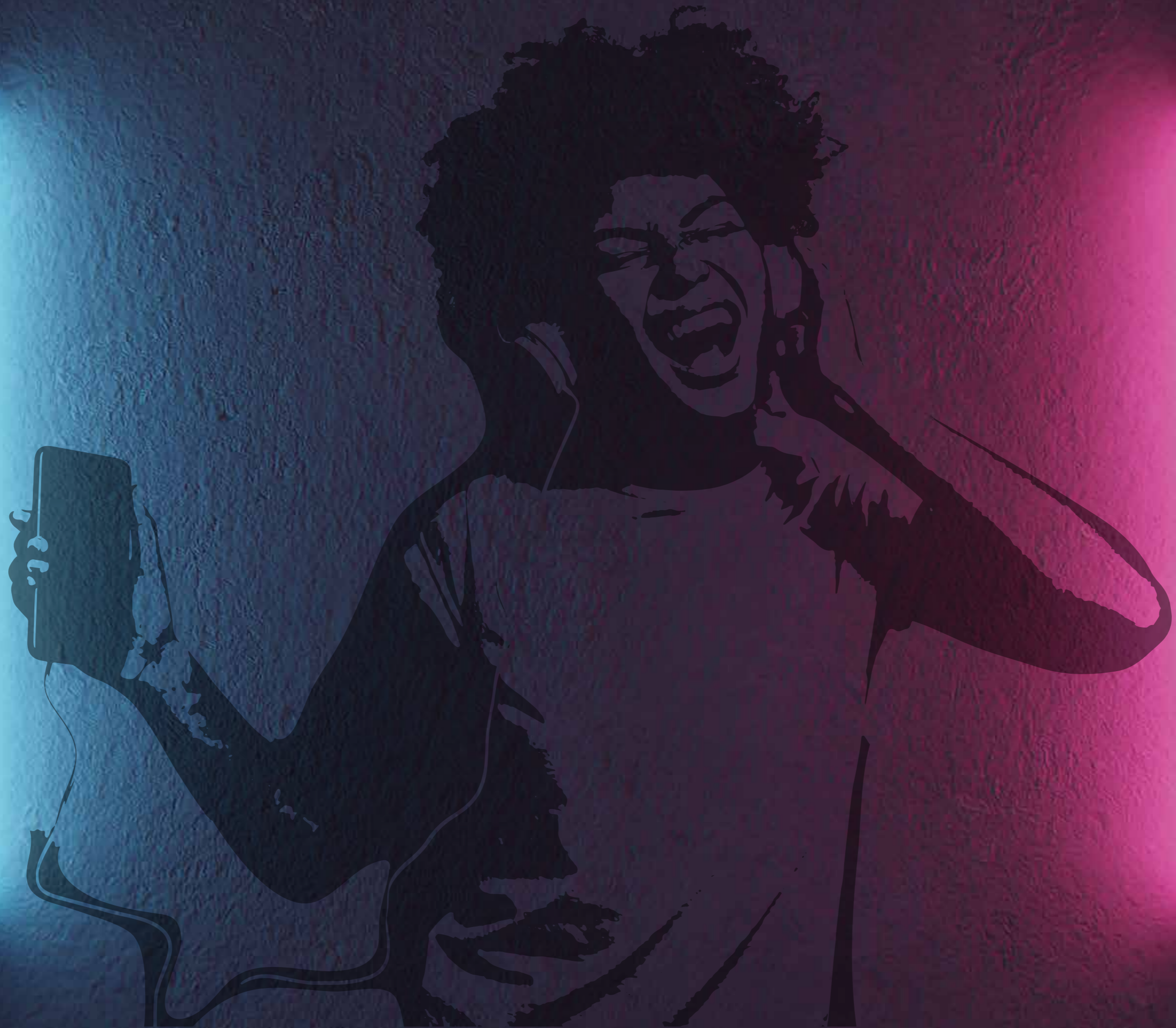




# **ISTRAŽIVANJE O NAVIKAMA SLUŠANJA GLAZBE U HRVATSKOJ 2023**





## UVOD

Drugo po redu, *Istraživanje o navikama slušanja glazbe* koje je provela *Hrvatska diskografska udruga* u suradnji sa agencijom *Hendal* i uz podršku *Hrvatske udruge poslodavaca* potvrđuje koliko je važna uloga glazbe u našim životima.

Istraživanje, jedino ovakvo provedeno u Republici Hrvatskoj imalo je za cilj utvrditi na koji se način glazba sluša, koliko često i iz kojih izvora, s posebnim osvrtom na pitanja vezana uz korištenje digitalnih glazbenih servisa. Također, bilo je važno ustanoviti i koji su stavovi ispitanika prema intelektualnom vlasništvu.

Rezultati ovog istraživanja utoliko su značajniji i jer ih je moguće komparirati s rezultatima istog istraživanja provedenog 2018. godine, a s obzirom na značajnu povezanost mlađe populacije s glazbom posebnu važnost dali smo ispitivanju mladih u dobi od 12-15 godina.

Stoga je na ovom mjestu bitno spomenuti kako građani Hrvatske svakodnevno slušaju glazbu, kako potvrđuju da danas ima više načina za slušanje glazbe nego ikada prije te kako im glazba pozitivno utječe na mentalno zdravlje. Ohrabrujuća je činjenica i kako je slušanje glazbe na digitalnim glazbenim servisima značajno poraslo u odnosu na 2018. godinu. Kada pak govorimo o mlađoj populaciji, glavni izvor pronalaženja nove glazbe za njih su besplatni streaming te kratke forme na Tik Toku.

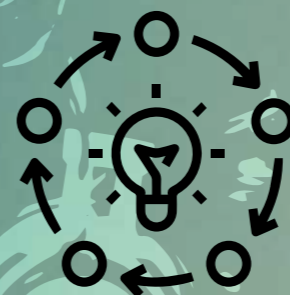
Unatoč širokoj lepezi licenciranih usluga koji su dostupni ljubiteljima glazbe, i dalje postoji znatan postotak onih koji neovlašteno koriste glazbeni sadržaj. Time se šteti onima koji stvaraju i ulažu u glazbu i narušava zdrav ekosustav koji omogućuje da umjetnici postiču svoj najveći kreativni i komercijalni uspjeh.

Stoga ovo izvješće služi i za rješavanje pitanja zaštite sadržaja kao zdrav podsjetnik na istinsku važnost i vrijednost glazbe, te potrebu da se ona zaštiti i podupre.

Ništa od ovoga ne bi bilo moguće bez diskografskih kuća i njihove želje za kontinuiranim ulaganjem u umjetnike i njihovu glazbu. Uostalom, zadaća diskografskih kuća i je da otkrivaju i podržavaju nove umjetnike, pomažu u razvoju glazbe tehnološkim inovacijama i licenciraju nove i rastuće glazbene servise i usluge koji jačaju vezu između umjetnika i njihove publike.

Nadamo se da će Vam rezultati ovog istraživanja biti zanimljivi i korisni.

*Hrvatska diskografska udruga – IFPI Croatia*



## METODOLOGIJA

Online istraživanje na 800 ispitanika + 50 dodatnih ispitanika

- CAWI, metoda on-line intervjua

## CILJNA SKUPINA

Reprezentativan uzorak građana Hrvatske u dobi od 16 do 64 godine

- Uzorak je uravnotežen po dobi, spolu, 6 regija i 4 veličine naselja prema popisu stanovništva iz 2021. godine

Dodatan uzorak onih u dobi 12-15 godina



## VRIJEME PROVEDBE ISTRAŽIVANJA

Lipanj / srpanj 2023.



## PREGLED GLAVNIH REZULTATA

85%

ispitanika smatra da glazba pozitivno djeluje na mentalno zdravlje

77%

ispitanika tvrdi da im je glazba važna u životu

62%

ispitanika smatra da je glazba koju slušaju važna za njihov identitet

90%

ispitanika smatra da danas ima više načina za slušanje glazbe nego prije



**16,4 h** tjedno provede se u slušanju glazbe



**5** različitih načina za slušanje glazbe (u prosjeku) (63% koristi 3-7 načina).



**44%** ispitanika sluša glazbu na plaćenim servisima

→ **37%**

korisnika streaming servisa pretražuje ih tako što traži određenu pjesmu

→ **53%**

korisnika streaming servisa na njima sluša hrvatsku glazbu



**95%** ispitanika poznaje barem jedan streaming servis

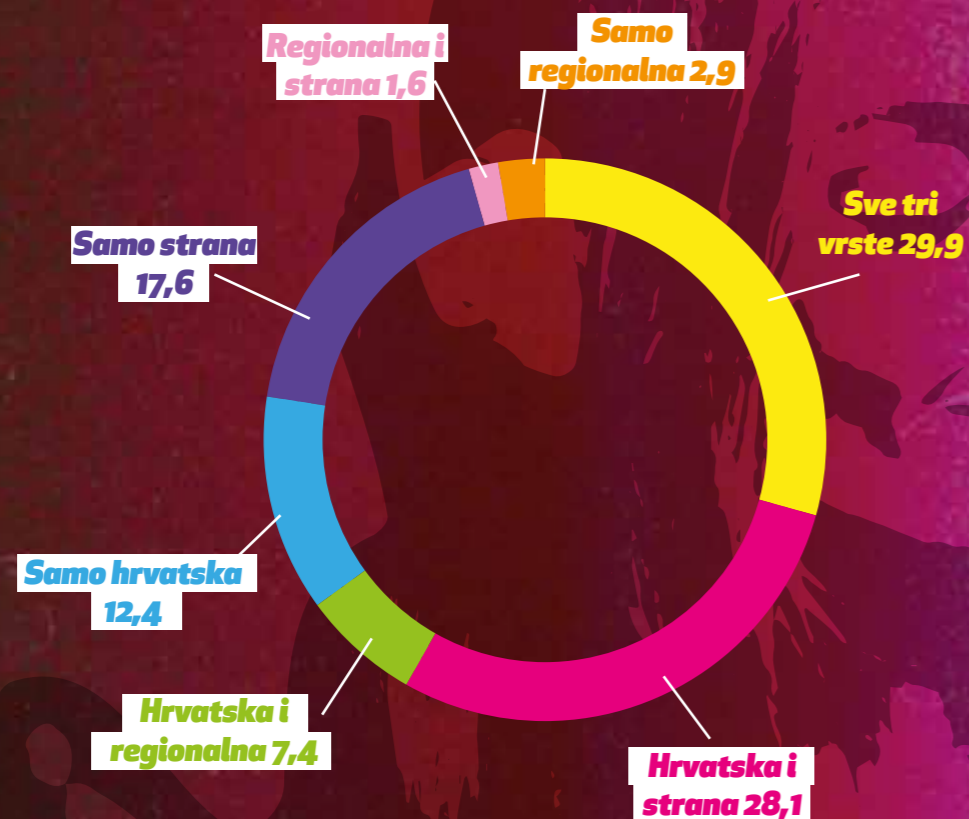


**36%** ispitanika sluša glazbu s fizičkih medija (ploče, kazete, CD, DVD).



**35%** ispitanika sluša glazbu u kratkim formama

## VRSTA GLAZBE KOJA SE SLUŠA



33% ispitanika sluša samo jednu, a 37% ispitanika sluša dvije vrste glazbe

## NAJDRAŽI STILOVI GLAZBE KOJA SE SLUŠA

Pop	70,6
Rock	66,4
Narodna glazba	35,6
Dance / Electronic	26,3
Turbo folk (narodnjaci)	17,2
R&B	17,2
Filmska glazba	14,3
Techno	13,4
Hip-hop / rap	12,8
Latin	11,9
Klasična glazba / opera	11,5
Country	10,7
Metal / heavy metal	10,1
Duhova glazba	10,0
Ambijentalna glazba	8,7
Punk	8,0
Jazz	7,2
Soul	6,9
Indie	5,1
Raeggae	5,0
Trap	4,6
K-POP	3,1

## GLAZBA SE SVAKODNEVNO SLUŠA...

Više od

# 90%

građana Hrvatske  
svakodnevno sluša glazbu

U prosjeku se

# 16h

tjedno provede u  
slušanju glazbe!

Ispitanici 35—44 godine  
prosječno slušaju glazbu

# 19h

(značajno više u  
odnosu na mlađe i  
starije ispitanike)

## DANAS JE GLAZBA DOSTUPNIJA NEGO IKAD

Ispitanici koji slušaju glazbu izražavaju značajno najviše slaganje s tvrdnjom da danas ima više načina za slušanje glazbe nego ikad prije.

Hrvatski građani podjednako slušaju hrvatsku i stranu glazbu, dok glazbu iz regije sluša oko **42%** ispitanika. U uzorku mladih 12-15 veći je udio slušanja strane glazbe u odnosu na domaću.

## VRSTA GLAZBE KOJU SLUŠAJU

■ Glavni uzorak, 16-64 g., 2023, N=780  
■ Dodatni uzorak, 12-15 g., 2023, N=50



Top 3 glazbena stila hrvatske glazbe su **pop, rock i narodna glazba** (a kod mladih i **hip-hop**).

## NA KOJI NAČIN SLUŠAMO GLAZBU...

Više od **79%** ispitanika sluša glazbu na radiju (značajno manje nego 2018.) što, zajedno sa besplatnim YouTube streamingom, označava glavne medije slušanja glazbe u RH i na Internetu.

Slušanje na glazbenim servisima značajno je poraslo u odnosu na mjerenje iz 2018 te se danas koriste za slušanje glazbe u **44%** slučajeva.

Mladi 12-15 pokazuju drugačije navike: dominantni načini slušanja glazbe su besplatni YouTube streaming (**80%**), a **70%** mladih sluša glazbu na plaćenim servisima. Također, među mlađom populacijom, često je i slušanje na društvenim mrežama.

**36%** sluša glazbu s fizičkih medija (ploče, kazete, CD, DVD).

S porastom dobi raste i slušanje glazbe u „fizičkom” obliku (CD, vinil) dok mlađe generacije značajno više navode kako glazbu slušaju preko streaminga, na internetu, na plaćenim servisima.

Radio i plaćeni servisi imaju najveći udio svakodnevnih korisnika - oko **80%**, slijede besplatan streaming, društvene mreže i kratke TT forme te smartphone sa oko **60%**.

## OTKRIVANJE NOVE GLAZBE...

Udio korisnika koji na tom kanalu otkriju novu glazbu (2023)

	16-64 g	12-15 g
radio	77%	57%
besplatni video stream	68%	78%
TV	65%	40%
društvene mreže	60%	79%
uživo (uključ. koncerte)	35%	18%
plaćeni servisi	26%	46%
pametni telefon	24%	21%
kratke forme na TikToku	62%	89%

# 26%

korisnika plaćenih servisa tamo naiđe na novu glazbu

Mladi kao glavni izvor za nalaženje nove glazbe navode besplatni streaming te kratke forme na TikToku.

## **I DALJE DOMINIRA BESPLATNO...**

Besplatno streamanje glazbe je najkorišteniji i najprihvatljiviji način dolaženja do glazbe.

**74%** ispitanika koristi stranice na kojima se glazba može slušati besplatno, **27%** besplatne račune na streaming servisu, a **14%** plaćene račune na streaming servisu.

Značajno najviše ispitanika do glazbe dolazi putem stranica za besplatno slušanje glazbe, poput YouTube-a (oko 3/4). Nakon toga najviše se koriste aplikacije za skidanje glazbu s YouTubea i besplatni računi na streaming servisu (oko 1/4). Za razliku od 2018. godine, u ovom istraživanju udio onih koji koriste prve dvije opcije znatno je manji, dok je nešto narastao udio onih koji koriste besplatne račune na streaming servisu.

## **KORIŠTENJE I POZNAVANJE PLAĆENIH DIGITALNIH GLAZBENIH STREAMING SERVISA...**

Generalno je svijest o plaćenim servisima narasla - udio onih koji se spontano ne mogu sjetiti niti jednog plaćenog servisa smanjio se u odnosu na 2018.; kao i udio onih koji ne prepoznaju niti jedan od servisa kada ih vide na popisu.

**95%** ispitanika zna barem jedan plaćeni servis!

U odnosu na 2018. godinu Spotify je najveći dobitnik - prestigao je Deezer i na razini je YouTube music-a kao prvi plaćeni servis kojeg se mogu sjetiti.

# 54%

ne koristi nikakav plaćeni servis za slušanje glazbe

Korištenje plaćenih servisa značajno je veće među mlađim dobnim skupinama (do 44 godine), dok stariji češće navode kako ne koriste nijedan plaćeni streaming servis.

Deezer značajno češće navode kako koriste muškarci (značajno češće nego žene).



## ZAŠTO KORISTIMO PLAĆENE DIGITALNE GLAZBENE SERWISE...

Glavni razlog slušanja svih streaming servisa jest to što omogućavaju korisnicima da slušaju što i kada to žele.

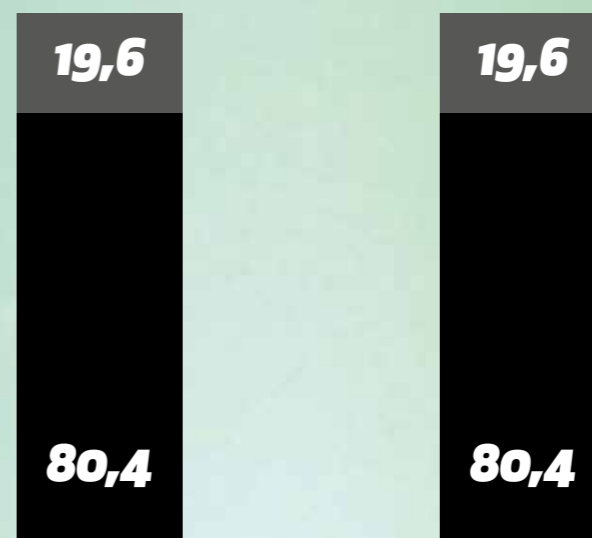
Rezultati pokazuju kako se Spotify među mlađom populacijom najčešće koristi jer omogućava slušanje kada i što mladi žele, ima najveći izbor pjesama i izvođača, glazba se ne prekida prilikom upotrebe ostalih aplikacija te servis stvara personaliziranu playlistu.

## PJESME ILI ALBUMI...

**37%** korisnika plaćenih streaming servisa pretražuje ih tako da traži određenu pjesmu. Postotak takvog pretraživanja još je veći među populacijom tinejdžera (**46%**), a više od populacije mladi pretražuju streaming servise tražeći određeni glazbeni stil.

Rezultati na oba uzorka pokazuju kako se na plaćenim streaming servisima dominantno slušaju pojedinačne pjesme, a ne cijeli albumi.

■ pojedinačne pjesme ■ cijeli albumi



Glavni uzorak,  
16-64 g., 2023, N=342

Dodatni uzorak,  
12-15 g., 2023, N=35

## DOMAĆA, REGIONALNA ILI STRANA GLAZBA ...

Korisnici plaćenih streaming servisa češće na njima slušaju stranu glazbu (naročito mladi 12-15 godina), iako njih 53% sluša i hrvatsku glazbu.

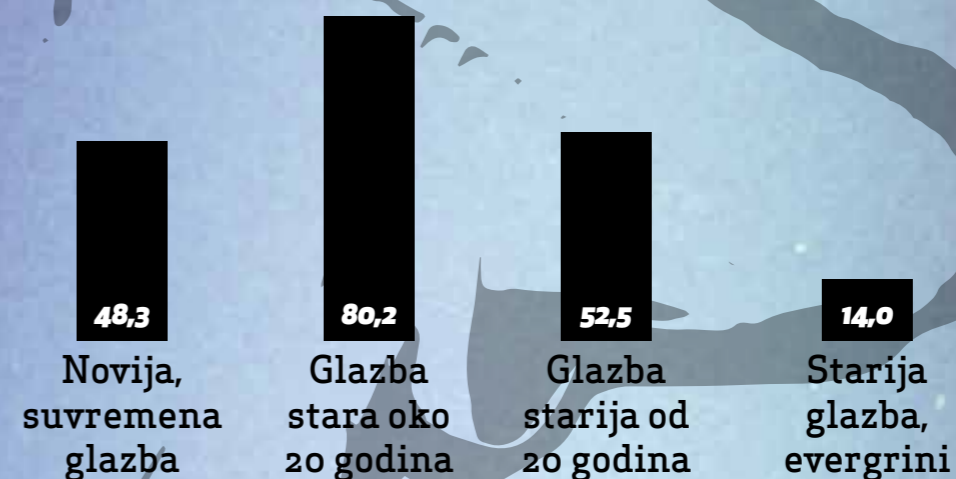
## VRSTA GLAZBE KOJU SLUŠAJU NA PLAĆENIM SERVISIMA

■ Glavni uzorak, 16-64 g., 2023, N=342  
 ■ Dodatni uzorak, 12-15 g., 2023, N=35



## HRVATSKA GLAZBA KOJU SLUŠAJU NA PLAĆENIM SERVISIMA

■ Glavni uzorak, 16-64 g., 2023, N=342



Od glazbenih stilova, top tri domaća glazbena stila koja se slušaju na plaćenim streaming servisima su **pop, rock i narodna glazba**; top tri stila glazbe iz regije koja se sluša na streaming servisima su **pop, turbo folk te narodna i rock glazba**; top tri glazbena stila strane glazbe koja se sluša na streaming servisima su **rock, pop te dance i r&b**, dok su to među mladima 12-15 godina **pop, hip-hop i rock**.

## NEKORISNICI PLAĆENIH DIGITALNIH GLAZBENIH SERVISA KAŽU...

**83%** ne koristi plaćene servise jer je glazba dostupna na YouTube-u.

Najčešći razlog nekorištenja plaćenih servisa za slušanje glazbe jest dostupnost glazbe na besplatnim servisima, poput YouTube-a.

**76%** nekorisnika plaćenih streaming servisa ih ne koristi jer smatraju da je mjesečna pretplata preskupa.

Cjenovno su osjetljiviji mlađi ispitanici (do 44 godine) dok oni stariji preferiraju „posjedovanje” glazbe na CD-u, DVD-u ili vinil pločama.

Oko 2/3 ispitanika ne procjenjuje vjerojatnim da će koristiti plaćene servise za slušanje glazbe u bližoj budućnosti, a tek njih **8%** tvrdi da će ih vjerojatno koristiti.

Također, spremnost na plaćanje streaming servisa pokazuje slabu motivaciju: većina nekorisnika mjesečno ne bi plaćala **više od 4 Eura** (preko polovice niti preko **1,33 Eur**).

## STAVOVI PREMA INTELEKTUALNOM VLASNIŠTVU...

**73%** ispitanika navodi da im je poznat pojam intelektualnog vlasništva.

Ispitanici pojam podjednako opisuju kao proizvod nečijeg uma (**23%**), vlasništvo autora (**22%**) ili nematerijalno vlasništvo (**26%**).

Pojmovi Intelektualno vlasništvo, Autorsko pravo te patent poznatije su među populacijom starijom od 35 godina, a Intelektualno vlasništvo dodatno i među stanovnicima Zagreba (u odnosu na stanovnike ostalih regija).

Ispitanici se najviše slažu s tvrdnjama kako bi kreativna industrija i umjetnici trebali moći živjeti od svoga rada (slaganje s tom tvrdnjom je značajno povećano u odnosu na mjerenje 2018.).

Oko polovice ispitanika (također značajno više nego 2018.) slaže se i kako zaštita intelektualnog vlasništva podržava gospodarstvo te utječe na kulturu i kreativnost.

Istraživanje o navikama slušanja glazbe u Hrvatskoj nastalo je na inicijativu Hrvatske diskografske udruge, u suradnji s agencijom Hental i uz podršku Hrvatske udruge poslodavaca



**HDU** ifpi  
HRVATSKA  
DISKOGRAFSKA  
UDRUGA

**Hental**

**HUP** 1993 - 2023  
Hrvatska udruža poslodavaca



Ulica kneza Borne 5, 10000 Zagreb  
Hrvatska - Croatia  
[hdu@hdu.hr](mailto:hdu@hdu.hr)