

Festivali i urbana kultura grada Pule

Pušar, Mateo

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:405690>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-26**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

MATEO PUŠAR

FESTIVALI I URBANA KULTURA GRADA PULE

Završni rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

MATEO PUŠAR

FESTIVALI I URBANA KULTURA GRADA PULE

Završni rad

JMBAG: 0303052938, redoviti student

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Ekonomija doživljaja

Mentor: doc. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujan 2019.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Mateo Pušar, kandidat za prvostupnika kulture i turizma ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Mateo Pušar dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Festival i urbana kultura Grada Pule koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

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

U Puli, _____ (datum)

Potpis

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| UVOD..... | 1 |
| 1. RAZVOJ TURIZMA KROZ POVIJEST..... | 2 |
| 1.1. Razvojne etape turizma..... | 3 |
| 2. TURIZAM DOGAĐAJA..... | 7 |
| 2.1. Događaji kao sastavni dio ljudskog života..... | 7 |
| 2.2. Definicija i vrste događaja..... | 7 |
| 2.3. Povijest glazbenih festivala socio-kulturnog angažmana..... | 9 |
| 3. URBANA KULTURA KAO DRUŠTVENI ČIMBENIK..... | 14 |
| 3.1. Definiranje kulture..... | 14 |
| 3.2. Subkultura i pitanje identiteta..... | 15 |
| 3.3. Subkulturni kapital..... | 16 |
| 4. NEZAVISNA KULTURNA SCENA GRADA PULE..... | 18 |
| 4.1. Povijesni pregled festivala na urbanoj kulturnoj sceni Grada Pule..... | 18 |
| 4.2. Kulturni centar Karlo Rojc kao element urbane kulture Grada Pule..... | 20 |
| 4.3. Formuliranje narativa o Puli..... | 23 |
| 5. PULA KAO URBANA FESTIVALSKA DESTINACIJA..... | 24 |
| 5.1. Outlook Festival..... | 24 |
| 5.2. Dimensions Festival..... | 26 |
| 5.3. Seasplash Festival..... | 28 |
| 5.4. Utjecaj festivala na prostor životne sredine..... | 31 |
| ZAKLJUČAK..... | 35 |
| POPIS LITERATURE..... | 36 |
| POPIS ILUSTRACIJA..... | 38 |
| SAŽETAK..... | 39 |
| SUMMARY..... | 40 |

UVOD

Republiku Hrvatsku u 2018. godini posjetilo je više od 19,4 milijuna turista ostvarivši 106 milijuna noćenja, a udio turizma u bruto domaćem proizvodu narastao je na 19%. Takvi podaci označavaju nastavak izuzetne ovisnosti domaćeg gospodarstva o turističkoj djelatnosti. Jedan od brzo rastućih selektivnih oblika turizma, festivalski turizam, na istarskoj se obali postupno profilirao kao stalan oblik ponude i trend setter svjetske glazbene industrije te kao takav ulazi u primarni fokus autorova istraživanja.

Cilj istraživanja završnog rada kolegija pod nazivom Ekonomija doživljaja odnosi se na ekonomski, ekološki, ali prije svega kulturološki i društveni utjecaj glazbene festivalske industrije i njezine turističke manifestacije na promatranu turističku destinaciju. Hipoteza koju autor završnog rada postavlja jest postojanje: *potencijala subkulturnog festivalskog kapitala u konstrukciji urbanog kulturnog identiteta društvene zajednice.*

Izradu rada autor zahvaljuje stručnoj literaturi domaćih i stranih znanstvenika, ekonomskih stručnjaka, sociologa i antropologa, Turističkoj zajednici Grada Pule, organizaciji nezavisne kulture i udruzi Seasplash, multimedijskoj platformi za edukaciju i razvoj Edusplash te Savezu udruga Rojc.

Struktura završnog rada sastoji se od uvodnog dijela, 5 poglavlja sa odgovarajućim potpoglavljima, zaključkom, popisom literature, ilustracija i sažetkom na hrvatskom i engleskom jeziku. Poglavlja 1, 2, 3 i 4 predstavljaju ključne pojmove iz područja kulture i turizma festivala, a peto poglavlje odnosi se na promišljanje utjecaja opisanih festivala na prostor životne sredine.

1. RAZVOJ TURIZMA KROZ POVIJEST

Od početka bitka, bića, esencije, egzistencije i razvoja svijesti u prirodi čovjeka urođena je potreba za kretanjem. Potreba je to uglavnom motivirana biološkim, duhovnim i društvenim bićem te njegovim potrebama, mogućnostima i sklonostima koje proizlaze iz socijalizacije i razvoja odnosa u koegzistenciji s drugim ljudima kao produktom društvene zajednice. Od početka 19. stoljeća moguće je govoriti o pojavi turizma kao privremene migracije primarno motivirane raznim dokoličarskim aktivnostima izvan domicilne sredine te o starohrvatskom nazivu putničarstva postaje moguće govoriti u kontekstu socioekonomske i sociokulturne fenomenologije koja počiva na antropološkim temeljima.

Turistička putovanja izraz su i odraz slobode, neovisnosti, neostvarenih ili ostvarenih želja, znatiželje, spoznaja te različitih čovjekovih rekreacijskih potreba izvan njegova domicila.¹

Razvojem društva i odnosa među ljudima, socijalizacijom i racionalizacijom misli, postupno se mračno doba ljudske povijesti ratovanja okreće dokolici i dokoličarenju. Potenciranjem klasnih, kulturnih i socijalnih razlika među ljudima i politizacijom identiteta dolazi do pojave novih oblika klasno diferenciranih hijerarhija pa tako i kretanje u prostoru postaje dijelom okomitog uspinjanja društvenim ljestvicama.

Kako je čovjek društveno biće, tako je i turizam društvena pojava. Čovjek se od pamtivijeka selio i mijenjao svoje prebivalište. Uzroci i pobude migracija i putovanja proizvod su određenih povijesnih uvjeta koji su se javljali i mijenjali ovisno o stupnju društvenog i ekonomskog razvoja čovječanstva.²

¹ Jadrešić V., Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada, Zagreb, 2010., str. 15.

² Ibidem, str. 16.

1.1. Razvojne etape turizma

Prema Vlatku Jadrešiću, turizam je, promatrajući mjesto, bit i uzroke svoga postanka zapravo izrazito urbani fenomen. Izvora potreba društva za odmorom, relaksacijom, razonodom i povratkom izgubljenih psihofizičkih kondicija potrebno je tražiti upravo u tome. Analizirajući društveno-socijalnu i kulturnu dimenziju razvoja turizma Jadrešić je odlučio izdvojiti tri njegove razvojne etape.

Prva etapa razvoja turizma odnosi se na razdoblje od sredine 19. stoljeća pa sve do Prvog svjetskog rata, odnosno 1914. godine. U tom se vremenu dokoličarska i buržoazijska klasa počinju isticati uključivanjem u prve oblike turističkog prometa. Razdoblje je to koje karakteriziraju osnivanje prve putničke organizacije u domeni Thomasa Cooka, procesi prvih organiziranih putovanja i receptivne organizacije, pojava turističkih mjesta sa modificiranim smještajnim kapacitetima, pojava prvih turističkih vodiča, okretanje turističke aktivnosti prema moru i obali, utjecaj sportskih manifestacija i priredbi velikih razmjera, razvoj ugostiteljstva i uviđanje ekonomskih prednosti koje postepeno dovodi do utvrđivanja turističkih politika. Međutim, turizam u prvoj etapi razvoja uglavnom je još uvijek lokaliziran, monostrukturni i u velikoj mjeri statičan.

Između dva svjetska rata nastaje druga razvojna faza turizma, a u njoj on poprima oblike policentričnosti, mobilnosti i polistrukturiranosti. Iako još uvijek na turizam nije moguće gledati kao na sastavni dio života, on postaje prepoznat i kroz slojeve društva koji ne pripadaju nužno buržoaziji te se kao takav profilira kao životna potreba, a postepeno i navika čovjeka. Karakteristike druge razvojne etape turizma potrebno je tražiti u sve izraženijem sezonskom karakteru i pojavi ljetovališta kao mjesta za odmor od stresne, tužne i globalno depresivne svakodnevnice. U turistička kretanja uključuju se pripadnici različitih slojeva i klasa. Primjerice radnici ostvaruju pravo na godišnji odmor i određena socijalna prava. Istovremeno jača utjecaj organizatora putovanja pa samim time možemo govoriti i o pojavi novih vrsta turizma koji sve više naginju omasovljavanju. Rađa se čovjek turist.

Razdoblje nakon Drugog svjetskog rata ulazi u treću razvojnu etapu. Ono što se naziralo krajem druge faze sada postaje stvarnost. Turizam postaje životnom potrebom moderne

civilizacije kao rezultat društvenog i ekonomskog razvoja nakon godina ratnih razaranja. Doba je to društvenih i kulturnih promjena do tada nezamislivih razmjera i svi slojevi društva sudjeluju u turističkim kretanjima, širi se vrijeme dokolice i dohotka te ulazimo u eru socijalnog turizma. Uz boravišni, razvija se i socijalni, kupališni, zimsko-planinski kao i brojne druge vrste masovnog, ali i selektivnog turizma. Turistička potražnja se postepeno raslojava i individualizira, a ponuda poprima obilježja homogenosti i uniformiranosti. Razvija se marketinška koncepcija, turističke agencije dobivaju središnju ulogu u fazi turističke ekspanzije, a osamdesetih godina prošlog stoljeća nailazimo na neuspješni prijelaz “kvantitete u kvalitetu” ukupne i pojedinačne turističke ponude. Nastaju novi programi i nove vrste turizma, razvija se tercijarni i kvartarni sektor, a stanovništvo se sve više seli na obale zbog prometnih, turističkih i industrijskih funkcija u globalnom procesu litoralizacije.

“Kao složena socijalna i kulturna pojava suvremenoga i razvijenog svijeta, turizam je (putem civilizacije dokolice) u isto vrijeme jedno od vrhunskih dostignuća suvremene civilizacije”.³

Ono što se nekada smatralo povlasticom i luksuznim dobrom buržoazije demokratiziralo se razvojem kapitalističkog društva i pojavom masovnog tržišta te uvuklo u sve kategorije stanovništva. Danas turizam predstavlja najdinamičniju i najmasovniju društveno-ekonomsku pojavu suvremenog svijeta i kao takav postaje pravom industrijom odmora i dokolice.

Tablica 1. predstavlja osnovna obilježja turističke aktivnosti kroz presjek 20. i 21. stoljeća iz perspektive potrošača, odnosno potrošnje, turističke infrastrukture ili ponude te pripadajućih turističkih politika i marketinških koncepcija.

³ Ibidem, str. 25

Tablica 1. Obilježja i karakteristike turizma kroz 20. i 21. stoljeće

| 20. stoljeće | 21. stoljeće |
|--|---|
| OSNOVNA OBILJEŽJA TURIZMA | |
| Masovan grupni turizam | Diferenciran i segmentiran turizam |
| Turizam je krut, isti za sve | Turizam je fleksibilan, prilagodljiv za svakoga |
| “4S” - <i>sun, sea, sand, sex</i> (sunce, more, pijesak i seks) | “6E” - <i>experience, excitement, escape, education, entertainment, ecology</i> (doživljaj, uzbuđenje, bijeg, obrazovanje, zabava, ekologija) |
| Prevladava jedna vrsta odmora, kupališno-odmorišna putovanja | Široki spektar raznih vrsta putovanja, mnogo bogatiji i aktivniji odmori |
| POTROŠAČ - OBILJEŽJA POTROŠNJE | |
| Pasivan i inertan dokoličar | Dinamičan i aktivan potrošač |
| Sudionik masovnih unificiranih aranžmana | Nezavisan; individualni putnik |
| Konfekcionirana organizirana putovanja | Fluidna organizacija putovanja (do it yourself) ili sveobuhvatna (all inclusive) putovanja |
| Odmaranje | Doživljaj, aktivnost, učenje, sudjelovanje |
| Nemaran odnos prema vlastitu zdravlju (sunčanje i dokoličarenje) | Od odmora očekuje relaksaciju duha i tijela (sport, zabava, učenje, uzbuđenje i sl.) |
| Preplanulost je stvar prestiža | Svjetlije puti - sunčanje se izbjegava zbog ozonskih rupa |
| Slični turistički ukusi | Pluralizacija turističkih ukusa |
| Karakteristična tipska potražnja | Diferencirana i segmentirana potražnja |
| Neiskusani putnik | Iskusan, dobro obrazovan i sofisticiran putnik |
| Nekritičan odnos prema cijenama (zadovoljava se ponuđenim) | Kritičan - traži adekvatnu vrijednost za uloženi novac (value for money) |
| Predvidljivo ponašanje potrošača | Nepredvidljivo ponašanje potrošača - veća i |

| | |
|------------------------------|---|
| | mного osobnija potrošnja |
| Putuje na poznata mjesta | Kreira - nešto novo, drugačije, drugdje |
| Traži poznato i popularno | Traži posebno i novo, bježi od svakodnevnice, traži autentično i realno |
| Kupuje što se nudi (udobno) | Zahtjevan i izbirljiv, traži višu kvalitetu i standard usluga |
| Nemaran odnos prema okolišu | Ekološki svjestan |
| Na odmor ide jednom godišnje | Putuje češće i kraće (više puta godišnje i sl.) |

TURISTIČKA INFRASTRUKTURA - OBILJEŽJA PONUDE

| | |
|--|--|
| Slično | Različito |
| Unificiranost | Specijalizacija |
| Ekstenzivna neograničena izgradnja | Ograničena nova izgradnja i renoviranje starog, briga za zaštitu okoliša |
| Internacionalni stil gradnje | Autentičnost, identitet, prepoznatljivost |
| Ujednačena ponuda | Snažna konkurencija među tur. destinacijama |
| Sezonski karakter poslovanja | Produljeno poslovanje |
| Vertikalne i horizontalne integracije | Dijagonalne integracije |
| Ograničeni i odvojeni sustav rezervacija | Umreženi sustavi i tehnološka sofisticiranost |

TURISTIČKA POLITIKA I MARKETING

| | |
|---|--|
| Politika poticanja razvitka turističke infrastrukture | Politika destinacije i tržišne marke (branding) zajedno |
| Masovni marketing | Fokusiran agresivni marketing na određene tržišne segmente |
| Rigidna politika cijena | Fleksibilna politika cijena (zbog konkurencije) |
| Kratkoročno planiranje u turizmu | Dugoročno planiranje u turizmu |

Izvor: Jadrešić V., Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada, Zagreb, 2010., str. 29.

2. TURIZAM DOGAĐAJA

2.1. Događaji kao sastavni dio ljudskog života

Događaji, događanja ili manifestacije sastavni su dio ljudskog života od pamtivijeka. Iako su mijenjali svoje forme, oblike, motivaciju, značaj i brojke posjećenosti, ostali su centralna figura okupljanja stanovništva u potrazi za zabavom, kulturnim, umjetničkim ili sportskim sadržajem, edukacijom, slavljem ili primjerice političkim aktivizmom. S obzirom na povijesno uvođenje novca kao ekvivalenta razmjene dobara i usluga, razvoj tehnologije, povećanje ostvarivog osobnog dohotka i slobodnog vremena čovjeka, događaji postaju potrebom modernog čovjeka, a potreba se s vremenom iz prvotne znatiželje razvila u danas vrlo unosnu industriju.

2.2. Definicija i vrste događaja

Događaj je kao proces moguće promatrati iz dvije perspektive. Jedna je s aspekta posjetitelja nekog događaja, a druga je sa strane same organizacije. S obzirom da će kasnije u radu biti govora o identifikaciji posjetitelja sa festivalima, za potrebe ovog poglavlja zadržati ćemo se na organizacijskom elementu prilikom definiranja veličine i vrste samih događaja.

Prema Lynn Van Der Wagen i Brendi R. Carlos, karakteristike događanja moguće je svesti na sljedeće točke:

- Najčešće se radi o jedinstvenom životnom iskustvu.
- Obično su vrlo skupa.
- Održavaju se u kratkom vremenskom razdoblju.
- Iziskuju dugotrajno i pažljivo planiranje.
- Obično se održavaju samo jednom (iznimka festivala ili tradicionalnih događanja).
- Podrazumijevaju visoki rizik, osobito financijske i sigurnosne naravi.
- Svi ljudi uključeni u događaj, pa i organizacijski tim, stavljaju puno toga na kocku.⁴

⁴ Der Wagen, L., Carlos R., B, Event Management, Upravljanje događajima za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja, Mate d.o.o., Zagreb, 2008., str. 2

Organizator događanja mora osigurati nesmetan tijek događanja, svesti rizike na koeficijent najmanje moguće prijetnje i maksimizirati zadovoljstvo prisutne publike. Za organizatora upravljanje događajem, primjerice međunarodnim glazbenim festivalom predstavlja ogroman financijski rizik s obzirom na visoke troškove u kratkom vremenskom razdoblju, a dobit se veže uz mnogo veći rizik nego u bilo kojoj drugoj industriji gdje se rizik raspoređuje na velik broj dana i velik broj gostiju ili potrošača određene robe ili usluge. Imajući u vidu kako su neka događanja jedinstvena u životima posjetitelja, primjerice vjenčanja, sportski događaji, koncerti ili slične ceremonije, organizator nema pravo na grešku i ne postoji popravni ispit na kojem će istu moći ispraviti, čak niti o vlastitom trošku. Organizator događanja mora okupiti ozbiljan kolektiv i dodjeliti svakom članu tima jasno definirane odgovornosti za sve predvidive i nepredvidive situacije. Kod ovih potonjih, često je potrebno brzo donositi odluke na temelju iskustva, poznavanja procedura i alternativa, a upravo analitička sposobnost donošenja odluka najvažnija je vještina organizatora.

Događanja se prema veličini mogu razvrstati na:

- Megadogađanja
- Regionalna događanja
- Značajna događanja
- Manja događanja

Megadogađanja predstavljaju međunarodna događanja, a obilježava ih prije svega masovna posjećenost. U kategoriju megadogađanja ulaze primjerice Olimpijske Igre, Svjetsko prvenstvo u nogometu ili Superbowl. U kontekstu posjećenosti vrijedi izdvojiti 2001. godinu i 70 milijuna hinduističkih hodočasnika na rijekama Ganges i Yumana u Indiji na Maha Kumbh Melom, svetom obredu kupanja, koji se često opisuje kao “najveće okupljanje ljudi u povijesti”. Cilj regionalnih događanja povećanje je zanimanja turista za određenom regijom. Možda i najbolji primjer pozicioniranja turističkog odredišta na međunarodnom i domaćem turističkom tržištu jest tradicionalno održavanje FAN Faira, najvećeg svjetskog festivala country glazbe u Nashvillu. Značajna događanja privlače veliki broj posjetitelja i sudionika, pobuđuju zanimanje lokalne zajednice i dodjeljuju profitabilan karakter samoj manifestaciji. Mogu biti otvorena i zatvorena za javnost, a u ovu kategoriju ulaze primjerice proslave Nove godine ili održavanje velikih skupova, sajmova i konvencija u kongresnim centrima. Najveći broj događanja spada u

posljednju kategoriju. Manja događanja organizatorima uglavnom služe kako bi se profilirali na tržištu i skupili iskustvo potrebno za prelazak u neku od prethodno opisanih kategorija. Sastanci, zabave, izložbe, sportske manifestacije, proslave i mnogi drugi društveni događaji u lokalnoj zajednici dijelom su manjih događanja. Manja događanja zbog svojeg opsega djelovanja nikako ne valja podcjenjivati i svrstavati u kategoriju manje vrijednih. Ona predstavljaju temelj suvremenog društvenog obitavanja na javnim prostorima i kao takva su kulturološki neprocjenjiva.

Događanja se prema vrsti mogu kategorizirati na sljedeći način:

- Sportska događanja
- Zabava, umjetnost i kultura
- Komercijalna marketinška i promidžbena događanja
- Skupovi i izložbe
- Festivali
- Obiteljska okupljanja
- Prikupljanje sredstava u dobrotvorne svrhe
- Ostale vrste događanja⁵

2.3. Povijest glazbenih festivala socio-kulturnog angažmana

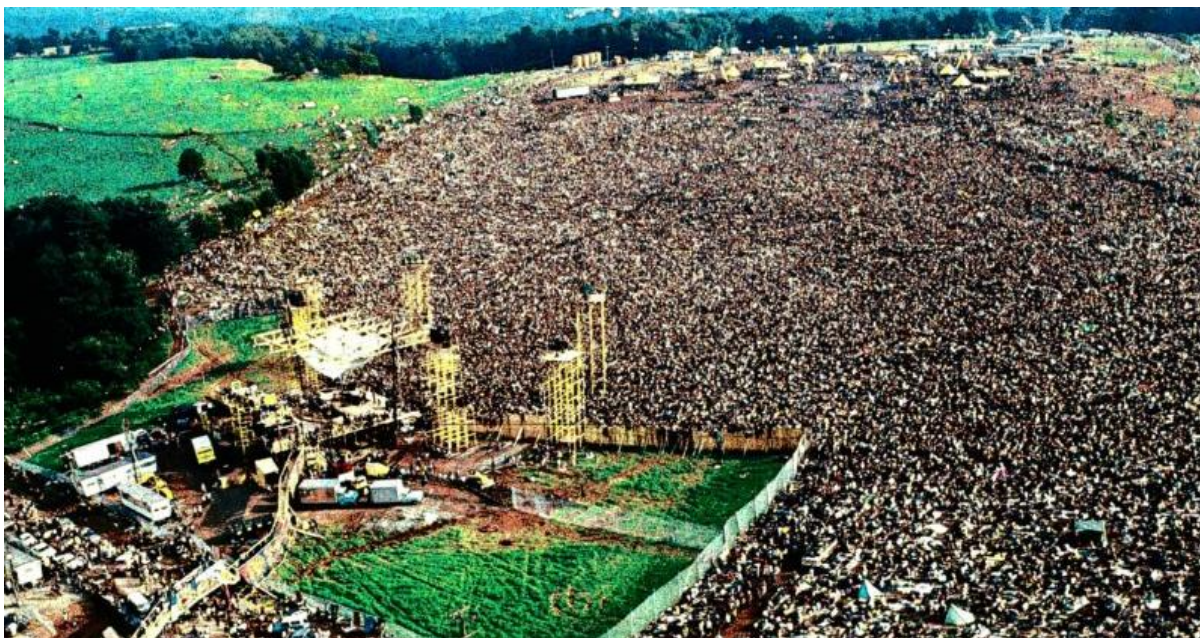
Festival označava javni događaj ili seriju svečanosti koja se redovno održava u nekom gradu, lokaciji ili turističkoj destinaciji te je posvećena određenom aspektu umjetnosti i života. U prošlosti su festivali bili pretežno motivirani vjerskim karakterom (svetkovine), odnosno posvećeni određenom božanstvu, da bi kasnije dobili i sekularni karakter. Sekularizacija sadržaja dovela je do toga da danas imamo filmske, glazbene ili primjerice pivske festivale diljem svijeta.

Sadržaj festivala prije svega ovisi o povodu, vremenu i mjestu pa tako može uključivati vjerske obrede, gozbe, izložbe, kazališne i filmske predstave, odnosno sportska natjecanja. Sudionici natjecanja u sklopu festivala često znaju biti nagrađivani prestižnim festivalskim

⁵ Ibidem, str. 16

nagradama pa tako primjerice na Pulskom filmskom festivalu ocjenjivački sud dodjeljuje Veliku zlatnu arenu za najbolji film.

Povijest glazbenih festivala kakve danas poznajemo seže u pedesete godine prošlog stoljeća. Prije svega valja spomenuti Newport Folk Festival iz 1959. godine, festival na kojem je Bob Dylan održao povijesni koncert predstavivši rock'n'roll glazbu publici koja je štovala folk. Dylan je uz pomoć svoje Fender Stratocaster gitare izveo sada već kultnu pjesmu Like a Rolling Stone i električnu verziju pjesme Maggie's Farm. Monterey Pop festival osnovan 1967. godine u Kaliforniji možda je i prvi festival koji najviše podsjeća na današnje glazbene festivale. Festival je to na kojem su besplatno svirali Janis Joplin, Otis Redding i Jimi Hendrix koji je izvedbom pjesme 'Wild Thing' i 'zapaljivim' nastupom obilježio jedan od važnijih trenutaka u povijesti glazbenih festivala. Važno je napomenuti i kako je sav prihod od prodaje ulaznica i pića na spomenutom događaju doniran u dobrotvorne svrhe te je kao takav ujedno poprimio i humanitarni karakter. Dvije godine kasnije, 1969. pamti se kao godina čuvenog Woodstocka, trodnevnog festivala mira, ljubavi i glazbe koji je postao jedan od događaja koji su promijenili svijet rock'n'rolla i svijet uopće. Festivali u modernoj Zapadnjačkoj kulturi su uglavnom bili usko povezani s kontrakturnim pokretima, a Woodstock je vjerojatno najbolji primjer toga.



Slika 1. Woodstock 1969.⁶

⁶ Izvor fotografije: <https://rockandrollglobe.com/tag/woodstock-1969/> (27.8.2019.)

Woodstock danas vežemo uz *hippie* pokret budući da je jedan od simbola borbe toga vremena i možda i najbolji primjer utjecaja festivala na kulturu i kulturni identitet određene zajednice ljudi. Etimologija riječ *hippie* korjenuje od engleskog “hipster”, što je šezdesetih godina prošlog stoljeća pogrdno označavalo bijele Amerikance koji su se uključili u život i kulturu svojih crnih sugrađana u vrijeme rasne segregacije i cvjetajuće diskriminacije. Woodstock kao takav nije bio tek još jedan u nizu masovnih rock koncerata, na njega se odlazilo iz uvjerenja, ideala, bunta i protesta te on simbolizira vrhunac zanosa i prosvjeda čitave jedne generacije mladih ljudi. Tada 25-godišnji Michael Lang organizirao je trodnevni rock koncert za 200.000 ljudi s dnevnom ulaznicom po cijeni od osam dolara, međutim, uvidjevši koliki broj ljudi se odazvao njegovoj manifestaciji, događaj je ubrzo odlučio proglašiti besplatnim i preseliti ga na 50-ak kilometara udaljenu farmu Maxa Yasgura. Brojke posjetitelja rastle su iz sata u sat te se danas procjenjuje kako je na samom Woodstocku bilo oko pola milijuna ljudi, a još dvaput toliko ljudi ostalo je zakrčeno na prilaznim putevima. 3 dana glazbe, mira, ljubavi i uživanja u opojnim sredstvima proteklo je bez ijednog ozbiljnijeg incidenta. Dvoje ljudi umrlo je u nesretnim okolnostima, no tri su bebe rođene za vrijeme samog festivala. Danas Woodstock s obzirom na svoj kulturološki utjecaj nosi kulturnu titulu “najvećeg festivala u povijesti” iako su granice posjećenosti probijane nekoliko puta u suvremenoj povijesti glazbenih festivala.

Kulturološka ostavština Woodstocka osjetila se i u 70-im godinama kada britanski farmer Michael Eavis zajedno sa nekolicinom svojih prijatelja inspiriran *hippie* pokretima koji su jačali diljem svijeta u engleskom selu Pilton organizira rock koncert naziva Pilton Festival, kasnije poznatijeg kao Glastonbury festival suvremenih scenskih umjetnosti, jedan od najcjenjenijih svjetskih glazbenih festivala. Prvo izdanje festivala održano je pred 1.500 posjetitelja koji su za svoju ulaznicu izdvojili po jednu britansku funtu, a zauzvrat dobili besplatno mlijeko s farme. Danas je Glastonbury jedan od najvećih i najmasovnijih glazbenih manifestacija sa prosjekom od 150.000 posjetitelja svake godine. Posebnost Glastonburya leži u filozofiji samog festivala, a ona je okrenuta podržavanju zelenih inicijativa, očuvanju okoliša te humanitarnim izdvajanjem dijela prihoda od prodanih ulaznica potrebitima.⁷

1989. godina u povijesti Njemačke i Berlina ostati će zapisana iz dva razloga. Prvi, onaj očitiji, pad Berlinskog zida i početak kraja komunističke ideologije u većini socijalističkih

⁷ Izvor: <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/history/history-1970/> (7.9.2019.)

država u Europi, a drugi je “Mir, radost i palačinke”. Upravo tom parolom poslužio se njemački DJ Matthias Roeingh, poznatiji kao Dr. Motte, kada je sa svojom djevojkom Danielle de Picciotto u srpnju 1989. organizirao rođendansku zabavu za 150 ljudi na ulicama Zapadnog Berlina kao političku demonstraciju i poziv na međunarodno razumijevanje i toleranciju kroz ljubav i glazbu. Već sljedeće izdanje Parade Ljubavi okupilo je 2.000 posjetitelja pod glasnom parolom “Budućnost je naša”, a 1997. manifestacija je na ulice i trgove Berlina privukla preko milijun ljudi koji su u formi goleme karnevalske povorke u ritmovima techno, house i trance glazbe plesali do ranih jutarnjih sati šireći vibracije sve liberaliziranije društvene zajednice, oslobođene okova povijesti, postavljajući trendove i temelje urbane subkulture novim generacijama.



Slika 2. Love Parade Berlin⁸

Festival je od početka bio neprofitnog karaktera, zamišljen kao proslava ljubavi, mira i tolerancije, a 2008. godine oboren je rekord posjećenosti sa 1.600.000 rasplesanih lica na ulicama Dortmunda. 24. srpnja 2010. godine neslavno je održan posljednji Love Parade kada je u Duisburgu pred 1.400.000 ljudi zbog nekoordiniranosti između lokalne policije i organizatora

⁸ Izvor fotografije: <http://i.imgur.com/d5eph.jpg> (8.9.2019.)

manifestacije došlo do smrti 21 posjetitelja, dok je njih 500-injak ozljeđeno. Berlin se zahvaljujući Paradi Ljubavi danas smatra prijestolnicom rave kulture, pokreta i filozofije, a subkulturni kapital festivala danas je dobio i ekonomsku kategoriju pa se tako upravo u Berlinu nalazi najveći dio glazbene industrije spomenute urbane subkulture.

Priču o povijesti glazbenih festivala zaključujem regionalnim primjerom ljetnog glazbenog festivala EXIT. 2000. godine skupina novosadskih studenata pod palicom Dušana Kovačevića oformila je pokret mladih za demokraciju Srbije i otpor političkom režimu Slobodana Miloševića te odlučila organizirati glazbeni festival na novosadskoj plaži Štrand, da bi se već sljedeće godine manifestacija preselila na danas kulturnu Petrovaradinsku tvrđavu. Festival je nastao na kulturološkim temeljima i idejama prethodno opisanih socio-angažiranih manifestacija pa ne treba čuditi privrženost publike i konstantno vraćanje iskustvu festivala iz godine u godinu. Nekoliko je puta proglašavan za najbolji europski festival u raznim izborima, organizira podružnice po Hrvatskoj (Sea Star Festival), Rumunjskoj (Revolution Festival), Crnoj Gori (Sea Dance Festival) i BiH (Festival 84), a 2019. godine novosadski EXIT posjetilo je više od 200.000 ljudi raspoređenih na 40 pozornica kroz 4 dana.



Slika 3. Exit Festival 2019.⁹

⁹ Izvor fotografije: <https://bit.ly/2kDoun5> (8.9.2019.)

3. URBANA KULTURA KAO DRUŠTVENI ČIMBENIK

3.1. Definiranje kulture

Kulturu je moguće promatrati kao termin oko kojeg nema generalnog konsenzusa u znanstvenoj zajednici, međutim, on uglavnom označava kompleksnu cjelinu pod čiji nazivnik ubrajamo vrijednosti, predodžbe i prakse određenih društvenih zajednica, odnosno institucija, a prenosi se učenjem. Prva znanstvena, a ujedno i definicija koju možemo smatrati najširoj jest ona kako se kultura odnosi na vjeru, moral, zakone i običaje te umjetnost i znanje. Istu je postavio E. B. Taylor još 1871. godine, a prethodno današnjem duhovnom značenju, kultura se odnosila na obradu zemljanih površina, štovanje bogova ili kolonizaciju naroda. Od druge polovice 19. stoljeća, razvojem socijalne antropologije, koncept kulture kao načina života određene zajednice ljudi te ispoljavanjem jedinstvenih obilježja identifikacije i konstrukcijom identiteta kulturnih tvorevina potiče se nastanak i razvoj kulturalnih studija.

Američki antropolog Melville Jean Herskovits kulturu je podjelio na pet komponenti koje nam omogućavaju jednostavnije razumijevanje samog pojma. Materijalna kultura odnosi se na tehnologije pomoću kojih se proizvode, distribuiraju i troše dobra ili usluge u društvu. Socijalne institucije pretpostavljaju socijalnu organizaciju ljudskih aktivnosti, političku strukturu i obrazovanje društva. Religija jest element koji je povijesno imao možda i najveći utjecaj na pitanje identiteta pojedinca i društva općenito kroz nametanje raznih kodeksa ponašanja, institucionaliziranje svijesti i moralnih vrijednosti te su upravo na takvim temeljima građene danas brojne kulture i civilizacije. Religija predstavlja možda i najosjetljivije područje kulture. Četvrti element obuhvaća umjetnost, glazbu, boje ili ples. Riječ je o estetici. Uz pomoć estetike stvarima dajemo vrijednost na temelju standarda ljepote i privlačnosti određene kulture, a u kapitalističkom realizmu primjerice proizvode i usluge oblikujemo u skladu s tržišnom potražnjom pa je moguće reći kako je ova kategorija sada dobila i svoju ekonomsku varijablu. Posljednji element odnosi se na jezik, najvažniji komunikacijski alat među ljudima. Kulturna raznolikost naroda i povijesni razvoj civilizacija doprinjeli su tome da danas brojimo više od 200 različitih jezika i preko 3.000 jezičnih varijanti. Svaki od navedenih elemenata kulture, bili to simboli ili način neverbalne komunikacije, u nekom trenutku povijesti bili su usko povezani i

neraskidivo isprepleteni u tradiciji specifične kulture i kao takve ih je potrebno i promatrati. Kultura predstavlja homogenost i heterogenost spomenutih elemenata u jednom.¹⁰

3.2. Subkultura i pitanje identiteta

Koncept subkulture i sama definicija pojma prošli su od tridesetih godina do danas širok raspon promjena kao opisivanje različitih teorijskih praksi i orijentacija, od kojih svaka svoju terminologiju nameće kao dominantnu u odnosu na prethodne koncepte i modele. S obzirom na evoluciju pojma, proizašlu iz promjene društvene stvarnosti i diskursa koji ju pokušava objasniti, nemoguće je dati jednostavan odgovor na pitanje što je to subkultura. U najširem smislu subkulture čine grupe ljudi koji dijele neke bitne zajedničke vrijednosti i norme, čime se razlikuju od ostalih, dominantnih društvenih grupa. Upravo je ta različitost ključan element pojma jer sugerira nešto odvojeno od opće populacije, a zbog toga je koncept subkulture toliko atraktivan kao model koji se fokusira na proučavanje društvenih grupa koje karakteriziraju drukčiji oblici ponašanja i alternativne vrijednosne norme u odnosu na one dominantne, prevladavajuće.¹¹

Nezadovoljni konceptom subkulture, sociolozi Andy Bennett i Steven Miles redefinirali su pojam životnog stila. Oni tvrde kako konzumeristička osobina društva omogućava mladim ljudima da stvaraju alternativne životne stilove kroz lokalne i globalne strategije, koristeći i transformirajući kulturna dobra kao izraz osobnosti. Teorija životnog stila fokusira se na lokalnu praksu, pri čemu ističe kako se kroz kontekst domicilne društvene zajednice i kulturu mladenačke strategije u stvaranju životnih stilova mijenjaju globalni procesi i kulturni elementi, s naglaskom na eskapističkom potencijalu kritičnosti kroz kupnju materijalnih dobara kao izvor stabilnosti u inače nestabilnom svijetu.¹²

Razlika između koncepta životnog stila i strukturalističkih tumačenja je u tome što prvi koncept aktere vidi kao aktivne potrošače čiji će izbor dobara ili usluga reflektirati njihov identitet, dok će potonji aktera zarobiti u determinirajuću klasnu strukturu. U tom smislu

¹⁰ Izvor: <http://www.pametnaspica.hr/elementi-kulture/> (8.9.2019.)

¹¹ Krnić R., Perasović B., Sociologija i party scena, Naklada Ljevak, Zagreb, 2013., str. 19

¹² Ibidem, str. 65

eksperimentiranje postaje ključni čimbenik u konstrukciji suvremenog kulturnog identiteta mlade osobe, a odabrani životni stilovi i subkulture ne upućuju na specifično klasno zaleđe.¹³

Miles tvrdi kako su mladenački identiteti formirani kroz obrasce potrošnje i upotrebu dobara koja bi ih trebala činiti jedinstvenim. Tržište proizvodnje i potrošnje sve više ima kontrolu nad stvaranjem životnih stilova mladih, pogotovo zato što nameće retoriku koja kreira iluziju o kontroli nad slobodnim odabirom pojedinih identiteta u smislu ulaska u trgovinu odjećom, isprobavanja majice s velikim logotipom identiteta i kupnje istog. Međutim, ono što se zaista događa, prema tom autoru, jest intenziviranje globalnih procesa konformizma. Bez obzira na činjenicu da je većini mladih ljudi oduzeto pravo glasa u društvu, njih se ipak potiče da vjeruju kako mogu biti ispunjeni i kako mogu naći smisao kroz ono što kupuju i kroz način na koji konstruiraju svoj životni stil. U kontekstu ovog rada, isto se može reći i za posjet određenim glazbenim festivalima poput američkog Burning Mana utemeljenog na filozofiji jedinstvenosti i autentičnosti osobnog i umjetničkog izražaja. No, vizija festivala ruši se kao kula od karata kada se 70.000 posjetitelja s istim ciljem odlučuje na posjet festivalu. Upravo je zbog toga konzumeristička ideologija postala dominantnim utjecajem na formiranje mladenačkih životnih stilova u kapitalističkom realizmu.¹⁴

3.3. Subkulturni kapital

Sarah L. Thornton, kanadska spisateljica, etnografkinja i kulturna sociologinja na temeljima teorije francuskog sociologa Pierrea Bourdieua o kulturnom kapitalu razvija ključni pojam – subkulturnog kapitala. Podvrsta je to kulturnog kapitala na osnovi koje se određene subkulturne, u ovom slučaju klupske i festivalske kulture, stratificiraju iznutra. Kao što je kapital ekonomska vrijednost, fotoalbumi i knjige u obiteljskoj kući kulturni kapital, tako se subkulturni kapital u ovom slučaju realizira kroz primjerice kolekciju rijetkih glazbenih ploča ili CD-ova, odgovarajuću frizuru, stil odijevanja pa čak i svojevrsan *mindset*, tj. način razmišljanja. Prema Bourdieau, kulturni kapital podrazumijeva određene obrasce pristojnog ponašanja i pravila konverzacije, a ono što ga razlikuje od subkulturnog jest veća mogućnost i sklonost

¹³ Ibidem, str. 65

¹⁴ Ibidem, str. 67

transformacije kulturnog u ekonomski kapital. Jednako tako, subkulturni kapital određuje znanje relevantno za određenu subkulturnu scenu. Primjerice, poznavanje glazbenog izričaja, povijesnog nasljeđa, slenga, stila plesa, tjelesne reprodukcije glazbe i slični kulturni elementi ulaze u kategoriju subkulturnog kapitala. Mnogi profesionalci i afirmirani pripadnici određene scene, kao što su primjerice DJ-evi, organizatori ili urednici glazbenih magazina, zarađuju upravo na osnovi subkulturnog kapitala. Iako je to kategorija koja nominalno nije ekonomski valorizirajuća sama po sebi, ponekad su status i poštovanje koje članovi ostvaruju kao nositelji scene daleko vrijedniji od samog novca.¹⁵

Također, ono što je vjerojatno i najveća razlika između kulturnog i subkulturnog kapitala jest pretpostavka klasne pripadnosti. Iako klasa sama po sebi nije zanemariva ni u jednoj od kategorija, u slučaju promatrane scene ne korelira direktno s količinom subkulturnog kapitala. Prema S. Thornton, klasna pripadnost zamagljena je subkulturnim distinkcijama. Primjerice, nije neobično da obrazovana mlada populacija koristi sleng radničke klase kao odraz otpora ili eskapizma spram kulture kućnog odgoja. Subkulturna različitost proizlazi iz ideje o ukidanju klasnih razlika umjesto kojih u specifičnim urbanim subkulturama glazba zauzima primarnu kulturnu vrijednost kod mladih. Jedan od razloga zamagljivanja klasnog determinizma jest samo porijeklo subkulturnog kapitala. Naime, on se za razliku od kulturnog kapitala ne stječe u školskom sustavu već je njegova akvizicija uglavnom dokoličarska. Iako ne postoje klasne, itekako su naglašene različitosti po pitanju dobi pojedine subkulture. Primjerice, generacijski konflikt koji nastaje prilikom glasnog slušanja glazbe u stanu najočitiiji je primjer dobne pripadnosti. No, najvidljivija razlika odnosi se na spol. U prosjeku djevojke više vremena provode ispunjavajući svoje školske obveze, dok mladići svoje slobodno vrijeme i novac troše na izlaske, slušanje i reprodukciju glazbe, glazbenu opremu i slično pa je i samoidentifikacija pojedinaca sa pripadajućom subkulturnom sredinom jednostavnija u tom razdoblju.

¹⁵ Ibidem, str. 79

4. NEZAVISNA KULTURNA SCENA GRADA PULE

4.1. Povijesni pregled festivala na urbanoj kulturnoj sceni Grada Pule

Nakon što je u drugom poglavlju rada opisana povijest svjetskih festivala koji su za sobom ostavili bogato kulturno i subkulturno nasljeđe, u kontekstu povijesnog pregleda festivala na urbanoj kulturnoj sceni Pule valja spomenuti i regionalne festivale koji su im prethodili. Prvi festivali na području bivše Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije održani su 1961. godine u Subotici pod nazivom Festival Omladina, zatim Gitarijada 1966. u Beogradu i Zaječaru te Boom Festival 1972. na četiri lokacije - Ljubljani, Zagrebu, Beogradu i Novom Sadu. Od prvih festivala zabavnog karaktera vrijedi izdvojiti Opatijski, Zagrebački, Splitski, Beogradsko proleće, sarajevski Vaš šlager sezone te Melodije Istre i Kvarnera.

Pula se kao festivalska destinacija rađa devedesetih godina prošlog stoljeća. Tada se Dražen Majić, pulski akter na subkulturnoj sceni upoznao sa zagrebačkim glazbenim menadžerom Goranom Lisicom Foxom te su njih dvoje u partnerstvu sa slovensko-njemačkom produkcijom po prvi puta na području Pule pokrenuli manifestaciju naziva Arena Festival, održanu 4. kolovoza 1990. Događaj je bio smješten na Gradskom stadionu Aldo Drosina i prepoznat je kao prvi veliki međunarodni festival alternativne glazbe. Zahvaljujući Arena Festivalu, lokalni organizatori dobili su uvid u mogućnosti organizacije takvih događaja, a Pula je potvrdila ključan trenutak razvoja alternativne glazbene scene u obliku u kojem danas postoji. Konceptija samog festivala bila je izrazito alternativna za to vrijeme, otvarajući akterima scene neke buduće, subkulturne perspektive. Lokalno stanovništvo po prvi se puta susrelo sa 5.000 lako uočljivih ljudi iz inozemstva, no usprkos početnom kulturološkom šoku, Pula je ljubazno i miroljubivo prihvatila rađanje nove scene. Festival je doživio samo spomenuto izdanje 1990. s obzirom na početak ratnih operacija u Sloveniji već sljedeće godine, međutim bio je prekretnica u smislu otvaranja lokalnog stanovništva najezdi "čudnih" mladih ljudi iz cijele Europe, suočavanja sa glasnom glazbom i bukom do ranih jutarnjih sati, odnosno svim potencijalnim nuspojavama organizacije velikih manifestacija u njihovoj sredini. Jednom kada je ta barijera probijena, 1991. se na rukometnom stadionu Arena održava Brooklyn Festival, a potom i Melody Festival na pulskom Kaštelu u organizaciji spomenutih aktera prvog pulskog festivala. Melody

Festival doživio je dva izdanja, 1992. i 1993., a osim Bikers Days festivala koji se počeo održavati istih godina, naslijedio ga je hardcore punk festival Monteparadiso. Prvo izdanje popularnog 'Paradisa' održalo se 14. kolovoza 1992. u napuštenoj austrougarskoj tvrđavi Fort Casoni Vecchi koju je za tu priliku očistila skupina mladih entuzijasta, članova budućeg Monteparadiso kolektiva. Danas Monteparadiso predstavlja jedan od najdugovječnijih punk festivala u Hrvatskoj i regiji, a od 2001. godine održava se u dvorištu Društvenog centra Rojc.

1993. u noćnom klubu Uljanik organizira se jedan od rijetkih rock festivala u Hrvatskoj u to vrijeme, Art & Music Festival. Festival je bio specifičan po tome što je imao okrugli stol u na kojem se ozbiljno raspravljalo o rock kulturi, glazbi i sceni, a festivalski žiri potrudio se nagraditi nastupe bendova koji su potaknuli najveće oduševljenje prisutne publike.

MTV Valkana Beach Festival održan 1997. godine naznačio je početak stvaranja urbane festivalske pozornice primarno elektronske glazbe u Puli i široj okolici. Iako je tada već postojala određena scena koja je organizirala cjelonoćne zabave na danas kulturnoj pozornici još jedne austrougarske utvrde, Fort Bourguignon, organizacija koju je potpisivao DJ Marc Grabber u suradnji sa kolektivom Omegaritam i Stereo Studio, koje su pokrivala dalmatinsku i zagrebačku scenu, ostala je i postala preteća današnjim britanskim festivalima Outlook i Dimensions.¹⁶

1999. sa djelovanjem započinje festival Media Mediterranea. Posebnost ovog festivala leži u programskom fokusu na edukaciji mladih autora u području novih medijskih kultura, međunarodnoj promociji i jačanju produkcije neafirmiranih lokalnih autora iz novomedijskih praksi. Vizualne instalacije, elektronska glazba i koncept open air festivala slobodne kulture prvih su pet godina postojanja festival predstavili kao vrijeme i mjesto okupljanja posjetitelja svih generacija i raznih subkultura. Sljedećih pet godina organizacijski tim posvetio se radionicama te umrežavanju na nacionalnoj razini kroz multidisciplinarni pristup kulturi i civilnom društvu. Između 2009. i 2014. godine organizacija festivala, udruga Metamedij, naglasak je postavila na kulturne politike Grada, regeneraciju, revalorizaciju i prenamjenu bivših vojnih zona, arhitekturu i nezavisnu kulturu te novomedijske umjetnike, urbanu i hip-hop subkulturu. Zanimljiva je činjenica kako festival svakih pet godina mijenja viziju i misiju djelovanja, a posljednja etapa odnosi se na suvremenu umjetnost u javnom prostoru, natječaje za

¹⁶ Izvor: <https://www.klubskascena.hr/aktualno/fokus/u-srcima-partijanera-vjecno-je-zapisan-alkana-beach-festival-24022019> (8.9.2019.)

mlade umjetnike, gostovanja međunarodnih autora i kustosa te popularizaciju novomedijske umjetnosti.¹⁷

Priču o pozicioniranju Pule na mapi urbanog festivalskog turizma zaključiti ćemo Future Nature i Life Celebration festivalima. Njihov početak pripisujemo 2000., odnosno 2009. godini, a manifestacije su to koje slave ljubav prema prirodi, psihodeličnoj glazbi i druženju. Do 2016. godine festivali su se održavali na raznim lokacijama pulskog priobalja, od otočića Sv. Katarine i Mulimenata do tvrđave Punta Christo. Osmišljeni su kako bi lomili prepreke između prirode i čovjeka razumijevanjem, pozitivnom komunikacijom i ujedinjenosti posjetitelja u glazbi, plesu i audiovizualnoj umjetnosti.

4.2. Kulturni centar Karlo Rojca kao element urbane kulture Grada Pule

1849. godine danski admiral austrougarske ratne mornarice Hans Birch Dahlerup odabrao je Pulu kao bazu za austrougarsku mornaricu. Od 1866. do 1870. u širem centru Pule gradio se kompleks koji je prvotno zamišljen kao prostor djelovanja pomorske škole austrougarske mornarice Marine Maschinenschule. Nakon pripojenja Istre Italiji, prostor današnjeg Rojca pripao je pomorskoj školi talijanske mornarice, a od 1938. do povratka Istre Jugoslaviji koristio se kao vojarna talijanske vojske. 1947. godine vraćena mu je prvobitna uloga i kompleks zgrada ponovno je stavljen u funkciju pomorske škole, no ovoga puta jugoslavenske ratne mornarice da bi 1976. godine škola konačno prestala djelovati, a prostor se od tada pa sve do devedesetih godina prošloga stoljeća koristio isključivo kao vojarna. Prosinac 1991. godine označio je početak nove epohe Rojca. Gradska uprava sklopila je dogovor s pripadnicima bivše Jugoslavenske narodne armije o mirnom prepuštanju i napuštanju svih vojnih objekata na području Pule i okolice. Puške i streljivo ubrzo su zamijenile izbjeglice, prognanici i stradali u Domovinskom ratu, gdje je za tu namjenu preuređeno južno krilo objekta. Do kraja 1997. godine u kompleksu Rojca boravilo je ukupno 600 izbjeglica o kojima je skrbrila nekolicina humanitarnih organizacija.

¹⁷ Izvor: <https://metamedia.hr/category/media-mediterranea/> (8.9.2019.)

U studenom 1998. godine više desetaka gradskih udruga, pretežno iz djelokruga zaštite okoliša, skrbi o osobama s posebnim potrebama, kulture, rada s mladima i sportom izrazilo je potrebu za djelovanjem unutar okvira poslovnih prostora. Odgovor Grada bio je u otvaranju prostorija Rojca gdje su se novouseljene udruge susrele s napuštenim, zapuštenim, devastiranim i potencijalno opasnim okruženjem nastalim izbjegličkim valom i neodržavanjem infrastrukture kompleksa od odlaska vojske. S vremenom se broj udruga na adresi Gajeva 3 udvostručio te je zajedničkim radom, entuzijazmom pojedinaca i vlastitim sredstvima udahnuta nova dimenzija prostoru Rojca. Iako je infrastrukturno stanje i dalje bilo katastrofalno, oslikavanje zidova, hodnika i prostorija, uređenje okoliša i čišćenje smeća doprinjelo je ugodnijem ambijentu i pozitivnijoj atmosferi “grada u gradu”. Time su stvoreni temelji za osnivanje multimedijalnog centra civilnog sektora Pule. Iako je nekolicina udruga i dalje u prostoru Rojca boravila ilegalno, krajem 2002. godine Grad Pula osniva Odjel za kulturu i koordinaciju rada udruga te preuzima obvezu uspostave novog načina korištenja bivšeg vojnog kompleksa kroz zaprimanje zahtjeva za popunjavanjem preostalih prostora u Rojcu i ažuriranjem evidencije već postojećih. Južno krilo objekta tako je i službeno postalo domom 62 gradske udruge na površini od 6.800 četvornih metara, a u ožujku 2005. još 17 udruga u sjevernom je krilu dobilo pravo korištenja prostora pod uvjetom uređenja vlastitim sredstvima, nakon čega je Grad udrugama na korištenje povjerio i vanjski prostor za sport i rekreaciju. Krajem 2004. završena je i prva faza projekta Krojcborg u organizaciji udruge Distorzija, a sam projekt zamišljen je kao transformacijski proces unutarnjih prostorija zgrade u umjetničke galerije te međusobno povezivanje korisnika prostora kroz umjetničke radionice. U isto je vrijeme započelo ulaganje u infrastrukturu postavljanjem centralnog grijanja, uređenjem zajedničkih sanitara te sprovođenjem struje i vode do i unutar objekta. Zajedničke su prostorije renovirane zidarskim i staklarskim radovima, postavljen je video nadzor i javna rasvjeta te organizirana čuvarska služba, što je omogućilo sigurniji i ugodniji boravak u Rojcu te daljnji razvoj društvenog centra. Ubrzo je to postao prostor okupljanja mnogih subkultura i razvoja kulturne raznolikosti Pule, identiteta po kojem je danas Pula prepoznatljiva u nacionalnim i regionalnim okvirima.

Kako je jedna od ključnih funkcija svakog zdravog grada udruživanje civilnog sektora i društveni aktivizam, upravo Društveni centar Karlo Rojc istaknuo se kao referentna točka u mnogim prosvjednim mimohodima, akcijama i parolama povezanim s društvenim promjenama na lokalnoj razini. U tom kontekstu svakako vrijedi izdvojiti 15 godina održavanja manifestacije

Antifa fest, obljetnice mirnog prosvjednog mimohoda građana Pule kao odgovora na napade neonacističke skupine tzv. *skinheads* na članove udruge Monteparadiso u dvorištu Društvenog centra Karlo Rojc. U sljedećim godinama djelovanja Rojc postaje međunarodno prepoznati primjer razvoja civilnog društva, održivosti i upravljanja multikulturalnim društvenim centrom s obzirom na jedinstveni model po kojem u suradnji s Gradom, Rojcem autonomno upravljaju korisnici više od stotinu aktivnih udruga. Filozofija Društvenog centra Karlo Rojc jasno nalaže osudu i protivljenje svakom obliku nasilja, homofobije, rasizma, diskriminacije, seksizma, nacionalizma ili fašizma te stvaranje solidarne društvene zajednice bez privilegiranih, potičući društvene promjene u smjeru autonomije i zajedništva.¹⁸



Slika 4. Oslikani hodnici Društvenog centra Rojc¹⁹

¹⁸ Izvor: <http://rojcneta.pula.org/index.php/hr/dcrojc/o-nama> (8.9.2019.)

¹⁹ Izvor fotografije: https://photos.wikimapia.org/p/00/00/18/91/91_big.jpg (8.9.2019.)

4.3. Formuliranje narativa o Puli

Grad Pula nesumnjivo je destinacija bogate kulturne, povijesne i umjetničke artikulacije. Kulturno-povijesna baština u vidu komodifikacije i turističke valorizacije postala je predmetom izučavanja brojnih institucija. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli i Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije sa studijskim programima Kulture i turizma na preddiplomskoj i diplomskoj razini studentima pružaju interdisciplinarni pristup teorijskim osnovama na oba polja, ispreplićući identitetske i ekonomske varijable kroz poticanje razvoja vještina i znanja potrebnih za formulaciju narativa određene turističke destinacije, usluge ili proizvoda. S obzirom da Pula kao grad još uvijek nema jasno elaboriranu identitetsku prepoznatljivost, pojavila se potreba za promišljanjem koje motive postaviti kao resursnu osnovu za formulaciju takvih narativa. Naime, Pula je specifična upravo zbog svoje bogate kulturno-povijesne raznolikosti na koju se veže antička, austrougarska, talijanska, jugoslavenska pa i suvremena hrvatska baština. Splet povijesnih okolnosti doprinjeo je raznolikoj turističkoj ponudi Grada, međutim pitanje identifikacije sa pojedinim povijesnim razdobljima, ideološkim utezima i režimima ostalo je bez generalnog konsenzusa građana, gradskih vlasti, kulturnih politika, strategije i struke oko toga što prihvatiti kao odgovarajući narativ.

Formulacija narativa važna je iz nekoliko razloga. Prvi je onaj najočitiiji, promocija destinacije. Kulturne institucije, Turistička zajednica Grada Pule, turističke agencije i hotelijeri prema vlastitim potrebama, predodžbama i financijskoj isplativosti pojedinih turističkih atrakcija sami kroje svoje narative, često kontradiktorne, dihotomizirane i zbunjujuće turističkim i kulturnim radnicima, ali i samim posjetiteljima. Zbunjujuće je do mjere da bi dva turistička vodiča podjednako uvjerljivo mogla ispričati sasvim različite priče o Puli, dajući posjetiteljima nepotpunu sliku o kulturnoj heterogenosti ovih prostora. Ono važnije od same promocije jest pitanje o tome kakav je Pula grad, a odgovore valja potražiti upravo u heterogenosti brojnih subkulturnih skupina s obzirom da je Pulu nemoguće distancirati od pojedinih povijesnih elemenata, a druge objeručke prihvatiti, publicistički obrađivati i prezentirati u turističkim itinerarima. Snaga i moć formulacije narativa Pule trebala bi se temeljiti upravo na nemogućnosti sprovedbe istog, što i jest svojevrsni identitet grada. Grad je to u kojem domaćin i gost paralelno predstavljaju istu osobu.

5. PULA KAO URBANA FESTIVALSKA DESTINACIJA

5.1. Outlook Festival

Naselje Petrčane, smješteno između Zadra i Nina, 2008. godine ugostilo je do tada nepoznatu britansku organizaciju i dopustilo održavanje glazbenog festivala naziva Outlook. 800 mladih ljudi, uglavnom engleskih putovnica, posjetilo je prvo izdanje festivala koji će uskoro postati trend setter u svijetu bass glazbe i soundsystem kulture. Nakon prve godine održavanja, lokalno stanovništvo Petrčana pobunilo se protiv preglasne glazbe i neprimjerenog ponašanja pojedinih posjetitelja te je organizacija samo nekoliko mjeseci uoči održavanja drugog izdanja “uljudno” zamoljena da festival premjeste na drugu lokaciju. 2009. festival se održao na popularnoj plaži Zrće na otoku Pagu, a organizacijski tim se unatoč povećanju prodaje ulaznica od 50% odlučio za ponovnu promjenu lokacije s obzirom da Zrće nije odgovaralo njihovoj filozofiji i viziji budućnosti festivala. 2010. godina označila je pravu prekretnicu u životima svih koji su na bilo koji način bili uključeni u planiranje, održavanje ili posjet Outlook festivalu. Nova lokacija Outlooka, na sugestiju domaćih partnera i udruge Seasplash, postala je nekad najveća i najjača obalna utvrda carskog i kraljevskog tvrđavnog topništva Austro-Ugarske monarhije. Fort Punta Christo u Štinjanu kraj Pule, sagrađen sredinom 19. stoljeća, nakon Seasplash Festivala postao je dom britanskom festivalu koji je u svom prvom štinjanskom izdanju prodao preko 4.000 ulaznica i oduševio posjetitelje, ali i ugledne glazbene magazine i recenzente poput Resident Advisora.²⁰

Organizacija festivala izjavila je oduševljenje novom lokacijom koja je u punom obujmu obuhvaćala njihovu glazbenu i kulturološku filozofiju te naznačila kako je to početak nečeg novog, većeg, do tada neviđenog. Festival Outlook pronašao je svoj duhovni dom.²¹

Već 2011. godine Outlook je prodao 11.000 ulaznica. Usprkos organizacijskom kaosu s kojim su se susreli s obzirom na širenje festivalskog kapaciteta i postavljanje novih pozornica diljem štinjanskog poluotoka te uvođenje nekoliko desetaka party brodova, Outlook se na tržištu profilirao kao najveći europski bass i soundsystem festival sa bookingom vodećih izvođača iz

²⁰ Izvor: <https://www.residentadvisor.net/reviews/8009> (8.9.2019.)

²¹ Izvor: <https://ukf.com/words/the-history-of-outlook-festival/21705> (8.9.2019.)

‘underground’ svijeta dub, dubstep, drum’n’bass, reggae, garage i hip-hop glazbe. Iste godine na ‘UK Festival Awards’ Outlook je proglašen najboljim inozemnim festivalom što je dodatno populariziralo samu destinaciju, Punta Christo, Pulu ali i Istru i Hrvatsku. 2012. godine organizacijski tim festivala susreo se s “problemom” popularnosti, a kako su htjeli zadržati izvornu filozofiju i ne širiti glazbeni spektar, odnosno narušiti koncept, kapacitet i atmosferu festivala, odlučeno je pokrenuti Dimensions Festival, o čemu će više riječi biti u sljedećem potpoglavlju, kako se dvije glazbene subkulture ne bi međusobno sudarale i dovele do organizacijskog kolapsa ideje festivala. 2013. Outlook festival od strane Turističke zajednice Pula dobiva poziv za organizacijom koncerta otvorenja u rimskom amfiteatru Arena u centru Pule, a da bi doživljaj bio potpun, s vremenom se u jednu od pozornica festivala upisuje i kompleks pulskih podzemnih tunela - Zerostrasse.



Slika 5. Fort Punta Christo, Outlook Festival 2019.²²

9. rujna 2019. službeno obilježava kraj britanske festivalske epohe u Puli. Više od 12.500 posjetitelja iz 30 zemalja i preko 300 najboljih bass izvođača iz cijeloga svijeta došli su obilježiti ovaj jedinstveni događaj koji preko desetljeća slavi soundsystem kulturu i bass glazbu kao niti

²² Izvor fotografije: <http://tiny.cc/42whcz> (8.9.2019.)

jedan drugi na svijetu. Koncert otvorenja u rasprodanoj pulskoj Areni posjetilo je preko 8.500 ljudi, a uz deset pozornica na štinjanskom poluotoku, tri posebna eventa u podzemnim tunelima Zerostrasse, vrijedi spomenuti i 40 party brodova koji su kroz 5 dana isplovljavali iz festivalske luke u Štinjanu. Od 30 zemalja svijeta iz kojih je publika na festival stigla 2019. godine, 65% činila je Velika Britanija, a zatim Austrija, Italija, Kanada, Australija, Novi Zeland te zemlje regije.

5.2. Dimensions Festival

Dimensions Festival mlađi je brat Outlook Festivala te se od rujna 2012. godine njegovu adresu također može pronaći na štinjanskoj obalnoj tvrđavi Punta Christo. Sam festival nastao je na temeljima, pokazalo se iznimno uspješnog festivala Outlook, a koncipiran je kao proslava nominalno elektronske glazbe i urbane kulture kroz pet dana na raznim lokacijama u Puli i okolici. Od kolovoza 2014. godine festival se otvara službenom ceremonijom koncertnog formata na lokaciji pulskog amfiteatra Arena u trajanju od 19 pa sve do 2 sata iza ponoći, nakon čega se program festivala seli na spomenutu tvrđavu Punta Christo. Tamo se kroz desetak festivalskih pozornica skupine posjetitelja koje sociolozi danas determiniraju unutar okvira generacija 'Y' i 'Z' odaju glazbenom hedonizmu pomno probranih i eklektično selektiranih zvukova. Jazz, Soul, Funk, Disco, Electro, Breakbeat, House i Techno glazba u fuziji sa progresivnim zvukom domaće elektronske scene predstavljaju glazbeni okvir i afinitete pripadajuće urbane subkulture s kojom se posjetitelji festivala samoidentificiraju pa se tako Dimensions Festival može pohvaliti jednom od najprestižnijih i najekskluzivnijih selekcija izvođača u skladu s filozofijom festivala o proslavi 'underground glazbe na napuštenoj austrougarskoj tvrđavi'. Sama činjenica kako se festival na tržištu marketinški profilira kao 'underground' kultura, označava slojevitu kulturološku segmentaciju tržišta posjetitelja nastojeći stvoriti ugodnu atmosferu i povezati žanrovski vrlo heterogenu zajednicu ljudi pazeći pritom na poštivanje ljudskih prava, vrijednosti i kulturne raznolikosti. Čitajući recenzije posjetitelja, umjetnika, izvođača, ali i organizatora, posebnost festivala krije se u samoj lokaciji. Tvrđava Punta Christo kroz svojih deset pozornica omogućuje kulturnom elementu estetike u koordinaciji sa žanrovski vrlo raširenim glazbenim spektrom realizaciju jedinstvene audio-vizualne

manifestacije teško dostupne logistici današnje festivalske industrije. Zahvaljujući toj okolnosti festival je uspio stvoriti konkurentsku prednost, ali i prestižan imidž pred festivalima sličnog glazbenog izričaja.



Slika 6. Dimensions Festival 2016.²³

Rani jutarnji sati 2. rujna 2019. godine službeno su označili i posljednju godinu održavanja festivala na spomenutoj lokaciji u skladu s prikladnom marketinškom kampanjom koja je prethodila događaju naslovljenom sa ‘The last dance’ ili ‘Final year at the Fort’. Posljednje izdanje festivala u Pulu i okolicu privuklo je više od 8.000 posjetitelja iz 30 zemalja svijeta, a najveći broj njih pristigao je iz Velike Britanije, Francuske, Belgije, Austrije i Hrvatske. Zbog kvalitete i inovativnosti u kreiranju programa, koji je spajao sve od jazza do techna, desetak pozornica diljem štinjanskog poluotoka, podzemnim pulskim tunelima Zerostrasse, koncertom otvorenja u pulskom amfiteatru Arena i 20-ak brodova-pozornica, Dimensions festival upisao se u povijest festivalske industrije kao kulturološki jedinstven.

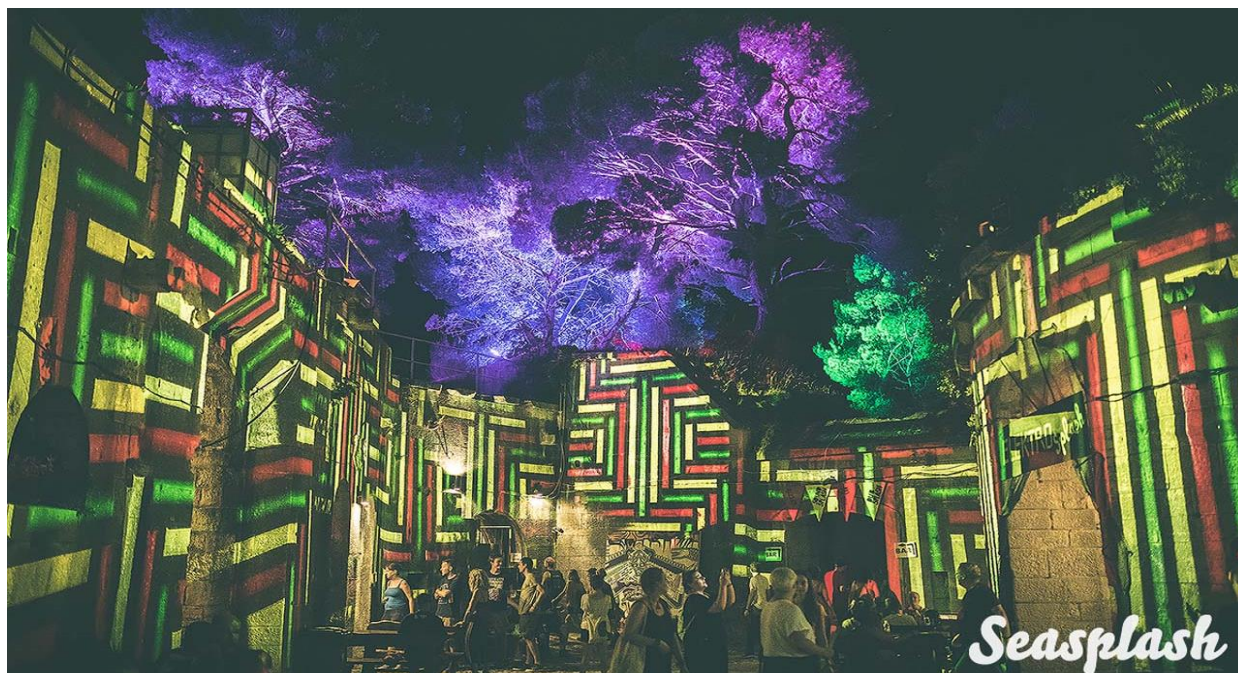
²³ Izvor fotografije: <https://dimensionsfestival.com/> (8.9.2019.)

5.3. Seasplash Festival

Festival Seasplash temeljni je projekt istoimene udruge za promicanje glazbene kulture, umjetnosti i slobode izražavanja Seasplash. Organizacija je to nezavisne kulture koja je svojim aktivnostima snažno orijentirana prema socijalnom glazbenom angažmanu glazbe, kulture i umjetnosti kroz brojne različite sadržaje i aktivnosti šireg urbanog glazbenog i kulturnog spektra na području Pule i okolice. Udruga svojim djelovanjem i projektima značajno doprinosi razvoju nezavisne, urbane glazbene i kulturne scene interpolacijom i umrežavanjem već priznatih regionalnih i svjetskih profesionalaca, umjetnika i aktivista na području urbane subkulture sa još neafirmiranim istomišljenicima lokalne pulske scene, omogućujući tako kolektivni brainstorming, rast, razvoj i produkciju nezavisne kulturne scene u Puli. Seasplash dugi niz godina aktivno djeluje unutar prostorija Društvenog centra Karlo Rojc i uspješno provodi brojne vlastite projekte i programe, a dugogodišnje iskustvo djelovanja članova udruge doprinosi, spomenuli smo već, razvoju područja nezavisne kulture i novih medija kvalitetom stvaranom dugim nizom godina. Rezultati njihova rada danas su prepoznati kroz vlastitu produkciju događaja tijekom cijele godine. Članovi produkcijskog i organizacijskog tima do sada su samostalno, u okviru timova ili kulturnih klastera sudjelovali u realizaciji gotovo dvije stotine manifestacija, a kroz suradnju s raznim hrvatskim i udrugama diljem Europe, stekli potrebna znanja i vještine, tzv. *knowhow* potreban za kvalitetno provođenje cjelovitih i kompleksnih kulturnih projekata. Nezaobilazan je to element konstrukcije urbanog kulturnog identiteta Pule i njenih građana i kao takav na svojim leđima nosi golemu odgovornost, a u posljednjih nekoliko godina i kulturni status te simboliku samoidentifikacije posjetitelja sa pojedinim sadržajima i kulturnim slojevima Grada. Također, udruga kontinuirano zastupa interese promotora koncertnih manifestacija kroz komunikaciju i odnose s javnošću, institucijama i donositeljima odluka, služeći pritom kao amortizirajući faktor između gradske vlasti i održavanja urbanog tkiva pulske scene.

Govoreći o urbanom tkivu Pule nezaobilazna je stanica Seasplash Festival. Jedan od najdugovječnijih hrvatskih festivala prvi puta organiziran 2003. godine na lokaciji poluotoka i obalne utvrde Punta Christo u Štinjanu, gdje je doživio i svoje posljednje izdanje 2018. godine, nakon čega se istoimena organizacija festivala odlučila za rebranding i relokaciju na rt i plažu

Martinska kraj Šibenika. Potrebno je spomenuti i izmještanje lokacije festivala na Marsovo polje 2005. i pulske Monumente 2006. godine, nakon čega se Seasplash vraća u svoj izvorni dom, štinjansku tvrđavu Punta Christo. Manifestaciju se kroz medije i koncentrirani marketing uglavnom karakterizira kao idealnu za sve ljude koje vodi dobra volja, opuštenost, glazbena i životna filozofija sklona romantiziranju povijesnih i aktivističkih festivala poput Woodstocka te želja za odličnim i opuštenim provodom tik uz brijunski arhipelag. Seasplash je koncipiran kao četverodnevni glazbeni događaj organiziran na nekoliko pozornica tvrđave Punta Christo uz dnevni glazbeni program na plaži, besplatno kampiranje, radionice, shopove i ostale prigodne aktivnosti poput izvođenja vježbi joge, meditacije i sličnih duhovnih tjelovježbi. Plesom do ranih jutarnjih sati uz najbolje regionalne izvođače i poznata gostujuća imena iz cijeloga svijeta, predstavljajući cjelokupnu bass glazbu i promovirajući soundsystem kulturu, Seasplash se kroz 17 godina djelovanja na pulskom priobalju profilirao kao nezaobilazno slavlje svih ljubitelja reggae, dub, drum'n'bass, dancehall, jungle, ska, psihodelične ali i ostale srodne elektronske glazbe.²⁴



Slika 7. Seasplash Festival 2018.²⁵

²⁴ Izvor: <https://seasplash-festival.com/hr/> (8.9.2019.)

²⁵ Izvor fotografije: <https://seasplash-festival.com/hr/photo/seasplash-2018-highlights-daniel-kirsic/> (8.9.2019.)

Iako je apstraktnu kategoriju kulturnog kapitala, a ona to sasvim sigurno jest, vrlo teško kvantificirati ili ekonomskim parametrima izmjeriti pojedinačni utjecaj festivala na određenu zajednicu ljudi, utjecaj Seasplasha neosporiv je i od iznimnog značaja za pojedina subkulturalna podneblja Grada. Tijekom 2009. godine udruga je osnovala Seasplash klub u Društvenom centru Karlo Rojc s ciljem omogućavanja sudjelovanja u radionicama DJ-inga i slušaonicama elektronske glazbe svim mladim kreativnim ljudima, stavivši na raspolaganje sve resurse udruge za stvaranje nove generacije mladih dj-a, uključujući i skupocjenu opremu poput mikseta, slušalica, ozvučenja, infrastrukture i usluga profesionalnog glazbenog studija itd. Osim osnivanja kluba u Društvenom centru Karlo Rojc, 2010. godine u suradnji s Udrugom Prijatelja obalne utvrde Punta Christo pokrenut je projekt Seasplash Summer Club u prostorima tvrđave Punta Christo. Klub je okupljalište primarno lokalne javnosti i mladih građana, sezonskog karaktera, otvoren je od svibnja do listopada te u sklopu besplatnih programa i širokodostupnih aktivnosti predstavlja više od stotinu umjetnika kroz realizaciju više od 30 događaja s raznim kulturnim sadržajima zaokružujući sve vidove novomedijske kulture i umjetnosti. Vrijedi spomenuti i projekt Showcase koji uključuje cjelovečernja glazbena događanja urbanog karaktera u prostorima tvrđave Punta Christo ili Društvenog centra Rojc, uglavnom jednom mjesečno tijekom čitave godine, a s ciljem promocije mladih i neafirmiranih lokalnih autora i umjetnika nezavisne audio-vizualne produkcije i različitih glazbenih žanrova. Seasplash platforma još je jedan projekt udruge koji se s godinama održavanja nametnuo kao dio suvremene urbane tradicije pa se tako Novogodišnji program koji daje priliku nastupa mladim neafirmiranim, ali i onim već afirmiranim, profesionalnim umjetnicima uglavnom smješta na atraktivnim lokacijama u samom centru Pule, a organizacija je plod suradnje s Gradom Pula i Turističkom zajednicom grada Pule. Novogodišnja Seasplash platforma sa svojih 1.500 do 2.000 posjetitelja uvrštena je u službeni Novogodišnji program Pule kao njegov sastavni dio. Prepoznatljivost na razini Grada i suradnja u krojenju kulturnih politika Pule važne su za afirmaciju vrijednosti nezavisne, urbane subkulture na lokalnoj, kao i na razini šire društvene zajednice te konstrukciji urbanog kulturnog identiteta grada.

5.4. Utjecaj festivala na prostor životne sredine

Utjecaj festivala na prostor životne sredine potrebno je promatrati kroz više dimenzija. Prva, ona ekonomska, odnosi se na ukupnu potrošnju posjetitelja na samom festivalu, tijekom boravka, plaćeni smještaj, transport do destinacije, ali i u samoj destinaciji, zatim profit, radna mjesta i makroekonomske učinke, odnosno multiplikator dohotka. Potrošnju posjetitelja moguće je utvrditi brojem posjetitelja festivala, brojem prodanih ulaznica, anketiranjem poduzetnika koji obavljaju razne djelatnosti unutar festivala pod koncesijskim odobrenjem te financijskim izvještajima. Također, ekonomska korist ogleda se i kroz plaćanje boravišnih pristojbi, koncesije za korištenje prostora festivala ili popunjenost smještajnih kapaciteta destinacije.

S obzirom na činjenicu kako je čak 65% posjetitelja štinjanskih festivala Outlook i Dimensions u 2019. godini pristiglo iz Velike Britanije, a čija prosječna potrošnja na festivale izvan domicila iznosi oko 5.150 kuna po posjetitelju, što je više od svjetskog prosjeka festivalske potrošnje, lokalno stanovništvo Pule po već uhodanom modelu u vremenskom razdoblju trajanja festivala podiže cijene proizvoda, usluga i smještaja.²⁶

Na taj način taksi službe, trgovine, restorani, kafići, hoteli, hosteli, turistički kampovi i posebice iznajmljivači privatnog i apartmanskog smještaja u periodu posezone nerijetko uprihođuju veća financijska sredstva nego li je to slučaj u srpnju ili kolovozu, kada je turistička sezona u punom zamahu. Kalkulacija je jednostavna, potražnja za vrijeme trajanja festivala mnogo je veća nego inače u to doba, a s obzirom na platežnu moć posjetitelja cijene često probijaju i moralnu granicu pa rijetkost nije ni pojava crnog tržišta, ilegalnih radnji i neprijavljenih prihoda.

Štinjan je turistički procvat doživio upravo zahvaljujući dolasku britanskih festivala Outlook i Dimensions, što je jasno vidljivo promatrajući infrastrukturni iskorak, posjećenost destinacije i brojke smještajnih jedinica. 2009. godine Štinjan je imao 2.016 postelja, a u privatnom smještaju bilo je tek 190 smještajnih jedinica kapaciteta 560 ležaja. Deset godina kasnije broj jedinica u privatnom smještaju iznosi 609, a kapacitet postelja udvostručio se pa

²⁶ Izvor: <https://www.campaignlive.co.uk/article/festicket-finds-international-locations-appeal-uk-festival-goers/1231005> (8.9.2019.)

sada iznosi 4.318 kreveta. 158 postelja nalazi se u vlasništvu obrta ili poduzeća, 332 u hotelima i hostelima, 1.995 u kampu te 1.809 u domaćinstvima.²⁷

Tablica 2. pokazuje cijene smještaja poznatog štinjanskog hostela u blizini festivalske lokacije u predsezoni, sezoni i posezoni, a zelena polja označavaju cijenu noćenja za vrijeme trajanja Outlook i Dimensions festivala.

Tablica 2. Cjenik smještaja Hostela Step u Štinjanu

| SOBA | 1.1.-31.3. | 1.4.-30.6. | 1.7.-26.8. | 27.8.-14.9. | 15.9.-30.9. | 1.10.-31.12 |
|---|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| 8 kreveta (pogled na more) | 90,00 kn | 100,00 kn | 120,00 kn | 200,00 kn | 100,00 kn | 90,00 kn |
| 6 kreveta | 100,00 kn | 100,00 kn | 130,00 kn | 200,00 kn | 100,00 kn | 100,00 kn |
| 5 kreveta | 110,00 kn | 100,00 kn | 135,00 kn | 200,00 kn | 100,00 kn | 110,00 kn |
| 4 kreveta (pogled na more) | 115,00 kn | 120,00 kn | 150,00 kn | 200,00 kn | 120,00 kn | 115,00 kn |
| Privatna soba 3 kreveta (pogled na more) | 375,00 kn | 360,00 kn | 450,00 kn | 600,00 kn | 360,00 kn | 375,00 kn |
| Privatna soba 3 kreveta | 360,00 kn | 360,00 kn | 440,00 kn | 600,00 kn | 360,00 kn | 360,00 kn |
| Apartman 5 kreveta | 420,00 kn | 490,00 kn | 600,00 kn | 1.050 kn | 490,00 kn | 420,00 kn |

Izvor: <http://hostelstep.com/HostelStep1-2018.pdf> (8.9.2019.)

²⁷ Izvor: <https://www.glasistre.hr/kolumna/dao-nam-bog-neke-druge-engleze-596063> (8.9.2019.)

Profit od iznajmljivanja smještaja u vremenskom razdoblju održavanja festivala i više je nego evidentan, a ekonomske koristi za lokalnu se zajednicu očituju i kroz već spomenuto ugostiteljstvo, trgovine, beach barove, taksi službe, ali i zapošljavanje domicilnog stanovništva na festivalu. Promocija destinacije također ulazi pod nazivnik pozitivnih ekonomskih utjecaja kroz broj napisanih medijskih članaka, reklama na internetu i TV-u, radio postajama te brojnim posjetama renomiranih novinarskih agencija i glazbenih magazina. Iako bi bilo nepošteno i nepristrano govoriti isključivo o pozitivnim ekonomskim utjecajima festivala na turističku destinaciju, financijski benefit je ipak daleko veći i isplativiji nego što je to oportunitetni trošak. Najbolji primjer toga jest turističko naselje BiVillage u Fažani koje u sezoni redovito gubi dio gostiju zbog buke i glasne glazbe koja dopire iz obližnjeg festivala, no usprkos tome svoje kapacitete u sezoni puni posjetiteljima istog festivala koji svoj boravak plaćaju po individualnim cijenama umjesto agencijskih.

Druga dimenzija utjecaja odnosi se na problem gospodarenja otpadom za vrijeme trajanja britanskih festivala u Štinjanu. Iako je dio lokalne javnosti prvih godina održavanja festivala negodovao zbog potencijalnog ekološkog onečišćenja, valja utvrditi kako je štinjanski poluotok i područje oko tvrđave Punta Christo, kao i u samoj tvrđavi redovito čišćeno po završetku trajanja festivala, a u usporedbi sa situacijom koja je organizatore dočekala pri dolasku na spomenutu lokaciju 2010. godine, područje djelovanja festivala danas je daleko čišće, prohodnije i sigurnije. O svjetlosnom zagađenju, propisanoj razini buke i utjecaju niskih frekvencija na podmorje još uvijek nema javno dostupnih podataka i stručnih studija održivosti pa se autor ograđuje od komentiranja potencijalnih utjecaja na okoliš.

Treća dimenzija utjecaja primarno britanskih festivala Dimensions i Outlook (zbog masovne posjećenosti i kontinuiteta održavanja) kroz nekoliko je prethodnih potpoglavlja opisivana kao kulturološki izuzetno značajna. Ipak, društveni utjecaj festivala donekle je moguće kvantificirati kroz anketiranje stavova stanovnika, društveni razvoj, gubitak ili stvaranje tradicije, poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva ili ometanje uobičajene rutine, prometnu zakrčenost, buku ili neizbježno povećanje stope kriminalnih radnji kada su u pitanju masovna okupljanja festivalskog tipa.²⁸

²⁸ Izvor: <http://www.regionalexpress.hr/site/more/zavrshio-dimensions-policija-imala-pune-ruke-posla> (8.9.2019.)

U trećem potpoglavlju trećeg poglavlja, naslovljenom sa Subkulturni kapital autor definira i propituje utjecaj pojedinih kulturnih pritisaka na promatranu zajednicu ljudi. Festivali u tom kontekstu kroz dulji period djelovanja mogu imati pozitivan i negativan kulturološki otisak. Primjerice, subkulturni kapital koji nam ostaje u nasljeđu nakon deset godina održavanja britanskih festivala na području Pule jasno je vidljiv kroz nastanak brojnih neprofitnih organizacija i umjetničkih udruga povezanih sa razvojem subkulture koja do tada na području Pule nije postojala u ovakvom obliku ili nije bila jasno definirana, razvoj urbane glazbene i festivalske scene, povećanje kulturne produkcije tijekom cijele godine, suradnju britanskih i lokalnih udruga na području multimedijских platformi za edukaciju i razvoj i slično. Negativnu konotaciju subkulturni kapital u ovom slučaju može poprimiti ukoliko u perspektivu kulturne hegemonije stavimo tradiciju promatranog podneblja i istiskivanje vrijednosti karakterističnih za područje Štinjana, Pule ili Istre. No, s obzirom na ranije opisani urbani predznak i kulturološku raznolikost koju Pula u posljednjih nekoliko desetljeća nesumnjivo posjeduje, na festivale se može gledati s pozitivnim emocijama.

ZAKLJUČAK

Festivalski turizam kroz posljednje se desetljeće pokazao kao izrazito plodno tlo te jedan od najbrže rastućih selektivnih oblika turizma. Posebice se to odnosi na opću populaciju mladih, sociološki determiniranih pripadnika generacija Y i Z. Osim što glazbeni festivali urbanog subkulturnog izričaja lokalnoj zajednici donose ekonomski prosperitet, na primjeru britanskih festivala Outlook i Dimensions u Štinjanu te domaćem festivalu Seasplash analizirana je količina subkulturnog kapitala koji u širem angažmanu ostaje domicilnom stanovništvu, čak i nakon prestanka djelovanja. Jasno je kako manifestacije imaju izrazito upečatljiv učinak na emotivne i intelektualne perspektive sudionika. Neispravno je ustvrditi kako su svi mladi ljudi koji su odlučili posjetiti festivale nužno i pripadali tom subkulturnom stilu, međutim znatan broj ljudi koji se na njima okupljao iz godine u godinu nesumnjivo je sudjelovao u stvaranju jednog novog subkulturnog stila i urbanog kulturnog karaktera Pule. Subkulturni kapital koji je festivalizacija kulture producirala u Puli nikako nije jednoznačan ili homogen. Njegova se vrijednost očituje u načinu komunikacije, promjeni životne rutine, mentalitetu, načinu izražavanja, preradi zvuka, tjelesnoj reprodukciji glazbe, pokretima, ritualima, iskustvu, glazbenom ili modnom ukusu, obrazovanju, aspiracijama, preferencijama, potrebama i željama.

Iako vrlo snažan, subkulturni kapital je isto toliko i propustan te sklon promjenama. On može uključivati nekoliko subkulturnih podstilova i različite aktere koji će u nekom procesu postati toliko različiti da im pripisane karakteristike više neće odgovarati. Valja zaključiti i kako će repetitivni pritisak festivala na lokalnu kulturu neizbježno dovesti do kulturne hegemonije, istiskujući tradicionalne vrijednosti koje su do trenutka organizacije festivala na tom području postojale, a postavljajući popularnu, ekonomski i društveno utilitarnu kulturu festivala kao dominantnu. Shodno tome, potrebno je ozbiljno promišljati kulturne politike i strategije gradova te u skladu s identitetskom politikom organizirati turističke aktivnosti u destinaciji, a ne suprotno.

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Der Wagen, L., Carlos R., B, Event Management, Upravljanje događajima za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja, Mate d.o.o., Zagreb, 2008
2. Jadrešić V., Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada, Zagreb, 2010.
3. Krnić R., Perasović B., Sociologija i party scena, Naklada Ljevak, Zagreb, 2013.
4. Ninčević A., Stanić S., Privrženost gradu: Socioprostorne veze u urbanom kontekstu, Redak, Split, 2018.

Internetski izvori:

1. Glastonbury, <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/history/history-1970/> (8.9.2019.)
2. Woodstock 1969, <https://rockandrollglobe.com/tag/woodstock-1969/> (8.9.2019.)
3. Elementi kulture, <http://www.pametnaspica.hr/elementi-kulture/> (8.9.2019.)
4. Klubska scena, <https://www.klubskascena.hr/aktualno/fokus/u-srcima-partijanera-vjecno-je-zapisan-valkana-beach-festival-24022019> (8.9.2019.)
5. Media Mediterranea, <https://metamedia.hr/category/media-mediterranea/> (8.9.2019.)
6. Društveni centar Rojc, <http://rojcnet.pula.org/index.php/hr/dcrojco-nama> (8.9.2019.)
7. UKF, <https://ukf.com/words/the-history-of-outlook-festival/21705> (8.9.2019.)
8. Dimensions Festival, <https://dimensionsfestival.com/> (8.9.2019.)
9. Outlook Festival, <https://outlookfestival.com/> (8.9.2019.)

10. Festicket survey, <https://www.campaignlive.co.uk/article/festicket-finds-international-locations-appeal-uk-festival-goers/1231005> (8.9.2019.)
11. Glas Istre, <https://www.glasistre.hr/kolumna/dao-nam-bog-neke-druge-engleze-596063> (8.9.2019.)
12. Hostel Step, <http://hostelstep.com/HostelStep1-2018.pdf> (8.9.2019.)
13. Regional Express, <http://www.regionalexpress.hr/site/more/zavrshio-dimensions-policija-imala-pune-ruke-posla> (8.9.2019.)

POPIS ILUSTRACIJA

| | SLIKA | STRANICA |
|----|--|----------|
| 1. | Woodstock 1969. | 10 |
| 2. | Love Parade Berlin | 12 |
| 3. | Exit Festival 2019. | 13 |
| 4. | Oslikani hodnici Društvenog centra Rojc | 22 |
| 5. | Fort Punta Christo, Outlook Festival 2019. | 25 |
| 6. | Dimensions Festival 2016. | 27 |
| 7. | Seasplash Festival 2018. | 29 |

TABLICA

| | | |
|----|--|------|
| 1. | Obilježja i karakteristike turizma kroz 20. i 21. stoljeće | 5, 6 |
| 2. | Cjenik smještaja Hostela Step u Štinjanu | 32 |

SAŽETAK

Festivalski turizam, dominantno selektivan oblik turizma mladih ljudi, iz godine u godinu se širi sa cjelokupnom glazbenom scenom u Hrvatskoj te ponuda postaje sve kvalitetnija, diverzificiranija i sadržajnija, a za sobom privlači svjetsku medijsku pozornost i mnoštvo mladih turista. Osim ekonomske koristi, festivalski turizam Puli je donio i važan element kulture, subkulturni kapital. Subkulturni kapital predstavlja materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu pojedine subkulture, a kroz rad je opisana uloga subkulturnog kapitala u konstrukciji urbanog kulturnog identiteta i razvoja nezavisne kulturne scene na primjeru desetogodišnjeg održavanja britanskih glazbenih festivala na području Pule. Analiziran je utjecaj festivala kroz ekonomsku isplativost, ekološku održivost i demokratizaciju kulturne osnove društva. U radu je opisana povijest socio-kulturno angažiranih svjetskih glazbenih festivala, povijest alternativnih glazbenih festivala na području Pule i regije te povijest turističkih kretanja i manifestacija. Ključna pretpostavka odnosi se na propitivanje kulturne hegemonije dominantne festivalske subkulture, odnosno promišljanje kulturne politike Grada.

Ključne riječi: Festivalski turizam, Pula, Kulturni identitet, Subkulturni kapital, Kulturna hegemonija

SUMMARY

Festival tourism, predominantly selective form of tourism for young people is expanding year by year along with the entire music scene in Croatia. Its offer is increasing in quality, diversification and content attracting worldwide media attention and a multitude of young tourists. In addition to its economic benefits festival tourism in Pula has brought an important element of culture that is subcultural capital. Subcultural capital represents tangible and intangible cultural heritage of individual subcultures and this paper describes the significant role of subcultural capital in the construction of urban cultural identity and the development of an independent cultural scene as exemplified by the ten-year British music festivals held at the City of Pula. The impact of certain music festivals was analyzed through the economic viability, ecological sustainability and democratization of the cultural core of society. Author describes the history of socio-culturally engaged music festivals around the world followed by an in-depth look into the history of alternative music festivals in Pula and the region and the history of tourist movements and events. Key points of this paper refer to promotion of thinking behind potential cultural hegemony of the dominant festival subculture and rethinking current cultural policy of the City.

Key words: Festival tourism, Pula, Cultural identity, Subcultural capital, Cultural hegemony