



# Arhiv družboslovnih podatkov

**Gradivo vezano na raziskavo**  
**Slovenska narodnozabavna glasba, 2022**

**ADP-IDNo: NZG221**

**DOI: [https://doi.org/10.17898/ADP\\_NZG221\\_V1](https://doi.org/10.17898/ADP_NZG221_V1)**

**Vprašalnik**

Uvodnik: kratka predstavitev spraševalcev, osnovna izhodišča projekta, namen raziskave

### **Uvodna vprašanja**

#### **Organizacija:**

1. Značilnosti organizacije:
  - a. javna/zasebna?
  - b. zgodovina (datum nastanka/obdobje delovanja)
  - c. ključni akterji (ustanovitelji, financerji)
  - d. št. zaposlenih
  - e. cilji (ustanovitve in trenutno)
  - f. ciljna publika (lokalna, regionalna, tuja; generacijsko: starejši, srednji, mladi, družine)
  - g. vloga respondenta v organizaciji
2. Refleksija respondenta:
  - a. opišite začetke delovanja/dogodka (kako in kdaj se je festival/muzej/pot oblikovala)?
  - b. ali opazate, da se publika čez leta kako spreminja? Bi izpostavili kakšno posebnost ali ne?
  - c. na kakšen način poskrbite za vključevanje različnih ciljnih skupin?
  - d. ali sodelujete tudi s šolami (osnovne, srednje, fakultete) in vsebine (NZG) predstavljate tudi tam?
  - e. kdo, kdaj, kako pogosto, na kakšne načine sodelujejo pri organizaciji dogodka, promociji muzeja ipd.?

#### **Drugi sklop: NZG : kulturna dediščina, turistični produkt ali oboje?**

1. Kako vidite NZG oz. kako razumete dodano vrednost NZG in z njo povezanih vsebin – kot slovensko dediščino, del sodobne popularne kulture, del zabavnih industrij (ali kot vse naštetu)?
2. Kaj pa je primarni fokus delovanja vaše organizacije: ohranjanje in promocija NZG kot dediščine; razvijanje NZG kot turističen produkt; drugo? (vidite NZG kot del / potencial za razvoj dediščinskega turizma?)? (Če odgovarjajo, da gre za turističen produkt, nadaljuj z vprašanji o turizmu. Če odgovarjajo o dediščini, nadaljuj z vprašanji o kulturi.)

### **A) Vprašanja strategija - kultura**

#### **Organizacija**

1. NZG je vpisana v register nesnovne kulturne dediščine. Kako ta podatek vpliva na vaše delovanje? Ali se vam zdi ta opredelitev ustrezna (kaj pa materialni vidiki NZG dediščine)?
2. Na kakšne načine skrbite za ohranjanje in vzdrževanje NZG nesnovne in z njo povezane snovne dediščine? Kaj pa za promocijo?
3. Ali je ustanovitev vašega muzeja plod individualne/lokalne samoiniciative ali pa je vpet v širšo strategijo ohranjanja dediščine/razvoja dediščinskega turizma? Kdo so ključni akterji?
4. Kako bi opisali trenutno stanje vaše ponudbe (muzejske-dediščinske; turistične): sprejetost, podporo, obisk, medijsko pokritost?

#### **Politika**

5. Menite, da bi morala biti NZG dediščina del kulturnih politik na lokalni, regionalni, državni ravni? Obrazložite. Je NZG dediščina po vašem pomemben vidik kulturnega turizma?

6. Zakaj je treba ohranjati NZG dediščino? Katere vrednote, prakse, kulturne specifičnosti povezuje z njo?
7. So NZ vsebine del lokalnih, regionalnih "brandov"?
8. Kakšen je po vašem mnenju odnos odločevalcev – države, turistične organizacije, lokalnih oblasti ipd. – do dediščine NZG? (Ali se prioritizira določene segmente (npr. "tradicionalno" NZ, NZ, ki se navezuje na "podalpsko" tematiko, ..?)
9. Kdo sodeluje pri ohranjanju, vzdrževanju in promociji NZG dediščine (razpisi katerih ministrstev, podpora katerih medijev, morda lokalna skupnost, ..?)
10. Je podprta dovolj ali premalo? Je sofinancirana iz javnih razpisov ali popolnoma prepuščena trgu?
11. Kakšno prihodnost vidite za NZG kot slo kulturno dediščino? (Težave? Potencial razvoja? Vpliv pandemije?)
12. So se obravnave NZ v okviru nacionalnih in regionalnih razvojnih smernic kako spremenile v zadnjih 30 letih, katere spremembe opazate in kako vplivajo na vaše delovanje?

## **B) Vprašanja strategija - turizem**

### **Turistični produkt**

1. Ali je lokalni turistični razvoj produkta (festivala/muzeja) plod lokalne samoiniciative ali pa je vpet v širšo strategijo razvoja turizma? Kdo so ključni akterji?
2. Kako bi opisali trenutno stanje vaše ponudbe (muzejske-dediščinske; turistične): sprejetost, podporo, obisk, medijsko pokritost?
3. Na kakšne načine poteka marketing NZG/z njo povezanih produktov (harmonika, izvajalci, če relevantno: dogodki, .. ipd.)?
4. Kaj po vašem mnenju vaš dogodek/festival doprinaša k lokalni/regionalni/nacionalni turistični ponudbi?
5. Družbeni mediji – kdo kurira, kako poteka marketing?

### **Turistični sektor in NZG**

6. Kakšen je po vašem mnenju odnos odločevalcev – države, turistične organizacije, lokalnih oblasti ipd. – do razvoja narodnozabavnih turističnih produktov? (Ali se prioritizira določene segmente (npr. "tradicionalno" NZ, NZ, ki se navezuje na "podalpsko" tematiko, ..?)
7. So podprti dovolj ali premalo? So sofinancirani iz javnih razpisov ali popolnoma prepuščeni trgu?
8. Kdo sodeluje pri razvoju tovrstnih vsebin in produktov (razpisi katerih ministrstev, podpora katerih medijev, morda lokalna skupnost, ..?)
9. Kakšno prihodnost vidite za narodnozabavne turistične produkte? (Težave? Potencial razvoja? Vpliv pandemije?)
10. Menite, da bi morali biti narodnozabavni turistični produkti del širše strategije razvoja nacionalnega in lokalnega (kulturnega, dediščinskega, trajnostnega) turizma? Obrazložite. (Če relevantno: Kaj za vas pomeni trajnostni razvoj NZ vsebin?)
11. Kaj je dodana vrednost NZG kot turističnega produkta (lokalen, zabaven, doživljajski; zgolj dodaten produkt, ki popestri dogajanje)? Kakšno vlogo pri oblikovanju lokalne turistične ponudbe igra glasba, specifično narodnozabavna glasba?
12. So NZ vsebine del lokalnih, regionalnih "brandov"?
13. So se obravnave NZ v okviru nacionalnih in regionalnih razvojnih smernic kako spremenile v zadnjih 30 letih, katere spremembe opazate in kako vplivajo na vaše delovanje?

**Tretji sklop: Mednarodna vpetost delovanja muzejev/TO/festivalov**

1. Kako je vaša dejavnost v zvezi z NZG vpeta v mednarodno delovanje/pojavnost vaše institucije in koliko pomembno je medn. udejstvovanje (odprtost za tuje turiste/glasbenike(?)) in v ustvarjanje medn. podobe, branda Slovenije?
2. S katerimi tujimi organizacijami/festivali se povezujete, so tu ključnega pomena kakšne transnacionalne organizacije (za promocijo sorodnih glasbenih zvrsti npr.)?

Bi želeli še kaj dodati?