



NARUČITELJ PROJEKTA

Gradsko poglavarstvo
grada Osijeka

ISTRAŽIVANJE IDENTITETA GRADA OSIJEKA

**Glavni nalazi kvalitativnog i kvantitativnog
istraživanja**

VODITELJICA ISTRAŽIVANJA

dr. sc. Željka Kamenov, izv. prof.
Filozofski fakultet u Zagrebu

U Zagrebu, 8. lipnja 2008.

NASLOV PROJEKTAIstraživanje pozitivnih i negativnih stavova grada Osijeka

NARUČITELJ PROJEKTAGradsko poglavarstvo grada Osijeka

IZVEDBA PROJEKTA Centar za psihodijagnostičke instrumente
Odsjek za psihologiju Filozofskog fakulteta
Sveučilišta u Zagrebu

VODITELJICA ISTRAŽIVANJAdr. sc. Željka Kamenov, izv. prof.

KOORDINATORICA ISTRAŽIVANJA Aleksandra Huić

VODITELJ CENTRA
ZA PSIHODIJAGNOSTIČKE INSTRUMENTEdr. sc. Vladimir Kolesarić, red. prof.

SURADNICI U KVALITATIVNOM DIJELU ISTRAŽIVANJA:

mr. sc. Margareta Jelić
mr. sc. Anita Lauri Korajlija
Aleksandra Huić

SURADNICI U KVANTITATIVNOM DIJELU ISTRAŽIVANJA:

Aleksandra Huić
Ana Babić Čikeš (Osijek)
Tamara Mohorić (Rijeka)
Matea Brežnjak (Varaždin)
Lea Ivuša (Zadar)
Vinka Prizmić (Dubrovnik)

OBRADA PODATAKA dr. sc. Dragutin Ivanec, docent

SADRŽAJ

CILJEVI ISTRAŽIVANJA	4
KVALITATIVNI DIO ISTRAŽIVANJA	5
METODOLOGIJA I SUDIONICI	6
GLAVNI NALAZI PO DIMENZIJAMA	
Osnovne predodžbe o Osijeku	9
Vizualni identitet	10
Socijalni identitet	11
Pozitivni aspekti grada Osijeka	13
Negativni aspekti grada Osijeka	14
Prezentnost Osijeka danas	17
Potencijali Osijeka	19
Preduvjeti za razvoj potencijala	21
Osijek i drugi gradovi	23
Osijek kao «brand»	24
KVANTITATIVNI DIO ISTRAŽIVANJA	26
METODOLOGIJA I SUDIONICI	27
GLAVNI NALAZI PO DIMENZIJAMA	
Predodžba Osijeka	32
Vizualni identitet	34
Osječani	36
Potencijali Osijeka	37
Prezentnost	40
Doživljaj Osijeka	42
USPOREDBA OSIJEKA I DRUGIH GRADOVA	44

CILJEVI ISTRAŽIVANJA

OKVIR ISTRAŽIVANJA

- grad Osijek započeo je s projektom brendiranja (izrade prepoznajnice) grada Osijeka
- ciljevi brendiranja Osijeka su pronaći zajedničko, krovno viđenje grada te nanovo izgraditi "pojam" Osijeka kako bi Osijek postao grad u kojem ljudi žele živjeti, u koji ljudi žele dolaziti te u koji se isplati ulagati
- prvi korak u tom procesu je istraživanje identiteta grada Osijeka kako bi se dobile empirijske informacije na temelju kojih se može pristupiti izradi brenda

CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Ovim istraživanjem željeli smo dobiti odgovore na pitanja:

•O IDENTITU GRADA OSIJEKA:

- po čemu je Osijek trenutačno prepoznatljiv
- koje su njegove bitne značajke (i pozitivne i negativne)
- koje su njegove jake, a koje slabe strane
- koji su simboli grada Osijeka
- što Osijek čini jedinstvenim

•O VIZIJI GRADA:

- kakav grad Osječani žele
- koje vrijednosti građani žele da se vežu uz njihov grad
- kakvu budućnost grada vide
- koje djelatnosti grada je potrebno razvijati i gdje ulagati
- u kojim područjima sami građani vide mogućnosti za promjene
- načini na koje građani vide svoj angažman u implementiranju promjena

•USPOREDBA GRADA OSIJEKA I NEKIH DRUGIH GRADOVA U HRVATSKOJ:

- usporedba položaja grada Osijeka i nekih drugih većih gradova Hrvatske na dimenzijama ključnima za funkcioniranje jednog grada

Kako bi se odgovorilo na postavljene ciljeve provedeno je opsežno istraživanje u kojem je kombinirana različita metodologija:

1. kvalitativni dio istraživanja

- dubinski intervjui s istaknutim pojedincima
- fokus grupe

2. kvantitativni dio istraživanja

- anketno ispitivanje

Metodologija i rezultati istraživanja prikazani su zasebno za svaki od ova dva dijela istraživanja.

KVALITATIVNI DIO ISTRAŽIVANJA

METODOLOGIJA I SUDIONICI

METODOLOGIJA

- kvalitativna istraživačka metodologija omogućuje dubinski pristup problemu; usmjerena je na cjelinu nekog problema; prepoznaje višedimenzionalnost pojava; direktno od pojedinaca dobivamo velik broj konkretnih i specifičnih informacija
- kvalitativna metodologija može pružiti odgovore na pitanja ŠTO je problem; TKO je njime pogođen; ZAŠTO je do njega došlo; GDJE su njegova rješenja
- kvalitativne metode odabrane u ovom istraživanju su strukturirani, dubinski intervju s istaknutim pojedincima, te metoda grupne diskusije, koje su zbog njihovih karakteristika i prednosti najprikladnije za navedene ciljeve istraživanja

A) Strukturirani intervjui s istaknutim pojedincima

- strukturirani razgovor u trajanju od 60 - 90 minuta
- razgovor se provodi s istaknutim pojedincem u nekoj sredini koji na ostale u svojoj sredini ima neformalni utjecaj (opinion maker), te stoga može poslužiti kao važan izvor informacija o stanju u njihovom okruženju
- osnovne karakteristike: formulacija i redoslijed postavljanja pitanja unaprijed su određeni i standardizirani, pitanja su formulirana kao potpuno otvorena, a svim sudionicima postavljaju se sva pitanja i to istim redom
- zbog strukture razgovora moguća je usporedba odgovora različitih pojedinaca i lakša organizacija i analiza podataka

B) Metoda grupne diskusije

- polustrukturirani razgovor, u trajanju od 90-120 minuta, između 8 – 10 sudionika koji su izabrani po relevantnim karakteristikama
- moderator vodi diskusiju prema unaprijed pripremljenom, standardiziranom, nizu pitanja (Vodič za grupnu diskusiju)
- cilj je omogućiti sudionicima da iznesu svoja mišljenja i stavove te razmjene iskustva o nekoj temi
- s obzirom da se razgovor odvija u socijalnom okruženju, sudionici mogu razmotriti svoje mišljenje o nekom pitanju u kontekstu pogleda drugih osoba na isto pitanje (npr. reakcija jednog sudionika može potaknuti reakcije drugih, sudionici jedan drugoga podsjetiti na nešto što bi sami zaboravili i sl.). Osim toga, moguće je dobiti dodatne relevantne informacije iz neverbalne komunikacije sudionika.
- informacije dobivene od sudionika, "eksperata" za neko područje, pružaju odgovore na pitanja o percipiranim uzrocima pojava, a sami sudionici imaju priliku predložiti i načine na koji se neka situacija može promijeniti odnosno poboljšati

NAČIN ODABIRA SUDIONIKA U ISTRAŽIVANJU

- zajedno s predstavnicima grada Osijeka i konzultantske agencije SRT odlučeno je da u istraživanju sudjeluju predstavnici slijedećih djelatnosti bitnih za funkcioniranje jednog grada:
 - Obrazovanje
 - Kultura
 - Turizam
 - Gradska uprava
 - Lokalni mediji
 - Urbanizam
 - Civilno društvo
 - Gospodarstvo
 - Marketing
- od strane predstavnika grada Osijeka identificirani su istaknuti pojedinci (opinion makeri) i predstavnici pojedinih djelatnosti za sudjelovanje u istraživanju već prema stručnosti u pojedinoj djelatnosti
- svima su poslani pismeni pozivi za sudjelovanje, bilo u individualnim, bilo u grupnim razgovorima sa stručnjacima – psiholozima, u kojima će imati priliku iznijeti svoja konkretna mišljenja o tome na koji način vide grad u kojem rade i žive
- svi sudionici su i osobno kontaktirani te pozvani na razgovor
- razgovore su vodili iskusni i posebno educirani stručnjaci – psiholozi
- svi razgovori održani su u prostorijama Gradskog poglavarstva, Kuhačeva 9, Osijek
- svim sudionicima zagarantirana je anonimnost i povjerljivost iznesenih podataka
- razgovori su, uz dopuštenje sudionika, snimani na audio zapis što je omogućilo kasniju detaljnu analizu

BROJ I STRUKTURA SUDIONIKA U ISTRAŽIVANJU

DJELATNOST	BROJ INTERVJUA	BROJ GRUPA	BROJ SUDIONIKA
obrazovanje	1	1	8
kultura	1	1	8
turizam	1	1	8
gradska uprava	1	1	7
lokalni mediji	1	1	7
gospodarstvo	1	1	11
marketing	1	1	4
urbanizam	1	1	8
civilni sektor	1	1	9
UKUPNO	9 (M=5, Ž=4)	9	70 (M=48, Ž=22)

OKVIR VODIČA ZA RAZGOVOR

Teme koje su se obuhvatile tijekom razgovora:		
1.	PODACI O SUDIONICIMA	Opis posla i djelatnosti u kojoj rade zajedno s detaljnijim informacijama o njihovom radnom iskustvu
2.	FIZIČKI ASPEKTI GRADA	Vizualni identitet grada Osijeka koji obuhvaća vizualnu predodžbu Osijeka i njegovih simbola sada, odnosno viziju Osijeka i njegovih simbola u budućnosti. U okviru ove teme razgovaralo se o tome po čemu je Osijek trenutačno prepoznatljiv, a po čemu žele da bude prepoznatljiv u budućnosti.
3.	LJUDI	Socijalni identitet grada Osijeka koji obuhvaća puls i ritam života Osječana. U okviru ove teme razgovaralo se o tome kakvi su „tipični“ Osječani, odnosno kakva je „atmosfera“ Grada.
4.	PREZENTNOST	Što Osijek danas predstavlja za Hrvatsku i u međunarodnim okvirima? U okviru ove teme tražili su se odgovori na ovo pitanje u odnosu na gospodarstvo, turizam, kulturu i nasljeđe, obrazovanje, usluge i brendove.
5.	POTENCIJAL	Na temelju onog što Osijek sada ima razgovaralo se o tome kakav potencijal za buduću prezentnost ima i na domaćem i na međunarodnom planu. Koje su to dobiti koje Osijek pruža ili može pružati a koje mogu potaknuti ulaganja i privući ljude. Ponovno su se pokrili svi, već gore navedeni, aspekti (gospodarstvo, turizam, kulturu i nasljeđe, urbanizam, obrazovanje, usluge i brendove).
6.	PREDUVJETI ZA RAZVOJ POTENCIJALA	Tema je obuhvatila razgovor o tome koje su temeljne kvalitete, usluge i nužna gradska infrastruktura potrebne kako bi se spominjani potencijal optimalno razvio. Razgovaralo se i o mogućnosti njihovog vlastitog utjecaja na potencijalne buduće promjene.
7.	OTVORENA PITANJA	Na kraju su sudionici imali mogućnost da razgovoru dodaju svoja razmišljanja o kojima do tada nisu imali prilike razgovarati.

GLAVNI NALAZI PO DIMENZIJAMA

1. OSNOVNE PREDODŽBE O OSIJEKU

- Osijek je “grad s dušom”, “grad po mjeri čovjeka”.
- Prve asocijacije su većinom pozitivne i vezane uz obitelj, dom, zelenilo (parkovi, ravnica), simbole grada (Tvrđa, Drava) i miran tempo života u Osijeku.
- Šarm Osijeka čine prvenstveno ljudi – opušteni, gostoljubivi, nenametljivi, specifičnog i prepoznatljivog načina govora. Osim ljudi, šarm Osijeka je i u smještaju grada na Dravi i šetnici uz samu rijeku.
- Osječani su posebno ponosni na osječke parkove i čistoću grada, stara slavonska jela i posebno ozračje mira i usporenosti u Osijeku.
- Osijek se percipira kao grad ugodnog življenja i kao najperspektivniji u regiji (nudi najviše mogućnosti zapošljavanja). Ugodnim ga čini veličina, urbanistička organizacija, dobra prometna povezanost, širok krug poznanika, veliki broj parkova, kulturna baština i sl.
- Osijek je grad po mjeri čovjeka. On nije veliki grad, pa nema negativnosti koje nosi život u velikom gradu, a ima dovoljno raznih sadržaja – kulturnih, sportskih. Osijek je lijep grad pun zelenila, a i urbanistički doživljaj Osijeka je sasvim dobar. Rijetko koji grad se može pohvaliti šetalištem kakva je osječka promenade uz rijeku Dravu, a s druge strane rijeke je rekreacijski centar, zoološki vrt i šetnica. Za Osijek puno znači i blizina Baranje (Kopački rit, priroda).
- U Osijeku je lijepo živjeti jer nema prometnih gužvi, vlada gradska atmosfera, ljudi su pristupačni i svi se međusobno poznaju.
- Osijek je grad s dugom tradicijom, grad kulture, mladih, sporta, dobre kuhinje, otvorenih srdačnih ljudi.
- Grad se percipira kao urbana sredina i kulturno središte s mnoštvom kulturnih i obrazovnih mjesta kao što su: HNK, sakralni objekti, kulturne institucije, Sveučilište.
- Osijek je srednjeeuropski GRAD. Grad bogate baštine, tradicije, kulture. Osijek je uvijek bio urbano središte i to bi trebao ostati, usprkos sve većim naglascima na folk i etno.
- Od negativnih asocijacija tu su komarci, a također se naglašava i politika kao negativna asocijacija.

CITATI:

«Ono što se kaže, to je grad po mjeri čovjeka»

«Jedan vrlo pitom i prirodan grad»

«U gradu sam, a u prirodi! To je stvarno rijetkost»

«Dovoljno veliki da se sakriješ u njega, a dovoljno mali da ostvariš neke svoje socijalne potrebe»

«Prva slika Osijeka, i to mi je jasna slika oduvijek – Osijek je jedna jasno profilirana urbana sredina.»

«Osijek je grad srednjoeuropske kulture, o tom se uopće ne treba raspravljati, na nama je da to zadržimo i da dalje razvijamo.»

«Obilježje Slavonije je tamburica, ali Osijek kao jedno urbano središte u principu je bio grad operete.»

«Za većinu Osječana to su Drava, Tvrđa, katedrala, no za ljude izvan Osijeka to su rat, siromaštvo, Glavaš, suđenja. Osijek je za većinu ljudi grad-slučaj.»

2. VIZUALNI IDENTITET

- Čine ga simboli kao što su: rijeka Drava, Tvrđa, trg Ante Starčevića s katedralom, pješački most, secesijski dio glavnih ulica, parkovi, zelenilo i cvijeće, promenade, kupalište Copacabana, priroda oko Osijeka, ravnica, tramvaj.
- Smatraju kako potencijali Osijeka u izgradnji prepoznatljivog vizualnog identiteta nisu dovoljno iskorišteni.

CITATI:

«Ono po čemu je današnji Osijek u prvom redu prepoznatljiv je Tvrđa»

«Osijek intenzivno živi uz Dravu. Zagreb se odvojio od svoje rijeke. Osijek je suprotnost, on živi uz rijeku, na rijeci, za rijeku.»

«...naša Drava i viseći most koji je mene kao malog podsjećao na Golden Gate iz San Francisca i za kojeg sam se uvijek pitao zašto nije dovoljno prikazan kao naš...»

«Osječka secesija je čarolija»

«Recimo Europska avenija, jedna od najljepših secesijskih ulica u Europi. Ali uglavnom većina tih zgrada je u derutnom stanju i ljudi kad dođu u Osijek, stranci, ne znaju da je to jedna od najljepših ulica u Europi. To nigdje ne piše. To treba napisati. Čak i Osječanima, masa Osječana to isto ne zna.»

«Osijek ima tramvaj koji je zaista njegovo bogatstvo. Ja mislim da je tramvaj inače bogatstvo grada i kad čujem da je neki grad imao tramvaj i da ga više nema, mislim Bože kako su gradski oci mogli biti tako bedasti pa ga ukinuti.»

3. SOCIJALNI IDENTITET

- Osječani: vrijedni, ponosni na tradiciju grada, građani (kulturni), susretljivi i vrlo ljubazni ljudi koji su uvijek spremni pomoći, pristupačni, otvoreni, dobrodušni, dobri domaćini, mirni i tolerantni.
- Nedostatak je što se Osječani ne znaju hvaliti onim što imaju, ne znaju istaknuti svoje prednosti, nisu poduzetni i ne znaju se dobro prodati, nedostaje im inicijative.
- Po mentalitetu su slični građanima drugih srednjoeuropskih gradova, ali i ljudima iz okolnih krajeva (Mađarima, stanovnicima Srijema, Baranje, dijelom Osječko-baranjske županije, pa i Bačke).
- Život u gradu Osijeku je miran i siguran. Osijek je izvrsno mjesto za obitelj i odgajanje djece. Tempo života nije ubrzan. Osječani vole uživati i zabavljati se. Općenito, karakteristika jest da nema nervoze – ni kod ljudi, niti u gradu. Također, Osječani su i flegmatični, skoro da pasivno gledaju na život.
- Ljudi su pretjerano pasivni, svatko može raditi što hoće, a oni jednostavno neće reagirati, čak ni kad ih se šikanira. Osijek je mali grad, svi sve znaju, pa se ne žele nikome zamjeriti, a i inače su ljudi po temperamentu takvi da mirno podnose svašta i na zamaraju se problemima. Drže se svatko za sebe i u krugu obitelji, ne vole se uključivati u bilo kakve organizacije, svatko gleda svoja posla – individualci i obiteljski ljudi. Ne iskazuje se neka briga za zajedničko dobro, za dobrobit zajednice. Osječani koji uspiju izvan Osijeka kao da zaborave odakle su i ne zalažu se više za svoj grad.
- Ritam života u Osijeku je umjeren, tako da ljudi u Osijeku imaju vremena i za profesionalni i za privatni život. Ljudi se međusobno poznaju. Međutim, identitet grada je izgubljen. Sudionici primjećuju kako se među ljudima izgubilo zajedništvo i međusobno druženje. Grad, njegova šetališta i kulturna događanja nisu posjećena u istoj mjeri kao prije rata kada je sve vrtilo ljudima. To pripisuju ratnim događanjima i promjeni strukture stanovništva nakon rata. Sudionik koji se bavi socijalnom politikom takvu situaciju pripisuje lošim socijalnim prilikama, nezaposlenosti i niskim primanjima ljudi.
- Sudionici navode da je prije rata situacija u Osijeku bila bitno drugačija u smislu da se urbani “štih” grada više osjetio i primijetio, a da je rat na neki način to uništio. Doselilo se puno stanovnika koji nisu odgajani na urbani način i smatraju da je potrebno uložiti sve snage kako bi ih se preodgojilo, a ne da oni preodgoje Osječane. Urbanisti navode da nije problem u kulturnim institucijama – da one postoje – ali da ih malo tko posjećuje. Djecu i mlade se ne odgaja da poštuju svoju baštinu i kulturno nasljeđe.
- Uglavnom opisuju kako je nekad (prije rata) izgledao život u Osijeku. Trenutačno opisuju Osječane kao ljude koji si, zbog ekonomskih razloga, ne mogu priuštiti da puno izlaze van i uživaju u gradskoj ponudi. Za razliku od ranije ljudi se manje bave sportskim i kulturnim aktivnostima. Smatraju kako su ljudi takvi jer je uništena ekonomija i jer vlada velika nezaposlenost, pa se ljudi prvo brinu za svoju egzistenciju, a onda za sve ostalo. Također primjećuju kako puno mladih Osječana odlazi/ostaje u Zagrebu jer je tamo, zbog prevelike centralizacije, lakše početi život. Općenito govore o općoj apatiji i nezainteresiranosti građana. Ne sviđa im se što je to tako, i što je norma ponašanja u gradu takva da se ambicioznijim ljudima ne dopušta da se razvijaju i napreduju, već je norma “ne talasaj” i “budi kao masa”.

CITATI:

«Slavonci su zapravo jedni otvoreni ljudi, dobre duše, dobri domaćini»

«Vrlo su ljubazni i susretljivi na jedan iskren, nimalo umjetno i isforsirano, na jedan pristupačan i prirodan način»

«Grad je u biti jedan veliki kvart u kojem se svi znaju.»

«Slavonci su vam onako zaravnani. Oni vole jesti, vole se odmarati i vole više promatrati nego sami sudjelovati.»

«Volim taj osjećaj koji imate kad živite u Osijek, a to je da živite baš u gradu»

«To su ljudi koji su definitivno građani, nisu malograđani»

«Osijek ima svoju kulturnu tradiciju koja seže još daleko u prošlost i taj se mentalitet u prosjeku ne razlikuje od prosječnog zapadnoeuropskog stanovnika.»

«Osijek je grad koji je prepoznatljiv po svojoj multinacionalnosti. On je grad koji ima, i okuplja, i vrlo rado žive mirnim životom gotovo svi narodi. Osijek je jedna mala multinacionalna sredina koja je u mirnodopskim prilikama uvijek funkcionirala vrlo skladno.»

4. POZITIVNI ASPEKTI OSIJEKA

- Osijek ima prednosti i nad velikim i nad malim gradovima. Ima sve sadržaje velikih gradova bez gužvi i svog stresa života u velikom gradu, a dovoljno je velik da pruža mogućnosti profesionalnog ostvarenja uz ugodno življenje. Sudionici navode kako se u Osijeku na odlazak na posao gubi maksimalno 10 -15 minuta, nema prometnih gužvi, urbanistička struktura (položen duž rijeke) čini ga prozračnim, nema zagađenosti, imaju dosta rekreativnih i zelenih površina, ima sve potrebne kulturne institucije te razvijenu amatersku kulturno-umjetničku djelatnost.
- Ima sve uvjete i sadržaje potrebne za kvalitetan život: niz kulturnih ustanova i institucija, mogućnost školovanja (sveučilište), intenzivno se radi na njegovom prometnom povezivanju s ostatkom Hrvatske.
- Osijek pruža sigurnost i kvalitetu življenja – to je osnovna prednost Osijeka, nema toliko opasnosti i nasilja kao u drugim velikim gradovima. Jaka strana Osijeka su i ljudi. Osijek pruža osjećaj mira i doma zbog gostoljubivosti Osječana i sporijeg ritma života.
- Njegova geografska pozicija također je prednost. Okružen je državama i regijama koje tradicionalno gravitiraju prema Osijeku i u tom smislu Osijek igra značajnu ulogu regionalnog središta. Također ima velik potencijal i kao turističko središte, čemu pridonose i raznolika gastronomija, blizina bogate Baranje, te povijesni dijelovi grada kao što je npr. Tvrđa.
- Osijek je ugodan, ima izuzetnu lokaciju, optimalna mjera: oaza mira (šetalište), arhitektura, noćni život, kultura, tradicija (zanati), blizu granice je, dostupni izleti (Vukovar, Vinkovci...). Ističe se promenade kao jedinstveno mjesto za odmor i druženje.
- Za razliku od većih gradova Osijek je siguran i kao takav pogodan za mlade obitelji. Sve je nadohvat ruke što uvelike olakšava svakodnevni život, posebno ljudima s manjom djecom. Osijek je prekrasan grad i ljudi su jako gostoljubivi i te karakteristike su mu komparativna prednost koja može u njega privući ljude. Ostale prednosti su Drava i okolica Osijeka (npr. Kopački rit). Život je jeftiniji nego u većem gradu (npr. nekretnine)
- Jaka strana Osijeka jest njegova bogata kultura, koja ima jake povijesne korijene (u Osijeku je izveden prvi balet u Hrvatskoj, prvi put postavljena Krležina drama, prva likovna škola osnovana u Hrvatskoj). Osim toga, Osijek je bio prvi i u drugim stvarima – imali su prvi tramvaj, operu prije Zagreba, a u gradu se nalazi i najstarija pivovara u Hrvatskoj (možda čak i u Europi). Osijek je sveučilišni grad s više od desetak fakulteta.
- Kao pozitivni aspekti Osijeka naglašavaju se njegova različitost u pogledu arhitektonskih i urbanističkih cjelina, kao i u pogledu sastava stanovništva, te kreativna snaga u pogledu kulturnih ustanova i kulturnih događanja koja se u gradu odvijaju.

5. NEGATIVNI ASPEKTI OSIJEKA

- Najjači negativni aspekt jest nepostojanje stabilne vlasti i dalekovidne strategije razvoja grada. Osim toga, većina stvari koje se događaju uglavnom je ispolitizirana.
- Sudionici ističu negativan utjecaj politike na gradsku vlast, a time posredno i na stanje u djelatnosti i na Osijek u cjelini. Stalno se naglašava nepostojanje nekog zajedničkog interesa, već pristranost u odlučivanju i nepotizam, stihijsko provođenje akcija i inicijativa, a posebno ih smeta što se stručnjake u području ništa ne pita. Kako Osijek nema neki općeprihvaćeni plan razvoja, događaju se pogreške koje koštaju mnogo novaca, pa se onda u medijima piše o negativnim stvarima u Osijeku, a ne ističe se ono dobro što Osijek ima, niti se ulažu sredstva u razvoj ustanova i očuvanje objekata koji mogu pronijeti dobar glas Osijeka.
- Osijeku nedostaje jasna strategija i određenje u kojem se smjeru želi razvijati te određivanje prioriteta u skladu s tom strategijom. Ne potiče se razvoj grada, nema poticaja za poduzetnike i ljude s idejom. Nema mehanizama koji bi olakšali poslovni start poduzetnicima u smislu nižih najмова, komunalija, cijena zemljišta i sl. To sputava razvoj Osijeka. Nedostatak Osijeka je i neiskorištenost gospodarskih potencijala – puno industrijskih centara je propalo, a neki od njih bi i danas imali perspektivu.
- Daljnji nedostatak Osijeka odnosi se na njegovu geografsku poziciju s obzirom na Hrvatsku. Osijek je smješten na samom istoku, dosta odvojeno od drugih dijelova Hrvatske, što je dovelo do njegove izoliranosti od centra. Problem je i prometna odsječenost Osijeka, neiskorištenost prometnih putova – zračnih, kopnenih, vodenih, i nepravedan odnos državnog proračuna prema tom dijelu Slavonije.
- Ljudi su također jedna od slabijih strana: ne zalažu se za svoj grad, ne ističu ga, previše su samozatajni u pogledu Osijeka, ponašaju se previše poltronski.
- Osim toga općenito nedostaje usmjerenost na pozitivno, već samo na negativno - kod Osječana bi trebalo poticati pozitivno razmišljanje koje bi ih potaklo na akciju.
- Medijski su zapostavljeni pozitivni aspekti Osijeka, a naglasak je na negativnom i na politici općenito. Osijeku nedostaje promocije pozitivnih stvari. Niti građani Osijeka, niti drugi građani Hrvatske ne znaju što je sve u Osijeku dobro. Mediji izvještavaju u većoj mjeri o negativnim događanjima, tako da oslikavaju negativnu sliku o gradu. Osim toga, ne promoviraju kulturne događaje dovoljno pa građani niti ne znaju što se događa u gradu. Sudionici smatraju kako je takvo ponašanje medija odgovorno za opću nezainteresiranost i apatiju kod mladih, među kojima nema pozitivne energije i vjere u promjene i razvoj, već samo pasivnost.
- Ljudi u Osijeku su poprilično letargični i nezadovoljni situacijom u gradu. Osijeku nedostaje političko vodstvo koje "navija za Osijek". Ne postoji gradonačelnik koji je iz Osijeka i kojemu je Osijek najvažnija stvar na svijetu. Osim toga političke strukture su usmjerene na svoju osobnu dobit, a ne na dobit grada, što odmaže daljnjem razvoju Osijeka. Negativno je i to što su ljudi po mentalitetu pasivni i teško prihvaćaju nove stvari.
- Osijek je grad koji je pretrpio ratna razaranja te se od toga nije oporavio. Osijek stagnira, a ne postoji vizija njegovog razvoja. U gradu se organizira puno kulturnih događanja, ali negativno jest to što ljudi za njih ne znaju, ili nema dovoljno zainteresiranih da ih posjećuje. Propadaju kina, sport više nije toliko jak. Ljudi su više zaokupljeni svojom egzistencijom nego uživanjem u životu.

Što u Osijeku nedostaje?

- Nedostaje mu prometna zračna luka, dogradnja biciklističke staze, treba rasteretiti promet, pojačati prometnu povezanost u gradu, iskoristiti vojarnu kao studentski kampus (Osijek kao drugi Heidelberg), napraviti sportska igrališta u nekim dijelovima grada.
- Nedostaje mu koncertna dvorana, više kazališta, ali treba urediti i željeznički i autobusni kolodvor i ponajviše unaprijediti privredni život koji do toga može dovesti.
- Osijeku nedostaje još malo urbanijeg načina života i kulturnih sadržaja koji nisu nužno vezani uz glavne kulturne institucije – kazalište, kino i sl. Tvrdja bi trebala postati takvo središte gradskog, urbanog života s klubovima, modernom glazbom, a ne onog što sad prevladava ("narodnjaci" i sl.).
- U Osijeku trenutno nedostaje gradskog, urbanog štiha, a previše je ruralnog i to je ono što njima najviše smeta i što gradu nedostaje.
- Nedostaje suvremenih tokova u kulturi - dojam da je Osijek pomalo izoliran i zatvoren, što s jedne strane pojačava jedinstvo, ali s druge strane vodi u prosječnost.
- Nedostaje centara u kojima bi se na pozitivan i konstruktivan način okupljali mladi.
- Sudionici vide i neke specifične probleme vezane uz zdravstvo – npr. nema adekvatne skrbi za starije, postoji jedna velika bolnica koja nema dovoljno sredstava.
- Dio sudionika smatra da u Osijeku ništa ne nedostaje, samo bi neke stvari trebalo drugačije urediti, rekonstruirati, reorganizirati (npr. sportsko-rekreacijski kompleks, nogometni klub). Treba završiti autocestu kako bi Osijek bio bolje povezan s ostatkom Hrvatske. Ima nekih sitnih detalja koji su ostavština iz prošlosti (npr. ljudi koji drže stoku u samom središtu grada). Ima i nekulture i vandalizma, ali su svjesni kako toga ima u svim gradovima.

Što sudionicima u Osijeku smeta?

- Opći izgled grada je tužan, loš (financijski problemi), Tvrdja s derutnom fasadu, hotel Osijek – kraj njega rupetina, neprimjerena gradnja (4-katnice), autobusni kolodvor je derutan, a to je prvo što turisti vide.
- U središtu grada nalaze se neke lokacije koje narušavaju njegov izgled i trebalo bi ih preseliti - pojedine industrijske lokacije, tramvajska remiza, gradsko groblje, neke građevine, (npr. Bijela lađa (objekt u centru, nekad sjajno mjesto i restoran, sad napušten i propada, okupljalište narkomana).
- Smatraju da treba izbaciti aute iz Tvrdje, ne bi trebalo dozvoliti promet u tom području.
- Neki smatraju kako bi se ekstremni sportovi trebali razvijati drugdje, a ne u Osijeku.

CITATI:

«Apsolutno mi smeta dominacija nepotrebnih političkih tema.»

«Smeta mi što me gledaju u Zagrebu kad dođem kao da imam leš u autu. To što aktualna politika nameće taj izgled Osijeka»

«Smeta me to što Osijek sam sebi ne dozvoljava da se razvija»

«Napravio se jedan izolacionistički mentalitet i provincijalna zatvorenost što vodi u mediokritetstvo»

6. PREZENTNOST

- Danas je Osijek u Hrvatskoj poznat po lošim stvarima i njegov je sinonim loša politička situacija. Njegov identitet vezan je isključivo uz afere i političke skandale. Na njega se gleda kao na grad-slučaj.
- Osim političkih skandala njegov **negativan identitet** čini i velika nezaposlenost, percipira ga se kao nerazvijenu i ruralnu sredinu, a Osječane kao nedovoljno prodorne.
- **Pozitivan identitet** čini percepcija Osijeka kao regionalnog središta (obrazovnog i kulturnog), te kao žitnice države.
- Van Hrvatske Osijek je poznat kao središte jedne regije koje je vrlo plodonosna, kao i po Kopačkom ritu.
- Neki smatraju da Osijek ni po čemu posebnom nije poznat ni u zemlji niti van zemlje.
- Osijek je nekada bio prepoznatljiv, a danas je poznat samo po negativnim stvarima, kao grad-slučaj. Poznat je po tome da se političari u Osijeku ne mogu dogovoriti, da se vode sudski procesi. Smatraju kako ostali vide Osijek kao ratni grad koji se sada mora suočavati s posljedicama tog rata.
- Izrazito su nezadovoljni načinom kako drugi građani Hrvatske vide Osijek. Smatraju da ga zapravo ne vide. Ili imaju iz medija izrazito negativne informacije o onome što Osijek jest ili ga identificiraju s kulenom i komarcima što ne smatraju pozitivnim. Smatraju kako bi trebalo povratiti sliku Osijeka kao grada koji brani europske vrijednosti, skoro kao čuvar Europe (pri tome misle na zaustavljanje Turaka i Balkana). Voljeli bi da ga prepoznaju po Osječkom kulturnom ljetu, po sveučilišnom centru, ali smatraju da to ljudi izvan Osijeka ne znaju i da se ništa pozitivno danas ne može izdvojiti kao nešto po čemu je Osijek poznat.
- Smatraju kako ostali Osijek vide kao mali grad, gotovo selo. Asociraju ga s kulenom, rakijom, fiš-paprikašem, tamburicama, Slavoncima i seljačkim mentalitetom. Čak i oni koji su svjesni da je Osijek grad kao da smatraju da nije dovoljno vrijedan kao ostali gradovi – npr. na natjecajima za posao više se cijeni student koji je završio zagrebački fakultet, nego student koji je završio fakultet u Osijeku. Voljeli bi da Osijek vrati svoj građanski duh i da po tome bude prepoznatljiv (npr. kao Varaždin sa Špancir festom). Nezadovoljni su s prezentacijom onih stvari koje imaju – npr. ZOO. Za njegovu povijest i kulturu znaju samo stručnjaci koji proučavaju neki od tih aspekata Osijeka - oni koji se bave arhitekturom znaju za secesijsku ulicu, oni koji se bave numizmatikom znaju za numizmatika nalazišta, sportaši znaju za Šukera i Vlaovića itd. Osijek je nekada bio poznat kao industrijsko i trgovačko središte, po Saponiji, ali je danas tu svoju prepoznatljivost izgubio. Poznat je po izrazu lega, za koji znaju i drugi građani Hrvatske.

CITATI:

«Da bilo koga izvan Osijeka pitate koji mu je sinonim za Osijek – to je jedna loša politička situacija»

«Osijek je grad-slučaj. Na žalost, nas već više od 2 godine prati ovaj imidž. Jednostavno mi se toga ne možemo otarasiti i nećemo još vjerojatno neko vrijeme se otarasiti sindroma koji nas prati. To je ono po čemu smo danas najprepoznatljiviji u Hrvatskoj. Na žalost.»

«Meni recimo, nešto s čim bi Osijek hvalila je sigurno Osječko ljetu kulture. Ali ne bih zaista bila

realna kada bih rekla: „Čujete, oni poznaju grad Osijek po Osječkom ljetu kulture.“ Ne, to se Dubrovnik pozna, grad Osijek ne.»

«Prema tome, iskreno Vam sad kažem, bez obzira koliko ga volim, ne znam što bi to bila prednost po kojoj bih Osijek mogla izdvojiti, reći, evo poznaje se sad.»

«Nekom kad izvan Osijeka spomenete Osijek, što je to pozitivno što mu je asocijacija? Osim kad nekom padne asocijacija kulen ili slavonska, to je prekrasno ali ja ne mislim da je to pozitivno. To je po prilici asocijacija kao kad ljudi sindikat doživljavaju kroz polutke.»

«U Zagrebu, Splitu ili Rijeci, gdje god dođem, prvo pitanje koje me pitaju je jesam li donio kulen. A ja bih odmah vene si prerezao i iskrvario na mjestu.»

«Slike Osječana i Slavonaca se stapaju. Jako mali broj ljudi imaju dodir s Osijekom. Slika Osijeka je u očima drugih slika Slavonije, Osijek je glavni grad.»

«Amerikanci imaju dva kvadrata povijesti, ne tako davne, a dva hektara suvenira i biznisa. Mi ovdje imamo na tisuće i tisuće hektara povijesti, a nemamo apsolutno ništa. Ja bi svom prijatelju iz New Yorka odmah dakle rekao da smo mi tu još u Rimskom Carstvu imali stanovništvo i da se taj grad zvao Mursa, al' nesreća je da mu odmah ne mogu dati i suvenir iz tog doba.»

7. POTENCIJALI

- Velik potencijal Osijeka čine trajne vrijednosti koje proizlaze iz činjenice da je Osijek srednjeeuropski grad sa starim građanskim vrijednostima.
- Već razrađena gospodarska strategija razvoja usmjerava se na studente kao najveći potencijal Osijeka. Postoji gospodarska strategija prema kojoj bi Osijek trebao biti "inteligentni grad". Sudionici se slažu da bi trebalo dalje razvijati Sveučilište i njegove programe kako bi se u grad privukli studenti. U skladu s tim je i očekivanje da bi Osijek mogao privući buduće studente da nakon fakulteta u Osijeku i ostanu, te da s obzirom na gospodarski razvoj imaju mogućnost zaposlenja, osiguravanje egzistencije, ali uz prednosti "ugodnog" življenja.
- Gospodarstvo predstavlja velik potencijal. Smatraju da prvenstveno treba razvijati male obrte, a ne veliku industriju jer ona uništava prednosti grada kao nezagađenog, mirnog mjesta. Osijek bi u budućnosti trebao biti grad koji kombinira Sveučilište, kulturu i gospodarstvo i koji bi u tom smislu trebao postati središte regije. U budućnosti bi Osijek zbog svog iznimnog geografskog položaja trebao postati i središte prehrambene industrije i poljoprivrednog sektora u Hrvatskoj.
- Osijek predstavlja centar jedne regije. Potencijal Osijeka je njegov geografski položaj (na razmeđu država, bogata nizina, rijeka), no sve to još nije u potpunosti iskorišteno, iako se pomalo radi na tome – naročito na prometnom povezivanju Osijeka. Za kratko vrijeme bit će prometno na 2 sata od Zagreba.
- Veliki turistički potencijal, turizam može biti industrija budućnosti za Osijek. Osijek može biti atraktivna destinacija - međunarodna dunavska ruta, putnički terminal na Dravi u planu; mogućnost 1-dnevnih izleta, izletnički turizam. Atrakcije: arheološki muzej, turistički tramvaj, gradski panduri, fijaker služba.
- Osijek je grad s visokom kvalitetom života. Veličina grada omogućava mirniji i ugodniji život i ostavlja više vremena za sebe. Ima sve blagodati urbanog života (kultura i obrazovanje). Osijek je grad za mlade obitelji (visoko obrazovane, ali obiteljske ljude), uz pretpostavku da imaju osigurani posao. Oni ovdje imaju sve preduvjete za razvoj, ima različitih sadržaja koji im trebaju (priroda, kultura, obrazovanje), život je u Osijeku zdrav i siguran, gradski, a opet relativno miran.
- Osijek je također čisti i zdravi grad (nije zagađen). Ima najveću šetnicu u državi. Drava i šetnica s kafićima također su velik potencijal, posebno turistički. Okolica Osijeka je potencijal kako turistički, tako i agrarni.
- Potencijal predstavlja čista okolina, ekološki uzgoj hrane i slavonski specijaliteti. Položaj Osijeka omogućava mu da bude na izvoru resursa potrebnih za razvoj ekološki prijateljske hrane (zdrava hrana, riba, divljač, vino) i energije (npr. solarna energija, vjetrenjače). Slažu se da ne treba ponovno ulagati u povrat industrije jer je ona zagađivač. Zdrava hrana i čista voda strateške su stvari u koje treba ulagati.
- Osijek bi trebao privlačiti kulturne ljude koji znaju cijeniti kulturnu baštinu i kulturne vrijednosti. S obzirom na razvoj Sveučilišta mogao bi postati kongresni centar, ali nikad neće privlačiti ljudi koji su željni velikih provoda i zabave.
- Stare zgrade i secesijske fasade predstavljaju veliki potencijal u koji nitko ne ulaže.
- Osijek bi trebao postati grad zelenila, obitelji i zdravlja. Kako bi se to ostvarilo treba raditi

na razvoju privrede i znanosti.

CITATI:

«Mislim da bi definitivno trebalo povezati te dvije komponente: gospodarstvo i znanje»

«Ljudi će doći na fakultet, a onda im se samo treba pružiti prilika da žive kako treba i oni ne idu nigdje»

«Masa stručnih ljudi, i mojih prijatelja, živi u Zagrebu jer je dobila bolji posao, veće novce i sama po sebi pati za ovim načinom života jer je manji grad i svi vole doći. Svi se vole vratiti.»

«Mi se nalazimo tu nekako u središtu, nekakvo je razmeđe 4 države. Tu je ogroman potencijal. To su milijuni ljudi, u Bosni, Mađarskoj. Imamo rijeku koja je čista, ljudi se kupaju u njoj. Još se nitko nije razbolio. Pijemo vodu iz slavina, ne moramo kupovati vodu. Imamo tu prekrasan rezervat na 5 minuta vožnje, Kopački rit. Potpuno blizu, ali je potpuno neiskorišten. Čujte to je nešto što je netaknuta priroda i u tome se doista može uživati. Imamo sad i dovoljan broj hotela, kvalitetnih. Taj dio je jako poboljšan. Imamo odlične pretpostavke da se prometno uredimo, najbolje od svih većih gradova u Hrvatskoj, apsolutno najbolje.»

«Jednoga dana kada uđemo u EU, a vjerujem da će to biti uskoro, granice će nestati, znači današnjih milijun stanovnika koji gravitiraju Osijeku će se povećati na 2 ili 3 milijuna i to će biti značajno tržište i stanovništvo koje ima zajedničku prošlost, kulturu, tradiciju i koje će onda predstavljati značajan potencijal i Osijek će kao takvo regionalno središte osigurati trajan rast i razvoj.»

«Osijek se treba vezati uz ono što posjeduje: njegov položaj i gospodarstvo»

«Poljoprivreda i prehrambena industrija to je ono što treba razvijati»

8. PREDUVIJETI ZA RAZVOJ POTENCIJALA

- Prvenstveno je potrebna razvojna strategija i onda stvaranje takvih pravila u svim segmentima koja podržavaju implementaciju te strategije (npr. sveučilišni grad). Uprava bi trebala stvoriti kontinuiranost kao gradska vlast. Bitno je da čelni ljudi koji vode Osijek budu iz Osijeka i da im Osijek bude na prvom mjestu kako bi mogli energizirati ljude i dovesti do promjena. Također je bitno da prilikom odlučivanja Uprava sluša što struka ima za reći.
- Lokalna samouprava trebala bi pokrenuti određene akcije koje bi omogućile povoljnije uvjete ljudima koji žele pokrenuti neki posao, olakšati administraciju, osigurati neke beneficije. Treba smanjiti nezaposlenost i omogućiti ljudima da dobiju posao, te raditi na povećanju životnog standarda, a ostale stvari koje su potrebne za dobar život Osijek ima. Treba također dalje raditi na prometnoj povezanosti Osijeka i dostupnosti Osijeka sa svih strana (rijeka, zračna luka, ceste, željeznica).
- Da bi se to ostvarilo treba neka jedinstvena vizija, zajedništvo i suradnja. Treba dati manje prostora politici, a više struci. Nedostaje okrenutost ljudi prema Osijeku, prema zajednici, da se konsenzusom dogovaraju stvari koje su bitne za dobrobit zajednice. I građane bi se od početka trebalo više uključivati u projekte, da znaju što se radi i zašto, a ne da ih se dovodi pred gotov čin jer se onda stvara kriva percepcija da se to radilo iz nekih političkih ili pojedinačnih osobnih interesa.
- Preduvjet je i daljnji razvoj Sveučilišta i obrazovanje stručnih ljudi koji će služiti gospodarstvu. Za to treba graditi tehnološke parkove, laboratorije i sl. Što se gospodarstva tiče Osijek ima potencijal postati "silicijska" dolina. Prehrambena industrija bi trebala biti u drugom planu (jer za to nemamo dovoljno ljudskih resursa, a i zemlja je rascjepkana), a u prvom planu treba biti razvoj fine industrije.
- Osijek, da bi zadržao mlade ljude, ali i ljude s poduzetničkim iskustvom, treba ponuditi perspektivu zapošljavanja i napredovanja te veću vrijednost novca ("da kuna vrijedi više nego u Zagrebu"). Također bi trebalo početi koristiti pristupne fondove i razvijati privredu.
- Preduvjeti za razvoj Osijeka su razvijanje poljoprivredne industrije te daljnji razvoj Sveučilišta. Treba poboljšati i prepoznatljivost Sveučilišta u Hrvatskoj i šire. Smatraju kako treba ulagati u obrazovanje i znanost, gradsku infrastrukturu, raditi na izgledu grada. Prema nekim sudionicima treba napraviti strategiju razvoja u čijem fokusu bi bili zdrava hrana i pitka voda.
- Preduvjeti za razvoj Osijeka kao središta poljoprivredne industrije su rješavanje infrastrukture, rješavanje pitanja zemljišnih posjeda. Također se slažu da bez privlačenja ulaganja u gospodarstvo i dolaska stranih predstavništva koja će probuditi gospodarstvo nema napretka. Osječani bi u svemu tome trebali zaštititi tip urbanizma koji sada u Osijeku prevladava – jedna trećina stambenog prostora, jedna trećina poslovnog a jedan trećina zelenila. Prije nego u grad dođu ulagači i prije nego se Osijek krene graditi i razvijati, trebalo bi zaštititi autohtonu arhitekturu Osijeka, kako on ne bi izgubio svoj autohtoni izgled.
- Za bilo kakvo ozbiljnije privlačenje ulagača i jači razvoj potrebno je i decentralizirati stvari (ne može sve biti u Zagrebu) i RAZMINIRATI okolicu koja predstavlja ogroman potencijal za razvoj ekološke proizvodnje hrane.
- Slažu se kako se puno može napraviti po pitanju lošeg imidža Osijeka. Trebalo bi sustavno isticati pozitivne primjere u medijima te poboljšati prepoznatljivost Osijeka.

CITATI:

«Postojanje dovoljno osposobljenih institucija koje su kadre udovoljiti svojim korisnicima – onima koji se obrazuju s jedne strane i onima koji će koristiti njihovo znanje s druge.»

«Poljoprivrednik danas ne može biti samo seljak, on mora biti osviješteni poduzetnik, a to oni nisu»

«Logika je jednostavna – gospodarstvo je generator napretka»

«Ne vidim puno struke nego vidim puno previše politike. Evo, to je recimo nešto što je ozbiljan nedostatak i što onda apsolutno kroz politiku dobivate u pravilu krivu percepciju struke. I onda ne vodi vas entuzijazam struke, nego vas vodi ono, grubo je reći, «vojniki partije».

«Izgradio bih Sveučilište koje bi kadrom, uvjetima stjecanja znanja i rada i sve skupa bilo najbolje u Hrvatskoj»

«Jedna rečenica je dovoljna. Sve poslove dati struci. Nema tu mudrosti. Ne samo u kulturi, nego u svim granama ovog društva.»

9. OSIJEK I DRUGI GRADOVI

- Najviše se uspoređuju s Pečuhom, a od hrvatskih gradova s Varaždinom i Zadrom, no sve te usporedbe idu na štetu Osijeka. Smatraju da bi Osijek mogao biti kao ovi gradovi jer ima potencijala, ali se u njemu ne radi sustavno na zaštiti i isticanju baštine koju ima.
- Sudionici smatraju da Osijek po svojoj povijesti i povijesnim građevinama može parirati Varaždinu i Puli, ali da se to uopće ne koristi u promidžbi Osijeka.
- Osijek je najbliži Varaždinu, zbog austrougarskog štiha, ali oni su sa svojom tradicijom napravili Špancirfest koji je poznat. Varaždinci su slični, isto mirno žive, iako su Osječani malo tromiji.
- Po veličini i s obzirom na Sveučilište može ga se usporediti i s Rijekom i sa Splitom, ali ima nekih prednosti u usporedbi s tim gradovima (mirniji, sva kulturna događanja, bolji promet).
- Može ga se usporediti po građanskom starom štihi i s užim centrom Zagreba, i s Bečom. Navodi se Graz kao grad sa sličnom tradicijom i kulturom, koji je i po veličini sličan Osijeku.
- Sudionici ističu da su Zagreb i Osijek jedina dva grada u Hrvatskoj koja imaju zoološki vrt i tramvaje, a da se konkretno zoološki vrt uopće ne razvija i ne ističe kao prednost Osijeka.
- Po negativnim karakteristikama ga uspoređuju s Dubrovnikom u kojem, iako samo izvan sezone, vlada ista "apatija, nezadovoljstvo, odvojenost od ostatka Hrvatske".
- Dio sudionika kaže da niti može niti želi Osijek uspoređivati s drugima. Za razliku od drugih gradova Osijek se nalazi u ravnici pa je "sve ravno" i život je staložen, miran i humaniji.

10. OSIJEK KAO BREND

- Sudionike smo u razgovorima pitali na što bi se po njima trebala usmjeriti buduća strategija brandiranja grada. Različiti sudionici isticali su različite pojmove kao moguće sinonime za grad Osijek:
 - o grad znanja; sveučilišni centar
 - o grad kulture; grad nobelovaca; grad secesije
 - o srednjeeuropski grad sa građanskim vrijednostima
 - o grad gospodarstva; grad poljoprivrede
 - o zeleni grad; grad zdravog života; grad po mjeri čovjeka: grad ugodnog življenja
 - o grad nove šanse; grad izvrsnosti i poticaja; novih prilika, blagostanja
 - o grad turizma; grad gastronomije
 - o grad biciklizma
 - o grad tolerancije, grad susreta
- Cilj bi trebala biti cjelovitost – naglasiti da Osijek nudi sve: i obrazovanje i kulturu i privredu
- Osijek bi trebao biti uređen kao grad i funkcionirati kao grad, s naglaskom na kulturnoj baštini (urbanističkoj i spomeničkoj) koju ima, kao i kulturnim institucijama (kazalište, muzeji, Umjetnička akademija), festivalima i različitim kulturnim događanjima, a spominje se i lutkarstvo kao specifičnost grada.
- Smatraju da ne bi bilo dobro Osijek “brendirati” kao grad sporta.
- Asocijacije koje bi ljudi trebali u budućnosti vezati uz Osijek su: sigurnost, znanje, razvijena privreda, zdrav i kvalitetan život.
- Žele sačuvati stare tradicije (muzika, sport, život na Dravi) i duh Osječana - blagost, gostoljubivost, smirenost.
- Ljudi koji su bili u Osijeku doživljavaju ga kao lijepi grad s puno zelenila i grad koji odiše bogatom tradicijom i kulturom.
- Ljudi kada dođu trebali bi moći udahnuti, smiriti se, da im malo nestane stresa. Da imaju samo nekakav osjećaj ugođe, topline.
- Osijek bi trebao biti pojam za opuštenost, odmor, hranu i vino, ljude s dušom. Treba mu vratiti stare vrijednosti – građanski štih, grad pun kulture, mirni grad u kojem se lakše živi.
- Osijek bi također trebao biti pojam za gastronomiju – slavonske i riblje specijalitete, ekološki uzgojenu hranu.
- Osijeku treba prepoznatljivi i službeni suvenir. To može biti nešto od vizualnih simbola: mali bastion, detalji iz Tvrđe, drvo neko (kao simbol parkova), rijeka (koja je simbol povezanosti Osijeka s drugim gradovima), katedrala, Strossmayer ili npr. komarac ili neki detalj iz rimskih vremena (vojnik kohortaš). Replike starog nakita, mala tamburica. Bitno je da uz svaki suvenir postoji priča koja svjedoči o bogatoj povijesti i tradiciji grada.

CITATI:

«I tramvaj bi bio jedna pozitivna stvar. Treba ga samo širiti i pojačavati. I zbog imidža grada i zbog ekoloških razloga.»

«Svebor Svečak, baletan kad je radio Slavonsku rapsodiju rekao je: „Nije grad ako nema tramvaj i kazalište.“ Pa Osijek ima i tramvaj i kazalište.»

«Jedan od zaštitnih znakova Osijeka bi morao biti komarac.»

«...grad kulture i tradicije koja je uočljiva na svakom koraku.»

«To je Davor Šuker. I cijeli svijet mora znati da je Davor Šuker iz Osijeka, da je tu i rođen, i igrao. Cijeli svijet to mora znati.»

«Ako ga želimo izdići iz prosjeka, nije dovoljno ovo što ima, treba stvoriti nešto novo drugo što bi privlačilo ljude, nešto po čemu će biti drugačiji, sasvim. Spominje se Panonija challenge često, to je zanimljivo, privlači velik broj ljudi iz okolnih zemalja, iako ne široki broj ljudi. Spominje se UFO koji ne privlači starije i klince. Treba stvoriti nešto za sve generacije, neki festival ili događaj, kao što je Špancirfest i karneval. To bi onda moglo podići Osijek, nešto što je usmjereno na presjek ljudi, na sve populacije.»

«OSIJEK I OSJEČANI SE OSJEĆAJU!»

KVANTITATIVNI DIO ISTRAŽIVANJA

METODOLOGIJA I SUDIONICI

METODOLOGIJA

- individualno anketno ispitivanje građana Osijeka i 4 relevantna hrvatska grada (Varaždina, Rijeke, Zadra i Dubrovnika) provedeno je s ciljem stjecanja uvida u percepciju i predodžbe koje građani Osijeka i drugi građani Hrvatske imaju o gradu Osijeku
- anketna pitanja osmišljena su u skladu s glavnim ciljem istraživanja i rezultatima iz prve, kvalitativne faze istraživanja

ANKETNA PITANJA:

1. OPĆA PITANJA

Prvi dio ankete sastoji se od pitanja kojima se ispituju opći podaci o sudionicima i njihovom socio-demografskom statusu. Odgovori na ova pitanja služe kao informacija za kasniji opis uzorka, kao i za analizu eventualnih razlika u predodžbi o Osijeku s obzirom na socio-demografski status sudionika. Obuhvaćene su sljedeće varijable:

- spol,
- dob,
- stručna sprema,
- radni status,
- materijalni status,
- obiteljski status i djeca,
- životni stil

2. PREDODŽBA OSIJEKA

Drugi dio ankete obuhvaća pitanja otvorenog tipa kojima se od ispitanika traže slobodne asocijacije koje u njima budi grad Osijek. Slijedi semantički diferencijal o konotativnom značenju grada Osijeka (niz skala omeđenih pojmovima suprotnog značenja), kojim se na 5 dimenzija ispituje predodžba grada Osijeka. Svaka dimenzija obuhvaća po 3 skale:

- STARO – NOVO: staro-mlado, starinski-moderno, tradicionalno-suvremeno
- LIJEPO – RUŽNO: lijepo-ružno, uređeno-neuređeno, očaravajuće-neprivlačno
- TOPLO-HLADNO: otvoreno-zatvoreno, gostoljubivo-nepristupačno, srdačno-suzdržano
- DINAMIKA: usporeno-dinamično, jednolično-raznoliko, dosadno-zanimljivo
- RAZVIJENOST: seoska sredina-gradska sredina, nerazvijeno-razvijeno, primitivno-kulturno

3. VIZUALNI IDENTITET

Vizualni identitet grada ispitao se pomoću skupa od 16 fotografija. Anketari su sudionicima pokazivali fotografije određenim redoslijedom, a zadatak sudionika u istraživanju bio je da procijene stupanj u kojem je pojedina scena na fotografiji karakteristična za Osijek. Na fotografijama je prikazano:

1. fotografija - Tvrđa
2. fotografija - park
3. fotografija – zimska luka na Dravi
4. fotografija – gradski promet s biciklistom
5. fotografija – secesijska zgrada
6. fotografija – pješački most
7. fotografija - katedrala
8. fotografija - tramvaj
9. fotografija – ljudi šecu promenadom
10. fotografija – veslači na Dravi
11. fotografija - fijaker
12. fotografija – tamburaši u narodnoj nošnji
13. fotografija – fiš-paprikaš
14. fotografija – studenti na fakultetu
15. fotografija – Osječki HNK iznutra
16. fotografija – noćni život (disko)

4. OSJEČANI

Listom označavanja osobina ispitana je predodžba o tipičnom Osječaninu. Ponuđeno je 30 osobina, a zadatak sudionika bio je označiti sve osobine koje smatraju da su karakteristične za tipične Osječane.

5. POTENCIJALI OSIJEKA

Potencijali koje Osijek pruža svojim stanovnicima ispitani su nizom od 15 čestica koje sadržajno obuhvaćaju bitne elemente gradskog života i ponude. Zadatak sudionika je bio da na skali od četiri stupnja (*1=uopće ne nudi; 2=donekle nudi; 3=uglavnom nudi; 4=nudi u potpunosti*) za svaku česticu procijene što Osijek nudi ljudima koji žive u njemu.

6. PREZENTNOST

Kako bismo dobili odgovor na pitanje kakva je prezentnost grada Osijeka ispitano je znanje sudionika u istraživanju o događajima i manifestacijama koje se u zadnjih nekoliko godina organiziraju u Osijeku.

7. USPOREDBA OSIJEKA I DRUGIH GRADOVA

Skupom čestica uspoređene su karakteristike grada Osijeka u odnosu na druge relevantne gradove (Varaždin, Zadar, Rijeka, Dubrovnik i Zagreb) prema dimenzijama bitnima za funkcioniranje jednog grada. Za svaku česticu sudionici su trebali označiti sve one gradove među ponuđenima koji su poznati po toj karakteristici.

8. DOŽIVLJAJ OSIJEKA

Na kraju ankete građani Osijeka su odgovarali na pitanje otvorenog tipa o očekivanom doživljaju Osijeka od strane ljudi koji dođu u Osijek. Odgovori na ovo pitanje omogućit će produbljivanje spoznaja o predodžbi i percepciji grada Osijeka.

Sudionici istraživanja iz drugih gradova odgovarali su na pitanje zatvorenog tipa čiji cilj je ispitati njihov vlastiti očekivani doživljaj ukoliko dođu u Osijek.

PLANIRANI UZORAK

- planirano je da se anketnim ispitivanjem obuhvati uzorak od ukupno 1100 sudionika raspodijeljenih po gradovima na sljedeći način:
 - OSIJEK – 300 ispitanika
 - VARAŽDIN – 200 ispitanika
 - DUBROVNIK – 200 ispitanika
 - ZADAR – 200 ispitanika
 - RIJEKA – 200 ispitanika
- kvotni uzorak s obzirom na spol i dob
- uzima se u obzir i raspodjela prema stupnju obrazovanja

BROJ I STRUKTURA UKUPNOG UZORKA SUDIONIKA U ISTRAŽIVANJU

Ukupan broj sudionika u anketnom istraživanju iznosi N = 1097

Spol ispitanika

	BROJ	%
M	513	47
Ž	580	53

Starost u tri kategorije

	BROJ	%
16-25 god	368	32,6
26-45 god	456	40,4
46 i stariji	270	23,9

Obrazovanje u dvije kategorije

	BROJ	%
Osnovna i srednja škola	715	63,3
Viša i fakultet	381	33,7

Radni status

	BROJ	%
Zaposlen	578	51,2
Povremeno zaposlen	77	6,8
Kućanica	25	2,2
Nezaposlen	47	4,2
Student	243	21,5
Učenik	55	4,9
U mirovini	66	5,8

Materijalni status

	BROJ	%
Ispodprosječan	122	10,8
Prosječan	883	78,2
Iznadprosječan	87	7,7

Obiteljski status

	BROJ	%
Neoženjen / Neudana	405	35,9
U dugotrajnoj vezi	195	17,3
Oženjen / Udana	426	37,7
Rastavljen/a	43	3,8
Udovac/Udovica	28	2,5

Broj djece

	BROJ	%
Ne	628	55,6
Da, predškolske dobi	80	7,1
Da, školske dobi	175	15,5
Da, odraslu	205	18,2

Opis uzorka prema karakterističnom stilu života sudionika

Svi gradovi zajedno		
<i>Koji od sljedećih opisa najbolje opisuju vaš način života ?</i>	f	%
Obiteljski sam čovjek i sve vrijeme koje mogu posvećujem svojoj obitelji	281	25,6
Većinu vremena provodim na poslu ili radim nešto vezano uz svoj posao	267	24,3
Sve slobodno vrijeme provodim u zabavi, izlascima i druženju s prijateljima	195	17,8
Volim stalno nešto učiti, čitati i usavršavati se	100	9,1
Kreativna sam osoba, bavim se aktivnostima u kojima nešto stvaram	80	7,3
Većinu vremena provodim u prirodi, sportu i rekreaciji	76	6,9
Avanturist sam, volim putovati, upoznavati ljude ili isprobavati nove stvari	70	6,4
Pratim što se događa u kulturi i posjećujem mnoštvo kulturnih događaja	21	1,9

PREDODŽBA OSIJEKA

1. GLAVNI NALAZI PO GRADOVIMA

A. OSIJEK

Prve asocijacije građana Osijeka na spomen njihovog grada su prvenstveno **Drava** (30%), te **parkovi i zelenilo** (28%). Zatim se navode pojmovi vezani uz **ljepotu grada, njegovu uređenost i čistoću** (19%) te da je Osijek **grad po mjeri čovjeka, mirno i ugodno mjesto za život** (15%). **Tvrđa** (16%) i **promenada** (15%) navode se kao najistaknutiji simboli grada Osijeka. Asocijacije koje navodi više od 10% ispitanika su još «dom» i «dosadno i nezanimljivo», dok se sve ostale asocijacije javljaju kod manje od 10% sudionika istraživanja (uključujući i asocijacije na politička događanja koje spominje samo 8%, te ratna stradanja i pobjede - 4,5%).

B. VARAŽDIN

Prve asocijacije građana Varaždina na spomen grada Osijeka su rijeka **Drava** (29%), te **odmah zatim politička događanja** (26%). Zatim se navode pojmovi vezani uz **ljepotu grada, njegovu uređenost i čistoću** (21%). **Katedrala** (13%) se navodi kao najistaknutiji simbol grada Osijeka. Sve ostale asocijacije javljaju se kod manje od 10% sudionika istraživanja (među njima su najčešće navođene asocijacije na ratna stradanja i pobjede, da je Osijek urbana sredina, asocijacije na ravnici i izjednačavanje Osijeka sa Slavonijom, bogata povijest i kultura te grad po mjeri čovjeka i ugodno mjesto za život).

C. ZADAR

Prve asocijacije građana Zadra na spomen grada Osijeka su **politička događanja** (40%). Zatim navode **dobru hranu i piće, bogatu povijest i kulturu, te tamburice i folklor** (15-20%). Odmah slijede asocijacije na gradsku sredinu i grad po mjeri čovjeka, ugodno mjesto za život te gostoljubive i ljubazne ljude (10-13%). **Katedrala** (10%) se navodi kao najistaknutiji simbol grada Osijeka. Sve ostale asocijacije javljaju se kod manje od 10% sudionika istraživanja (među njima su najčešće navođene asocijacije na ratna stradanja i pobjede, a zatim asocijacije na parkove i zelenilo, Dravu i ravnici te izjednačavanje Osijeka sa Slavonijom).

D. RIJEKA

Prve asocijacije građana Rijeke na spomen grada Osijeka su **politička događanja** (32%). Zatim je to **rijeka Drava** (16%) i **izjednačavanje Osijeka sa Slavonijom** (13,5%). Također se navode pojmovi vezani uz **ljepotu grada, njegovu uređenost i čistoću** (12,5%) i **bogatu povijest i kulturu** (11%). Oko 10% sudionika iz Rijeke asocira Osijek uz ratna stradanja i pobjede, odnosno uz dobru hranu i piće. Sve ostale asocijacije javljaju se kod manje od 10% sudionika istraživanja (među njima su najčešće navođene asocijacije na ravnici, tamburice i folklor te gostoljubive i ljubazne ljude). **Tvrđa i katedrala** spominju se kao najistaknutiji simboli grada, ali navodi ih samo oko 5% ispitanika.

E. DUBROVNIK

Prve asocijacije građana Dubrovnika na spomen grada Osijeka su **politička događanja** (21%). Zatim su to **tamburice i folklor** (12,5%) i **izjednačavanje Osijeka sa Slavonijom** (12%), **ratna**

stradanja i pobjede (12%) te **rijeka Drava** (11,5%) i **dobra hrana i piće** (11%). Oko 10% sudionika iz Rijeke asocira Osijek uz ljepotu grada, njegovu uređenost i čistoću. Sve ostale asocijacije javljaju se kod manje od 10% sudionika istraživanja (među njima su najčešće navođene asocijacije na gostoljubive i ljubazne ljude, parkove i zelenilo, ravnice, bogatu povijest i kulturu). **Katedrala i Tvrdja** spominju se kao najistaknutiji simboli grada, ali navodi ih samo oko 5% ispitanika.

2. RAZLIKE PO DEMOGRAFSKIM VARIJABLAMA

A. SPOL

Više od 10% muškaraca Osijek asocira samo uz politička događanja (19%) i rijeku Dravu (18%), dok kod žena Osijek osim na politiku i Dravu budi asocijacije i na ljepotu grada, te parkove i zelenilo. Oba spola Osijek podjednako asocira na grad po mjeri čovjeka, ugodno mjesto za život. No, žene više nego muškarci uz Osijek vežu bogatu povijest i kulturu, a muškarci više od žena navode dobru hranu i piće. Muškarci navode i sport, a žene ga gotovo uopće ne spominju. Dok Tvrdju navodi oko 6% i jednih i drugih, katedralu navodi 7% žena i tek 2,5% muškaraca.

Podaci dobiveni semantičkim diferencijalom pokazuju da žene općenito imaju pozitivniju predodžbu Osijeka nego muškarci, osim na dimenziji STARO-NOVO na kojoj nije dobivena značajna razlika po spolu. Ove razlike temelje se na odgovorima ispitanika iz drugih gradova, dok se predodžbe muškaraca i žena iz Osijeka uglavnom ne razlikuju. Jedina razlika koja je dobivena među njima je u tome što muškarci doživljavaju svoj grad manje dinamičnim i zanimljivim.

B. DOB

Sudionici mlađi od 25 godina ne asociraju uz Osijek prvenstveno politička zbivanja, nego rijeku Dravu, koja je starijim ispitanicima prva ili druga asocijacija nakon politike. Odmah zatim ispitanici iz svih dobnih skupina navode ljepotu grada, parkove i zelenilo, te bogatu povijest i kulturu, kao i da je Osijek grad po mjeri čovjeka. Osobe starije od 45 godina u većoj mjeri Osijek asociraju uz ratna stradanja i pobjede, dok ga oni mlađi od 45 godina više izjednačuju sa Slavonijom. Što su ispitanici stariji, to uz Osijek više vežu dobru hranu i piće. Asocijacija na Tvrdju je to manja što su ispitanici stariji, a asocijacija na katedralu se pojačava s dobi. Gostoljubivost ljudi je češća asocijacija kod sudionika starijih od 25 godina, a mlađi sudionici više navode asocijaciju na studente.

Podaci dobiveni semantičkim diferencijalom pokazuju da sudionici stariji od 45 godina općenito imaju pozitivniju predodžbu Osijeka nego mlađi sudionici, osim na dimenziji STARO-NOVO na kojoj nije dobivena značajna razlika po dobi. Ove razlike temelje se na odgovorima ispitanika iz drugih gradova, dok se predodžbe sudionika iz Osijeka uglavnom ne razlikuju. Jedina razlika koja je dobivena među njima je u tome što građani Osijeka stariji od 45 godina doživljavaju svoj grad značajno više raznolikim, dinamičnim i zanimljivim.

C. OBRAZOVANJE

Osnovna razlika po obrazovanju sudionika je u tome što više obrazovani sudionici istraživanja navode općenito više asocijacija koje vežu za Osijek. U samom redoslijedu asocijacija nema bitnih razlika među različito obrazovanim sudionicima. Više obrazovani sudionici u većem postotku navode politička zbivanja nego niže obrazovani, no to je i jednima i drugima prva asocijacija. Slijedi rijeka Drava, ljepota grada te parkovi i zelenilo. Više obrazovani sudionici

zatim navode bogatu povijest i kulturu, kao i da je Osijek grad po mjeri čovjeka, a niže obrazovani dobru hranu i piće te ratna stradanja i pobjede.

Podaci dobiveni semantičkim diferencijalom pokazuju da se doživljaj Osijeka nimalo ne razlikuje s obzirom na stupanj obrazovanja ispitanika.

VIZUALNI IDENTITET OSIJEKA

1. GLAVNI NALAZI PO GRADOVIMA

A. OSIJEK

Vizualni identitet grada ispitao se pomoću skupa od 16 fotografija. Građani Osijeka procijenili su izrazito karakterističnima za Osijek fotografije koje prikazuju **katedralu, pješački most, Tvrdū i Dravu**. Karakterističnima se također procijenjuju fotografije **HNK, parka, secesijske zgrade i tramvaja**. Fiš-paprikaš, ljudi koji šeću promenadom, gradski promet i biciklist, noćni provod u disku te studenti na fakultetu smatraju se donekle karakterističnim scenama za Osijek, dok se uglavnom nekarakterističnima procijenjuju slike folklorā i fijakera.

B. VARAŽDIN

Građani Varaždina procijenili su karakterističnima za Osijek fotografije koje prikazuju **tamburaše u narodnoj nošnji, fijaker i fiš-paprikaš, te katedralu i tramvaj**. Donekle karakterističnima se procijenjuju fotografije Drave, HNK, Tvrdē, pješačkog mostā, parka, secesijske zgrade i ljudi koji šeću promenadom. Studenti na fakultetu, gradski promet te noćni provod u disku smatraju se najmanje karakterističnim scenama za Osijek.

C. ZADAR

Građani Zadra procijenili su karakterističnima za Osijek fotografije koje prikazuju **katedralu, tamburaše u narodnoj nošnji, fiš-paprikaš, secesijsku zgradu i pješački most**. Donekle karakterističnima se procijenjuju fotografije koje prikazuju fijaker, tramvaj, Tvrdū, park, studente na fakultetu, HNK i Dravu. Gradski promet, ljudi koji šeću promenadom te noćni provod u disku smatraju se najmanje karakterističnim scenama za Osijek.

D. RIJEKA

Građani Rijeke procijenili su karakterističnima za Osijek fotografije koje prikazuju **tamburaše u narodnoj nošnji, fijaker i fiš-paprikaš, te Tvrdū, katedralu i tramvaj**. Donekle karakterističnima se procijenjuju fotografije secesijske zgrade, parka, HNK, pješačkog mostā, gradskog prometa s biciklistom i Drave. Ljudi koji šeću promenadom, studenti na fakultetu, veslači na Dravi te noćni provod u disku smatraju se najmanje karakterističnim scenama za Osijek.

E. DUBROVNIK

Građani Dubrovnika procijenili su karakterističnima za Osijek fotografije koje prikazuju **tamburaše u narodnoj nošnji, fijaker, katedralu i fiš-paprikaš**, te **tramvaj i Tvrđu**. Donekle karakterističnima se procijenjuju fotografije Drave, HNK, parka, pješačkog mosta, secesijske zgrade, noćnog života, ljudi koji šecu promenadom, gradskog prometa s biciklistom i studenata na fakultetu.

2. RAZLIKE PO DEMOGRAFSKIM VARIJABLAMA

A. SPOL

Muškarci i žene ne razlikuju se u procjeni karakterističnosti fotografija, osim što žene općenito procjenjuju više karakterističnom za Osijek sliku ljudi koji šecu promenadom, žene iz Osijeka daju više procjene Tvrđi i HNK, a žene iz drugih gradova procjenjuju tipičnijima za Osijek tamburaše i fijaker.

B. DOB

Dobivene su značajne dobne razlike u procjeni karakterističnosti fotografija, a one u najvećoj mjeri proizlaze iz razlika između najmlađih i najstarijih sudionika, a ponekad i sudionika srednje dobi. Mlađi sudionici iz Osijeka više nego stariji procjenjuju karakterističnim noćni život, a stariji park, secesijsku zgradu, gradski promet s biciklistom, fiš-paprikaš, HNK, veslače na Dravi i tamburaše. Među sudionicima iz drugih gradova, stariji sudionici više karakterističnima procjenjuju pješački most i katedralu, fiš-paprikaš, scene vezane uz Dravu i secesijsku zgradu. Mlađi ispitanici više karakterističnima procjenjuju noćni život, park i fakultet.

C. OBRAZOVANJE

Dobivene su samo neke značajne razlike u procjeni karakterističnosti fotografija s obzirom na stupanj obrazovanja. Niže obrazovani sudionici iz Osijeka više nego oni visoko obrazovani procjenjuju karakterističnim noćni život, a više obrazovani secesijsku zgradu i veslače na Dravi. Među sudionicima iz drugih gradova, više obrazovani sudionici više karakterističnima procjenjuju pješački most, a niže obrazovani studente na fakultetu. Ova posljednja razlika vjerojatno proizlazi iz toga što se u skupini sudionika sa završenom srednjom školom nalaze upravo studenti.

OSJEČANI

1. GLAVNI NALAZI PO GRADOVIMA

A. OSIJEK

Listom označavanja osobina ispitana je predodžba o tipičnom Osječaninu. Nalazi pokazuju da ispitanici iz Osijeka tipičnim Osječanima pripisuju sljedeće osobine: **vole dobro pojesti i popiti** (83%), **gostoljubivi su** (61%), **otvoreni** (55%) i **ljubazni** (46%). Oko 50% sudionika navodi da su Osječani također **ponosni i tradicionalni**, a nešto više od 40% da su **opušteni i ležerni**. Oko trećine ispitanika navodi da su Osječani sposobni i marljivi, te da su kulturni ljudi. Od ponuđenih osobina sudionici najmanje smatraju da su Osječani agresivni, ubrzani i probitačni.

B. VARAŽDIN

Ispitanici iz Varaždina tipičnim Osječanima pripisuju sljedeće osobine: **vole dobro pojesti i popiti** (83%), **tradicionalni su** (77%), **gostoljubivi** (72%), **ljubazni** (61%) i **otvoreni** (60%). Također, oko 60% ispitanika smatra da su Osječani **ponosni, kulturni, marljivi i sposobni**. Oko trećine ispitanika navodi da su Osječani opušteni, ležerni, mirni, nenametljivi, tolerantni, pitomi i skromni. Od ponuđenih osobina sudionici iz Varaždina najmanje smatraju da su Osječani agresivni ili lijeni.

C. ZADAR

Ispitanici iz Zadra tipičnim Osječanima pripisuju sljedeće osobine: **vole dobro pojesti i popiti** (72%), **tradicionalni su** (60%), **ljubazni** (57%) i **gostoljubivi** (54%). Također, oko 50% ispitanika smatra da su Osječani **kulturni, otvoreni i ponosni**, a oko 40% da su marljivi i sposobni. Oko trećine ispitanika navodi da su Osječani pitomi, tolerantni, opušteni, mirni, nenametljivi, ležerni i skromni. Od ponuđenih osobina sudionici iz Zadra najmanje smatraju da su Osječani bezvoljni i lijeni, a pogotovo ih ne vide kao agresivne ili ubrzani.

D. RIJEKA

Ispitanici iz Rijeke tipičnim Osječanima pripisuju sljedeće osobine: **vole dobro pojesti i popiti** (79%), **gostoljubivi su** (77%), **tradicionalni** (76%), **ljubazni** (62%) i **otvoreni** (57%). Također, oko 50% ispitanika smatra da su Osječani **kulturni, marljivi, sposobni, opušteni i ponosni**. Oko trećine ispitanika navodi da su Osječani mirni, ležerni, tolerantni, nenametljivi, skromni i pitomi. Od ponuđenih osobina sudionici iz Rijeke najmanje smatraju da su Osječani probitačni, agresivni i ubrzani, te bezvoljni ili lijeni.

E. DUBROVNIK

Ispitanici iz Dubrovnika tipičnim Osječanima pripisuju sljedeće osobine: **vole dobro pojesti i popiti** (78%), **gostoljubivi su** (74%), **tradicionalni** (67%), **otvoreni** (62%), **ljubazni** (58%) i **kulturni** (56%). Također, oko 40% ispitanika smatra da su Osječani **opušteni, ponosni, marljivi i sposobni**. Oko 20-30% ispitanika navodi da su Osječani mirni, tolerantni, pitomi, nenametljivi, skromni i ležerni, ali i aktivni i kreativni. Od ponuđenih osobina sudionici iz Dubrovnika najmanje smatraju da su Osječani agresivni ili pasivni, lijeni i bezvoljni.

2. RAZLIKE PO DEMOGRAFSKIM VARIJABLAMA

A. SPOL

Gledajući cijeli uzorak sudionika, veći postotak žena nego muškaraca smatra Osječane gostoljubivima, kulturnima, marljivima i tradicionalnima, dok veći postotak muškaraca nego žena smatra Osječane ponosnima i hvalisavima, te lijenima i agresivnima. Te razlike prvenstveno proizlaze iz odgovora sudionika iz drugih gradova. Muškarci iz Osijeka više nego žene smatraju da Osječani vole dobro pojesti i popiti te da su opušteni i lijeni, dok žene iz Osijeka više od muškaraca smatraju da su Osječani kulturni.

B. DOB

Gledajući rezultate u cjelini, slika tipičnih Osječana se ne razlikuje s dobi ispitanika, no neke manje razlike ipak postoje. Veći postotak sudionika iz Osijeka starijih od 45 godina smatra da su Osječani kulturni, marljivi, skromni, suzdržani, tolerantni, pitomi, nenametljivi i ljubazni, dok veći postotak sudionika iz Osijeka mlađih od 25 godina smatra Osječane ležernima i hvalisavima. Među sudionicima iz drugih gradova s dobi raste postotak onih koji smatraju da su Osječani gostoljubivi, ljubazni i marljivi, a smanjuje se postotak procjene Osječana hvalisavima.

C. OBRAZOVANJE

Gledajući rezultate u cjelini, slika tipičnih Osječana se ne razlikuje s obzirom na stupanj obrazovanja ispitanika, no neke manje razlike su ipak nađene. Veći postotak sudionika iz Osijeka nižeg stupnja obrazovanja smatra da su Osječani sposobni, aktivni, hvalisavi i agresivni. Među sudionicima iz drugih gradova veći postotak više obrazovanih sudionika smatra da su Osječani otvoreni i ponosni.

POTENCIJALI OSIJEKA

1. GLAVNI NALAZI PO GRADOVIMA

A. OSIJEK

Na pitanje *Što je to što Osijek nudi ljudima koji žive u njemu?* građani Osijeka odgovorili su da su potencijali Osijeka **zelenilo i lijepa priroda, dobra hrana, povijesne i kulturne znamenitosti te mogućnost kvalitetnog obrazovanja**. Također smatraju da Osijek nudi **miran tempo života i sigurnost, te puno različitih mjesta za rekreaciju**. Pitanja prometne povezanosti Osijeka i javnog prijevoza, kao i stambeno pitanje i medicinske usluge smatraju tek donekle riješenima, kao i ponudu kulturnih i zabavnih sadržaja. Na posljednjem mjestu, kao nešto što Osijek uglavnom ne nudi, izdvaja se mogućnost zapošljavanja.

B. VARAŽDIN

Građani Varaždina odgovorili su da su potencijali Osijeka **dobra hrana, zelenilo i lijepa priroda, te povijesne i kulturne znamenitosti**. Također smatraju da Osijek nudi **mogućnost kvalitetnog obrazovanja, dobru prometnu povezanost i dobar javni prijevoz, raznolika mjesta za izlazak i zabavu te puno različitih mjesta za rekreaciju**. Sigurnost i miran tempo života, kao i kvalitetne medicinske usluge i mogućnost rješenja stambenog pitanja percipiraju se tek djelomično potencijalima Osijeka. Na posljednjem mjestu, kao nešto što Osijek donekle nudi, izdvaja se mogućnost zapošljavanja.

C. ZADAR

Građani Zadra odgovorili su da su potencijali Osijeka **dobra hrana, zelenilo i lijepa priroda, te povijesne i kulturne znamenitosti**. Također smatraju da Osijek nudi **mnoštvo kulturnih sadržaja, miran tempo života, mogućnost kvalitetnog obrazovanja, kvalitetne medicinske usluge, sigurnost te puno različitih mjesta za rekreaciju**. Mjesta za izlazak i zabavu, mogućnost rješenja stambenog pitanja i prometna povezanost percipiraju se tek djelomično potencijalima Osijeka. Na posljednjem mjestu, kao nešto što Osijek donekle nudi, izdvaja se mogućnost zapošljavanja.

D. RIJEKA

Građani Rijeke odgovorili su da su potencijali Osijeka **dobra hrana, zelenilo i lijepa priroda, te povijesne i kulturne znamenitosti**. Također smatraju da Osijek nudi **puno različitih mjesta za rekreaciju, miran tempo života ali i mnoštvo kulturnih sadržaja, dobru prometnu povezanost i dobar javni prijevoz, te mogućnost kvalitetnog obrazovanja i sigurnost**. Mogućnost rješenja stambenog pitanja, kvalitetne medicinske usluge i raznolika mjesta za izlazak i zabavu percipiraju se tek djelomično potencijalima Osijeka. Na posljednjem mjestu, kao nešto što Osijek donekle nudi, izdvaja se mogućnost zapošljavanja.

E. DUBROVNIK

Građani Dubrovnika odgovorili su da su potencijali Osijeka **dobra hrana, zelenilo i lijepa priroda, te povijesne i kulturne znamenitosti**. Također smatraju da Osijek nudi **mnoštvo kulturnih sadržaja, dobru prometnu povezanost i dobar javni prijevoz, mogućnost kvalitetnog obrazovanja i puno različitih mjesta za rekreaciju odnosno za izlazak i zabavu, te miran tempo života i sigurnost**. Mogućnost rješenja stambenog pitanja, kvalitetne medicinske usluge i mogućnost zapošljavanja percipiraju se tek djelomično potencijalima Osijeka.

2. RAZLIKE PO DEMOGRAFSKIM VARIJABLAMA

A. SPOL

Na pitanju *Što je to što Osijek nudi ljudima koji žive u njemu?* nisu dobivene spolne razlike u procjenama ni na cijelom uzorku, ni na uzorku sudionika iz drugih gradova. Jedina razlika koja je dobivena je u odgovorima sudionika iz Osijeka, pri čemu žene više od muškaraca kao potencijal Osijeka naglašavaju zelenilo i lijepu prirodu.

B. DOB

Dobivene su veće dobne razlike u procjenama sudionika iz drugih gradova, nego u procjenama sudionika iz Osijeka. Sudionici iz drugih gradova stariji od 45 godina više nego mlađi sudionici smatraju da su potencijali Osijeka dobra hrana, zelenilo i lijepa priroda, puno mjesta za rekreaciju, dobra prometna povezanost, mogućnost kvalitetnog obrazovanja, povijesne i kulturne znamenitosti, mjesta za izlazak i kvalitetne medicinske usluge. Najmlađi sudionici iz drugih gradova više od starijih navode dobru zabavu. Među sudionicima iz Osijeka sudionici stariji od 45 godina više od mlađih ističu povijesne i kulturne znamenitosti, mnoštvo kulturnih sadržaja i dobar javni prijevoz.

C. OBRAZOVANJE

Odgovori sudionika različitog stupnja obrazovanja na pitanje *Što je to što Osijek nudi ljudima koji žive u njemu?* gotovo se uopće ne razlikuju. Dobivene su samo tri značajne razlike u procjenama sudionika različitog stupnja obrazovanja. Više obrazovani sudionici iz drugih gradova više vrednuju dobar javni prijevoz, a niže obrazovani sudionici iz Osijeka potencijalima Osijeka u većoj mjeri procjenjuju mogućnost kvalitetnog obrazovanja i raznolika mjesta za izlazak. Ovo posljednje vjerojatno proizlazi iz činjenice da su u tu skupinu ispitanika bili uključeni studenti.

PREZENTNOST

1. GLAVNI NALAZI PO GRADOVIMA

A. OSIJEK

Kako bismo dobili odgovor na pitanje kakva je prezentnost grada Osijeka ispitano je znanje sudionika u istraživanju o događajima i manifestacijama koje se u zadnjih nekoliko godina organiziraju u Osijeku.

Građani Osijeka najviše su upoznati sa sljedećim događanjima: Osječke ljetne noći (95%), Osječki sajam (89%) i Osječko kulturno ljeto (86,5%). Slijede Fišijada i Jazz festival s kojima je upoznato više od 2/3 sudionika, te UFO (56%). Oko trećina sudionika iz Osijeka nije nikad čula za događanja kao što su Krležini dani, Hrvatski tamburaški festival, Pannonian Challenge i Konjički kup. Ispitanici su najmanje upoznati s Obrtničkom krabuljnom zabavom i manifestacijom Ethno-OS, a više od 70% njih nije nikad čulo za Forum udruga civilnog društva.

B. VARAŽDIN

Građani Varaždina najviše su upoznati sa sljedećim događanjima: Hrvatski tamburaški festival (62%), Osječke ljetne noći (52%), Fišijada (45%) i Osječki sajam (41%). Slijede Osječko kulturno ljeto, Konjički kup i Krležini dani s kojima je upoznato tek nešto manje od 1/3 sudionika, te Jazz festival i Ethno-OS (oko 20%). Manje od 5% sudionika iz Varaždina upoznato je s manifestacijama Pannonian Challenge i UFO, a više od 80% njih nije nikad čulo za Obrtničku krabuljnu zabavu ili Forum udruga civilnog društva.

C. ZADAR

Manje od 50% građana Zadra upoznato je s osječkim manifestacijama, a najviše su upoznati sa sljedećima: Hrvatski tamburaški festival (43%), Osječke ljetne noći (32%), Osječko kulturno ljeto (27%), Osječki sajam (25%), Fišijada i Jazz festival (24%). Slijede Krležini dani, Konjički kup i UFO s kojima je upoznato tek nešto više od 10% sudionika. Manje od 10% sudionika iz Zadra upoznato je s manifestacijom Ethno-OS, a gotovo 80% njih nije nikad čulo za Pannonian Challenge, Obrtničku krabuljnu zabavu ili Forum udruga civilnog društva.

D. RIJEKA

Manje od 50% građana Rijeke upoznato je s osječkim manifestacijama, a najviše su upoznati sa sljedećima: Osječke ljetne noći (49%), Hrvatski tamburaški festival (39%), Osječko kulturno ljeto (34%) i Krležini dani (34%). Slijede Fišijada, Osječki sajam, Jazz festival i Konjički kup (20-30%). Oko 10% sudionika iz Rijeke upoznato je s manifestacijama Pannonian Challenge i UFO. Manje od 10% sudionika upoznato je s manifestacijom Ethno-OS, a više od 80% njih nije nikad čulo za Obrtničku krabuljnu zabavu ili Forum udruga civilnog društva.

E. DUBROVNIK

Manje od 40% građana Dubrovnika upoznato je s osječkim manifestacijama, a najviše su upoznati sa sljedećima: Hrvatski tamburaški festival (38%), Fišijada (36%), Osječke ljetne noći (31%), Osječki sajam (29%), Krležini dani (27%) i Osječko kulturno ljeto (23%). Slijede Jazz

festival, Konjički kup, Ethno-OS i UFO (10-20%). Manje od 5% sudionika iz Dubrovnika upoznato je s manifestacijom Pannonian Challenge, a više od 80% njih nije nikad čulo za Obrtničku krabuljnu zabavu ili Forum udruga civilnog društva.

2. RAZLIKE PO DEMOGRAFSKIM VARIJABLAMA

A. SPOL

Muškarci i žene iz drugih gradova podjednako su upoznati s događanjima u Osijeku, no dobivene su određene spolne razlike među sudionicima iz Osijeka. Muškarci iz Osijeka više su upoznati s manifestacijama kao što su UFO, Pannonian Challenge i Fišijada, a žene s Krležinim danima i Obrtničkom krabuljnom zabavom.

B. DOB

Sudionici iz drugih gradova svih dobi podjednako su upoznati s događanjima u Osijeku, no dobivene su određene dobne razlike: stariji od 45 godina više su upoznati s Fišijadom, a mlađi od 25 s Krležinim danima i UFOom. Sudionici iz Osijeka više se razlikuju po dobi: mlađi su upoznati s manifestacijama kao što su UFO i Pannonian Challenge, a stariji s Konjičkim kupom, Ethno-OS, Fišijadom, Hrvatskim tamburaškim festivalom i Obrtničkom krabuljnom zabavom.

C. OBRAZOVANJE

Sudionici iz Osijeka različitog stupnja obrazovanja podjednako su upoznati s događanjima u njihovom gradu, no dobivene su određene razlike: niže obrazovani ispitanici više su upoznati s manifestacijama UFO i Pannonian Challenge, a više obrazovani s Krležinim danima, Fišijadom i Obrtničkom krabuljnom zabavom. Sudionici iz drugih gradova višeg obrazovanja razlikuju se od onih s nižim obrazovanjem po tome što su općenito u većem postotku upoznati sa svim događanjima u Osijeku.

DOŽIVLJAJ OSIJEKA

1. GLAVNI NALAZI PO GRADOVIMA

A. OSIJEK

Na kraju ankete građani Osijeka su odgovarali na pitanje *Što biste željeli da ljudi koji dođu u Osijek očekuju da će ovdje doživjeti?* Pitanje je bilo otvorenog tipa, te su odgovori sudionika kodirani u kategorije. Rezultati pokazuju da stanovnici Osijeka u najvećoj mjeri žele da gosti dođu u Osijek jer očekuju da će sresti ljubazne i gostoljubive ljude (30%), vidjeti znamenitosti i ljepotu grada (27%) te uživati u parkovima i zelenilu (21,5%). Odgovori koji slijede su: da dobro pojedju i popiju, dobar provod i zabava, uživanje u kulturnim sadržajima te ugodan odmor u mirnoj atmosferi (13-15%).

B. VARAŽDIN

Na kraju ankete sudionici su odgovarali na pitanje *Kada biste se zaputili u Osijek, što očekujete da ćete tamo doživjeti?* Rezultati pokazuju da stanovnici Varaždina u najvećoj mjeri očekuju da će se dobro najesti i provešeliti uz tamburaše (49%) te opustiti se i odmoriti (38%). Više od 20% ispitanika očekuje da će uživati u bogatim i raznolikim kulturnim sadržajima, te u prirodi i zelenilu. Zabavu na mjestima na koja izlaze mladi očekuje 16% sudionika, a alternativne sadržaje i mogućnost sklapanja poslova očekuje manje od 10% sudionika.

C. ZADAR

Stanovnici Zadra u najvećoj mjeri očekuju da će se opustiti se i odmoriti (38%) te dobro najesti i provešeliti uz tamburaše (36%). 14% ispitanika očekuje da će uživati u prirodi i bogatim i raznolikim kulturnim sadržajima. Zabavu među mladima, alternativne sadržaje i mogućnost sklapanja poslova očekuje manje od 10% sudionika.

D. RIJEKA

Stanovnici Rijeke u najvećoj mjeri očekuju da će se dobro najesti i provešeliti uz tamburaše (41%) te opustiti se i odmoriti (39%). Više od 20% ispitanika očekuje da će uživati u prirodi i zelenilu, a oko 18% njih u bogatim i raznolikim kulturnim sadržajima. Zabavu na mjestima na koja izlaze mladi očekuje 12% sudionika, a alternativne sadržaje i mogućnost sklapanja poslova očekuje manje od 10% sudionika.

E. DUBROVNIK

Stanovnici Dubrovnika u najvećoj mjeri očekuju da će se dobro najesti i provešeliti uz tamburaše (43%) te opustiti se i odmoriti (38%). Više od 20% ispitanika očekuje da će uživati u prirodi i zelenilu, a oko 10-20% njih očekuje zabavu na mjestima na koja izlaze mladi, uživanje u bogatim i raznolikim kulturnim ili alternativnim sadržajima. Mogućnost sklapanja poslova očekuje manje od 5% sudionika.

2. RAZLIKE PO DEMOGRAFSKIM VARIJABLAMA

A. SPOL

Rezultati pokazuju da najveći postotak muškaraca očekuje da će se u Osijeku dobro najesti i provesti uz tamburaše, a zatim da će se dobro odmoriti. Žene imaju ista očekivanja, ali obrnutim redoslijedom. I muškarci i žene u istoj mjeri očekuju da će uživati u prirodi, no žene i više od toga očekuju uživanje u bogatim i raznolikim kulturnim sadržajima.

B. DOB

Rezultati pokazuju da najveći postotak ispitanika iz svih dobnih skupina očekuje da će se u Osijeku dobro najesti i provesti uz tamburaše, a zatim da će se opustiti i odmoriti. Najmlađi ispitanici zatim očekuju da će se zabaviti na mjestima za mlade, ispitanici srednje dobi da će uživati u bogatim kulturnim sadržajima, a stariji od 45 godina da će uživati u prirodi.

C. OBRAZOVANJE

Rezultati pokazuju da najveći postotak ispitanika bez obzira na stupanj obrazovanja očekuje da će se u Osijeku dobro najesti i provesti uz tamburaše, a zatim da će se opustiti i odmoriti. Niže obrazovani ispitanici zatim očekuju da će se zabaviti na mjestima za mlade, a više obrazovani da će uživati u bogatim kulturnim sadržajima.

USPOREDBA REZULTATA IZ OSIJEKA I DRUGIH GRADOVA

1. PREDODŽBA OSIJEKA

A) SLOBODNE ASOCIJACIJE

Prve asocijacije građana Osijeka na spomen njihovog grada su prvenstveno **Drava** (30%), te **parkovi i zelenilo** (28%). Zatim se navode pojmovi vezani uz **ljepotu grada, njegovu uređenost i čistoću** (19%) te da je Osijek **grad po mjeri čovjeka, mirno i ugodno mjesto za život** (15%). **Tvrđa** (16%) i **promenada** (15%) navode se kao najistaknutiji simboli grada Osijeka. Asocijacije koje navodi više od 10% ispitanika su još «dom» i «dosadno i nezanimljivo», dok se sve ostale asocijacije javljaju kod manje od 10% sudionika istraživanja (uključujući i asocijacije na politička događanja koje spominje samo 8%, te ratna stradanja i pobjede - 4,5%).

Prve asocijacije građana drugih gradova na spomen grada Osijeka su **politička događanja** (33%). Zatim je to **rijeka Drava** (17%), **ljepota grada, njegova uređenost i čistoća** (12%) i **izjednačavanje Osijeka sa Slavonijom** (12%), **bogata povijest i kultura** te **dobra hrana i piće** (11,5%). Oko 10% sudionika iz drugih gradova asocira Osijek uz **ratna stradanja i pobjede**. Sve ostale asocijacije javljaju se kod manje od 10% sudionika istraživanja (među njima su najčešće navođene asocijacije na tamburice i folklor, ravnice, gostoljubive i ljubazne ljude, te gradsku sredinu po mjeri čovjeka, parkove i zelenilo). **Katedrala i Tvrđa** spominju se kao najistaknutiji simboli grada, ali navodi ih manje od 10% ispitanika.

B) KONOTATIVNO ZNAČENJE GRADA OSIJEKA

Predodžba grada Osijeka ispitana je i semantičkim diferencijalom o konotativnom značenju grada Osijeka (niz skala omeđenih pojmovima suprotnog značenja) na 5 dimenzija. Dobiveni rezultati prikazani su tablično i grafički, za sve gradove u skupnoj tablici i na zajedničkoj slici. Veći rezultat znači pozitivniju vrijednost na pojedinoj dimenziji. Izračunata je i značajnost dobivenih razlika među gradovima.

Dimenzije su formirane tako da je svaka dimenzija određena s 3 skale:

- STARO – NOVO: staro-mlado, starinski-moderno, tradicionalno-suvremeno
- LIJEPO – RUŽNO: lijepo-ružno, uređeno-neuređeno, očaravajuće-neprivlačno
- TOPLO – HLADNO: otvoreno-zatvoreno, gostoljubivo-nepristupačno, srdačno-suzdržano
- DINAMIKA: usporeno-dinamično, jednolično-raznoliko, dosadno-zanimljivo
- RAZVIJENOST: seoska sredina-gradska sredina, nerazvijeno-razvijeno, primitivno-kulturno

Na dimenziji STARO-NOVO dobivena je značajna razlika u percepciji Osijeka između njegovih stanovnika i stanovnika Zadra i Rijeke, koji Osijek doživljavaju više tradicionalnim i starinskim nego sami stanovnici Osijeka.

Nije dobivena razlika u estetskom doživljaju Osijeka, odnosno na dimenziji LIJEPO–RUŽNO, između njegovih stanovnika i stanovnika drugih gradova.

Građani Dubrovnika doživljavaju Osijek više srdačnim, otvorenim i gostoljubivim nego sami Osječani.

Građani Varaždina i Dubrovnika doživljavaju Osijek više dinamičnim, raznolikim i zanimljivim nego građani Zadra, Rijeke, ali i sami Osječani.

Građani Dubrovnika i Varaždina imaju predodžbu Osijeka kao razvijene i kulturne gradske sredine više nego što ga takvim vide sami stanovnici Osijeka.

Općenito gledajući, nalazi pokazuju da se Osijek prvenstveno doživljava srdačnim, otvorenim i gostoljubivim, te kao lijep i uređen grad, razvijen i kulturni. Najveće su razlike na dimenziji DINAMIKA, jer građani Varaždina i Dubrovnika doživljavaju Osijek više dinamičnim, raznolikim i zanimljivim nego građani Zadra, Rijeke, ali i sami Osječani. Najlošija je percepcija Osijeka na dimenziji STARO-NOVO: Osijek se općenito doživljava više tradicionalnim i starinskim nego modernim i suvremenim.

Usporede li se predodžbe samih Osječana i stanovnika drugih gradova, može se vidjeti da Osječani imaju nešto lošiju sliku o svome gradu prvenstveno u pogledu dinamike, zatim srdačnosti i razvijenosti nego što je slika građana drugih gradova, naročito građana Dubrovnika i Varaždina. Istovremeno, Osječani svoj grad doživljavaju manje tradicionalnim i starinskim nego što ga doživljavaju građani drugih gradova, prvenstveno Zadra i Rijeke.

2. VIZUALNI IDENTITET OSIJEKA

Vizualni identitet grada ispitao se pomoću skupa od 16 fotografija. Građani Osijeka procijenili su izrazito karakterističnima za Osijek fotografije koje prikazuju **katedralu, pješački most, Tvrdū i Dravu**. Karakterističnima se također procjenjuju fotografije **HNK, parka, secesijske zgrade i tramvaja**. Fiš-paprikaš, ljudi koji šeću promenadom, gradski promet i biciklist, noćni provod u disku te studenti na fakultetu smatraju se donekle karakterističnim scenama za Osijek, dok se uglavnom nekarakterističnima procjenjuju slike folkloru i fijakera.

Građani drugih gradova procijenili su karakterističnima za Osijek fotografije koje prikazuju **tamburaše u narodnoj nošnji, katedralu, fijaker i fiš-paprikaš**, te **tramvaj i Tvrdū**. Donekle karakterističnima se procjenjuju fotografije secesijske zgrade, pješačkog mostu, HNK, parka i Drave. Fotografije gradskog prometa s biciklistom, studenata na fakultetu, ljudi koji šeću promenadom i noćnog života procjenjuju se najmanje karakterističnima za Osijek.

3. OSJEČANI

Listom označavanja osobina ispitana je predodžba o tipičnom Osječaninu. Nalazi pokazuju da ispitanici iz Osijeka tipičnim Osječanima pripisuju sljedeće osobine: **vole dobro pojesti i popiti** (83%), **gostoljubivi su** (61%), **otvoreni** (55%) i **ljubazni** (46%). Oko 50% sudionika navodi da su Osječani također **ponosni i tradicionalni**, a nešto više od 40% da su **opušteni i ležerni**. Oko trećine ispitanika navodi da su Osječani sposobni i marljivi, te da su kulturni ljudi. Od ponuđenih osobina sudionici najmanje smatraju da su Osječani agresivni, ubrzani i probitačni.

Ispitanici iz drugih gradova tipičnim Osječanima pripisuju sljedeće osobine: **vole dobro pojesti i popiti** (75%), **tradicionalni su** (67%), **gostoljubivi** (67%), **ljubazni** (57%) i **otvoreni** (55%). Oko 50% sudionika iz drugih gradova smatra da su Osječani **kulturni** (52%) i **ponosni** (48%). Sljedeće osobine koje im se pripisuju su **marljivi, sposobni i opušteni**. Oko trećine ispitanika navodi da su Osječani mirni, tolerantni, pitomi, ležerni i nenametljivi. Od ponuđenih osobina sudionici iz drugih gradova najmanje smatraju da su Osječani agresivni ili bezvoljni i lijeni.

Može se zaključiti da se sudionici iz Osijeka i iz drugih gradova slažu u slici tipičnih Osječana. Razlika je samo u tome da stanovnici drugih gradova više smatraju da su Osječani tradicionalni nego što se oni sami takvima vide. Svi se slažu u tome da Osječani nisu agresivni, no stanovnici Osijeka za tipične Osječane također misle da nisu ubrzani i probitačni, a stanovnici drugih gradova da nisu lijeni i bezvoljni. Ovi rezultati slažu se s onima dobivenima na semantičkom diferencijalu (razlike na dimenziji STARO-NOVO i DINAMIKA).

4. POTENCIJALI OSIJEKA

Na pitanje *Što je to što Osijek nudi ljudima koji žive u njemu?* građani Osijeka odgovorili su da su potencijali Osijeka **zelenilo i lijepa priroda, dobra hrana, povijesne i kulturne znamenitosti te mogućnost kvalitetnog obrazovanja**. Također smatraju da Osijek nudi **miran tempo života i sigurnost, te puno različitih mjesta za rekreaciju**. Pitanja prometne povezanosti Osijeka i javnog prijevoza, kao i stambeno pitanje i medicinske usluge smatraju tek donekle riješenima, kao i ponudu kulturnih i zabavnih sadržaja. Na posljednjem mjestu, kao nešto što Osijek uglavnom ne nudi, izdvaja se mogućnost zapošljavanja.

Građani drugih gradova smatraju da su potencijali Osijeka **dobra hrana, zelenilo i lijepa priroda, te povijesne i kulturne znamenitosti**. Također smatraju da Osijek nudi **mnoštvo kulturnih sadržaja, mogućnost kvalitetnog obrazovanja i puno različitih mjesta za rekreaciju, dobru prometnu povezanost i dobar javni prijevoz, te miran tempo života i sigurnost**. Raznolika mjesta za izlazak i dobru zabavu, kvalitetne medicinske usluge, mogućnost rješenja stambenog pitanja i mogućnost zapošljavanja percipiraju se tek djelomično potencijalima Osijeka.

5. PREZENTNOST

Kako bismo dobili odgovor na pitanje kakva je prezentnost grada Osijeka ispitano je znanje sudionika u istraživanju o događajima i manifestacijama koje se u zadnjih nekoliko godina organiziraju u Osijeku.

Građani Osijeka najviše su upoznati sa sljedećim događanjima: **Osječke ljetne noći** (95%), **Osječki sajam** (89%) i **Osječko kulturno ljeto** (86,5%). Slijede **Fišijada** i **Jazz festival** s kojima je upoznato više od 2/3 sudionika, te **UFO** (56%). Oko trećina sudionika iz Osijeka nije nikad čula za događanja kao što su Krležini dani, Hrvatski tamburaški festival, Pannonian Challenge i Konjički kup. Ispitanici su najmanje upoznati s Obrtničkom krabuljnom zabavom i manifestacijom Ethno-OS, a više od 70% njih nije nikad čulo za Forum udruga civilnog društva.

Manje od 50% građana drugih gradova upoznato je s osječkim manifestacijama, a najviše su upoznati sa sljedećima: **Hrvatski tamburaški festival** (43,5%), **Osječke ljetne noći** (39%), **Fišijada** (33%), **Osječki sajam** (30%), **Osječko kulturno ljeto** (27,5%), **Krležini dani** (26%) i **Jazz festival** (22%). Slijede Konjički kup i Ethno-OS (10-20%). Manje od 10% sudionika iz drugih gradova upoznato je s manifestacijama UFO i Pannonian Challenge, a oko 80% njih nije nikad čulo za Obrtničku krabuljnu zabavu ili Forum udruga civilnog društva.

PREZENTNOST OSIJEKA U USPOREDBI S DRUGIM GRADOVIMA

Osim pitanja o upoznatosti s događanjima u Osijeku posljednjih godina, prezentnost Osijeka na našim prostorima ispitana je i pitanjem o poznatosti Osijeka i drugih gradova u Hrvatskoj po različitim obilježjima. Podaci su obrađeni za sve sudionike zajedno, kako bi se dobila relevantna slika neopterećena pristranostima sudionika prilikom procjene vlastitog grada.

Podaci pokazuju da je Osijek više od svih drugih gradova poznat po **parkovima i zelenim površinama, gostoljubivosti ljudi i mirnom tempu života**. Poznat je i po ljepoti okolice, ali manje od Dubrovnika. Prepoznat je i po sveučilištu i po dobrim bolnicama, ali se po tome nalazi na 3. mjestu, iza Zagreba i Rijeke. Među ispitanim gradovima Osijek se nalazi na 4. mjestu po povijesnim znamenitostima, kulturnim ustanovama, kulturnim manifestacijama, jedinstvenim građevinama, industriji i razvijenom gospodarstvu, te prometnoj gužvi. Tek na 5. mjestu je po sportu, mjestima za zabavu i gradskoj vrevi. Od svih ispitanih gradova Osijek je najmanje prepoznat po turizmu i dobroj gradskoj upravi.

Rang lista obilježja po kojima je pojedini grad poznat izražena postotkom odgovora svih sudionika u istraživanju

Zagreb poznat po...	%
Prometnoj gužvi	90,8
Sveučilištu	88,8
Gradskoj vrevi	85,2
Mjestima za zabavu	81,1
Dobrim bolnicama	78,3
Razvijenom gospodarstvu	75,1
Industriji	71,9
Sportu	71,5
Kulturnim ustanovama	67,9
Kulturnim manifestacijama	62,2
Dobroj gradskoj upravi	43,5
Povijesnim znamenitostima	42,4
Jedinstvenim građevinama	32,5
Parkovima i zelenim površinama	31,0
Ljepoti okolice	20,1
Gostoljubivosti ljudi	17,4
Turizmu	17,4
Mirnom tempu života	2,2

Osijek poznat po...	%
Parkovima i zelenim površinama	70,2
Gostoljubivosti ljudi	62,1
Mirnom tempu života	57,1
Ljepoti okolice	54,3
Sveučilištu	48,5
Povijesnim znamenitostima	46,3
Kulturnim ustanovama	42,0
Kulturnim manifestacijama	35,1
Jedinstvenim građevinama	33,6
Sportu	25,3
Industriji	18,2
Mjestima za zabavu	16,9
Razvijenom gospodarstvu	15,9
Prometnoj gužvi	15,6
Gradskoj vrevi	13,6
Dobrim bolnicama	12,0
Turizmu	6,3
Dobroj gradskoj upravi	6,2

Varaždin poznat po...	%
Parkovima i zelenim površinama	59,9
Povijesnim znamenitostima	56,2
Mirnom tempu života	55,0
Ljepoti okolice	53,0
Kulturnim manifestacijama	50,8
Kulturnim ustanovama	47,6
Gostoljubivosti ljudi	44,9
Dobroj gradskoj upravi	40,5
Jedinstvenim građevinama	39,0
Razvijenom gospodarstvu	32,6
Turizmu	20,2
Industriji	19,7
Sveučilištu	17,1
Sportu	15,7
Mjestima za zabavu	12,4
Dobrim bolnicama	9,5
Gradskoj vrevi	7,4
Prometnoj gužvi	5,8

Rang lista obilježja po kojima je pojedini grad poznat izražena postotkom odgovora svih sudionika u istraživanju

Rijeka poznata po...	%
Industriji	54,9
Sveučilištu	51,8
Prometnoj gužvi	44,3
Mjestima za zabavu	41,3
Gradskoj vrevi	36,1
Turizmu	34,3
Kulturnim manifestacijama	34,2
Sportu	33,1
Kulturnim ustanovama	31,7
Razvijenom gospodarstvu	29,9
Gostoljubivosti ljudi	28,0
Povijesnim znamenitostima	24,2
Dobroj gradskoj upravi	23,5
Ljepoti okolice	22,1
Dobrim bolnicama	20,7
Jedinstvenim građevinama	19,0
Parkovima i zelenim površinama	8,0
Mirnom tempu života	5,7

Zadar poznat po...	%
Turizmu	66,5
Povijesnim znamenitostima	52,8
Sportu	50,0
Jedinstvenim građevinama	42,4
Ljepoti okolice	41,0
Gostoljubivosti ljudi	32,7
Sveučilištu	30,7
Kulturnim ustanovama	30,7
Mirnom tempu života	26,3
Mjestima za zabavu	23,6
Kulturnim manifestacijama	19,8
Gradskoj vrevi	16,3
Parkovima i zelenim površinama	14,0
Dobroj gradskoj upravi	13,3
Prometnoj gužvi	13,3
Razvijenom gospodarstvu	8,9
Industriji	5,0
Dobrim bolnicama	4,3

Dubrovnik poznat po...	%
Turizmu	89,4
Povijesnim znamenitostima	79,9
Jedinstvenim građevinama	71,1
Ljepoti okolice	60,4
Kulturnim ustanovama	58,6
Kulturnim manifestacijama	57,8
Mjestima za zabavu	32,2
Sportu	30,6
Gostoljubivosti ljudi	31,9
Mirnom tempu života	26,4
Gradskoj vrevi	24,2
Prometnoj gužvi	21,8
Sveučilištu	16,9
Parkovima i zelenim površinama	16,8
Dobroj gradskoj upravi	13,0
Dobrim bolnicama	7,7
Razvijenom gospodarstvu	5,8
Industriji	2,8

6. DOŽIVLJAJ OSIJEKA

Na kraju ankete građani Osijeka su odgovarali na pitanje *Što biste željeli da ljudi koji dođu u Osijek očekuju da će ovdje doživjeti?* Pitanje je bilo otvorenog tipa, te su odgovori sudionika kodirani u kategorije. Rezultati pokazuju da stanovnici Osijeka u najvećoj mjeri žele da gosti dođu u Osijek jer očekuju da će **sresti ljubazne i gostoljubive ljude** (30%), **vidjeti znamenitosti i ljepotu grada** (27%) te **uživati u parkovima i zelenilu** (21,5%). Odgovori koji slijede su: da dobro pojedju i popiju, dobar provod i zabava, uživanje u kulturnim sadržajima te ugodan odmor u mirnoj atmosferi (13-15%).

Sudionici iz drugih gradova su na kraju ankete odgovarali na pitanje *Kada biste se zaputili u Osijek, što očekujete da ćete tamo doživjeti?* Rezultati pokazuju da stanovnici drugih gradova u najvećoj mjeri očekuju da će se **dobro najesti i provešeliti uz tamburaše** (42%) te **opustiti se i odmoriti** (38%). Više od 20% ispitanika očekuje da će uživati u prirodi i zelenilu, a oko 10-20% njih očekuje uživanje u bogatim i raznolikim kulturnim sadržajima ili zabavu na mjestima na koja izlaze mladi. Alternativne sadržaje očekuje oko 8% ispitanika, a mogućnost sklapanja poslova manje od 5% sudionika.