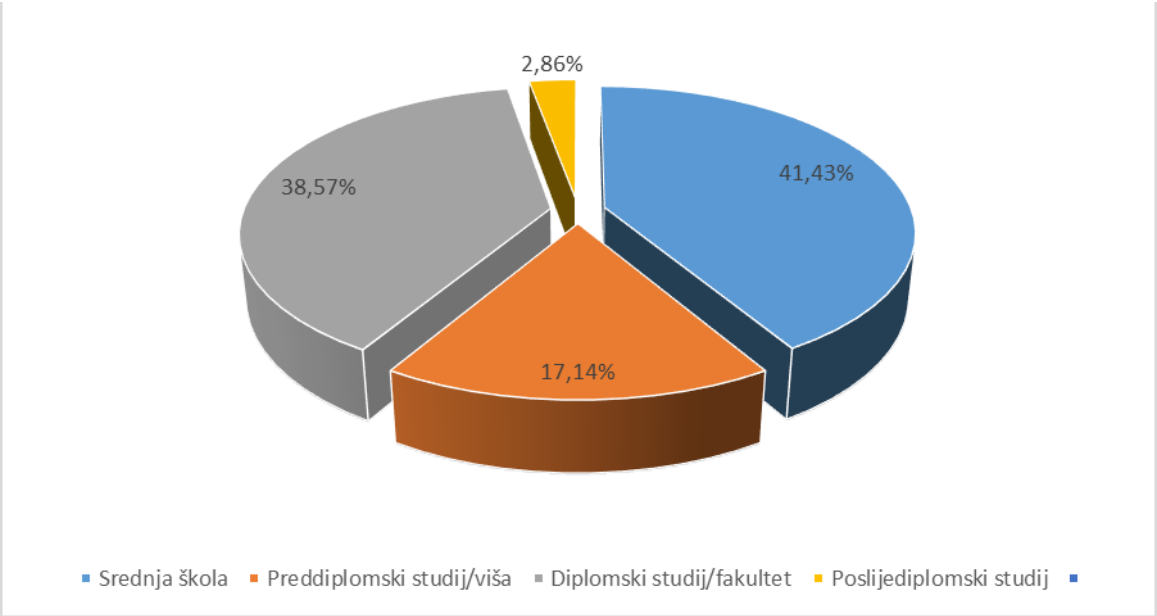
Grafikon 4.: Dobna struktura ispitanika



Izvor: Vlastita izrada autorice prema rezultatima istraživanja

Grafikon 4. prikazuje dobnu strukturu ispitanika. Najzastupljeniji su bile osobe između 26 i 35 godina starosti. Najmanje uključenih u anketu bilo je između 18 i 25 godina.

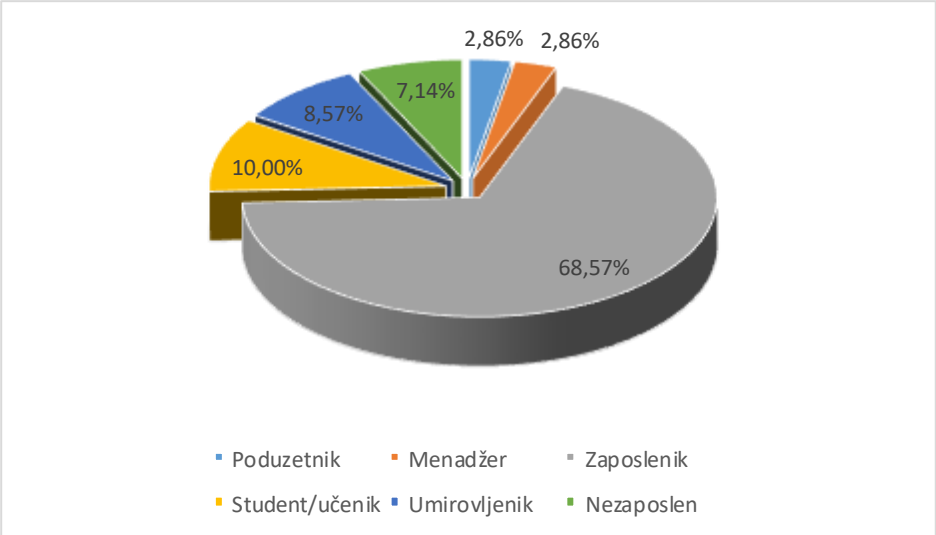
Grafikon 5.: Obrazovna struktura ispitanika



Izvor: Vlastita izrada autorice prema rezultatima istraživanja

Posjetitelji Pulskog filmskog festivala koji čine uzorak ovog istraživanja su u većini sa završenom srednjom školom (41,43%). Završen fakultet ima njih 48,57%, višu školu njih 17,14%, a magisterij/poslijediplomski studij svega 2,86%

Grafikon 6.: Struktura ispitanika s obzirom na zanimanje



Izvor: Vlastita izrada autorice prema rezultatima istraživanja

Posjetitelji Pulskog filmskog festivala iz uzorka imaju različita zanimanja pri čemu u ovom uzorku dominiraju osobe koje su se okarakterizirala kao „zaposlenik“ (68,57%). Drugi po redu su studenti (10%), te redom umirovljenici, nezaposleni, poduzetnici i menadžeri.

6.2.2. Stavovi i zadovoljstvo stanovnika Grada Pule Festivalom

Posjetitelje se pitalo da izraze stupanj slaganja s ponuđenim tvrdnjama vezanim za Pulski filmski festival. Rezultati istraživanja su prikazani u sljedećim grafovima i tablici.

U Tablici 8. prikazani su rezultati na ukupnom uzorku, dok se na idućim grafovima mogu vidjeti stavove ispitanika po pojedinim skupinama.

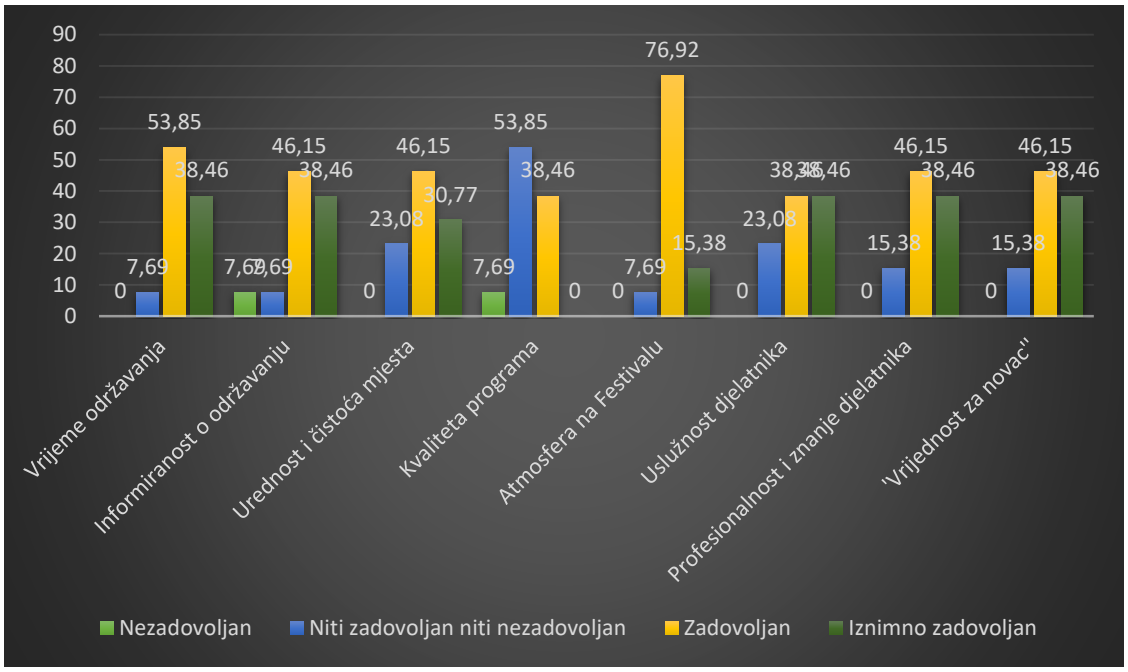
Tablica 8.: Ocjena razine zadovoljstva ispitanika Pulskog filmskog festivala

		Potpuno nezadovoljan	**Nezadovoljan**	**Niti zadovoljan niti nezadovoljan**	**Zadovoljan**	**Iznimno zadovoljan**
1.	Vrijeme održavanja	0%	2%	7%	40%	51%
2.	Informiranost o održavanju	0%	2%	6%	43%	48%
3.	Urednost i čistoća mjesta	0%	6%	16%	41%	37%
4.	Kvaliteta programa	2%	9%	30%	31%	28%
5.	Atmosfera na Festivalu	0%	0%	14%	43%	43%
6.	Uslužnost djelatnika	0%	2%	14%	33%	51%
7.	Profesionalnost i znanje djelatnika	0%	0%	13%	46%	41%
8.	"Vrijednost za novac"	0%	0%	17%	37%	46%

Izvor: Vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

Iz Tablice 8. vidljivo je kako su većina ispitanika izrazili zadovoljstvo ili iznimno zadovoljstvo kod svih ponuđenih tvrdnji. Jedina tvrdnja koja je u malom postotku ipak ocijenjena s potpunim nezadovoljstvom je pitanje kvalitete programa. U idućim grafovima razrađenim po dobnim skupinama vidljivo je kako je nezadovoljstvo programom izraženo kod mlađe populacije. Prema dobivenim rezultatima, može se zaključiti kako bi se trebalo više pažnje posvetiti urednosti i čitoći mjesta održavanja manifestacije.

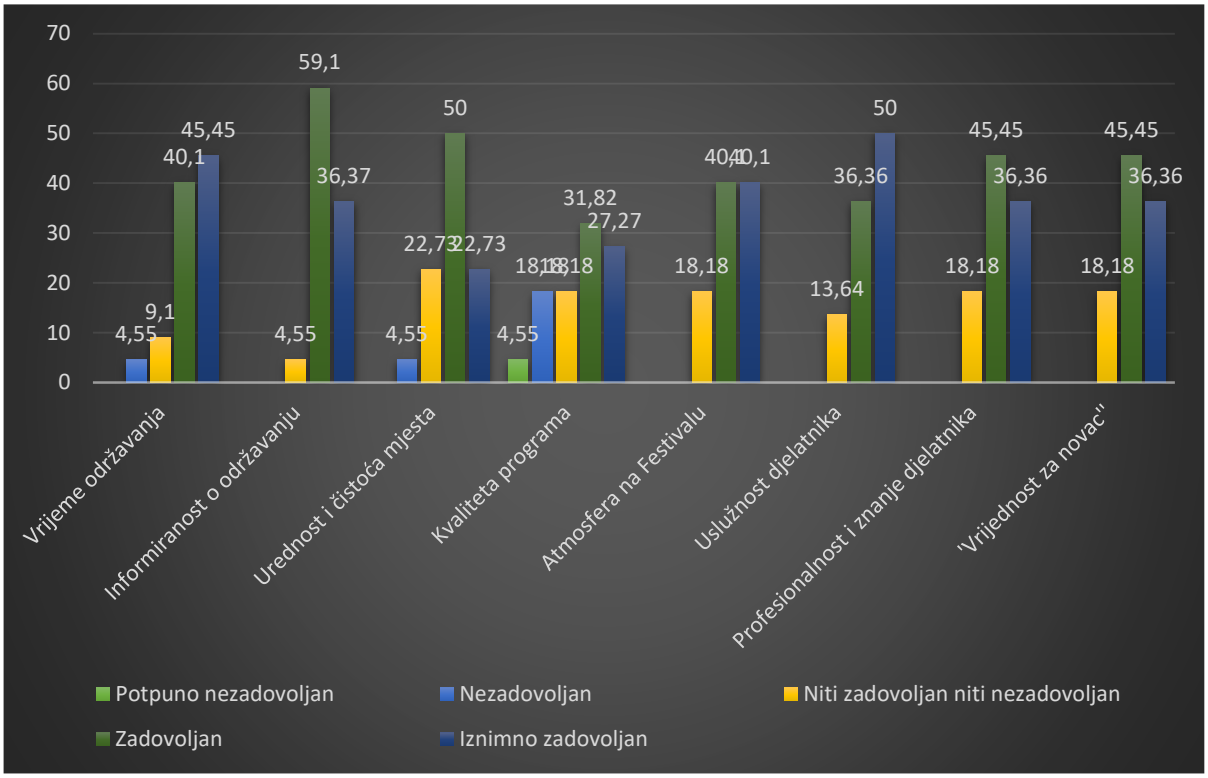
Grafikon 7.: Ocjena razine zadovoljstva ispitanika Pulskog filmskog festivala dobne skupine 18-25



Izvor: Vlastita izrada prema podacima provedene ankete

Ispitanici između 18 i 25 godina starosti najveće zadovoljstvo iskazali su atmosferom na Festivalu. Atmosferu slijedi vrijeme održavanja te profesionalnost i znanje djelatnika Festivala. Nezadovoljstvo su iskazali kod kvalitete programa i informiranosti o Festivalu.

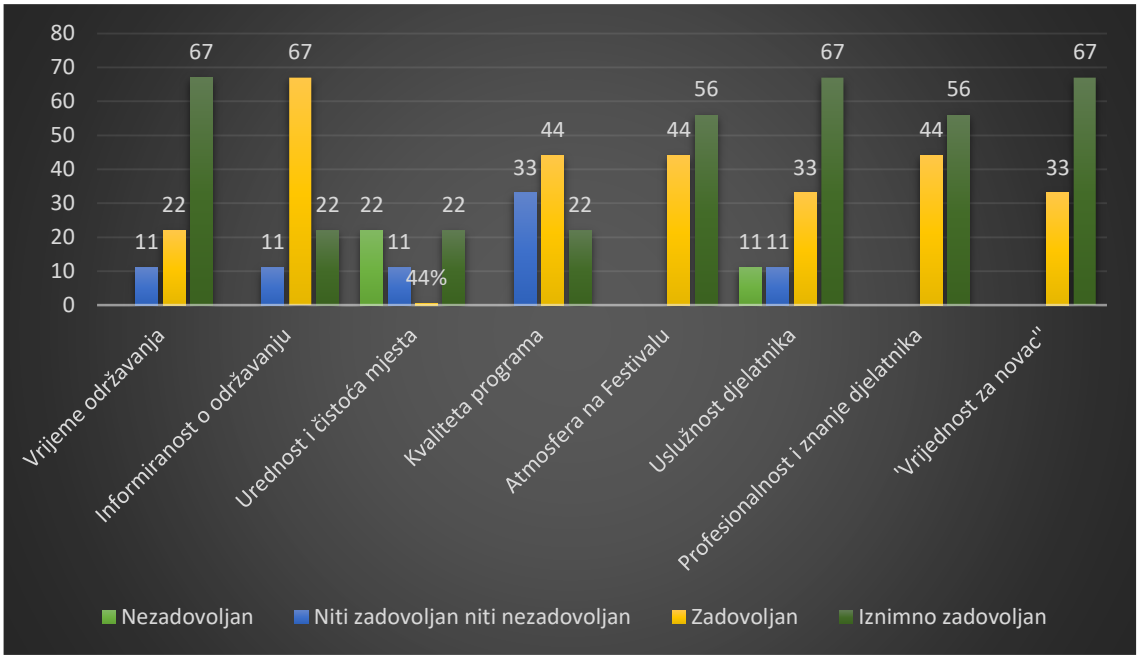
Grafikon 8.: Ocjena razine zadovoljstva ispitanika Pulskog filmskog festivala dobne skupine 26-35



Izvor: Vlastita izrada prema podacima provedene ankete

Iz Grafikona 8. vidljivo je kako kod posjetitelja od 26.-e do 35.-e godine starosti nezadovoljstvo Pulskim filmskim festivalom proizlazi od kvalitete programa. Zadovoljni i iznimno zadovoljni su informiranošću, uslužnosti djelatnika, atmosferom na Festivalu te urednošću i čistoćom.

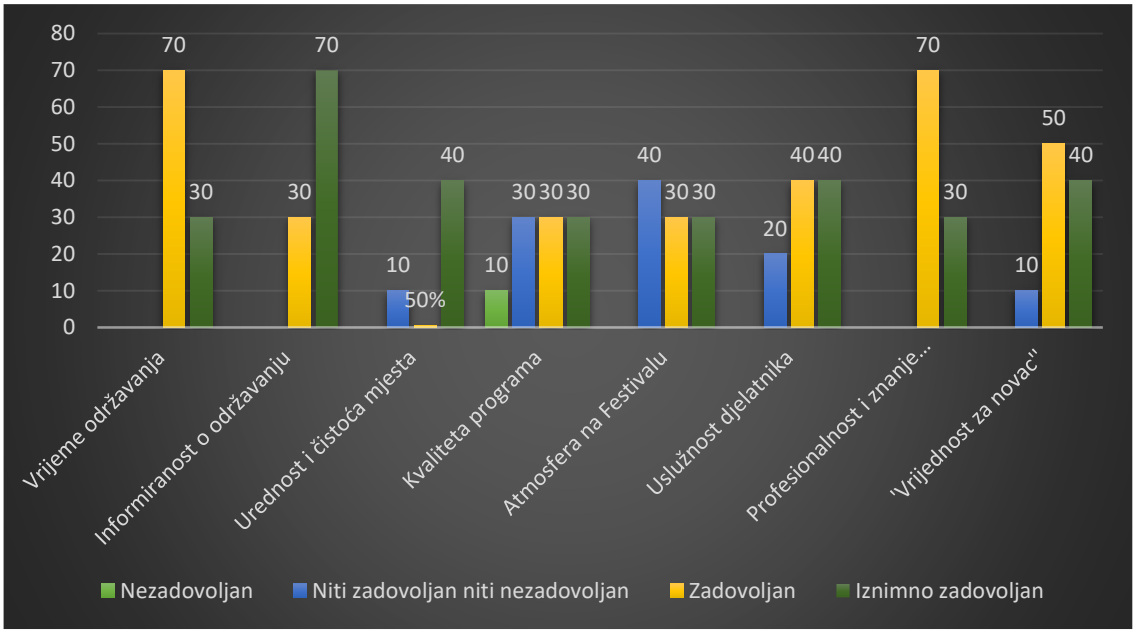
Grafikon 9.: Ocjena razine zadovoljstva ispitanika Pulskog filmskog festivala dobne skupine 36-45



Izvor: Vlastita izrada prema podacima provedene ankete

Ispitanici dobne skupine 36-45 godina starosti nezadovoljstvo su izrazili razinom čistoće i urednosti mjesta (Grafikon 9.). Uslužnost djelatnika, vrijeme održavanja i "vrijednost za novac" ocijenili su najvišom ocjenom, odnosno, iznimno su zadovoljni.

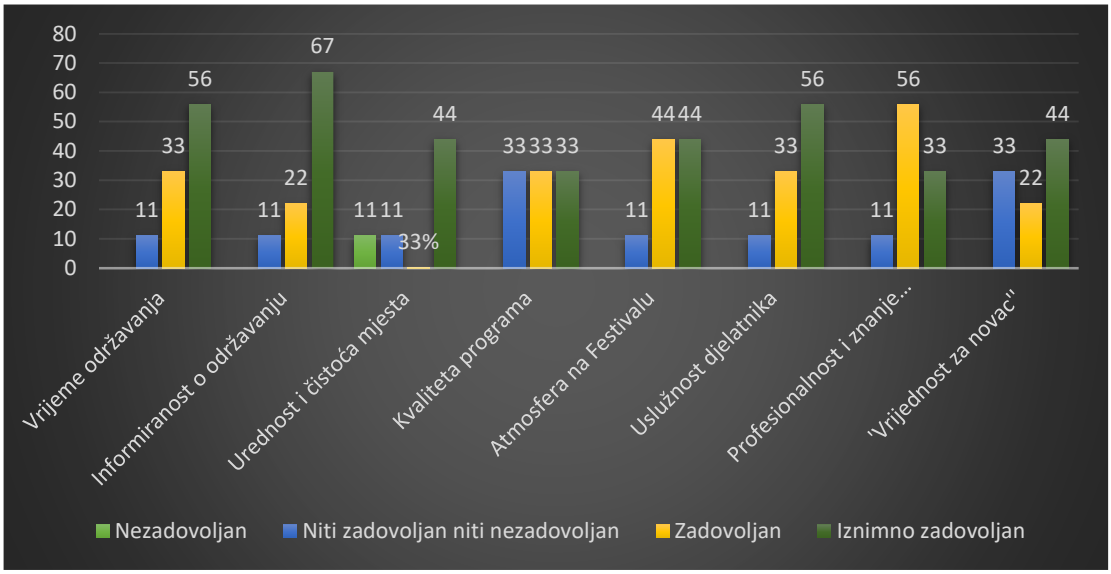
Grafikon 10.: Ocjena razine zadovoljstva ispitanika Pulskog filmskog festivala dobne skupine 46-55



Izvor: Vlastita izrada prema podacima provedene ankete

Iz Grafikona 10. vidljivo je kako su ispitanici izrazili nezadovoljstvo jedino kvalitetom programa, dok su kao iznimno zadovoljstvo ocjenili informiranost o održavanju.

Grafikon 11.: Ocjena razine zadovoljstva ispitanika Pulskog filmskog festivala dobne skupine 56+

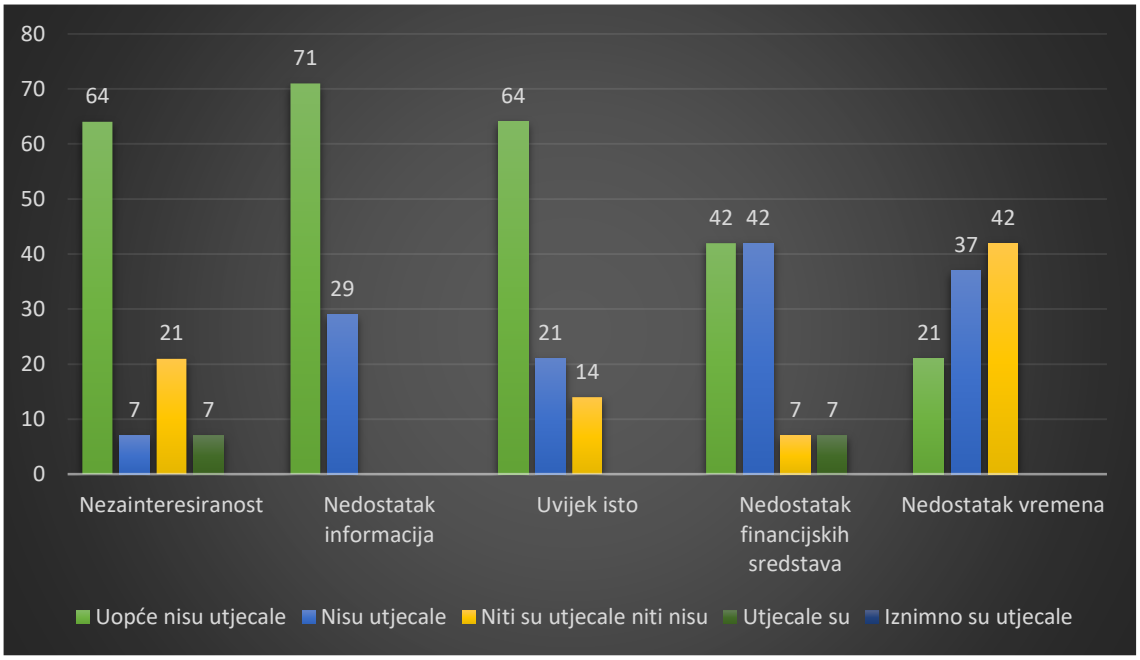


Izvor: Vlastita izrada prema podacima provedene ankete.

Posjetitelji Festivala stariji od 56 godina nezadovoljstvo su usmjerili jedino na urednost i čistoću mjesta. Iznimno zadovoljni su informiranosti, uslužnosti djelatnika i vremenom održavanja.

Kao razlog mogućeg neposjećivanja Pulskog filmskog festivala ispitanicima je bilo ponuđeno pet mogućih odgovora: nezainteresiranost, nedostatak informacija, uvijek ista manifetacija, nedostatak financijskih sredstava i nedostatak vremena. U neoliko idućih grafova prikazani su rezultati ankete prema dobnim skupinama.

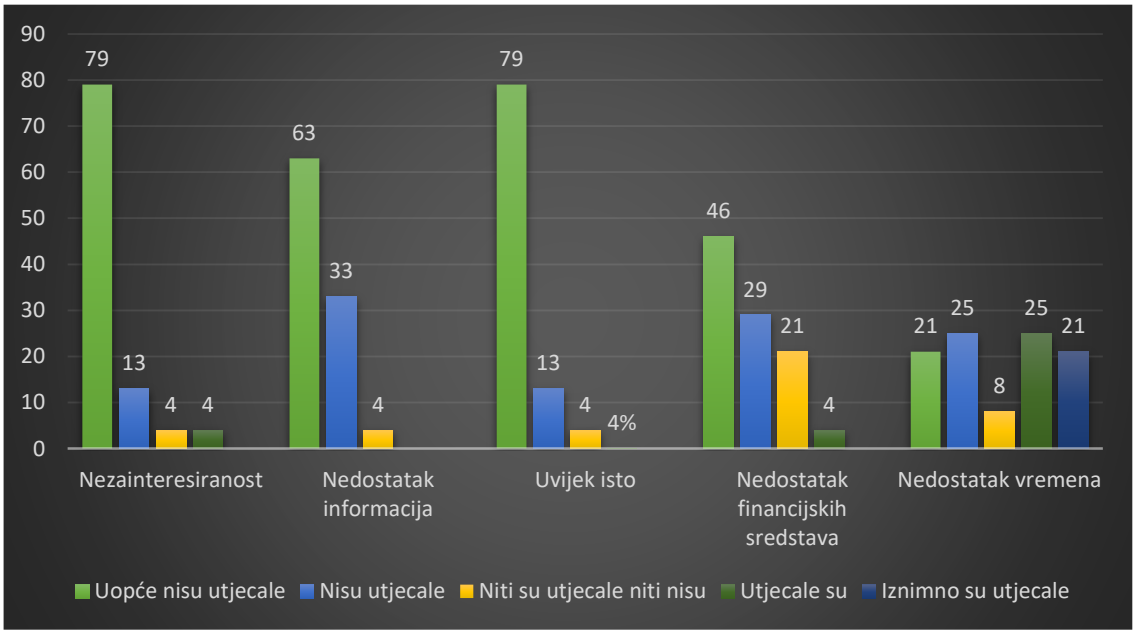
Grafikon 12.: Razlozi neodlaska na Festival – dobna skupina 18-25



Izvor: Vlastita izrada prema podacima iz provedene ankete.

Iz Grafikona 12. vidljivo je kako niti jedna od ponuđenih zapreka nije karaterizirana kao iznimno utjecajna. Nezainteresiranost i nedostatak financijskih sredstava u 7% ispitanika utjecalo je na neposjećivanje Festivala.

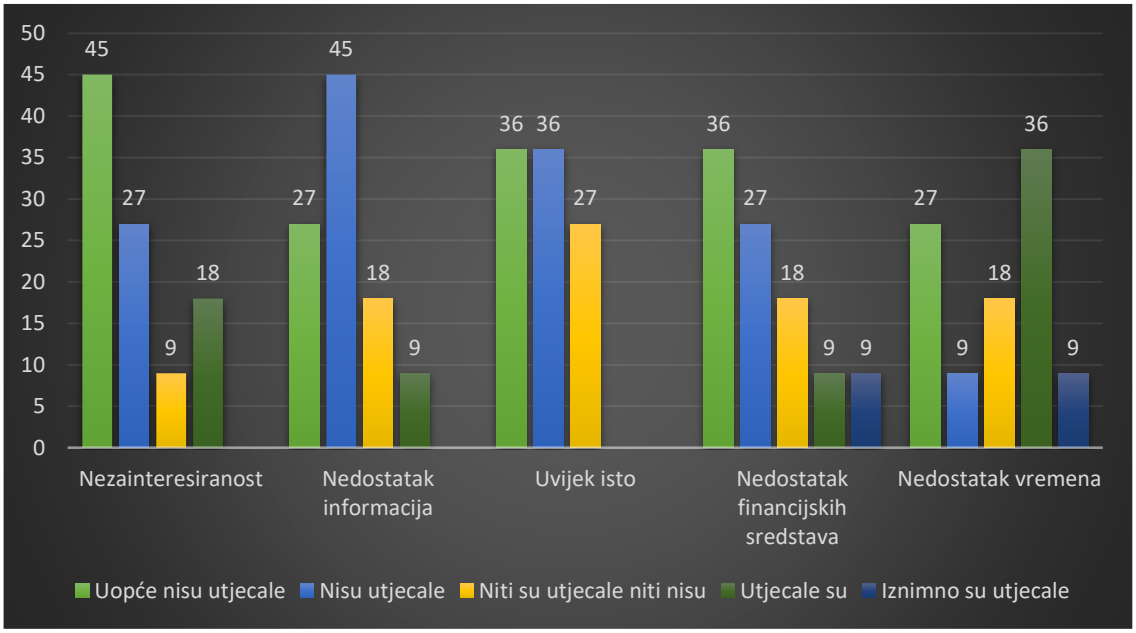
Grafikon 13.: Razlozi neodlaska na Festival – dobna skupina 26-35



Izvor: Vlastita izrada prema podacima iz provedene ankete.

Kod ispitanika između 26 i 35 godina starosti nedostatak vremena se pokazao kao najveća zapreka za neposjećivanje Festivala.

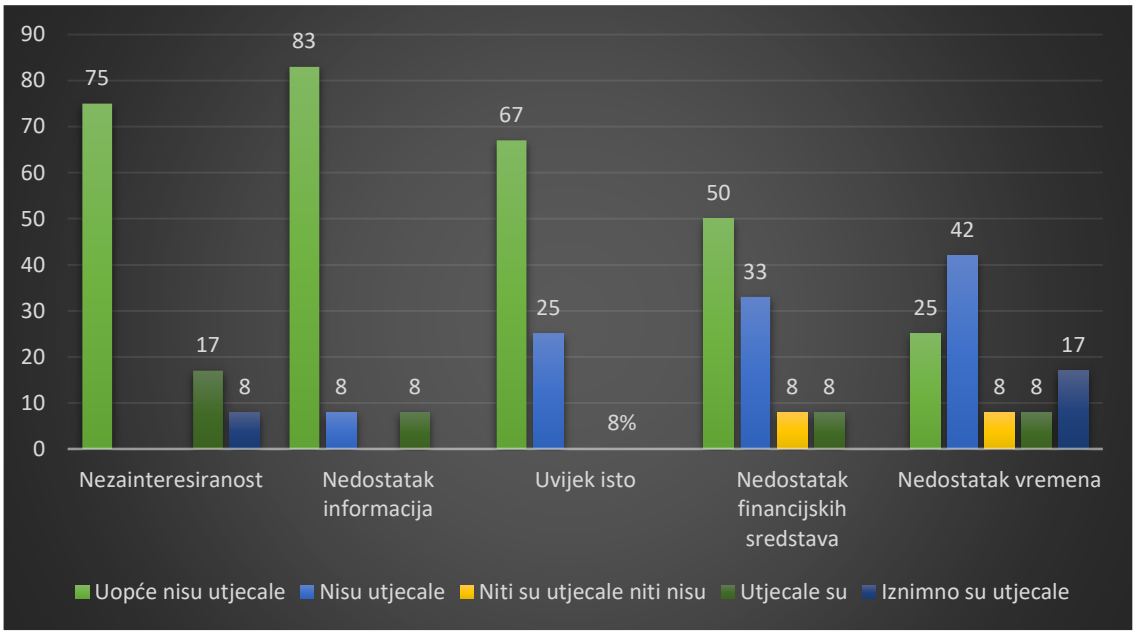
Grafikon 14.: Razlozi neodlaska na Festival – dobna skupina 36-45



Izvor: Vlastita izrada prema podacima iz provedene ankete.

Iz Grafikona 14. vidljivo je kako su na neposjećivanje Festivala, za dobnu skupinu 36-45, iznimno utjecali nedostatak vremena i financijskih sredstava.

Grafikon 15.: Razlozi neodlaska na Festival – dobna skupina 46-55



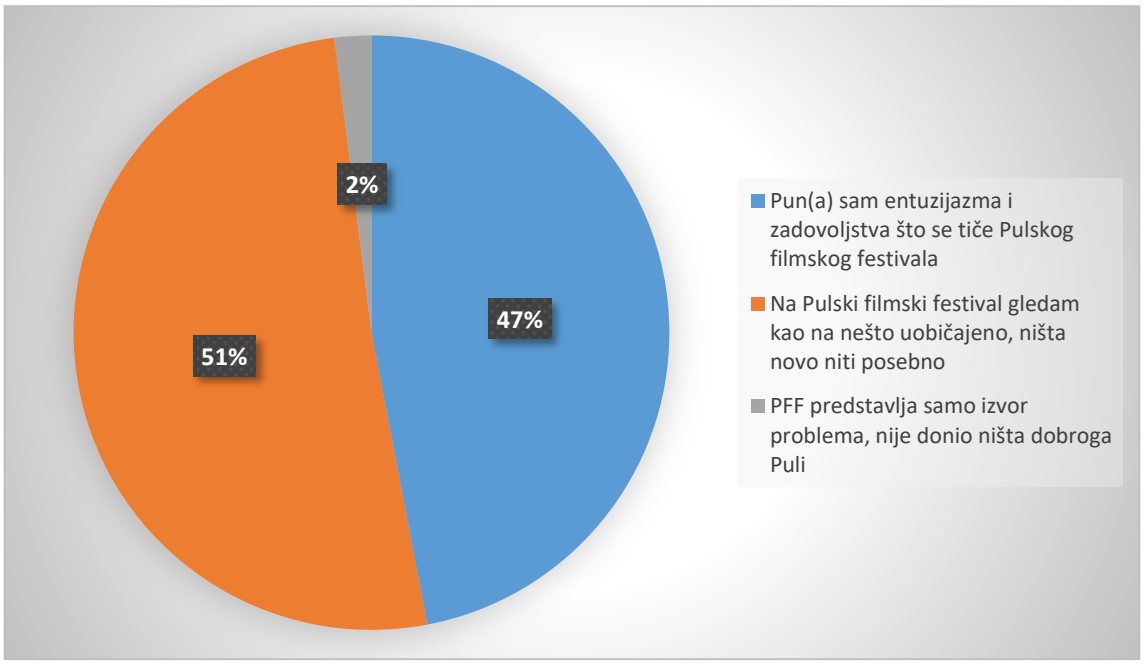
Izvor: Vlastita izrada prema podacima iz provedene ankete

U Grafikonu 15. vidljivo je kako je i u ovoj skupini ispitanika (46-55) nedostatak vremena najveća zapreka za odlazak na Festival.

6.2.3. Indeks iritacije stanovnika Grada Pule Festivalom

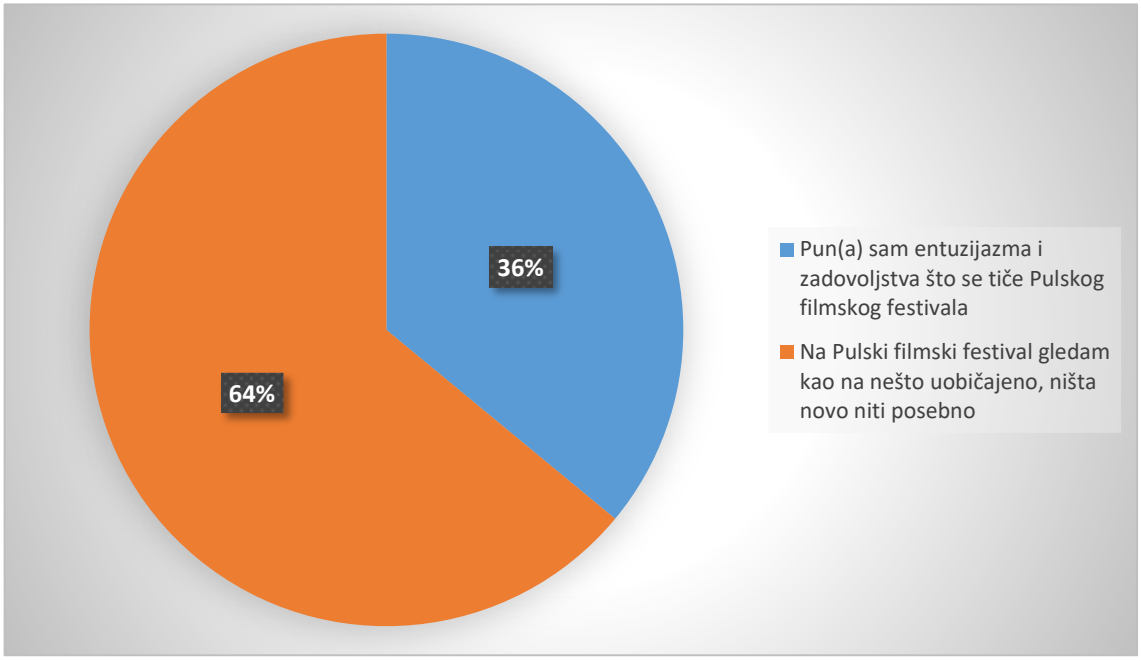
Jednim od pitanja iz ankete, modelom iritacije, pojašnjen je stav lokalnog stanovništva prema Pulskom filmskom festivalu. Sedamdeset ljudi, različitih dobnih skupina, upitalo se kako bi opisali svoje osjećaje prema Festivalu (Grafikon 16.). Kroz nekoliko sljedećih grafova prikazan je indeks iritacije lokalnog tanovništva i ujedno ispitanika u ovom istraživanju prema dobnim skupinama.

Grafikon 16.: Indeks iritacije lokalnog stanovništva



Izvor: Vlastita izrada na temelju provedene ankete.

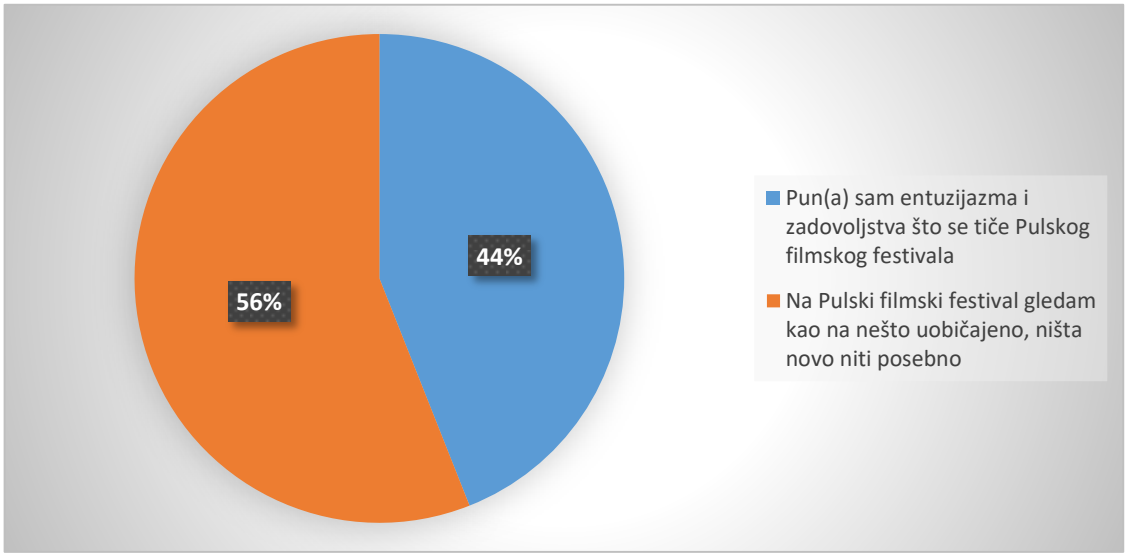
Grafikon 17.: Prikaz osjećaja ispitanika iz dobne skupine 18 – 25 prema Pulskom filmskom festivalu



Izvor: Vlastita izrada na temelju provedene ankete

Iz Grafikona 17. vidljivo je kako većina ispitanih mladih ljudi na Pulski filmski festival gleda kao na nešto uobičajeno, ništa novo, niti posebno. Manji postotak ipak izražava zadovoljstvo i entuzijazam. Niti jedna osoba od anketiranih nije odgovorila kako Festival predstavlja izvor problema niti da ih uznemirava.

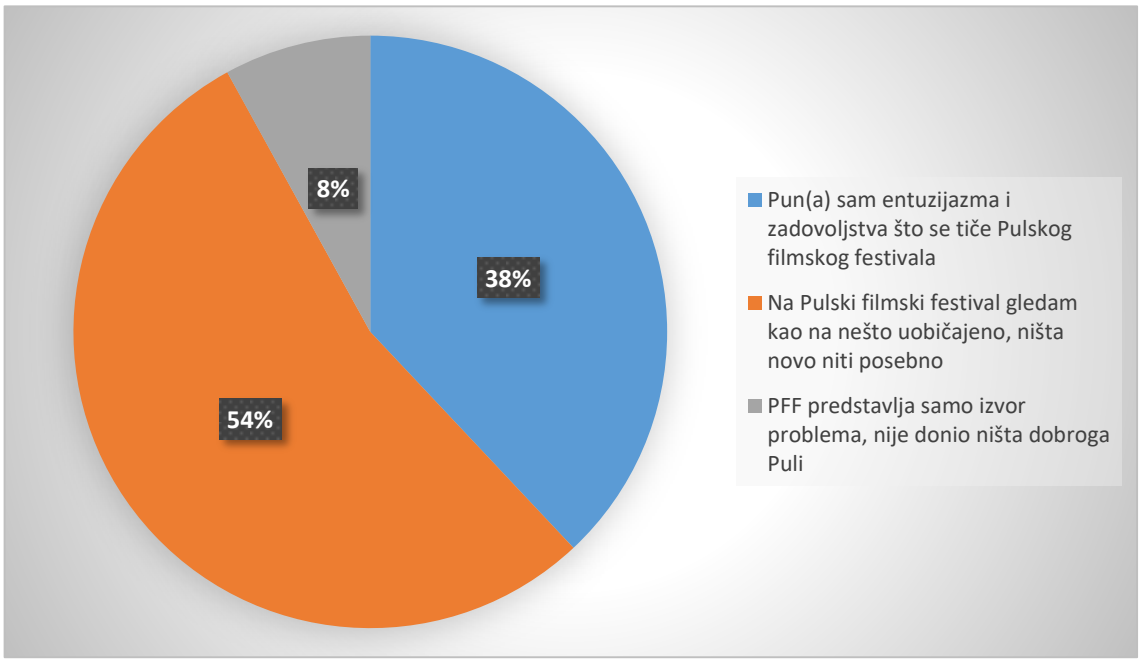
Grafikon 18.: Prikaz osjećaja ispitanika iz dobne skupine 26-35 prema Pulskom filmskom festivalu



Izvor: Vlastita izrada na temelju provedene ankete.

Kod dobne skupine 26-35 godina, 44% ispitanika odgovorilo je kako su puni entuzijazma i zadovoljstva što se tiče Pulskog filmskog festivala, dok 56% ispitanika na Festival gleda kao na nešto uobičajeno, ništa novo niti posebno.

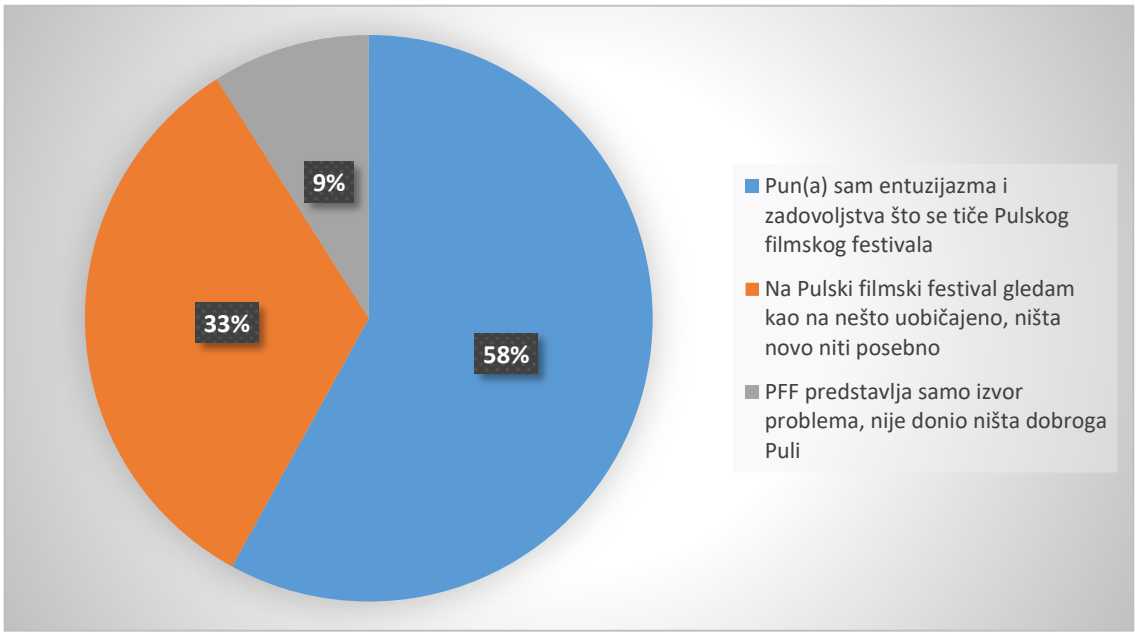
Grafikon 19.: Prikaz osjećaja ispitanika iz dobne skupine 36-45 prema Pulskom filmskom festivalu



Izvor: Vlastita izrada na temelju provedene ankete.

Iz Grafikona 19. može se vidjeti kako je u ovoj skupini (36-45 godina starosti) 8% ispitanika izjavilo kako po njima Festival predstavlja izvor problema i kako ne donosi ništa dobroga Puli. Kod prethodne dvije skupine nije se naišlo na takav stav prema Festivalu. Na Festival, kao na nešto uobičajeno, iz ove skupine gled 54% posjetitelja, dok izričito zadovoljstvo Festivalom izražava 38% ispitanika.

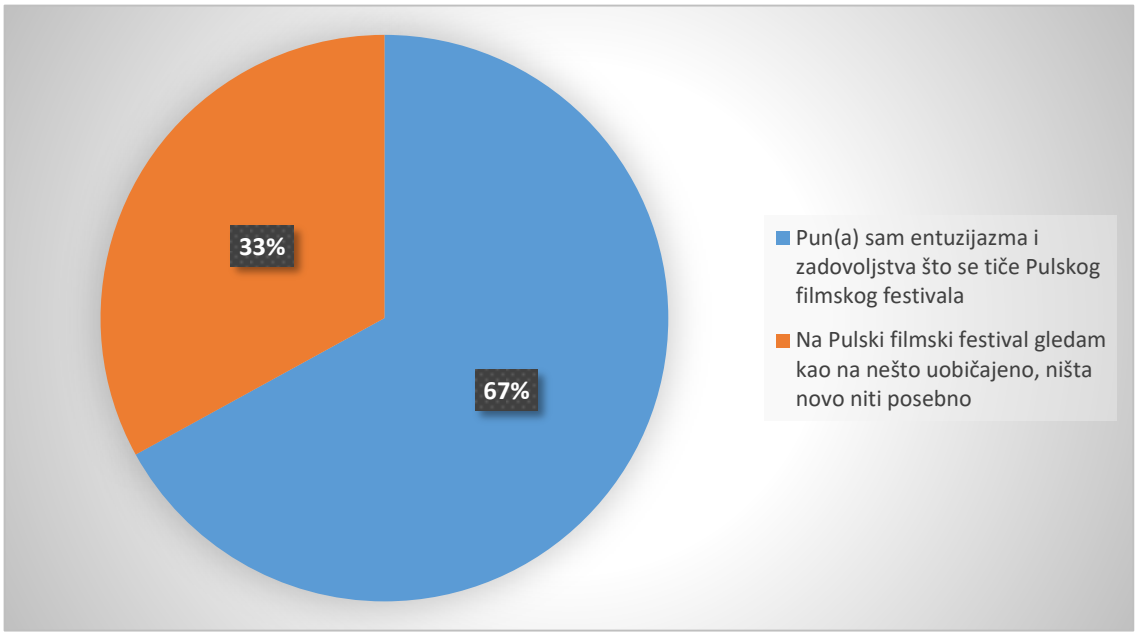
Grafikon 20.: Prikaz osjećaja ispitanika iz dobne skupine 46-55 prema Pulskom filmskom festivalu



Izvor: Vlastita izrada na temelju provedene ankete.

Iz Grafikona 20. vidljivo je kako su ispitanici između 46 i 55 godina starosti u većini izrazili zadovoljstvo Festivalom, a 9% njih smatra Festival samo izvorom problema. Njih 33% gleda na Festival kao na nešto uobičajeno, ništa novo, niti posebno.

Grafikon 21.: Prikaz osjećaja ispitanika iz dobne skupine 56+ prema Pulskom filmskom festivalu



Izvor: Vlastita izrada na temelju provedene ankete.

U Grafikonu 21. prikazni su osjećaji ispitanika 56+ prema Festiivalu. Od svih ispitanih dobnih skupina ovdje je iskazano ipak najveće zadovoljstvo i entuzijazam prema Festivalu, čak 67%. Njih 33% izjavilo je kako na Festival gleda kao na nešo uobičajeno i ništa posebno.

6.2.4. Društveni učinci Festivala na stanovnike Grada Pule

Jedno od anketnih pitanja bilo je i koliko Pulski filmski festival utječe na stvaranje nekih od društvenih učinaka. Iz provedene ankete došlo se je do podataka prikazanih u narednih nekoliko grafova.

U Tablici 9. prikazani su rezultati mišljenja ukupnog uzorka o razini stvaranja ponuđenih društvenih učinaka. Na idućim grafovima razrađena je Tablica 7. prema dobnim skupina.

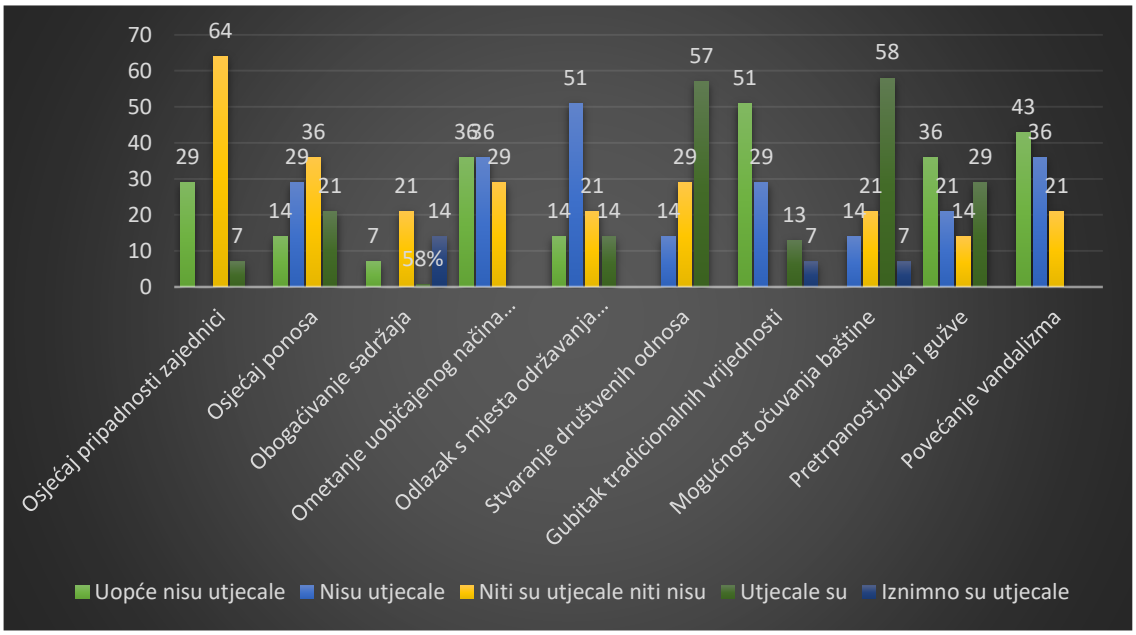
Tablica 9.: Distribucija stavova ispitanika o pojedinim društvenim učincima Pulskog filmskog festivala

Red. Br.	Stav ispitanika o društvenim učincima Pulskog filmskog festivala	Uopće nisu utjecale	Nisu utjecale	Niti su utjecale niti nisu	Utjecale su	Iznimno su utjecale
1.	Na osjećaj pripadnosti zajednici	18 %	16 %	36 %	26 %	4 %
2.	Na osjećaj ponosa	14 %	18 %	34 %	27 %	7 %
3.	Na obogaćivanje sadržaja za provođenje slobodnog vremena	2 %	9 %	21 %	54 %	14 %
4.	Na ometanje uobičajenog načina života domicilnog stanovništva	33 %	27 %	29 %	11 %	0%
5.	Na izbjegavanje mjesta održavanja manifestacije	31 %	31 %	34 %	4 %	0%
6.	Na stvaranje/obnavljanje društvenih odnosa među posjetiteljima i rezidentima	4 %	11 %	41 %	34 %	10 %
7.	Na gubitak tradicionalnih vrijednosti	40 %	27 %	27 %	4 %	2 %
8.	Na mogućnost očuvanja tradicijske i kulturne baštine	7 %	9 %	21 %	50 %	13 %
9.	Na pretrpanost, zakrčenost, buku i proetne gužve	21 %	26 %	16 %	30 %	7 %
10.	Na povećanje broja kriminalnih djela/vandalizma	40 %	42 %	15 %	1,5 %	1,5 %

Izvor: Vlastita izrada autorice prema rezultatima istraživanja.

Iz Tablice 9. može se iščitati kako ispitano lokalno stanovništvo u većini ima pozitivan stav o Pulskom filmskom Festivalu. Smatraju da Festival ne utječe na povećanje broja kriminalnih djela i vandalizma, na gubitak tradicionalnih vrijednosti, ometanje uobičajenog načina života, a u većini niti na pretrpanost, zakrčenost, buku i prometne gužve. Od ostalih tvrdnji moglo bi se kao loš primjer izdvojiti stav ispitanika kod tvrdnje za osjećaj ponosa. Samo 7 % ispitanika odgovorilo je kako Festival iznimno utječe na njihov osjećaj ponosa.

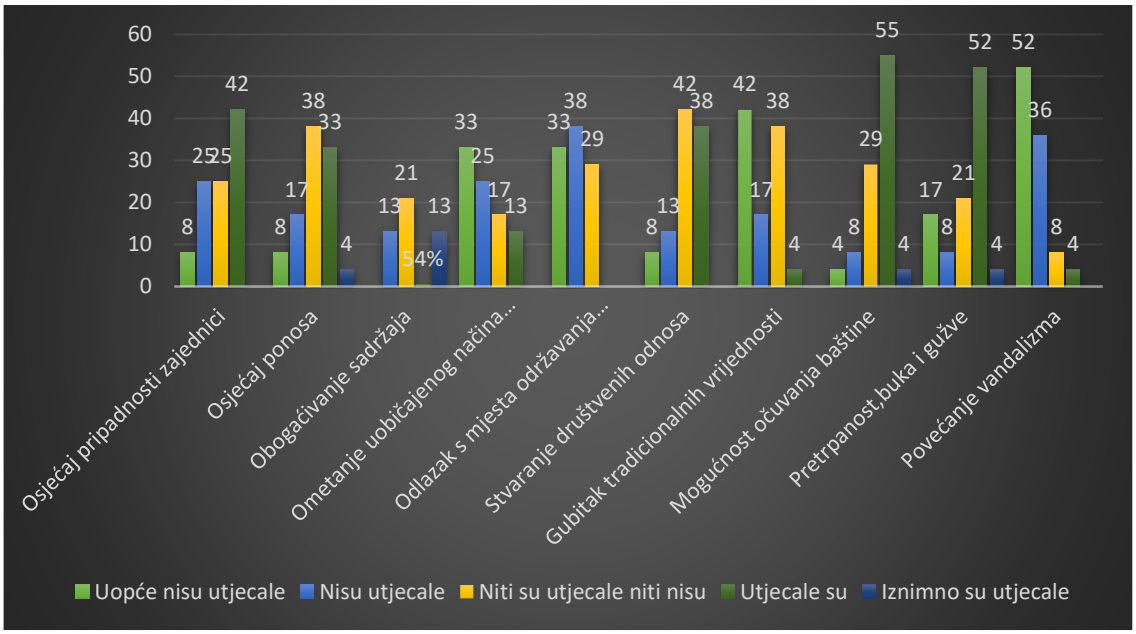
Grafikon 22.: Stav o društvenim učincima na Pulski filmski festival dobne skupine 18-25



Izvor: Vlastita izrada prema provedenoj anketi.

Iz Grafikona 22. može se vidjeti kako najmlađa skupina ispitanika smatra kako Pulski filmski festival u velikoj mjeri utječe na mogućnost očuvanja tradicijske i kulturne baštine i stvaranje ili obnavljanje društvenih odnosa među posjetiteljima i rezidentima. Također, smatraju kako Festival ne utječe na gubitak tradicionalnih vrijednosti.

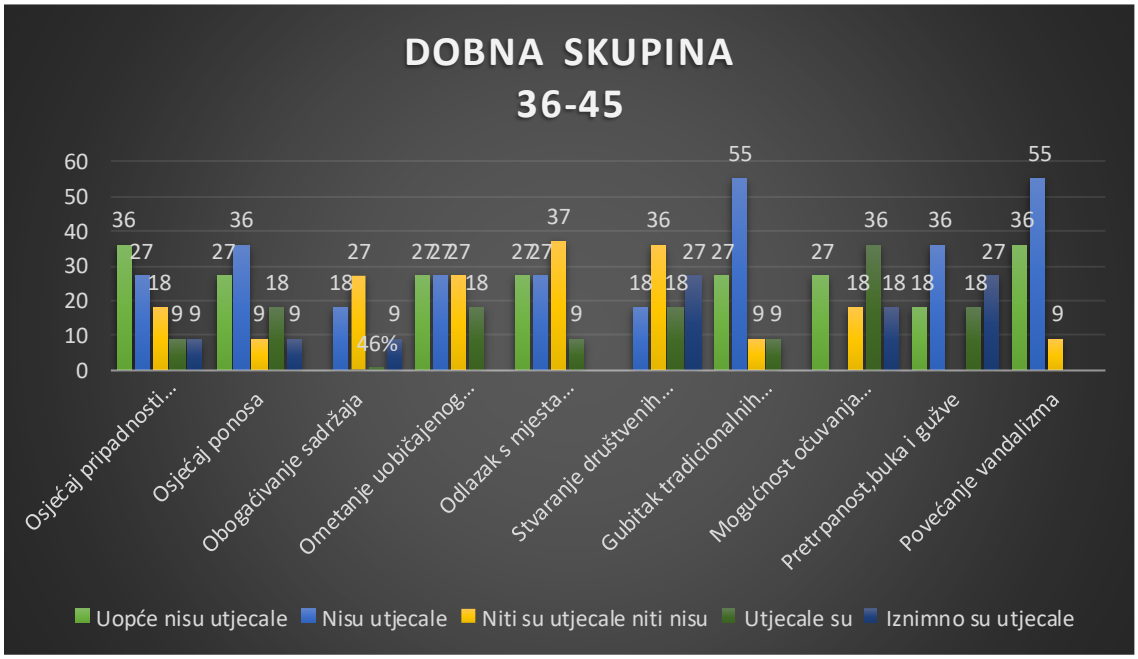
Grafikon 23.: Stav o društvenim učincima na Pulski filmski festival dobne skupine 26-35



Izvor: Vlastita izrada prema provedenoj anketi

Kod dobne skupine 26-35 godina starosti može se vidjeti malo drugačije stajalište od prethodne skupine (Grafikon 23.). Uvelike smatraju kako Festival utječe na pretrpanost, zakrčenost, buku i prometne gužvi, no u velikoj mjeri i na mogućnost očuvanja tradicijske i kulturne baštine. Podijeljenog su mišljenja što se tiče izbjegavanja ili odlaska s mjesta održavanja manifestacije. Također, smatraju kako povećanje vandalizma i broja kriminalnih djela, te gubitak tradicionalnih vrijednosti nisu uvjetovani održavanje Festivala.

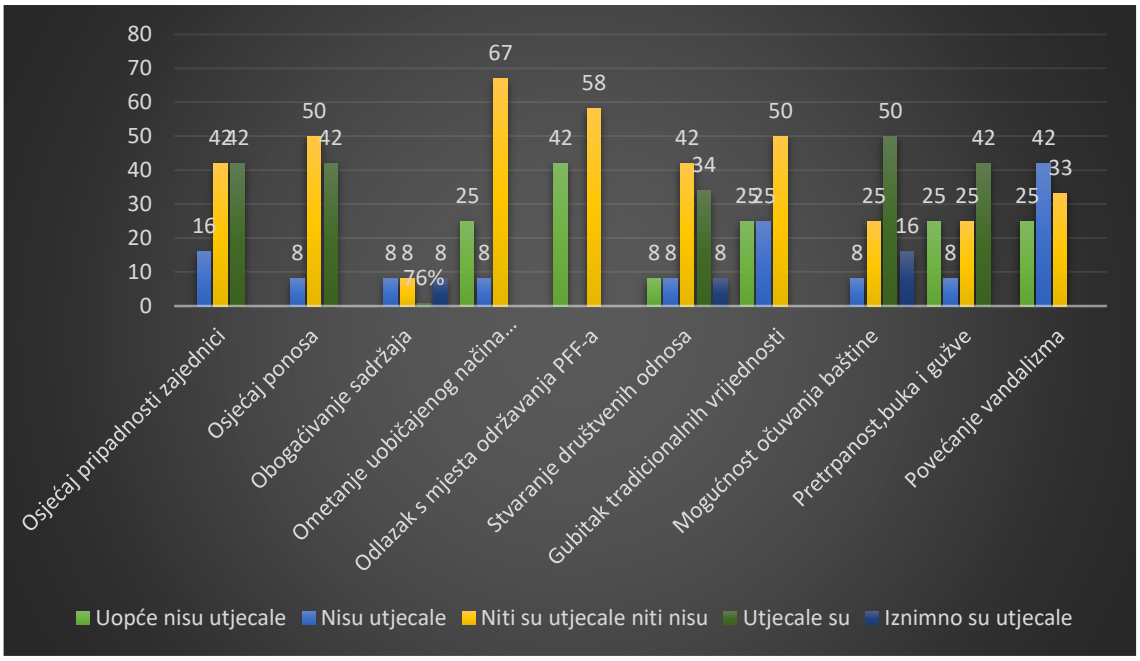
Grafikon 24.: Stav o društvenim učincima na Pulski filmski festival dobne skupine 36-45



Izvor: Vlastita izrada prema provedenoj anketi

Iz Grafikona 24. je vidljivo kako, prema ovoj dobnoj skupini, Festival uopće ne utječe na povećanje broja kriminalnih djela i vandalizam, niti na gubitak tradicionalnih vrijednosti, no niti na osjećaj pripadnosti zajednici. Kao i u prethodnim odgovorima, smatraju kako Festival uveliko utječe na očuvanje tradicijske i kulturne baštine i na stvaranje društvenih odnosa među posjetiteljima i rezidentima.

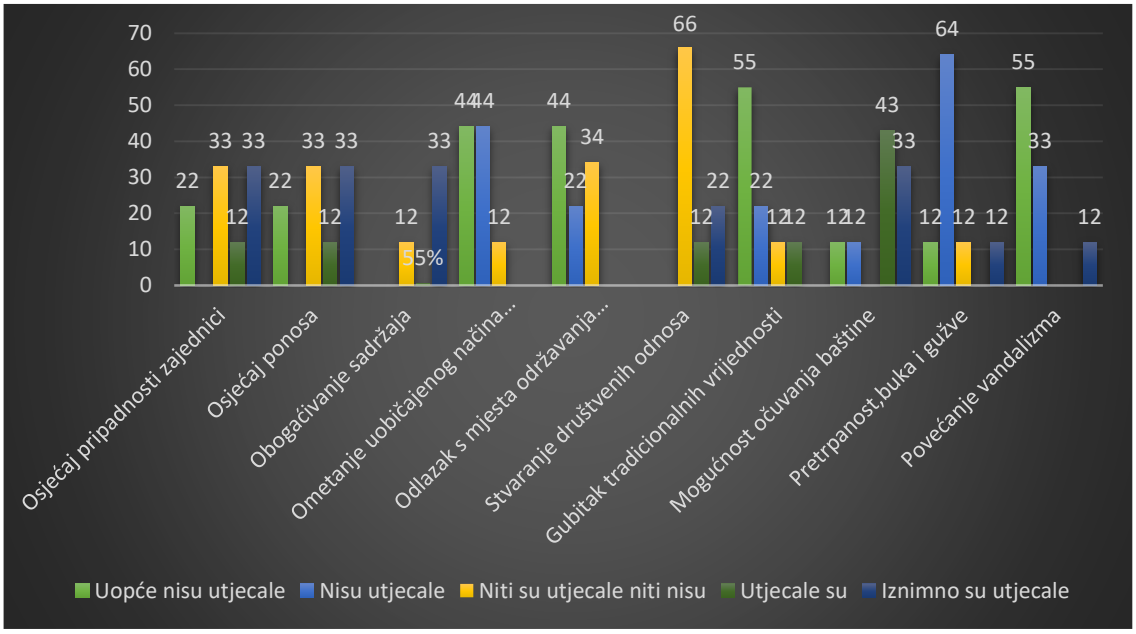
Grafikon 25.: Stav o društvenim učincima na Pulski filmski festival dobne skupine 46-55



Izvor: Vlastita izrada prema provedenoj anketi

Kao i kod prethodnih skupina, i ovdje se nailazi na slične odgovore. Ispitanici smatraju kako Festival utječe na mogućnost očuvanja tradicijske i kulturne baština, na pretrpanost i buku i stvaranje društvenih odnosa posjetitelja i rezidenata. Osim ovih učinaka, veliki broj ispitanih odgovorio je kako Festival također utječe i na pripadnost zajednici i osjećaj ponosa. S druge strane, smatraju kako ne utječe na odlazak s mjesta održavanja Festivala (Grafikon 25.).

Grafikon 26.: Stav o društvenim učincima na Pulski filmski festival dobne skupine 56+



Izvor: Vlastita izrada prema provedenoj anketi.

Najstarija ispitana dobna skupina smatra kako festival ne utječe na povećanje vandalizma i broja kriminalnih djela, na gubitak tradicionalnih vrijednosti, ometanje uobičajenog načina života niti na odlazak s mjesta održavanja manifestacije. S druge strane smatraju kako Festival utječe na osjećaj pripadnosti zajednici, osjećaj ponosa i obogaćivanje sadržaja.

Najpozitivniji stav društvenih učinaka Festivala, iskazalo je domicilno stanovništvo starije životne dobi. Iz prethodno prikazanih grafova može se vidjeti kako osobe starije od 56 godina u najvećoj mjeri smatraju da Festival uvelike utječe na osjećaj pripadnosti zajednici, osjećaj ponosa i obogaćivanje sadržaja, a s druge strane kako uopće ne utječe na povećanje vandalizma i broja kriminalnih djela, niti na gubitak tradicionalnih vrijednosti. Iz ovog istraživanja, moglo bi se pretpostaviti kako starije generacije zaista drugačije gledaju na Pulski filmski festival, kako iskazuju veliko zadovoljstvo njime. Mogući razlozi su nostalgija prema starijim izdanjima Festivala i atmosferi koja je tada vladala. S druge strane, razlog može biti i taj što im je Festival pristupačniji ljetni događaj nego razna druga sportska, kulturna događanja: koncerti, izlasci po mnogobrojnim ljetnim lokacijama, itd., pa ga smatraju iznimno kvalitetnom manifestacijom i ponosni su na njega.

7. ZAKLJUČAK

Kulturne manifestacije mogu se definirati kao organizirane društvene pojave sa specifičnim sasdržajem, posjetiteljima i vremenskim ograničenjem. One su snažan pokretač turizma. Pod kulturne manifestacije spadaju i festivali koji su svojim karakterom privlačni i najširoj publici. Održavanjem festivala destinacije dobivaju neku novu dimenziju, a sudionici dobivaju mjesto za susret i interakciju. S obzirom na tendenciju razvoja kulturnih i kreativnih industrija, sve je veća zainteresiranost za filmske festivale. Organizatori , kako bi uspješno realizirali planirani program, moraju predvidjeti sve potencijalne učinke, kako pozitivne tako i negativne. Društveni učinci uvelike mogu utjecati na promjene ponašanja stanovništva i posjetitelja.

Pulski filmski festival višednevna je kulturna manifestacija od nacionalnog značaja. Festival organizira Javna ustanova Pula Film Festival sa sjedištem u Puli, koja obavlja organizacijske, administrativno-stručne, financijske, tehničke i druge poslove u vezi s radom, djelovanjem i organiziranjem Festivala. Održava se u Puli, uglavnom u drugoj polovici mjeseca srpnja, u najljepšoj kino dvorani na svijetu- pulskoj Areni. Iz godine u godinu broji sve veći broj zainteresiranih posjetitelja. Program Festivala je sve kvalitetniji, sa sve većim brojem filmova, izložbi, popratnih programa. Od iznimnog je značaja za promicanje kulture i turizma u destinaciji. Festival na jednom mjestu okuplja preko 70.000 posjetitelja godišnje. Pulski festival, osim što je mjesto gledanja filmova, sve više se usmjerava na povezivanje filmskih profesionalaca i obrazovanje i edukaciju mladih kroz filmske programe i radionice. Priprema i organizacija ovakvog jednog festivala višesložan je i dugotrajan proces koji se odvija tokom cijele godine.

Pulski filmski festival je, osim najvažnijeg nacionalnog festivala i najposjećenije kulturne manifestacije u Hrvatskoj, dio kulturnog identiteta grada s dobrom perspektivom razvoja. Filmska kultura i festival u Puli postoje već preko 60 godina te je definitivno nešto u što se treba ulagati.

Može se konstatirati da je Pula definitivno pravi filmski grad i destinacija koja razvija kulturni manifestacijski turizam.

LITERATURA

KNJIGE

1. Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O i suradnici: Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav , Školska knjiga, Zagreb, 2011.
2. Dragićević Šešić, M., Stojković, B.: Kultura- menadžment/animacija/marketing, Kulturno informativni centar, Zagreb, 2013., 161.str.
3. Getz, D., Event Management and Event Torism, Cognizant Communication Corporation, New York, 1997.
4. Kelemen, P., Škrbić Alempijević, N.: Grad kakav bi trebao biti-Etnološki i kulturnoantropološki osvrti na festivale, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2012., str. 324.
5. Križman Pavlović, D.: Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2008., str. 207
6. Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj. (2006): Marketing i menadţment u kulturi i umjetnosti, Masmedia d.o.o., Zagreb, str. 269.
7. Tkalac Verčić, A. i dr.: Priručnik za metodologiju istraživačkog rada u društvenim istraživanjima, M.E.P., Zagreb, 2013., str.103
8. Van Der Wagen, L., Carlos, B., Event Management – Upravljanje događanjima, Za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja, Mate d.o.o, Zagreb, 2008., str.2
9. Verčić, T.A., Ćorić, S.D, Vokić, N.P.: Priručnik za metodologiju istraživačkog rada u društvenim istraživanjima; M.E.P. Zagreb, 2011., str. 88.
10. Žager K., Žager L.: “Analiza financijskih izvještaja”, Masmedia, Zagreb 1999., str 33.

DOKUMENTI

1. Izvješće o ostvarenom programu 60.-og Pulskog filmskog festivala, JU Pula Film Festival, 2013.
2. Izvješće o ostvarenom programu 61.-og Pulskog filmskog festivala, JU Pula Film Festival, 2014.

3. Izvješće o ostvarenom programu 62.-og Pulskog filmskog festivala, JU Pula Film Festival, 2015.
4. Izvješće o ostvarenom programu 63.-og Pulskog filmskog festivala, JU Pula Film Festival, 2016.
5. Izvještaj o poslovanju za 2013. godinu JU Pula Film Festival, Pula, 2014.
6. Izvještaj o poslovanju za 2014. godinu JU Pula Film Festival, Pula, 2015.
7. Statut Pulskoga filmskog festivala, Festivalsko vijeće, Pula, 2014.
8. ZAKLJUČAK o davanju suglasnosti uporabovniku Javnoj ustanovi Pula Film Festival, Pula, 2010.

ČLANCI SA INTERNETA:

1. Bencun Soldo, S.: Odnosi s javnošću vs. marketing u kulturi, preuzeto s http://hauska.hr/odnosi-s-javnoscu-vs-marketing-u-kulturi/
2. Gonan Božac, M.: SWOT ANALIZA I TOWS MATRICA – SLIČNOSTI I RAZLIKE, Pula, 2008.
3. Gržinić J.,: Međunarodni turizam, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „ Dr. Mijo Mirković“ Pula, Pula, 2014.
4. Pfeifer, S.: Analiza eksterne okoline, http://www.efos.unios.hr/arhiva/dokumenti/strateski_02.pdf

MATERIJALI S PREDAVANJA

1. Gržinić J.,: Međunarodni turizam, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „ Dr. Mijo Mirković“ Pula, Pula, 2014.
2. Kesar O.: Specifični oblici turizma, nastavni tekst za predavanje na kolegiju Specifični oblici turizma na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, 2015.
3. Trošt Lesić, K.: Dionici manifestacija, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.
4. Trošt, L. K.: Osnove turizma manifestacija: vrste, lokacija i doživljaji, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč

5. Pivčević, S.: Upravljanje manifestacijama, materijali s predavanja, Sveučilište u Splitu, 2012/13.

INTERNET STRANICE

1. Pulski filmski festival u brojkama, http://www.istarski.hr/node/9709
2. Javna ustanova Pula Film Festival, www.pulafilmfestival.hr

POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA

Popis tablica:

Tablica 1.: Organizacijska struktura i program 63. Pulskog filmskog festivala.....9
Tablica 2.: Program Festivala.....17
Tablica 3.: Podaci o Pulskom filmskom festivalu u periodu 2013.- 2016.....23
Tablica 4.: Usporedba 60., 61., 62. i 63. Pulskog filmskog festivala.....24
Tablica 5.: Financijsko izvješće Pulskog filmskog festivala.....25
Tablica 6.: Uzorak anketnog upitnika.....31
Tablica 7.: Profil ispitanika.....32
Tablica 8.: Ocjena razine zadovoljstva ukupnog broja ispitanika.....35
Tablica 9.: Rezultati anketnog istraživanja ukupnog uzorka o razini stvaranja društvenih učinaka.....48

Popis slika:

Slika 1: Vizualni identitet 63. Pulskog filmskog festivala.....23
Slika 2: Anketni upitnik stanovnika Pule o Pulskom filmskom festivalu 2015.....29

Popis grafova:

Grafikon 1.: Struktura prihoda 63. Pulskog filmskog festivala.....26
Grafikon 2.: Struktura rashoda 63. Pulskog filmskog festivala.....27
Grafikon 3.: Spolna struktura posjetitelja Pulskog filmskog festivala.....33
Grafikon 4.: Dobna struktura ispitanika.....33
Grafikon 5.: Podjela prema obrazovnoj strukturi posjetitelja festivala.....34
Grafikon 6.: Struktura zanimanja posjetitelja Festivala.....34
Grafikon 7.: Ocjena razine zadovoljstva dobne skupine 18-25 prema Festivalu.....36
Grafikon 8.: Ocjena razine zadovoljstva dobne skupine 26-35 prema Festivalu.....37
Grafikon 9.: Ocjena razine zadovoljstva dobne skupine 36-45 prema Festivalu.....38
Grafikon 10.: Ocjena razine zadovoljstva dobne skupine 46-55 prema Festivalu.....39
Grafikon 11.: Ocjena razine zadovoljstva dobne skupine 55+ prema Festivalu.....39
Grafikon 12.: Razlozi neodlaska na Festival – dobna skupina 18-25.....40
Grafikon 13.: Razlozi neodlaska na Festival – dobna skupina 26-35.....41
Grafikon 14.: Razlozi neodlaska na Festival – dobna skupina 36-45.....41
Grafikon 15.: Razlozi neodlaska na Festival – dobna skupina 46-55.....42

Grafikon 16.: Indeks iritacije lokalnog stanovništva Festivalom.....43
Grafikon 17.: Prikaz osjećaja dobne skupine 18-25 prema Pulskom filmskom filmskom festivalu.....44
Grafikon 18.: Prikaz osjećaja dobne skupine 26-35 prema Pulskom filmskom festivalu.....45
Grafikon 19.: Prikaz osjećaja dobne skupine 36-45 prema Pulskom filmskom festivalu.....45
Grafikon 20.: Prikaz osjećaja dobne skupine 46-55 prema Pulskom filmskom festivalu.....46
Grafikon 21.: Prikaz osjećaja dobne skupine 56+ prema Pulskom filmskom festivalu.....47
Grafikon 22.: Društveni učinci dobne skupine 18-25.....49
Grafikon 23.: Društveni učinci dobne skupine 26-35.....50
Grafikon 24.: Društveni učinci dobne skupine 36-45.....51
Grafikon 25.: Društveni učinci dobne skupine 46-55.....52
Grafikon 26.: Društveni učinci dobne skupine 56+ 53

POPIS PRILOGA

Prilozi:

Prilog 1.: Primjer poziva filmske ekipe na Pulski filmski festival.....61
Prilog 2.: Primjer poziva za goste za svečano otvaranje.....62

Prilog 1.: Primjer poziva filmske ekipe na Pulski filmski festival

Pula Film Festival
HR-52100 Pula p.p. 29 Hrvatska/Croatia
tel. 385 52 393 321
fax. 385 52 393 320
e.mail. office@pulafilmfestival.hr
web. www.pulafilmfestival.hr

Poštovana gospođo _____,

__ festival igranog filma u Puli ove će se godine održati od – do srpnja .
Više o programu i popratnim sadržajima možete naći na www.pulafilmfestival.hr.

Kako biste mogli organizirati dolazak filmske ekipe, dostavljamo Vam najvažnije informacije vezane za prikazivanje filma i boravak u Puli.

Film _____, datum održavanja projekcije
-Kino Valli, projekcija za novinare i akreditirane, u jutarnjim satima
-Festivalski centar, novinska konferencija, nakon projekcije u kinu
-Arena, projekcija filma u 21,30 sati
-Tehnička proba održat će se večer prije službene projekcije, po završetku programa u Areni

Za sva pitanja vezano uz film, dostavu kopije i tehnička pitanja možete se obratiti:
IME I PREZIME
E-MAIL
BROJ TELEFONA

Festival osigurava __ polupansiona (večera) za filmsku ekipu, te Vas molimo da odredite sastav ekipe i vrijeme njihovog boravka u Puli, uz napomenu da je minimalan boravak od dvije noći po osobi. Naša će hospitality služba kontaktirati svakog člana ekipe kako bismo dogovorili detalje boravka – način akreditiranja, cijene smještaja za eventualnu pratnju i sl. Napominjemo da pravo na smještaj ostvaruju članovi filmske ekipe koji konkuriraju za Zlatnu Arenu.

Za sva pitanja u vezi smještaja možete kontaktirati:
IME I PREZIME
E-MAIL
BROJ TELEFONA

Želimo Vam uspješan i ugodan boravak u Puli, te za sve dodatne nejasnoće i upite slobodno me kontaktirajte.

Lijepi pozdrav,

Pula Film Festival
IME I PREZIME
Hospitality/Protokol/Prodaja/Opći poslovi
E-MAIL I BROJ TELEFONA

Izvor: Javna ustanova Pula Film Festival.

Prilog 2.: Primjer poziva gostiju na svečano otvaranje Pulskog filmskog festivala

Pula, _____
Ur. broj:

Poštovana/i _____,

Pozivamo Vas na __ Pulski filmski festival, manifestaciju koja njeguje i promiče umjetničke vrijednosti suvremenoga hrvatskog i međunarodnoga filmskog stvaralaštva te naslijeđe hrvatske i svjetske kulturne baštine na području filmske umjetnosti.

Festival će se održati od - do srpnja ____ godine u Areni i Kinu Valli, a međunarodni program probran od vrsnih filmskih naslova održati će se od – do srpnja na Kaštelu.

U Hrvatskom programu, zahvaljujući kojem je Pula najdugovječniji nacionalni festival u svijetu i ujedno nacionalni festival s najvećim brojem gledatelja po projekciji u svijetu, očekujemo __ filmskih naslova sastavljenih od hrvatskog filma i hrvatske manjinske koprodukcije gdje su nastupali hrvatski filmski umjetnici i korištene hrvatske filmske lokacije.

Neće izostati ni popratni filmski programi: Pulica – program za djecu i mlade, dječje i profesionalne radionice, Filmovi za mlade 16+, Pulska kinoteka, Retrospektiva. Atmosferu će zaokružiti zabavno glazbeni program.

Radovalo bi nas da svojom prisutnošću uveličate svečanu ceremoniju otvaranja Festivala u Areni, __ srpnja s početkom u __ sati, odnosno zatvaranja i dodjelu nagrada __ srpnja u __ sati.

S osobitim poštovanjem,

Ravnateljica

Izvor: Javna ustanova Pula Film Festival.

SAŽETAK

PLANIRANJE, ORGANIZIRANJE I ANALIZA KULTURNIH MANIFESTACIJA – PULSKI FILMSKI FESTIVAL

Organizacija kulturnih manifestacija, na ovom primjeru festivala, veoma je složen proces koji mora imati jasno definiranu svrhu i cilj. Na samom početku, objašnjeni su pojmovi kulturnih manifestacija, tipologija istih, vrste i društveni učinci. Planiranje i organizacija objašnjeni su na primjeru Pulskog filmskog festivala. Za uspješno realizaciju Festivala potrebno je pripremu i organizaciju započeti mnogo ranije od samog datuma održavanja. Odrediti termin održavanja, lokacije, programe, angažirati kvalitetne i stručne suradnike, a pritom ostati u okvirima financijskog plana. Svaki event zahtijeva suradnju više službi, osoba, institucija s kojima je potrebno pojedinačno dogovorili detalje, moguću problematiku te prikupili svu postojeću dokumentaciju. Jedni od važnih dionika manifestacije su i lokalno stanovništvo, čija je podrška veoma značajna za odvijanje manifestacije ovih razmjera. U svrhu istraživanja stavova lokalnog stanovništva korištena je metoda anketno istraživanje.

SUMMARY

PLANNING, ORGANIZING AND ANALYSIS OF CULTURAL MANIFESTATIONS - PULA FILM FESTIVAL

The organization of cultural events, on this example Festival, is a complex process which must have clearly defined goal and purpose. The concepts of cultural manifestations, types of the same, kind and social effects are explained at the beginning of this paper. Planning and organization are explained on the example of the Pula Film Festival. For the successful realisation of the Festival it is necessary to prepare and organize the organization much earlier than the maintenance date. Specified the time plan of the event, locations and programmes, to hire high quality and professional associates, but also remain within the limits of financial plan. Each event requires the cooperation of several departments, individuals, institutions with whom they need to individually arrange the details, possible issues and provide all required documentation. One of the important stakeholders of event is also the local population, whose support is very important for the manifestation of these dimensions. Survey research is used for the purpose of testing attitudes of the domestic population.