

Kulturna potrošnja i glazbene preferencije mladih: razvoj tipologije na primjeru Zadra

Željka TONKOVIĆ, Krešimir KROLO, Sven MARCELIĆ

Odjel za sociologiju, Sveučilište u Zadru, Hrvatska

ztonkovi@unizd.hr

U radu se analiziraju i interpretiraju rezultati istraživanja kulturne potrošnje mladih u Zadru. U prvome dijelu rada izlažu se najvažniji teorijski pristupi kulturnoj potrošnji te se iznosi pregled prethodnih istraživanja kulturne potrošnje i životnih stilova mladih u Hrvatskoj. U središnjem dijelu rada iznose se i analiziraju rezultati istraživanja provedenog internetskom anketom 2014. godine na prigodnom uzorku mladih u Zadru (N = 429). Kako bi se ispitala struktura ispitanih kulturnih i glazbenih preferencija, korištena je faktorska analiza. Nakon utvrđivanja pojedinih faktora vezanih uz obrasce kulturne potrošnje, provedena je klasteraska analiza, s ciljem utvrđivanja pojedinih tipova kulturnih potrošača. Klasteraskom analizom ekstrahirana su četiri distinktivna klastera kulturnih potrošača: tradicionalno-konvencionalni, rokersko-alternativni, elektronički i klaster visoke kulture. Rezultati istraživanja upućuju na vidljivu distinkciju između tradicionalnih, modernih i elitnih obrazaca kulturne potrošnje. Provedene analize pritom pokazuju da imovinski status nema veliku ulogu u kulturnim preferencijama, za razliku od dobi, spola, radnog statusa i obrazovnog postignuća roditelja. Zaključuje se da su obrasci elitne i tradicionalne kulture trajniji i stabilniji od onih moderne.

Glavne riječi: kulturna potrošnja, glazbene preferencije, mladi, tranzicija, individualizacija

1. Uvod

Sociološka istraživanja kulturne potrošnje i participacije u različitim tipovima kulturnih praksi upućuju na porast važnosti kulture u oblikovanju životnih stilova i društvenom pozicioniranju.¹ Istraživanje obrazaca kulturne potrošnje i razlika u kulturnim preferencijama sociološki je relevantno zbog

¹ Koncept životnog stila odnosi se na relativno trajne obrasce organizacije svakodnevice, koji uključuju vrijednosne orijentacije, ponašanje u slobodno vrijeme i obrasce potrošnje, a koji se formiraju unutar određenih životnih situacija i raspoloživih resursa. Klasifikacije životnih stilova s pomoću obrazaca kulturne potrošnje ubrajaju se među najranije tipologije novih životnih stilova (Tomić-Koludrović i Leburić, 2002).

dvaju razloga. Ponajprije, kulturna potrošnja jedan je od ključnih pokazatelja individualnoga životnog stila (Tomić-Koludrović i Leburčić, 2002). Potom, kulturne preferencije predstavljaju simboličko uporište kolektivnih identiteta, zbog čega kultura ima središnju ulogu u reprodukciji društvenih skupina, ali i društvenih nejednakosti (Katz-Gerro, 2004).²

Suvremene rasprave o teorijskim pristupima kulturnoj potrošnji uglavnom su oblikovane osamdesetih godina 20. stoljeća te se primarno određuju s obzirom na pitanje odnosa kulture i klase, odnosno različitih gledanja na kulturni kapital. Chan i Goldthorpe (2005, 2006) sintetiziraju to pitanje predstavljajući tri dominantna pristupa tome problemu u suvremenoj literaturi: teoriju homologije, teoriju individualizacije te teoriju o opreci omnivora (svejeda) i univora (jednojeda).

Teorija homologije veže se primarno uz djelo Pierrea Bourdieua i u njezinoj je osnovi povezanost klasne osnove i kulturnog ukusa.³ Utjecajna Bourdieuova studija koja se temelji na promišljanju ekonomskog položaja i, pod utjecajem Maxa Webera, društvenog statusa kao elemenata sociokulturnih orijentacija ima iznimno bitan utjecaj na sociologiju kulture i kulturnu sociologiju sve do danas. Uz bitne doprinose teorijskoj sociologiji koja se bavi kulturom, njegov je rad utjecao i na empirijski pristup toj temi. Velik broj istraživanja koja su nadahnuta Bourdieuovim djelom potaknuo je i brojna pitanja kontekstualizacije, metodologije i rafiniranja pojedinih teorijskih problema.⁴

Nasuprot teorijama homologijskog odnosa klase i kulture stoji drugi utjecajan korpus teorija, koji se pojavljuje osamdesetih godina – teorije in-

² Kulturna potrošnja općenito se može definirati kao konzumiranje različitih umjetničkih i kulturnih sadržaja (npr. posjećivanje kazališta, muzeja i koncerata, čitanje knjiga, slušanje glazbe). Osim kulturne potrošnje, u literaturi se često koristi pojam kulturnih preferencija, odnosno ukusa. Za razliku od kulturne potrošnje, koja se ogleda u ponašanju, primjerice kupovini kulturnih dobara ili posjećivanju kulturnih ustanova, kulturni ukus je internaliziran i ogleda se u preferiranju određenih sadržaja, stilova ili žanrova. U empirijskim istraživanjima kulturne potrošnje i ukusa mladih, osobito se pozornost posvećuje strukturi glazbenih preferencija (tj. navikama slušanja glazbe i posjećivanja koncerata različitih glazbenih žanrova).

³ U djelu *Distinkcija: društvena kritika suđenja* Bourdieu (2011 [1979]) predstavlja rezultate empirijskog istraživanja o kulturnim ukusima i društvenom položaju provedenog u Francuskoj šezdesetih godina te upućuje na povezanost ekonomskog i kulturnog kapitala, iz čega Chan i Goldthorpe (2010) izvode i naziv te teorijske pozicije – teorija homologije.

⁴ U korpusu empirijskih studija tog tipa osobito vrijedi istaknuti istraživanje Michèle Lamont (1992) koja komparativno istražuje francusku i američku srednju klasu te upućuje na problem nacionalne kontekstualizacije.

dividualizacije. Te se teorije više ili manje eksplicitno pozivaju na postmodernost kao novu činjenicu u poimanju i potrošnji kulture (Featherstone, 1990). Naglašavanje fragmentarnosti, tekućeg, plastičnosti (Bauman, 2000) donosi pomak prema individualnome te raskid s dotadašnjim poimanjem važnosti predefiniranih društvenih kategorija poput klase, na čijem mjestu sada može stajati i »dob, rod, etničnost ili spolnost kao alternativni društveni temelj kulturne diferencijacije« (Chan i Goldthorpe, 2005: 194).

Kao određena vrsta sintetskog pomirenja tih dvaju pristupa pojavljuje se teorija o opreci omnivora i univora. Taj pristup, koji kritički preispituje i teoriju homologije i teoriju individualizacije, primarno je vezan uz djelo Richarda Petersona. Za razliku od teorije homologije, teorija o opreci omnivora i univora ne vidi kulturu kao pitanje isključivanja u smislu da su određeni kulturni elementi vezani više ili manje striktno uz određene društvene i ekonomske statuse, nego naglašava važnost raspona kulturnih oblika, koji postaju primarni element kulturnog razlikovanja u smislu da viši društveni slojevi koriste veći raspon kulturnih sadržaja koji su im na raspolaganju (Chan i Goldthorpe, 2005; Peterson i Simkus, 1992). Na taj se način razlikuju društveni slojevi koji koriste veći broj različitih kulturnih sadržaja i zbog toga se nazivaju omnivorima te oni čija je kulturna potrošnja ograničena i nazivaju se univorima (Chan i Goldthorpe, 2010: 7–8).

Razlike u teorijskim polazištima reflektirale su se i na razlike u metodološkim pristupima. Brojna istraživanja kulturnih preferencija, osobito ona koja su se oslanjala na teoriju homologije, uglavnom su se fokusirala na razlike između tzv. profinjenog (*highbrow*) i priprostog (*lowbrow*) ukusa (DiMaggio, 1987; Katz-Gerro, 2002; Gerhards, Hans i Mutz, 2013) upućujući pritom na povezanost visokog društvenog statusa i sklonosti prema potrošnji kulturnih proizvoda visoke simboličke vrijednosti. S druge strane, istraživači koji su kulturnoj potrošnji pristupali iz motrišta teorije individualizacije ili u kontekstu rasprava o kulturnim omnivorima i univorima, zauzimali su kritičniji stav spram distinkcije »profinjenog« i »priprostog« ukusa, nastojeći obuhvatiti što širi raspon kulturnih praksi i ukusa (Katz-Gerro, 2004; García-Álvarez, Katz-Gerro i López-Sintas, 2007; Zavisca, 2005; Tampubolon, 2010). Na potrebu odbacivanja strogih razgraničenja i kulturnih hijerarhija upućivale su i promjene u području kulturne proizvodnje, ponajprije procesi diverzifikacije i industrijalizacije koji su doveli do rastuće diferencijacije umjetničkih stilova te individualizacije ukusa i umjetničkih preferencija. Kao posljedica toga, interakcije između različitih

vrsta kulturne proizvodnje produbljuju se, zbog čega granice između »vi-soke« i »niske« kulture sve više blijede dok se istodobno profiliraju nove hibridne kulturne forme (Švob-Đokić, 2008). Novija istraživanja u tom području stoga nastoje ispitati široki izbor potrošačkih stilova i afiniteta u različitim sferama kulturnih aktivnosti (Katz-Gerro, 2004).

Predmet ovog rada jest pokušaj izrade tipologije kulturne potrošnje mladih u Zadru te usporedba s iznesenim teorijskim perspektivama i dosad provedenim istraživanjima u Hrvatskoj. U tu svrhu najprije će se kontekstualizirati problem unutar pregleda istraživanja odnosa mladih i kulturne potrošnje, a potom slijedi razrada metodološkog okvira zajedno s pripadajućim istraživačkim ciljevima.

2. Kulturna potrošnja mladih u (post)tranzicijsko vrijeme

Tijekom posljednjih nekoliko desetljeća razumijevanje ne samo kulturnih preferencija, nego i (sub)kulturnih izražavanja (Hebdige, 1979; Brake, 1985; Greenberg, 2006; Hall i Jefferson, 2006) mladih postalo je jedno od glavnih izvora razumijevanja društvenih procesa i promjena, kako u širem globalnom kontekstu (Huq, 2006), tako i u hrvatskom društvu (Perasović, 2001; Krnić i Perasović, 2013). Kroz različite oblike participativnosti i različite oblike ukusa povezanog s kulturnom ponudom i kulturnim sadržajima, ogleda se ne samo individualna orijentacija mladih unutar postojećih društvenih struktura, nego i socijalizacijski mehanizmi te njihov društveni položaj u određenom kontekstu. Konzumacija i aktivnost oko kulture i kulturnih sadržaja mogu poslužiti kao vrijedni indikatori širih društvenih procesa, ali i uputiti na potencijale društva ili zajednice. Promatra li se tradiciju istraživanja o mladima u Hrvatskoj, vidljiva su nastojanja da se njihov položaj sagleda kroz dvije temeljne perspektive: a) mladi kao problem/resurs unutar homogenoga generacijskog analitičkog okvira (Ilišin i dr., 2013; Ilišin i Radin, 2007) i b) mladi kao heterogena skupina promatrana iz analitičke perspektive životnih stilova (Tomić-Koludrović i Leburić, 2001).⁵ I jedna i druga perspektiva posebnu pozornost posvećuju ulozi tranzicijskih procesa u hrvatskom društvu kao važnoj dimenziji razumijevanja

⁵ Valja primijetiti da se istraživanja mladih u Hrvatskoj pritom ne bave izričito kulturnim preferencijama, nego je središte interesa preusmjereno na egzistencijalno-društvene kategorije (nezaposlenost, društveni aktivizam, obrazovanje) i vrijednosne orijentacije. Također, u dostupnim istraživanjima provedenim na većim uzorcima mladih, kulturna potrošnja smještena je unutar okvira slobodnog vremena te je posljedično operacionalizirana u širokim kategorijama kulturnih sadržaja (npr. slušanje glazbe, odlazak u kazalište).

transformativnih životnih uvjeta mladih, posebice u usporedbi s mladima u kasnom jugoslavenskom razdoblju.⁶ Naime, tranzicijske procese koji su obilježili prijelaz iz planski uređene privrede i jednostranačkoga političkog sustava u tržišno gospodarstvo i višestranački sustav valja promatrati kao dodatno opterećenje za razvojne potencijale mladih jer se, prema Ilišin i dr. (2013), na uobičajenu nesigurnost vezanu uz proces prijelaza u svijet odraslih nadovezuju procesi nestabilnih društvenih institucija koje paralelno prate i procesi kasne modernizacije i globalizacije. Iz toga proizlazi da mladi u Hrvatskoj imaju tri razine opterećenja: konvencionalno – koje dolazi u okvirima društvenih očekivanja preuzimanja normi i vrijednosti kroz proces prijelaza iz svijeta mladih u svijet odraslih; lokalno – vezano uz tranzicijske specifičnosti postsocijalističkih zemalja; globalno – povezano uz globalizacijske procese i procese društva rizika.

Sva tri spomenuta procesa imaju svoju ulogu u formiranju kulturnih preferencija mladih, no mišljenja smo kako su tranzicijske specifičnosti u kombinaciji sa širim globalnim trendovima osobito relevantne za razumijevanje njihova društvenog položaja i uloge u kulturnoj potrošnji. Tomić-Koludrović i Petrić (2007) pritom izdvajaju retradicionalizaciju hrvatskog društva devedesetih godina 20. stoljeća kao jedan od ključnih čimbenika koji je hrvatsku kulturnu proizvodnju sveo na monolitno-konzervativni okvir razumijevanja kulture kao izvora (nacionalnog) identiteta. Naime, retradicionalizaciju karakterizira institucionalno ukidanje autonomnoga društveno-kulturnog djelovanja, marginalizacija suvremenih urbano-alternativnih umjetničkih pravaca, paternalizacijski odnos prema mladima i njihovu razvoju te nacionalno-etnički kulturni ekskluzivizam. Pridodaju li se tim procesima i procesi komercijalizacije slobodnog vremena te korporativno pokroviteljstvo nad kulturom koji se mogu pripisati globalnim trendovima, logično bi bilo zaključiti kako su se u protekla dva desetljeća individualizacijski socijalizacijski resursi i mogućnosti mladih u hrvatskom društvu promijenili u odnosu na jugoslavensko društvo u drugoj polovini osamdesetih godina 20. stoljeća. Opresivno-regulacijski mehanizmi jugoslavenskog društva zamijenjeni su nacionalnom homogenizacijom uz snažan uzlet konzervativno-tradicionalnih vrijednosti. Jedan oblik kolektivističkoga socijalizacijskog mehanizma zamijenio je drugi, potiskujući pritom ionako slabe modernizacijske mehanizme prisutne u hrvatskom društvu. O tome govore i analize životnih stilova mladih u istraživanju Tomić-Koludrović i

⁶ O mladima u kasnom jugoslavenskom razdoblju v.: Ule, 1988; Radin, 1988.

Leburić (2001) gdje je primjetno osipanje postmaterijalističkih vrijednosnih orijentacija, povlačenje iz društvenog sudjelovanja, odnosno povlačenje iz kulturnog života u odnosu na kasno jugoslavensko razdoblje⁷ te općenito negativna percepcija položaja mladih u društvu. Istraživanja mladih početkom novog tisućljeća pokazuju kako se trendovi društvene homogenizacije i kulturnog zatvaranja nastavljaju uz zabrinjavajući porast netolerancije (Ilišin i dr., 2013; Bagić, 2011), sklonosti autoritarnim rješenjima, općeg nepovjerenja i nepovjerenja prema civilnom sektoru (Bagić, 2011) te dominaciju konvencionalnih i materijalističkih vrijednosnih orijentacija (Zdravković, 2014). Spomenute strukturne specifičnosti, kao i zabilježene trendove društvenog položaja i vrijednosti valja detaljnije usporediti s obrascima provođenja slobodnog vremena i kulturne potrošnje kao najbližih indikatora kulturne potrošnje i kulturnog kapitala mladih.

Primjerice, pogled na klastere životnih stilova u istraživanju Tomić-Koludrović i Leburić (2001) pokazuje da se odrednice kulturne potrošnje najviše vežu za sljedeće životnostilske kategorije: hedonističko-intelektualni i tradicionalno-obiteljski životni stil. Hedonističko-intelektualnom stilu specifično je posjećivanje muzeja, galerija i izložbi, čitanje zahtjevnijih knjiga te posjećivanje koncerata i kazališnih predstava i u tom smislu pokazuje karakteristike bliske modernizacijskim i postmodernizacijskim vrijednosnim obilježjima i orijentacijama. Kao svojevrsni kontrapunkt hedonističko-intelektualnom stilu stoji tradicionalno-obiteljski životni stil unutar kojeg su kulturna potrošnja i aktivnost izražene kroz slušanje narodne i zabavne glazbe te izradu ručnih radova (Tomić-Koludrović i Leburić, 2001: 72).

S druge strane, rezultati istraživanja provedenog 2004. godine na reprezentativnom nacionalnom uzorku mladih u Hrvatskoj (Ilišin i Radin, 2007), pokazali su visoku razinu heterogenosti obrazaca provođenja slobodnog vremena i s njima povezanih interesa u sferi kulturne potrošnje u užem smislu. Isto istraživanje pokazalo je da postoji povezanost kulturnog kapitala roditelja s obilježjima kulturnog ukusa i potrošnje mladih.⁸ Pritom su se po specifičnostima kulturnog ukusa i potrošnje mogla izdvojiti tri obrasca:

⁷ Za usporedbu s kasnim jugoslavenskim razdobljem v.: Ule, 1988; Ule i dr., 1996; Radin, 1988.

⁸ Utjecaj kulturne potrošnje roditelja na stjecanje kulturnih kompetencija i oblikovanje ukusa mladih potvrđuju i druga istraživanja, a ti nalazi govore u prilog Bourdieuovim tezama o intergeneracijskom prijenosu kulturnog kapitala i ukusa (Nagel, 2010; Ter Bogt i dr., 2011). Prema Ter Bogtu i dr. (2011), utjecaj obiteljske socijalizacije jasno se ogleda u korespondenciji glazbenih preferencija mladih s glazbenim ukusom njihovih roditelja.

elitni, ruralni i medijski obrazac. Razmjernu raširenost u populaciji mladih pokazivao je *medijski obrazac* kojemu su dominantne aktivnosti slušanje rock i slične glazbe, čitanje dnevnih i tjednih novina, slušanje radija te, u manjoj mjeri, gledanje televizije i videa. Pritom je učestalost tog obrasca rasla s dobi i obrazovanjem. *Elitni obrazac* karakterizirala je razvijena kulturna potrošnja (npr. odlasci u kazalište, posjećivanje umjetničkih izložbi, slušanje klasične glazbe), a prakticirao ga je samo ograničeni broj mladih koji su socijalizirani u većim urbanim sredinama, Istri i Primorju te u obiteljima višega društvenog statusa, s visokoobrazovanim roditeljima. Prema istom istraživanju, sklonost elitnom obrascu rjeđe su izražavali i mladi čiji su roditelji niže obrazovani te oni koji su i sami završili samo srednjoškolsko strukovno obrazovanje (Ilišin i Radin, 2007). Za razliku od elitnog obrasca, *ruralni obrazac* karakteriziralo je slušanje narodne glazbe, odlasci u crkvu te druženja s rodbinom i slušanje radija. U usporedbi s prosjekom populacije mladih, češće su ga prakticirali mladi odrasli u ruralnim sredinama, najmlađe dobne skupine, žene i mladi nižeg obrazovanja s očevima sličnog stupnja obrazovanja.

Na kraju, Zdravković (2014) upućuje na središnju ulogu glazbenih preferencija u formiranju obrazaca životnih stilova mladih. Njezino istraživanje također pokazuje jasnu dominaciju konvencionalnog životnog stila koji se odnosi na studente i studentice s izraženim preferencijama prema aktualnim komercijalnim glazbenim žanrovima. U odnosu na *rurbane*⁹ forme studenti i studentice unutar spomenutog stila preferiraju dijelom i forme međunarodnoga, a ne samo lokalnog karaktera. U načinu provođenja slobodnog vremena usmjereni su na rekreaciju i obitelj te brigu o drugima. Imaju nižu razinu participacije u aktivnostima elitne kulture (koncerti klasične glazbe, kazalište i muzeji) u odnosu na prosjek uzorka. Najčešće participiraju u kulturnim aktivnostima zabavnog karaktera te posjećuju kino, noćne klubove, sportska događanja i restorane. Podjednako ih nalazimo kod muškaraca i žena. Nešto malo više ih se nalazi među studentima sa zavr-

Kontinuitet je pritom osobito značajan za elitni glazbeni ukus (klasična glazba i jazz) te za sklonost pop i dance glazbenim žanrovima, a nešto manje za sklonost rock glazbi.

⁹ Pojam »rurbano« ponajprije se odnosi na prostorne specifičnosti unutar kojih se miješaju strukture karakteristične za gradski (urbani) način života s ruralnim (seoskim) načinom života. U sociologiji taj pojam često označava obrazac u kojem se preklapaju vrijednosti i kulturni identiteti urbanog i ruralnog pa tako, primjerice, glazba može imati korijene u suvremenoj urbanoj glazbenoj produkciji, no motivi s druge strane mogu nositi elemente ruralnih društvenih i kulturnih obrazaca (Sharp, 2005; Zdravković, 2014).

šenom srednjom strukovnom školom i češće su djeca srednje obrazovanih očeva. Studenti konvencionalnoga životnog stila češće žive s roditeljima i češće su radili na plaćenim poslovima tijekom studija u odnosu na studente alternativnoga elitnog stila.

Promatramo li obrađena istraživanja iz pozicije pregleda temeljnih teorijskih polazišta o odnosu kulturne potrošnje i društvenih procesa, vidljivo je da u hrvatskom društvu nedostaje pokazatelja trendova koji bi upućivali na snažnije postmoderne i visoko individualizirane stilove kulturnih preferencija mladih. Drugim riječima, dominiraju dihotomije koje se ponajprije mogu povezati s teorijom homologije i distinkcijom između visoke i niske kulture, s time da su neproporcionalno zastupljeni stilovi i kategorije vezani uz tradicionalni i konvencionalni životni stil. Spomenuti se trendovi mogu promatrati kao proizvod širih institucionalnih i društvenih procesa, no mišljenja smo kako lokalne specifičnosti (tradicija kulturnog stvaralaštva, infrastruktura i umreženost kulturnih inicijativa, programske politike lokalne uprave) mogu stvoriti pretpostavke za razvoj pluralističkih i alternativnih obrazaca socijalizacije kulturnih preferencija te kako će se proizvod strukturnih specifičnosti lokalnog konteksta, u ovom slučaju na primjeru Zadra, najbolje očitavati kroz zabilježene trendove u kulturnoj potrošnji mladih.¹⁰

3. Cilj istraživanja, uzorak, instrumenti i metode obrade podataka

3.1. Cilj istraživanja

Na temelju prikazanih teorijskih pristupa postavljamo glavni cilj istraživanja kojim se želi ustanoviti veza između tipova kulturne potrošnje mladih i njihova društvenog položaja.

Istraživačka pitanje stoga glase: 1) Koji su tipovi kulturne potrošnje mladih u Zadru? 2) Kakav je odnos dobivene tipologije prema odabranim teorijskim okvirima i prethodnim istraživanjima?

S obzirom na prigodnost uzorka, ovaj se rad može smatrati heurističkim sredstvom eksploratornog karaktera čiji će nalazi uspostaviti tipologiju za daljnja istraživanja u području kulturne potrošnje mladih.

¹⁰ Iako podatci dobiveni našim istraživanjem i prethodnim istraživanjima nisu izravno usporedivi zbog razlika u korištenim instrumentima te zbog specifičnog fokusa ovog istraživanja na obrasce kulturne potrošnje, ipak se može pretpostaviti da će neki kulturni obrasci biti konzistentni zbog sličnih socijalizacijskih obilježja.

3.2. Uzorak

Istraživanje je provedeno internetskom anketom u studenom 2014. godine na prigodnom uzorku od 429 sudionika, stanovnika grada Zadra u dobi od 20 do 34 godine.¹¹ Premda su prethodna istraživanja mladih u Hrvatskoj najčešće obuhvaćala populaciju od 15 do 30 godina (npr. Ilišin i Radin, 2007), odlučili smo obuhvatiti i »mlađe odrasle« osobe u dobi od 30 do 34 godine, čiji životni stil zbog promijenjenih društvenih okolnosti često pokazuje sličnosti s mlađim dobnim skupinama. Osim toga, širenjem dobnog raspona dobivena je mogućnost usporedbe međugeneracijskih razlika u kulturnoj potrošnji. Druga polazna pretpostavka u određivanju dobnih granica ciljane populacije bila je ta da adolescentska populacija (od 15 do 19 godina) zbog specifičnih životnih uvjeta, obrazovnog statusa, obrazaca kulturne potrošnje i mogućnosti participacije u kulturnom i javnom životu, zahtijeva zaseban tretman. Sudionici i korišteni podatci predstavljaju samo dio većeg uzorka ekstrapoliranog iz šireg istraživanja o kulturnoj potrošnji mladih na području Zadarske županije. Sudionici su odabrani prema tome što su eksplicitno označili da žive u Zadru kao administrativnoj jedinici. Upitnik je distribuiran internetskim društvenim mrežama te internetskim stranicama lokalnih medija, vodeći pritom računa da su mediji divergentni po sadržaju i privlačenju različitih profila publike kako bi se izbjegla homofiličnost¹² i posljedična homogenost uzorka. Poziv na sudjelovanje u istraživanju objavljen je na internetskim platformama tiskanih, televizijskih i radijskih medija te u različitim interesnim skupinama vezanim za lokalnu zajednicu na internetskim društvenim mrežama. Osim toga, otvorena je posebna stranica na internetskoj društvenoj mreži *Facebook* unutar koje smo se koristili opcijama mikrolokacijskog oglašavanja kako bismo lakše doprli do ciljane populacije. Upitnik je postavljen na komercijalnoj platformi *questionpro.com*, a udio sudionika koji su završili ispunjavanje upitnika u odnosu na one koji su s ispunjavanjem započeli (*completion rate*) jest 55%. Upitnik se sastojao od 53 pitanja, a prosječno vrijeme potrebno za ispunjavanje upitnika iznosilo je 26 minuta.

U Tablici 1 prikazana je struktura uzorka prema sociodemografskim obilježjima spola, dobi, radnog statusa, obrazovanju i samoprocijenjenom imovinskom stanju obitelji. U istraživanju je sudjelovalo više žena nego

¹¹ Za razliku od prethodnih istraživanja, koja su većinom bila provedena na nacionalnim reprezentativnim uzorcima, ovo je istraživanje provedeno isključivo na urbanoj populaciji.

¹² Homofiličnost podrazumijeva tendenciju grupiranja u uzorku prema istovjetnim karakteristikama poput socioekonomskog statusa, vrijednosti ili stavova.

muškaraca (67,6%), a najbrojnija je dobna skupina između 20 i 24 godine (43,4%). Prema trenutnom radnom statusu, najveći udio uzorka čine studenti (42,4%), a potom zaposleni kod poslodavca (35,9%). Najveći broj ispitanika ima završeno fakultetsko obrazovanje (47,3%), dok je nešto manje ispitanika sa završenom srednjom školom, strukovnom ili gimnazijom (ukupno 41,2%). Većina ispitanika procijenila je imovinsko stanje svoje obitelji »ni boljim ni lošijim« od većine ostalih građana (59,9%).

Tablica 1. Struktura uzorka prema sociodemografskim pokazateljima

		<i>N</i>	%
spol	muški	139	32,4
	ženski	290	67,6
dob	od 20 do 24	186	43,4
	od 25 do 29	132	30,8
	od 30 do 34	111	25,9
radni status	studenti	182	42,4
	zaposleni kod poslodavca	154	35,9
	samozaposleni	28	6,5
	nezaposleni	46	10,7
	nepoznato	19	4,4
stupanj obrazovanja	srednja škola, strukovna	86	20,0
	srednja škola, gimnazija	91	21,2
	viša škola	47	11,0
	fakultet, akademija	203	47,3
	nepoznato	2	0,5
imovinsko stanje obitelji	lošije od većine	69	16,1
	ni bolje ni lošije od većine	257	59,9
	bolje od većine	103	24,0

3.3. Mjerni instrumenti

Za potrebe istraživanja kreiran je upitnik koji se sastojao od brojnih indikatora kulturne potrošnje. Većina korištenih mjernih instrumenata konstruirana je prvi put za potrebe ovog istraživanja. Kulturna potrošnja operacionalizirana je kao učestalost posjećivanja i konzumacije različitih kulturnih i kulturno-zabavnih sadržaja u lokalnoj sredini (Zadru) i izvan nje.¹³ Ispitanici

¹³ Pojedina istraživanja pokazala su utjecaj vanjskih čimbenika koji mogu predstavljati prepreku ostvarivanju kulturne potrošnje (Coulangeon i Lemel, 2010).

su trebali procijeniti koliko su često u posljednjih godinu dana posjećivali različite tipove kulturnih sadržaja (npr. kazališne predstave, koncerte rock ili blues glazbe, koncerte klasične glazbe). Ispitanicima je bila ponuđena skala s pet stupnjeva učestalosti (1 = »niti jednom«, 2 = »1–3 puta«, 3 = »4–6 puta«, 4 = »7–12 puta«, 5 = »više od 12 puta«). Kako su prethodna istraživanja upućivala na središnju ulogu glazbenog ukusa pri formiranju tipova kulturnih potrošača, osobito u mlađoj dobi, kulturnu potrošnju u području glazbe dodatno smo operacionalizirali s pomoću mjernog instrumenta koji je mjerio učestalost slušanja različitih glazbenih žanrova. Pritom su ispitanici, na skali od 1 do 5 (1 = »nikada ili gotovo nikada«, 5 = »nekoliko puta tjedno ili svaki dan«), trebali procijeniti koliko često slušaju spomenute glazbene žanrove. Ispitanici su također trebali procijeniti kulturnu potrošnju i glazbene preferencije svojih roditelja, koristeći pritom ljestvice s pet stupnjeva učestalosti.

3.4. Pregled analize podataka

S ciljem utvrđivanja strukture ispitanih kulturnih preferencija, korištena je faktorska analiza. Provedene su analize glavnih komponenti uz ortogonalnu varimax rotaciju. Nakon provedbe faktorske analize i utvrđivanja pojedinih faktora vezanih uz obrasce kulturne potrošnje, provedena je i klasterska analiza. U ovome je radu najprije provedena, kao heuristički korak, hijerarhijska klasterska analiza temeljena na Wardovoj analizi uz primjenu kvadrirane euklidovske distance, dok je u drugom koraku provedena *k-means* klasterizacija, koja je verificirana upotrebom modificirane metode kriterija omjera varijance.

4. Rezultati

4.1. Kulturna potrošnja mladih u Zadru i izvan Zadra

Struktura kulturne potrošnje u pogledu učestalosti posjećivanja različitih kulturno-zabavnih sadržaja u Zadru ispitana je s pomoću 17 varijabli.

U tom kontekstu, pokazalo se da nedovoljna razvijenost kulturne infrastrukture u mjestu stanovanja može negativno utjecati na kulturnu potrošnju, pogotovo u pogledu učestalosti posjećivanja kulturnih sadržaja za koje je karakteristična koncentracija u većim urbanim središtima (npr. opera, muzeji, klupska scena). Osim toga, učestalo konzumiranje kulturnih sadržaja izvan lokalne sredine također može biti indikator društvenog i ekonomskog statusa. S obzirom na spomenute argumente, ali i specifičnosti lokalnoga kulturnog konteksta, u istraživanju smo odlučili prikupiti podatke o kulturnoj potrošnji u mjestu stanovanja i izvan njega.

Ispitanici su trebali procijeniti učestalost posjećivanja spomenutih sadržaja u posljednjih godinu dana. Faktorskom analizom, metodom glavnih komponenti uz ortogonalnu varimax rotaciju, ekstrahirano je pet glavnih komponenti koje zajedno objašnjavaju 54,6% varijance (Tablica 2). Prvi dobiveni faktor zasićen je četirima varijablama: odlasci na heavy metal ili punk koncerte, odlasci na rock ili blues koncerte, odlasci na koncerte demo bendova¹⁴ i odlasci na koncerte jazz glazbe. Iako i sklonost odlascima na koncerte jazz glazbe na tom faktoru bilježi prihvatljivo opterećenje, homogena struktura faktora obilježena je dominacijom varijabli kojima je zajednički nazivnik posjećivanje rock koncerata i srodnih glazbenih žanrova te smo zbog toga taj faktor nazvali *potrošnja rokersko-alternativnih kulturnih sadržaja u Zadru*.¹⁵ Drugi dobiveni faktor sačinjavaju četiri varijable: odlasci na koncerte domaće zabavne glazbe, odlasci na koncerte regionalne narodno-zabavne glazbe (turbo folk i sl.), odlasci na koncerte domaće pop-rock glazbe i domaće tradicijske glazbe (klape i sl.). Homogenost tog faktora obilježena je razmjerno visokim opterećenjima svih varijabli kulturne potrošnje koji upućuju na sklonost zabavnoj i tradicijskoj glazbi. Premda i sklonost posjećivanju koncerata pop-rock glazbe također bilježi prihvatljivo opterećenje, to smo protumačili kao sklonost dominantnoj i konvencionalnoj kulturi, zbog čega smo taj faktor nazvali *potrošnja tradicionalno-konvencionalnih kulturnih sadržaja u Zadru*.¹⁶ Treći faktor okuplja pet varijabli kulturne potrošnje: posjećivanje kazališnih predstava, izvedbi suvremenog plesa, koncerata klasične glazbe, muzeja i umjetničkih galerija te filmskih festivala. Taj faktor upućuje na tendenciju ispitanika da učestalo posjećuju kulturne sadržaje koji se smatraju dijelom visoke kulture, poput koncerata klasične glazbe i kazališnih predstava te smo zbog toga taj faktor nazvali *potrošnja sadržaja visoke kulture u Zadru*. Četvrti faktor primarno je zasićen dvjema varijablama (odlasci na koncerte hip-hop ili rap glazbe te na koncerte elektroničke

¹⁴ Neafirmirani vokalno-instrumentalni sastavi bez objavljenoga studijskog albuma.

¹⁵ Takvo se grupiranje varijabli kulturne potrošnje može protumačiti određenim specifičnostima lokalnog konteksta, odnosno razvijenosti i raznolikosti kulturne ponude i infrastrukture. Naime, kad je riječ o jazz koncertima, treba napomenuti da je njihovo održavanje u Zadru rijetko i uglavnom vezano za glazbene festivale.

¹⁶ Pritom valja napomenuti da je pop-rock glazba u upitniku bila ilustrirana izvođačima poput Gibonnija i Prljavog kazališta, koji su svojim izričajem bliži konvencionalnoj i popularnoj kulturi, nego alternativnim i subkulturnim tendencijama koje okuplja prvi ekstrahirani faktor (potrošnja rokersko-alternativnih kulturnih sadržaja u Zadru).

glazbe) pa je nazvan *potrošnja sadržaja elektroničke i hip-hop glazbe u Zadru*. Posljednji, peti faktor, označava tendenciju dijela ispitanika da učestalo posjećuju samo gradsku knjižnicu i kino, zbog čega smo ga nazvali *potrošnja konvencionalno-institucionalnih kulturnih sadržaja u Zadru*.

Tablica 2. Kulturna potrošnja mladih u Zadru: matrica ekstrahiranih faktora nakon provedene varimax transformacije

	potrošnja rokersko-alternativnih kulturnih sadržaja u Zadru (rock_ZD)	potrošnja tradicionalno-konvencionalnih kulturnih sadržaja u Zadru (trad_kon_ZD)	potrošnja sadržaja visoke kulture u Zadru (vkultura_ZD)	potrošnja sadržaja elektroničke i hip-hop glazbe u Zadru (el_hh_ZD)	potrošnja konvencionalno-institucionalnih kulturnih sadržaja u Zadru (kon_inst_ZD)
heavy metal ili punk koncerti	,831	–,124	–,044	,138	–,064
rock ili blues koncerti	,817	–,075	,183	,013	,090
demo bendovi	,777	–,035	,056	,251	–,038
jazz koncerti	,559	,101	,341	–,052	–,181
koncerti domaće zabavne glazbe	–,155	,806	–,034	,117	–,149
koncerti regionalne narodno-zabavne glazbe	–,024	,709	–,024	–,024	–,024
koncerti domaće pop-rock glazbe	,153	,692	–,025	,206	,237
koncerti domaće tradicijske glazbe	–,011	,684	,045	,121	,314
kazališne predstave	,042	–,022	,698	–,006	,197
suvremeni ples	,066	–,035	,667	,228	–,303
koncerti klasične glazbe	–,030	–,006	,572	,090	,113
muzеји, umjetničke galerije	,169	,026	,537	–,246	,254
filmski festivali	,306	–,092	,525	–,059	,001
koncerti hip-hop ili rap glazbe	,150	,113	,069	,817	–,046
koncerti ili partyji elektroničke glazbe	,145	,134	–,016	,766	,002
gradska knjižnica	,075	–,171	,222	–,164	,643
kino	–,094	,215	,056	,076	,547

Kako bi se ispitala učestalost posjećivanja kulturnih sadržaja izvan Zadra, ispitanicima je bilo ponuđeno 18 različitih tipova sadržaja te su

trebali procijeniti koliko su ih često posjećivali u posljednjih godinu dana (Tablica 3).¹⁷ Faktorskom analizom, metodom glavnih komponenti uz ortogonalnu varimax rotaciju, ekstrahirano je pet glavnih komponenti koje zajedno objašnjavaju 59,4% varijance. Prvi faktor, nazvan *potrošnja tradicionalno-konvencionalnih kulturnih sadržaja izvan Zadra*, zasićen je s pet tipova sadržaja (koncerti domaće zabavne glazbe, koncerti domaće tradicijske glazbe, koncerti regionalne narodno-zabavne glazbe, koncerti domaće pop-rock glazbe, sportska događanja). Drugi faktor, *potrošnja sadržaja visoke kulture izvan Zadra*, primarno je zasićen s pet varijabli kulturne potrošnje: koncerti klasične glazbe, kazališne predstave, filmski festivali, izvedbe suvremenog plesa i jazz koncerti. Treći faktor, *potrošnja rokersko-alternativnih kulturnih sadržaja izvan Zadra*, sačinjavaju tri varijable: odlasci na heavy metal ili punk koncerte, odlasci na rock ili blues koncerte te na koncerte domaće i regionalne alternativne glazbe. Četvrti faktor, *potrošnja sadržaja elektroničke i hip-hop glazbe izvan Zadra*, također sačinjavaju tri varijable: odlasci na koncerte hip-hop ili rap glazbe, odlasci na koncerte elektroničke glazbe i odlasci na velike međunarodne glazbene festivale.¹⁸ Posljednji, peti faktor, primarno sačinjavaju dvije varijable kulturne potrošnje: posjećivanje povijesnih, umjetničkih ili arheoloških lokacija te odlasci u muzeje i umjetničke galerije. Kako je riječ o faktoru koji primarno opisuje interes za povijesne i povijesno-umjetničke sadržaje, nazvali smo ga *potrošnja kulturno-povijesnih sadržaja izvan Zadra*. U usporedbi sa strukturom lokalne kulturne potrošnje (Tablica 2), struktura dobivenih faktora pokazuje sličnosti, iako postoje i određena odstupanja koja se mogu protumačiti razlikama u mjernim instrumentima.

¹⁷ Za razliku od indikatora lokalne kulturne potrošnje, u tom dijelu upitnika ispitanicima nisu bili ponuđeni sadržaji za koje se može pretpostaviti da se vrlo rijetko konzumiraju izvan lokalne sredine (npr. knjižnica, koncerti demo bendova). S druge strane, taj dio upitnika sadržavao je dodatne indikatore kulturne potrošnje koji obuhvaćaju sadržaje koji nisu dostupni u Zadru (npr. veliki glazbeni festivali) te one sadržaje koji se općenito najčešće konzumiraju izvan lokalne sredine (npr. obilazak povijesnih spomenika). Time se može objasniti dobivanje novoga, petog faktora (faktor potrošnje kulturno-povijesnih sadržaja izvan Zadra) i manje promjene u sastavu pojedinih faktora, ponajprije faktora potrošnje sadržaja elektroničke i hip-hop glazbe izvan Zadra i faktora potrošnje sadržaja visoke kulture izvan Zadra.

¹⁸ Pripadnost varijable skupini koja označava sklonost odlascima na velike međunarodne glazbene festivale može se objasniti time što su u upitniku kao primjeri bili navedeni festivali elektroničke glazbe (npr. Ultra).

Tablica 3. Kulturna potrošnja mladih izvan Zadra: matrica ekstrahiranih faktora nakon provedene varimax transformacije

	potrošnja tradicionalno-konvencionalnih kulturnih sadržaja izvan Zadra (trad_kon_izvan)	potrošnja sadržaja visoke kulture izvan Zadra (vkultura_izvan)	potrošnja rokersko-alternativnih kulturnih sadržaja izvan Zadra (rock_izvan)	potrošnja sadržaja elektroničke i hip-hop glazbe izvan Zadra (el_hh_izvan)	potrošnja kulturno-povijesnih sadržaja izvan Zadra (kult_pov_izvan)
koncerti domaće zabavne glazbe	,794	–,009	–,111	,040	,010
koncerti domaće tradicijske glazbe	,719	,029	,064	,060	,076
koncerti regionalne narodno-zabavne glazbe	,684	,141	–,186	,110	–,133
koncerti domaće pop-rock glazbe	,663	,049	,447	,008	,100
sportska događanja	,524	,175	,159	,142	,116
koncerti klasične glazbe	,136	,729	–,005	,049	,077
kazališne predstave	,169	,722	,140	–,016	,330
filmski festivali	–,008	,666	,312	,080	,168
suvremeni ples	,056	,656	–,035	,380	–,014
jazz koncerti	–,014	,620	,315	,264	,044
heavy metal ili punk koncerti	–,073	,078	,763	,183	,016
rock ili blues koncerti	,013	,322	,722	,123	,254
koncerti domaće ili regionalne alternativne glazbe	,391	,190	,553	,227	,117
koncerti ili partyji elektroničke glazbe	,304	,170	,133	,729	,120
koncerti hip-hop ili rap glazbe	,141	,300	,130	,677	,045
veliki međunarodni glazbeni festival	,047	,011	,247	,674	,280
povijesne, umjetničke ili arheološke lokacije	,041	,105	,111	,185	,831
muzeji, umjetničke galerije	–,029	,314	,125	,135	,825

4.2. Glazbene preferencije

4.2.1. Glazbene preferencije ispitanika

Struktura glazbenih preferencija ispitanika ispitana je s pomoću 13 različitih glazbenih žanrova za koje su ispitanici trebali procijeniti koliko ih često slušaju. Faktorskom analizom, metodom glavnih komponenti uz ortogonalnu varimax rotaciju, ekstrahirana su četiri faktora koja zajedno objašnjavaju 61,7% varijance. Prvi faktor obuhvaća četiri glazbena žanra: domaću pop-rock glazbu, domaću tradicijsku glazbu (klape i sl.), domaću i regionalnu alternativnu glazbu te stranu pop/komercijalnu glazbu. S obzirom da taj faktor označava tendenciju ispitanika da preferiraju komercijalne glazbene žanrove, nacionalnog i internacionalnog karaktera, faktor smo nazvali *popularno-konvencionalni glazbeni ukus*.¹⁹ Drugi faktor, nazvan *rokersko-alternativni glazbeni ukus*, primarno je zasićen trima glazbenim žanrovima, odnosno kombinacijama žanrova: rock ili blues, heavy metal ili punk te strana alternativna (indie) glazba. Posljednja dva faktora, *elektronički glazbeni ukus* te *visokokulturni glazbeni ukus*, obuhvaćaju po dva glazbena žanra: elektroničku glazbu te hip-hop (3. faktor), odnosno klasičnu glazbu i jazz (4. faktor). Matrica ekstrahiranih faktora prikazana je u Tablici 4.

Tablica 4. Glazbene preferencije mladih: matrica ekstrahiranih faktora nakon provedene varimax transformacije

	popularno-konvencionalni glazbeni ukus (pop_kon_sl)	rokersko-alternativni glazbeni ukus (rock_sl)	elektronički glazbeni ukus (elektro_sl)	visokokulturni glazbeni ukus (viskul_sl)
domaća pop-rock glazba	,852	-,159	,017	-,047
domaća tradicijska glazba (klape i sl.)	,777	-,317	-,035	-,004
domaća i regionalna alternativna glazba	,706	,369	,043	-,038
strana pop/komercijalna glazba	,666	-,059	,270	-,155
rock ili blues	,038	,792	-,027	,144
heavy metal ili punk	-,174	,679	-,064	,054
strana alternativna (indie) glazba	-,161	,611	,306	,155
elektronička glazba	,107	,002	,836	,074
hip-hop glazba	,090	,040	,815	-,029
klasična glazba	-,043	,030	-,071	,872
jazz	-,131	,329	,164	,683

¹⁹ Iako se može primijetiti da visoko opterećenje na tom faktoru pokazuje i slušanje domaće i regionalne alternativne glazbe, taj se nalaz dijelom može objasniti time što su u upitniku uz taj glazbeni žanr bili navedeni najpopularniji izvodači (npr. TBF, Hladno pivo, Dubioza kolektiv).

4.2.2. Glazbene preferencije roditelja ispitanika

Kako bi se ispitalo glazbene preferencije roditelja ispitanika, ispitanici su trebali procijeniti koliko često njihovi roditelji slušaju određene glazbene žanrove (na skali od 1 do 5 (1 = »nikada«, 5 = »vrlo često«)). Bilo je ponuđeno osam glazbenih žanrova kojima smo nastojali obuhvatiti različite glazbene stilove i veći vremenski raspon. Faktorskom analizom, metodom glavnih komponenti uz ortogonalnu varimax rotaciju, ekstrahirana su tri faktora koja zajedno objašnjavaju 71,8% varijance. Prvi faktor, nazvan *tradicionalno-popularni glazbeni ukus roditelja ispitanika*, primarno je zasićen trima glazbenim žanrovima domaće glazbe: domaća zabavna glazba starijih izvođača, tradicijska glazba (klape i sl.) i domaća zabavna glazba novijih izvođača. Drugi faktor obuhvaća tri glazbena žanra, stariju stranu glazbu (kancone, šansone), klasičnu glazbu i jazz, te smo ga zato nazvali *visokokulturni glazbeni ukus roditelja ispitanika*. Treći faktor također okuplja dva glazbena žanra, domaći i regionalni rock starijih izvođača te stranu rock glazbu starijih izvođača pa smo ga nazvali *rokerski glazbeni ukus roditelja ispitanika*. Rezultati su prikazani u Tablici 5.

Tablica 5. Glazbene preferencije roditelja ispitanika: matrica ekstrahiranih faktora nakon provedene varimax transformacije

	tradicionalno-popularni glazbeni ukus roditelja ispitanika (trad_pop_rod)	visokokulturni glazbeni ukus roditelja ispitanika (vkultura_rod)	rokerski glazbeni ukus roditelja ispitanika (rock_rod)
domaća zabavna glazba starijih izvođača	,864	-,079	,057
domaća tradicijska glazba (klape i sl.)	,849	,195	-,023
domaća zabavna glazba novijih izvođača	,661	-,305	,083
starija strana glazba (kancone, šansone)	,386	,777	,010
klasična glazba	-,242	,739	,223
jazz	-,314	,615	,438
domaći i regionalni rock starijih izvođača	,337	,035	,851
strani rock starijih izvođača	-,117	,265	,834

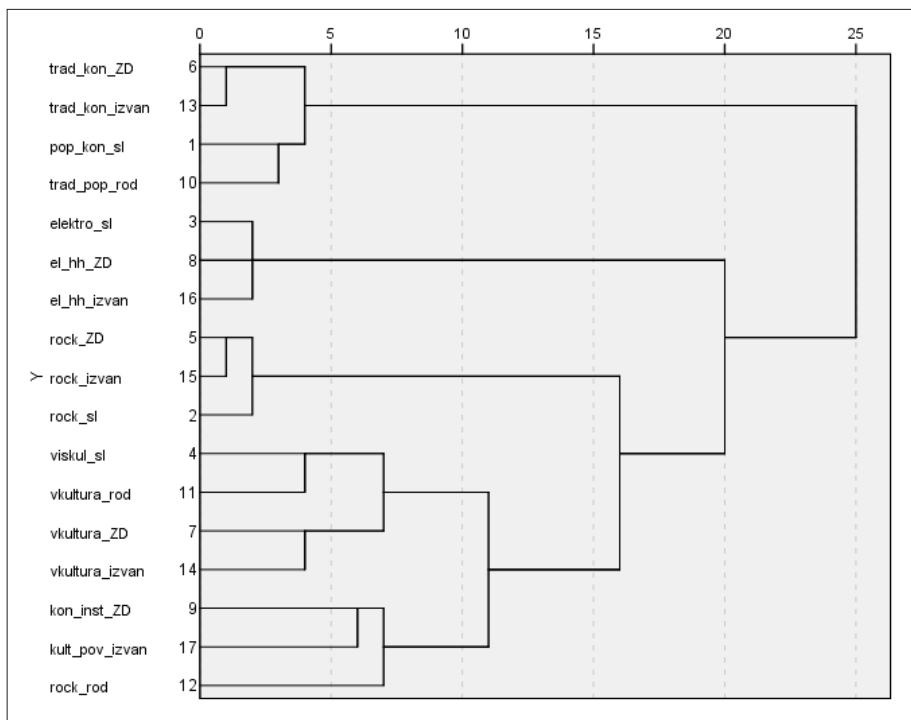
4.3. Tipovi kulturne potrošnje

Nakon provedbe faktorske analize i utvrđivanja pojedinih faktora vezanih uz obrasce kulturne potrošnje, provedena je i klasterska analiza kako bi

se utvrdilo može li se identificirati pojedine tipove kulturnih potrošača s obzirom na vrijednosti utvrđenih faktora.

Analiza je provedena na ukupno 17 varijabli izraženih kroz prethodno ustanovljene faktore vezane uz slušanje glazbe, lokalnu kulturnu potrošnju, kulturnu potrošnju izvan lokalne sredine te glazbeni ukus roditelja. U prvom koraku napravljena je, kao heuristički korak, hijerarhijska analiza varijabli pri čemu je primijenjena Wardova metoda, a podatci su prikazani dendrogramom (Slika 1).

Slika 1. Dendrogram povezanosti faktorskih rješenja za faktore vezane uz kulturnu potrošnju



Očito je u najranijem koraku odvajanje klastera varijabli koje označavaju potrošnju tradicionalne kulture, zatim jasno izražen klaster potrošnje elektroničke glazbe, potom rock glazbe i sadržaja visoke kulture. Vidljivo je da među varijablama postoji jasna povezanost s obzirom na sadržaj kulturne potrošnje, a u sljedećem koraku nastojalo se identificirati pojedine tipove potrošača s obzirom na te obrasce.

U tu je svrhu provedena kombinirana klusterska analiza na 411 ispitaniku, pri čemu su iz uzorka uklonjeni oni ispitanici za koje se nije mogao izraziti rezultat postignut na svim faktorima. Ta je analiza provedena kombiniranjem nekoliko različitih pristupa, s obzirom na to da u literaturi ne postoji konsenzus oko »ispravne« metode te se preporučuje kombinacija hijerarhijskih i partijskih metoda, kao i različiti načini validacije predloženog broja klastera (Mooi i Sarstedt, 2011; Burns i Burns, 2008).

Dendrogram dobiven hijerarhijskom klusterskom analizom upućuje na mogućnost rješenja s tri, četiri ili pet klastera te je za svako predloženo rješenje provedena *k-means* klasterizacija. Pokazalo se da dva faktora, rokerski glazbeni ukus roditelja ispitanika (*rock_rod*) te faktor potrošnje konvencionalno-institucionalnih kulturnih sadržaja u Zadru (*kon_inst_ZD*), ne pridonose značajno klusterskom rješenju te su izbačeni, a postupak je ponovljen.

Provedba hijerarhijske analize bez navedenih faktora ponovno je rezultirala mogućim rješenjima s tri, četiri ili pet klastera, s time da su svi faktori davali statistički značajne rezultate kod sva tri rješenja. Stoga je napravljena validacija Mooijevom i Sarstedtovom modifikacijom kriterija omjera varijance (*variance ratio criterion, VRC*), poznatim i kao kriterij Calinskog i Harabasza (Mooi i Sarstedt, 2011: 255).²⁰ Rezultati dobiveni primjenom tog kriterija prikazani su u Tablici 6.

Tablica 6. Validacija broja klusterskih centara za faktore vezane uz kulturnu potrošnju

klustersko rješenje (n)	ω_n
3	135,82
4	121,96
5	167,21

Kako je ω_4 dao najniži rezultat, prihvaćeno je rješenje s četiri klastera. U Tablici 7 nalaze se klusterski centri za četiri klastera.

Klaster 1 odlikuje visok rezultat na faktorima potrošnje tradicionalno-konvencionalnih kulturnih sadržaja u Zadru i izvan Zadra, faktoru popularno-konvencionalnoga glazbenog ukusa i faktoru tradicionalno-popularnoga glazbenog ukusa roditelja ispitanika. Stoga je taj klaster nazvan *tradicionalno-konvencionalnim*. Ukupno uključuje 92 ispitanika.

²⁰ Ta modifikacija koristi kriterij Calinskog i Harabasza i uspoređuje zbroj F vrijednosti za klustersko rješenje *n* s rješenjima *n-1* i *n+1*, pri čemu se kao adekvatna uzima najniža apsolutna vrijednost, izražena kao ωn (Mooi i Sarstedt, 2011).

Klaster 2 karakterizira visok rezultat kod faktora rokersko-alternativnoga glazbenog ukusa i faktorâ potrošnje rokersko-alternativnih kulturnih sadržaja u Zadru i izvan Zadra. Uključuje 175 ispitanika i time je najveći klaster, nazvan *rokersko-alternativnim*.

Klaster 3 vezan je uz elektroničku glazbu pa tako u toj skupini ispitanici postižu visok rezultat na faktorima potrošnje sadržaja elektroničke i hip-hop glazbe u Zadru i izvan Zadra te faktoru elektroničkoga glazbenog ukusa. Taj je klaster drugi po veličini i uključuje 108 ispitanika. Nazvan je *elektroničkim*.

Klaster 4 ima visoke vrijednosti na faktorima visokokulturnoga glazbenog ukusa i visokokulturnoga glazbenog ukusa roditelja ispitanika, faktorima potrošnje sadržaja visoke kulture u Zadru i izvan Zadra te faktoru potrošnje kulturno-povijesnih sadržaja izvan Zadra. Najmanji je od četiriju klastera, uključuje 36 ispitanika i nazvan je *klasterom visoke kulture*.

Tablica 7. Konačni klasterski centri za rješenje s četiri klastera faktora vezanih uz kulturnu potrošnju

	konačni klasterski centri			
	1 tradicionalno- konvencionalni klaster	2 rokersko- alternativni klaster	3 elektronički klaster	4 klaster visoke kulture
trad_kon_ZD	,89110	–,13683	–,37022	–,50093
rock_sl	–,76878	,86434	,04732	,30949
elektro_sl	,08854	–,62530	,93767	–,01289
vkultura_sl	–,18231	–,00151	–,12174	,93867
rock_ZD	–,62795	,83536	–,11503	,43033
pop_kon_sl	1,19972	–,31592	–,46421	–,33588
vkultura_ZD	–,15239	–,11841	–,10507	1,37761
el_hh_ZD	,01651	–,54412	,80343	,03985
trad_pop_rod	,76026	–,14285	–,20716	–,59063
vkultura_rod	–,27409	,02587	–,15019	,98556
trad_kon_izvan	,99386	–,32556	–,28752	–,29026
vkultura_izvan	–,17488	–,17883	–,28453	2,29588
rock_izvan	–,34784	,21012	–,12999	,19150
el_hh_izvan	–,17567	–,42160	,66602	,43673
kult_pov_izvan	,17266	–,28116	–,06136	,52970

Promatranjem udaljenosti između klusterskih centara prikazanih u Tablici 8, vidljivo je da su najudaljeniji klasteri tradicionalno-konvencionalni i visoke kulture, što korespondira i s dendrogramom klasterizacije varijabli. Najbliži klasteri su rokersko-alternativni i elektronički. Također, klaster visoke kulture najudaljeniji je od svih ostalih, s najmanjom razlikom od 3,459 prema rokersko-alternativnom klasteru, tako da se, s obzirom na mali broj ispitanika i jasnu distancu prema ostalim tipovima potrošnje, može govoriti o izoliranom, kulturnoelitističkom, modelu.

Tablica 8. Udaljenosti između klusterskih centara faktora vezanih uz kulturnu potrošnju

	1 tradicionalno- konvencionalni klaster	2 rokersko- alternativni klaster	3 elektronički klaster	4 klaster visoke kulture
1		3,073	3,162	4,692
2			2,449	3,459
3				3,669
4				

Uvid u socioekonomske i demografske karakteristike svakog od klastera pruža mogućnost daljnjega interpretacijskog postupka. Pojedini klasteri opisani su s obzirom na dob, spol, imovinski i radni status te obrazovanje roditelja.

Tradicionalno-konvencionalni klaster uključuje, s obzirom na strukturu uzorka, veći broj mlađih osoba (u dobi od 20 do 24 godine), 64,1% i žena, 72,8%. Ispitanici u toj skupini češće su studenti ili nezaposleni, što se može objasniti utjecajem dobi. Prema procjeni imovinskog statusa, to je najteže određiva skupina, s iznadprosječnim udjelom i onih koji svoj status procjenjuju boljim od ostalih, ali i onih koji ga procjenjuju lošijim. Gledano prema obrazovnom statusu roditelja, ta skupina ostvaruje najniže vrijednosti, sa samo 25% očeva i 25,3% majki koji su stekli višu ili visoku razinu obrazovanja.

Rokersko-alternativni klaster najbliži je prosjeku uzorka u smislu spola (žene 68,6%, muškarci 31,4%) te najstariji s 32,6% ispitanika s više od 30 godina. Karakterizira ga najmanji broj studenata i najviše zaposlenih, a najbliži je prosjeku i prema procjeni imovinskog statusa, kao i prema obrazovanju roditelja, jer je 35,1% majki i 37,9% očeva ispitanika u tom klasteru steklo više ili visoko obrazovanje.

Elektronički klaster ima najveći udjel muškaraca s 58,3%, a uključuje najveći postotak ispitanika u dobi od 25 do 29 godina s 36,1%. Ispitanici u tom klasteru svoj imovinski status procjenjuju boljim od većine (31,5%). On također ima i najniži udjel nezaposlenih i najveći udjel samozaposlenih u uzorku. Prema obrazovanju roditelja najbliži je drugom klasteru, s 35,2% visokoobrazovanih majki i 35,5% visokoobrazovanih očeva.

Klaster visoke kulture ima izrazito visok udjel žena s 83,3%, a prema dobi je specifičan po tome što ima najmanji udjel ispitanika između 25 i 29 godina. Taj klaster uključuje najviše ispitanika koji svoj imovinski status procjenjuju jednakim onomu većine, sa 66,7%. U toj je skupini najmanje nezaposlenih. Od ostalih se izdvaja po tome što su roditelji ispitanika izrazito obrazovani – 47,2% očeva i 50% majki završilo je više ili visoko obrazovanje.

Od šest navedenih prediktora (dob, spol, radni status, imovinski status, obrazovanje majke, obrazovanje oca) imovinski status jedini se nije pokazao statistički značajnim u razlikovanju sudionika grupiranih prema četiri klasterima ($\chi^2 = 7,386$, $df = 3$, $p = 0,287$).²¹ Najznačajnija veza utvrđena je kod dobi ($\chi^2 = 9,556$, $df = 3$, $p = 0,000$, Cramérov V = 0,186)²² i spola ($\chi^2 = 9,556$, $df = 3$, $p = 0,023$, Cramérov V = 0,152). Pritom su ispitanici u tradicionalno-konvencionalnom klasteru najmlađi, sa 64,1% u dobi između 20 i 24 godine, dok su u elektroničkom i rokersko-alternativnom stariji, sa samo 37,1% i 36,1% u toj kategoriji. Gledano prema spolu, u elektroničkom klasteru nalazi se znatan udio muškaraca (34,4% svih muških ispitanika pripada tome klasteru, prema 22,5% žena), dok je s druge strane odlika tradicionalno-konvencionalnog i klastera visoke kulture veći broj žena (24,1% žena prema 19,0% muškaraca u prvom i 10,7% žena prema 4,7% muškaraca u potonjem).

Obrazovanje obaju roditelja pokazuje se kao statistički značajan prediktor, ali sa slabijom vezom.²³ Obrazovanje oca ima nešto slabiju povezanost ($\chi^2 = 6,775$, $df = 3$, $p = 0,048$, Cramérov V = 0,129) od obrazovanja majke ($\chi^2 = 7,562$, $df = 3$, $p = 0,046$, Cramérov V = 0,136), a djeluju na

²¹ Imovinski status je rađen prema samoprocjeni ispitanika, izražen preko kategorija »lošiji od većine«, »ni bolje ni lošije od većine« i »bolji od većine«.

²² Ispitanici su prema dobi razdijeljeni u tri skupine: od 20 do 24, od 25 do 29 i 30 do 34 godine.

²³ Obrazovanje roditelja izraženo je u kategorijama »završeno srednje školovanje ili niže« te »završeno više ili visoko obrazovanje«.

isti način: ispitanici tradicionalno-konvencionalnog klastera imaju najslabije obrazovane roditelje s 25% majki i 25,3% očeva koji su završili više ili visoko obrazovanje, slijede elektronički i rokersko-alternativni klasteri s 35,2% i 35,1% (majka) te 37,9% i 35,5% (otac) i konačno klaster visoke kulture u kojem 50% majki i 47,2% očeva ima završen neki oblik višeg ili visokog obrazovanja.

Radni status²⁴ pokazao je najnižu povezanost ($\chi^2 = 17,607$, $df = 4$, $p = 0,040$, Cramérov $V = 0,122$) i, očekivano s obzirom na dob ispitanika različitih klastera, najviše nezaposlenih i studenata nalazi se u tradicionalno-konvencionalnom, dok je najviše zaposlenih u najstarijem, rokersko-alternativnom klasteru.

5. Zaključna razmatranja

Pogled na obrađene podatke upućuje na nekoliko specifičnih pojava koje se mogu povezati s teorijskim okvirom rada, ali i s pregledom dosadašnjih istraživanja o kulturnoj potrošnji mladih. Ponajprije, primjetno je da kompleksnost kulturne potrošnje mladih ne pokazuje karakteristike Petersonove distinkcije omnivora i univora (Peterson i Simkus, 1992), odnosno rezultati upućuju na postojanje specifičnih skupine univora koje se grupiraju prema sličnim kulturnim dimenzijama i kategorijama. Izostanak jasno vidljive kategorije omnivora potencijalno navodi na zaključak o manjku socijalizacijskog prostora za mlade u lokalnom kontekstu kao i izostanku prostora relativne autonomije po pitanju kulturnog stvaralaštva i kulturne potrošnje. Naime, visoko moderniziran ili postmoderni društveni kontekst otvara prostor kreiranju fluidnijih oblika kulturne potrošnje u kojem akteri, vođeni individualnim potrebama eksperimentiraju s različitim kulturnim sadržajima kako bi se uklopili u obrazac varijabilizacije kulturnih praksi koja dolazi s globalizacijskim procesima. Potom, jasna je distinkcija između tradicionalnih i elitnih obrazaca kulturne potrošnje, što u konačnici potvrđuje Bourdieuovu teoriju homologije, ali i potencijalno upućuje na spomenuti izostanak širine socijalizacijskih mehanizama koji bi mladima omogućili interakciju s raznovrsnijim kulturnim sadržajima i praksama.

Jedna od polaznih pretpostavki provedenog istraživanja bila je ta da će obrasci kulturne potrošnje mladih korespondirati s obrascima kulturne potrošnje njihovih roditelja. Rezultati istraživanja djelomično su potvrdili tu

²⁴ Ispitanici su razdijeljeni u sljedeće skupine: studenti, zaposleni kod poslodavca, samozaposleni i nezaposleni.

pretpostavku, upućujući na kontinuitet u glazbenim preferencijama mladih i njihovih roditelja kod dvaju međusobno najudaljenijih klsterskih centara, tradicionalno-konvencionalnog i klastera visoke kulture, ali ne i kod preostalih dvaju klastera, što je vidljivo iz hijerarhijske klsterske analize faktora. Provedene analize također pokazuju da je obrazovno postignuće roditelja značajan prediktor kulturne potrošnje mladih, po čemu se razlikuju mladi s elitnim kulturnim potrebama od mladih koji pripadaju tradicionalno-konvencionalnom obrascu. S druge strane, ekonomski kapital, odnosno samoprocijenjeni ekonomski status, nije se pokazao značajnim prediktorom. Kako su i prethodna istraživanja kulturne potrošnje i životnih stilova mladih u Hrvatskoj pokazala postojanje socijalizacijskih mehanizama koji se očituju u povezanosti kulturnih preferencija mladih s njihovim obiteljskim podrijetlom, potrebne su dodatne analize i istraživanja međugeneracijskog prijenosa kulturnog kapitala, što nadilazi opseg ovog rada.

Iako se, s obzirom na to da je istraživanje provedeno na prigodnom uzorku, ne može zaključivati o zastupljenosti dobivenih tipova kulturnih potrošača u populaciji, rezultati istraživanja relevantni su u kontekstu prethodno izloženih rasprava o utjecaju modernizacijskih i tranzicijskih procesa na formiranje kulturne potrošnje mladih. S obzirom na to da je visoka kultura jasno odijeljena od ostalih skupina, mišljenja smo kako su rokersko-alternativni te elektronički klaster u opozicijskom odnosu naspram tradicionalno-konvencionalnog klastera, odnosno kako se unutar spomenutih distinkcija prelamaju razlike između modernizacijskih i tradicijskih procesa. Dodatni argument toj tezi vidljiv je u izostanku povezanosti imovinskog statusa s kulturnim preferencijama, što ostavlja prostor zaključku kako razlike u kulturnoj potrošnji u Hrvatskoj manje proizlaze iz klasnih distinkcija, a više su posljedica naslijeđenih kulturnih podjela koje datiraju još iz jugoslavenskog razdoblja (Ule, 1988).

S druge strane, nalazi korespondiraju s istraživanjima provođenim u vrijeme nakon raspada Jugoslavije, napose u onom dijelu koji govori o elitnom obrascu kulture. Kontinuitet održavanja tog obrasca koji se može pratiti kroz istraživanja (Ilišin i Radin, 2007; Zdravković, 2014) govori o jasnoj slici njegova sadržaja: visokoobrazovani roditelji, konzumiranje sadržaja visoke kulture, dominacija ženskog spola te velika količina objektiviranoga kulturnog kapitala, ali ne i ekonomskoga. Pritom je on primarno vezan uz gradove pa je tako konzekventno identificiran i na slučaju Zadra.

No, malobrojnost ispitanika klastera visoke kulture naglasak stavlja na opreku modernog i tradicionalnog, pri čemu je izostanak ruralne populacije u uzorku omogućio uvid u kulturne procese kod gradskog stanovništva. Tradicionalno-konvencionalni klaster pokazuje također stabilne karakteristike s obzirom na kulturnu potrošnju pa tako ispitanici u tom klasteru slušaju narodnu i tradicionalnu glazbu i ne participiraju u visokoj kulturi, ali nisu ekonomski u slabijem položaju. Taj je obrazac istodobno i najbliži onomu koji se u ranijim istraživanjima nazivao ruralnim (npr. Ilišin i Radin, 2007).

S druge strane, klasteri moderne kulturne potrošnje, rokersko-alternativni i elektronički, ne mogu se sadržajno posve povezati s nalazima postojećeg korpusa literature i istraživanja, iz čega se može zaključiti da su moderni obrasci podložniji promjeni od stabilnijih elitnih i tradicionalnih. U kontekstu ovog istraživanja jasan je i vremenski utjecaj, jer podjela na rock i elektroničku glazbu kao glavne elemente distinkcije upućuje na generaciju stasalu kasnih devedesetih godina 20. i ranih godina 21. stoljeća. Dinamika društvenih promjena praćena putem kulturnih obrazaca očito se najbolje može pratiti unutar kulturnog prostora koji se nalazi između elitnog i tradicionalnog obrasca.

Pritom treba primijetiti kako je primarna razlika između klasterâ moderne kulturne potrošnje (rokersko-alternativnog i elektroničkog) i tradicionalno-konvencionalnog klastera unutar ovog istraživanja vezana uz dob, pri čemu je dinamika takva da tradicionalnost raste kako dob pada. S obzirom na stabilnost važnosti prijenosa kulturnog kapitala među generacijama, ostali su čimbenici podložniji promjenama u društvenom i ekonomskom kontekstu, osobito uzevši u obzir da je krajem devedesetih godina 20. i početkom 21. stoljeća kod mladih zabilježen pomak od tradicionalizacije prema individualizaciji (Tomić-Koludrović i Petrić, 2007). Fluktuacija vezana uz dob u ovome istraživanju pokazuje da je generacija formirana u drugoj polovini prvog desetljeća 21. stoljeća napravila zaokret prema tradicionalnome, što se može protumačiti kao posljedica nedovršenih modernizacijskih procesa u hrvatskom društvu i retradicionalizacije, pri čemu ne treba zanemariti ni ekonomsku krizu početkom dvijetisućitih koja je svojim učincima osobito pogodila mlade.²⁵

²⁵ Prema podatcima iz Eurostata, stopa nezaposlenosti mladih u Hrvatskoj je četvrta najviša u Europskoj uniji s 48,06% za 2013. godinu ([http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Youth_unemployment,_2013Q4_\(%25\).png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Youth_unemployment,_2013Q4_(%25).png)).

Naposljetku, valja napomenuti kako se navedeni trendovi mogu sagledati u kontekstu širih institucionalnih i društvenih procesa, ali se pritom ne mogu zanemariti ni utjecaji lokalnog konteksta. Prema tome, tipologija iznesena u ovome članku može se promatrati kao heuristički pristup ovome problemu, čije bi zaključke svakako trebalo provjeriti na reprezentativnom uzorku.

LITERATURA

- Bagić, Dragan [ur.] (2011). *Odgaja li škola dobre građane? Studija o političkoj socijalizaciji hrvatskih srednjoškolaca*. Zagreb: GONG i Fakultet političkih znanosti.
- Bauman, Zygmunt (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge i Malden: Polity Press.
- Brake, Michael (1985). *Comparative Youth Culture: The Sociology of Youth Cultures and Youth Subcultures in America, Britain and Canada*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bourdieu, Pierre (2011 [1979]). *Distinkcija: društvena kritika suđenja*. Zagreb: Izdanja Antibarbarus.
- Burns, Robert B. i Burns, Richard A. (2008). *Business Research Methods and Statistics Using SPSS*. London: Sage.
- Chan, Tak Wing i Goldthorpe, John H. (2005). »The Social Stratification of Theatre, Dance and Cinema Attendance«, *Cultural Trends*, 14(3) (55): 193–212. doi: 10.1080/09548960500436774
- Chan, Tak Wing i Goldthorpe, John H. (2006). »Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England«, *European Sociological Review*, 23 (1): 1–19. doi: 10.1093/esr/jcl016
- Chan, Tak Wing i Goldthorpe, John H. (2010). »Social status and cultural consumption«, u: Tak Wing Chan (ur.). *Social Status and Cultural Consumption*. Cambridge: Cambridge University Press, str. 1–27.
- Coulangeon, Philippe i Lemel, Yannick (2010). »Bourdieu's legacy and the class–status debate on cultural consumption: musical consumption in contemporary France«, u: Tak Wing Chan (ur.). *Social Status and Cultural Consumption*. Cambridge: Cambridge University Press, str. 84–108.
- DiMaggio, Paul (1987). »Classification in Art«, *American Sociological Review*, 52 (4): 440–455. doi: 10.2307/2095290
- Featherstone, Mike (1990). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.
- García-Álvarez, Ercilia, Katz-Gerro, Tally i López-Sintas, Jordi (2007). »Deconstructing Cultural Omnivorousness 1982–2002: Heterology in Americans' Musical Preferences«, *Social Forces*, 86 (2): 417–433. doi: 10.1093/sf/86.2.417
- Gerhards, Jürgen, Hans, Silke i Mutz, Michael (2013). »Social Class and Cultural Consumption: The Impact of Modernisation in a Comparative European Perspective«, *Comparative Sociology*, 12 (2): 160–183. doi: 10.1163/15691330-12341258

- Greenberg, Arielle (2006). *Youth Subcultures: Exploring Underground America*. New York: Longman.
- Hall, Stuart i Jefferson, Tony (ur.) (2006). *Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. 2nd ed. London i New York: Routledge.
- Hebdige, Dick (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. Methuen: Routledge.
- Huq, Rupa (2006). *Beyond Subculture: Pop, Youth and Identity in a Postcolonial World*. London: Routledge.
- Ilišin, Vlasta i Radin, Furio (ur.) (2007). *Mladi: problem ili resurs*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
- Ilišin, Vlasta, Bouillet, Dejana, Gvozdanović, Anja i Potočnik, Dunja (2013). *Mladi u vremenu krize: prvo istraživanje IDIZ-a i Zaklade Friedrich Ebert o mladima*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu i Friedrich Ebert Stiftung.
- Katz-Gerro, Tally (2002). »Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States«, *Social Forces*, 81 (1): 207–229. doi: 10.1353/sof.2002.0050
- Katz-Gerro, Tally (2004). »Cultural consumption research: review of methodology, theory, and consequence«, *International Review of Sociology*, 14 (1): 11–29. doi: 10.1080/0390670042000186743
- Krnić, Rašeljka i Perasović, Benjamin (2013). *Sociologija i party scena*. Zagreb: Naklada Ljevak.
- Lamont, Michèle (1992). *Money, Morals, and Manners: The Culture of the French and the American Upper-Middle Class*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mooi, Erik i Sarstedt, Marko (2011). *A Concise Guide to Market Research: The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics*. Heidelberg: Springer.
- Nagel, Ineke (2010). »Cultural Participation between the Ages of 14 and 24: Intergenerational Transmission or Cultural Mobility?«, *European Sociological Review*, 26 (5): 541–556. doi: 10.1093/esr/jcp037
- Perasović, Benjamin (2001). *Urbana plemena: sociologija subkultura u Hrvatskoj*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Peterson, Richard A. i Simkus, Albert (1992). »How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups«, u: Michèle Lamont i Marcel Fournier (ur.). *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago: University of Chicago Press, str. 152–186.
- Radin, Furio (1988). »Hijerarhije i strukture društvenih vrijednosti«, u: Furio Radin (ur.). *Fragmenti omladine[; položaj, svijest i ponašanje mladih Hrvatske]*. Zagreb: Radna zajednica Republičke konferencije Saveza socijalističke omladine Hrvatske i Institut za društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu, str. 99–118.
- Sharp, Elaine B. (2005). »Cities and Subcultures: Exploring Validity and Predicting Connections«, *Urban Affairs Review*, 41 (2): 132–156. doi: 10.1177/1078087405279941
- Švob-Đokić, Nada (2008). »Kontekst kulturne industrijalizacije«, u: Nada Švob-Đokić, Jaka Primorac i Krešimir Jurlin. *Kultura zaborava: industrijalizacija kulturnih djelatnosti*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk i Hrvatsko sociološko društvo, str. 21–54.

- Tampubolon, Gindo (2010). »Social stratification and cultures hierarchy among the omnivores: Evidence from the Arts Council England surveys«, *The Sociological Review*, 58 (1): 1–25. doi: 10.1111/j.1467-954X.2009.01880.x
- Ter Bogt, Tom F. M., Delsing, Marc J. M. H., Van Zalk, Maarten, Christenson, Peter G. i Meeus, Wim H. J. (2011). »Intergenerational Continuity of Taste: Parental and Adolescent Music Preferences«, *Social Forces*, 90 (1): 297–319. doi: 10.1093/sf/90.1.297
- Tomić-Koludrović, Inga i Leburić, Anči (2001). *Skeptična generacija: životni stilovi mladih u Hrvatskoj*. Zagreb: AGM.
- Tomić-Koludrović, Inga i Leburić, Anči (2002). *Sociologija životnog stila: prema novoj metodološkoj strategiji*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk i Hrvatsko sociološko društvo.
- Tomić-Koludrović, Inga i Petrić, Mirko (2007). »Hrvatsko društvo – prije i tijekom tranzicije«, *Društvena istraživanja*, 16 (4-5): 867–889.
- Ule, Mirjana (1988). *Mladina in ideologija*. Ljubljana: Delavska enotnost.
- Ule, Mirjana, Renner, Tanja, Miheljak, Vlado, Mencin-Čeplak, Metka i Kurdija, Slavko (1996). *Predah za študentko mladino*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo.
- Zavisca, Jane (2005). »The Status of Cultural Omnivorism: A Case Study of Reading in Russia«, *Social Forces*, 84 (2): 1233–1255. doi: 10.1353/sof.2006.0042
- Zdravković, Željka (2014). *Medijska dimenzija životnih stilova studenata/ica kao pokazatelj razvojnog potencijala regije*. Doktorski rad. Zadar: Sveučilište u Zadru.

Cultural Consumption and Musical Preferences of Youth: Development of Typology in the Case of Zadar

Željka TONKOVIĆ, Krešimir KROLO, Sven MARCELIĆ

Department of Sociology, University of Zadar, Croatia
ztonkovi@unizd.hr

In this article cultural consumption of youth in Zadar is analysed and interpreted. In the first section of the text important theoretical approaches to cultural consumption are presented together with an overview of the research of cultural consumption and lifestyles of youth in Croatia. The central part of the article presents results and analysis of the research conducted via online survey in 2014 on a convenience sample of youth in Zadar (N = 429). In order to investigate the structure of cultural and musical preferences of the respondents, factor analysis was used. After establishing several factors connected with the patterns of cultural consumption, cluster analysis was undertaken with the goal of establishing specific types of cultural consumers. Cluster analysis extracted four distinctive

clusters of cultural consumers: traditional-conventional, rock-alternative, electronic and the high culture cluster. Results point to a visible distinction between traditional, modern and elite patterns of cultural consumption. However, analysis does also point to the fact that socioeconomic status does not play a key role in cultural preferences, such as that played by age, gender, employment and education of parents. The conclusion is that patterns of elite and traditional culture are longer lasting and more stable than the modern ones.

Key words: cultural consumption, musical preferences, youth, transition, individualization