

Razvoj turizma događaja u Puli kroz glazbene festivale

Vujnovac, Danijela

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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:137:610155>

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 ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

DANIJELA VUJNOVAC

**MOGUĆNOSTI RAZVOJA GLAZBENIH
DOGAĐAJA U GRADU PULI**

Diplomski rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

DANIJELA VUJNOVAC

**MOGUĆNOSTI RAZVOJA GLAZBENIH
FESTIVALA U GRADU PULI**

Diplomski rad

JMBAG: 0303036283, redoviti student

Studijski smjer: turizam i razvoj

Predmet: turizam događaja

Znanstveno područje: društvene znanosti

Znanstveno polje: sociologija

Znanstvena grana: sociologija turizma

Mentor: izvr. prof. dr. sc. Mauro Dujmović

Pula, rujan 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Danijela Vujnovac, kandidat za magistra ekonomije/poslovne ekonomije ovom izjavom potvrđujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mog 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 ni jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz nekog necitiranog rada, te da ni jedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za neki drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, rujan, 2021. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Danijela Vujnovac, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile

u Puli kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Mogućnosti razvoja glazbenih događaja u Gradu Puli 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 sa Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenog, slobodnog pristupa znanstvenim informacijama.

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

U Puli, _____ (datum)

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. TURIZAM DOGAĐAJA.....	3
2.1. Pojmovno određenje turizma događaja	3
2.2. Klasifikacija turizma događaja	7
2.3. Glazbeni događaji kao segment razvoja turizma događaja	11
3. SOCIO – KULTURNI ASPEKTI TURIZMA DOGAĐAJA	14
3.1. Utjecaj turizma događaja na razvoj destinacije	14
3.2. Utjecaj na lokalno stanovništvo.....	15
3.3. Pozitivni i negativni učinci turizma događanja	16
4. POVIJEST GLAZBENIH DOGAĐAJA U GRADU PULI.....	17
2.1 Povijest glazbenih događaja u Puli do 1943 godine	17
2.2. Povijest glazbenih događaja u razdoblju od 1943 godine do 2013.godine	19
2.2.1. Razdoblje prije pripajanja Jugoslaviji.....	19
2.2.2. Povijest glazbe nakon pripajanja Istre Jugoslaviji.....	19
2.2.3. Novija povijest Pulskih glazbenih događaja	24
2.3. Razvoj glazbenih događaja od 2013.godine do 2019.godine.	28
2.3.1 Outlook festival.....	28
2.3.2. Dimensions festival	31
2.3.3 Seasplash Festival Festival.....	32
5. MOGUĆNOST RAZVOJA GLAZBENIH DOGAĐAJA NAKON 2019.GODINE.....	35
5.1. Glazbeni trendovi u turističkoj ponudi	38
5.2. Redefiniranje ponude osnivanjem udruge „Kairos“	42
5.3. Studij slučaja: Tolmin (SLO).....	43
6. ISPITIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O ORGANIZACIJI GLAZBENIH DOGAĐANJA U GRADU PULI.....	46
6.1. Glazbeni događaji-ispitivanje stavova lokalnog stanovništva.....	46

6.2. SWOT analiza razvoja glazbenih događaja u Puli.....	51
7.ZAKLJUČAK	53
SAŽETAK.....	55
SUMMARY	56
POPIS LITERATURE.....	57
POPIS ILUSTRACIJA	60
Slike.....	60
Tablice:	60
Grafovi	60
POPIS PRILOGA.....	60

1. UVOD

Svjetski turizam posljednjih nekoliko godina u svome razvoju sve više je orijentiran prema selektivnim oblicima turizma, od kojih je kulturni turizam najznačajniji. Danas turisti traže različite kulture i stilove života. Turizam događaja jedan je od najbrže rastućih sektora turističkog sektora svake zemlje. U ovoj domeni turizma raste interes za posebne događaje koji može pružiti isplative aktivnosti u zajednici. Događaji su jedinstven oblik turističke atrakcije i važan su motivator u turizmu. Programiranje događaja u turističkim destinacijama obično pretpostavlja dva cilja: povećati broj posjetitelja u razdoblju kada se događaji održavaju te povećati izloženost regije publicitetu i izvještavanju medija. Turizam događaja može pozitivno pridonijeti lokalnom razvoju, ali ne i automatski osigurati lokalni gospodarski razvoj.

U odnosu na rast broja turista u svijetu rastu i očekivanja turista i potrebe za specifičnim iskustvima i događajima. Događaji nisu samo jedan od najvažnijih dijelova turizma, nego su i neodvojiv dio ljudskog društva. Oni su globalni fenomen koji dobiva sve veću važnost kroz turizam događaja. U svijetu postoji niz različitih vrsta događaja, a svake godine ih je sve više. U tim okolnostima ključna je uloga uspjeha određenog događaja u pravilnom strateškom planiranju destinacije.

U Istarskoj županiji turizam događaja počeo je dobivati na važnosti krajem 20. stoljeća, kada su prepoznate potrebe ovog dijela kulturnog turizma i potencijali koji mogu zadovoljiti interese publike. Brojne kulturne manifestacije, glazbeni događaji u Istri, koncerti u Areni, glazbeni festivali i slična događanja učinila su Istarsku županiju atraktivnom event destinacijom. Tako su se u Istri najviše istaknuli koncerti brojnih poznatih svjetskih i domaćih estradnih zvijezda u Areni, ali i organizacija festivala Dimensions i Outlook, koji su poprimili međunarodnu atraktivnost, privlačeći tako u Istru, za vrijeme održavanja, brojne inozemne turiste iz Europe i svijeta, željne zabave i provoda.

Cilj ovog diplomskog rada je prikazati turizam događaja i njegov razvoj u kontekstu postojanja i održavanja u gradu Puli, s naglaskom na glazbene festivale s usporednom analizom primjera grada Tolmina u Sloveniji te putem empirijskog

istraživanja prikazati stavove lokalnog stanovništva Istarske županije o organizaciji turizma događaja. Svrha rada jest ukazati na važnost implementacije turizma događaja u gradu Puli kao važnog razvojnog segmenta kulturnog turizma, sukladno rastućoj potražnji za turizmom događaja u Istri, ali i pozicioniranju Istre kao destinacije za organizaciju događaja u regiji i Europi. Rad želi potvrditi postavljenu hipotezu da Grad Pula ima mogućnosti za razvojem glazbene ponude u turističke svrhe. Temeljem istraživanja prošlosti i sadašnjosti rad će pokušati dokazati da postoji potreba za razvojem glazbenog turizma.

Struktura rada sačinjena je od sedam sastavnih dijelova. U uvodu je dana uvodna misao, cilj i svrha istraživanja, struktura rada te znanstvene metode. U drugom dijelu opisane su pojmovne odrednice turizma događaja njegovom klasifikacijom te prikazom glazbenih događaja kao važnog razvojnog segmenta turizma događaja. U trećem dijelu prikazani su sociokulturni aspekti turizma događaja, gdje je opisan utjecaj turizma događaja na razvoj destinacije i lokalnog stanovništva te pozitivni i negativni aspekti turizma događaja. U četvrtom poglavlju prikazan je razvoj glazbenih događaja u Istarskoj županiji s naglaskom na glazbene festivale Outlook i Dimensions, njihov utjecaj na lokalno stanovništvo te prikaz jaza između prijašnjih glazbenih događaja i događaja aktualne generacije. U petom dijelu opisane su mogućnosti razvoja glazbenih događanja nakon 2019. godine, s posebnim nalaskom na aktivaciju udruge Kairos i prikaz organizacije događanja po uzoru na događaje prije 2013. godine, kao i privlačenje posjetitelja koji preferiraju specifične glazbene žanrove. Opisuje glazbene događaje u gradu Tolminu u Sloveniji i organizaciju festivala Metaldays, kao i statističke pokazatelje o posjećenosti grada prije održavanja festivala. U sedmom dijelu provedeno je empirijsko istraživanje o ispitivanju stavova lokalnog stanovništva grada Pule o organizaciji glazbenih događaja. U zaključku su iskazane završne misli autorice o istraženju problematici u cijelome radu.

U ovome diplomskom radu primijenjene su sljedeće znanstvene metode istraživanja: metoda deskripcije, metoda komparacije, povijesna metoda, metoda ukazivanja na prednosti i nedostatke, metode analize i sinteze te metode indukcije i dedukcije.

2. TURIZAM DOGAĐAJA

Događaji predstavljaju niz jedinstvenih projekata. Značajna priroda nekih kritičnih resursa, kao što su posebne vještine u turizmu događaja, znači da se moraju uzeti u obzir procesi planiranja događanja, a najvažniji prioritet je dovršiti projekt u zadanom vremenu, na zadani datum i sat. Bowdin i Allen (2002.) definiraju tako projekt kao aktivnost sa specifičnim ciljem koji zauzima određeno vrijeme. U tom smislu događaj je projekt, budući da je to ograničena aktivnost u smislu trajanja vremena i u korištenju resursa. Stoga je važno planirati događaj temeljito i rasporediti sve aktivnosti tako da u cjelini čine događaj. Događaji su atraktivan segment razvoja turizma i turistička potražnja za njima sve više raste. U ovom poglavlju govorit će se o pojmovnom određenju turizma događaja, njegovoj klasifikaciji te prikazu glazbenih događaja kao segmenta razvoja turizma.

2.1. Pojmovno određenje turizma događaja

Turizam događaja je studijsko područje i globalno značajan sektor gospodarstva. Može se definirati i proučiti pozivanjem na njegovu stranu turističke ponude koju determinira specifičnost sadržaja događanja (Getz 2012.). Turizam događaja na razini destinacije predstavlja niz razvojnih i marketinških planiranih događaja kao turističkih atrakcija, katalizatora, animatora, kreatora slika i marketinških stručnjaka. Ovaj proces uključuje nadmetanje, omogućavanje i kreiranje događaja te upravljanje portfeljima događaja kao odredišne imovine.

Za pojedinačne događaje, turizam događaja znači zauzimanje marketinške orijentacije za privlačenje turista, ponekad kao dodatni segment, a ponekad kao osnovna djelatnost. Kada su turisti osnovna djelatnost, stvaraju se „odredišni događaji“ (Getz, 2012.). Sa strane potražnje, turizam događaja odnosi se na sklonost turista putovanjima iz razloga da prisustvuju događajima, kako od strane turista posvećenih događajima koji su motivirani za putovanja radi određenih događaja, tako i od strane turista koji posjećuju događaje izvan kuće tj. stalnog mjesta boravka.

Organizacija događaja dinamičan je i brzorastući sektor s očitom sinergijom s turizmom. Kad su događaji dobro organizirani, imaju mogućnost doprinijeti profitu lokalnog stanovništva, osigurati medijsku izloženost, potaknuti razvoj i potaknuti nadogradnju infrastrukture koja uključuje nastanak novih partnerstava.

Ponuda značajnih događaja u gradu, regiji ili državi stoga predstavlja jedinstvenu priliku za preispitivanje ili promjenu destinacije gdje turisti žele posjetiti određeno mjesto zbog nekog događaja od turističkog značaja. Upravo iz tog razloga mnoge zemlje na uspješni turizam događaja gledaju kao na sredstvo rasta, a turistička tijela izdvajaju sredstva za privlačenje i podršku važnim događajima kao dio šire strategije.

Četiri glavne skupine događaja koje pokreću međunarodni turizam velikih razmjera su (Magnetic Storm, 2018.):

- ✚ Događaji u tržišnim nišama koji su blisko povezani s destinacijom domaćina, poput umjetnosti, hrane i pića i sporta.
- ✚ Sportski događaji, poput svjetski poznate atrakcije Ironmen. Takvi destinacijski događaji privlače tisuće natjecatelja izvan zemlje domaćina, od kojih većina dovodi sa sobom više ljudi (supružnike, prijatelje, obitelj) te često njihov boravak povezan s događajima produže na odmor.
- ✚ Neka društva imaju određenu međunarodnu prepoznatljivost „mora se vidjeti“ i uključuju događaje kao što su South by South West (SXSW) u Austinu u Teksasu, Sonar festival u Barceloni, White Nights u Melbourneu ili Edinburgh Fringe Festival i Hogmanay u Škotskoj.
- ✚ Međunarodni sportski događaji ne samo da okupljaju velik broj sudionika i gledatelja, već i postižu medijsku pokrivenost diljem svijeta koja igra značajnu ulogu u podizanju profila destinacije.

Događaji su važan motivator turizma te zauzimaju istaknuto mjesto u razvojnim i marketinškim planovima većine odredišta. Uloge i učinci planiranih događaja u turizmu dobro su dokumentirani i postaju ključni čimbenik za konkurentnost destinacije. Ipak, tek prije nekoliko desetljeća turizam događaja ustalio se i u turističkoj industriji, također i u istraživačkoj zajednici. Štoviše, značaj planiranja događaja tek je zadnjih godina dobio veću pozornost struke.

Jednako tako, 'upravljanje događajima' brzo je rastuće profesionalno područje u kojem turisti predstavljaju potencijalno tržište za planirane događaje te je turistička industrija postala vitalni dionik u njihovom uspjehu i atraktivnosti (Rogers i Davidson, 2002.). Međutim, ne moraju svi događaji biti orijentirani na turizam te neki dionici strahuju da mogu nastati potencijalni negativni utjecaji povezani s usvajanjem marketinške orijentacije. Također, događaji imaju i druge važne uloge, od izgradnje zajednice do urbane obnove, kulturnog razvoja do njegovanja nacionalnih identiteta, gdje turizam nije jedini partner ili zagovornik razvoja događanja, ali je njegov važan segment.

Slika 1. Tipologija planiranih događaja u turizmu



Izvor: izrada autorice prema Getz, D. (2007): Event tourism: Definition, evolution, and research, Tourism Management, Vol. 29, No. 5, str. 404

Podrška vladajućih institucija na svim razinama sastavni je dio proširenjaturizma događaja. Odgovornost za napredovanje u turističkim naporima varira od destinacije do destinacije. U kontekstu manjih odredišta, poput gradova i regija, uključivanje može biti ograničeno na lokalna tijela za promicanje turizma, poput lokalnevlasti i lokalnih gospodarskih komora te turističkih zajednica. Prednosti, slabosti, analiza mogućnosti i prijetnji (SWOT) koristan je način procjene situacija s kojom se destinacija suočava u svojim nastojanjima da razvije turizam događaja (Qirici, 2011.).Ulogu turizma događaja potrebno je razviti u destinaciji gdje će razvoj turizma varirati

ovisno o ukupnoj turističkoj strategiji koja se provodi. To je važan razvoj strategije turizma događaja. U općenitom smislu strateške opcije dostupne gradu, državi, regiji ili događaju u zemlji odnose se na razvoj postojećih događaja, nadmetanje za privlačenje takvih događaja i stvaranje novih događaja. Te tri široke strateške opcije međusobno se ne isključuju. Na primjer, tijela nadležna za turizam događaja u bilo kojoj destinaciji mogu koristiti splet strategija koje uključuju dvije ili sve tri od ovih opcija za postizanje turističkih ciljeva događaja. Koja god strategija bila odabrana, ona mora odražavati uvide dobivene iz nastale situacijske analize.

Planirani događaji su prostorno-vremenska pojava, a svaki od njih jedinstven je zbog interakcije među ljudima, destinacijama i sustavu upravljanja - uključujući elemente dizajna i program. Velik dio privlačnosti događaja jest da nikad nisu jednaki, posjetitelji moraju biti tamo i potpuno uživati u jedinstvenom doživljaju.





Svi planirani događaji u nekoj destinaciji organiziraju se s određenom svrhom te su u suvremenom turizmu područje individualnih i društvenih inicijativa koje su uvelike postale područje profesionalaca i poduzetnika. Razlozi su očiti: događaji su važni jer zadovoljavaju brojne strateške ciljeve koji su često previše riskantni da bi se prepustili amaterima. Upravljanje događajima je primijenjeno područje studija i područje stručne prakse koja je posvećena projektiranju, proizvodnji i upravljanju planiranja događaja, koji obuhvaćaju festivale i druge proslave, zabavu, rekreaciju, politička i državna, znanstvena, sportska i umjetnička događanja, one iz domene poslovanja i korporativnih poslova (uključujući sastanke, konvencije, sajmove i izložbe) te one u privatnoj domeni (uključujući obrede prijelaza, poput vjenčanja i zabava, i društveni događaji za grupe sličnih interesa).

2.2. Klasifikacija turizma događaja

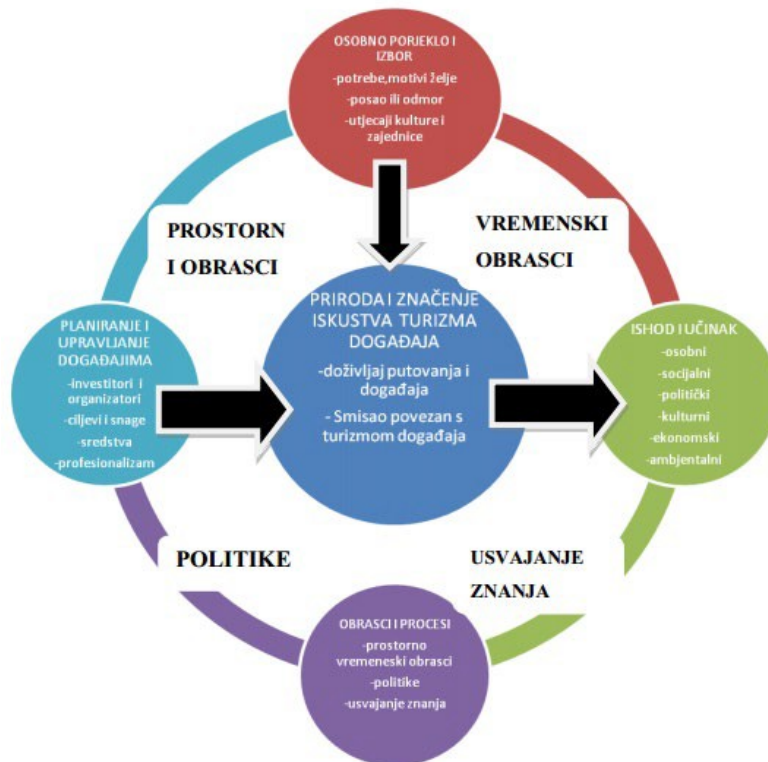
Postoji mnogo različitih načina kategoriziranja ili grupiranja događaja, uključujući iste prema veličini, obliku i sadržaju. Događaji se karakteriziraju prema svojim veličinama i razmjeru. Uobičajene kategorije su veliki događaji, mega događaji, događaji karakteristični za lokalnu zajednicu, iako definicije nisu detaljno specificirale podjelu.

Lokalni ili događaji zajednice prisutni su određenim regijama koje su se pozicionirale na turističkim tržištima kao poznate po odvijanju određenih događaja. Većina zajednica usmjerene su na organizaciju festivala i događaja koji su uglavnom usmjereni na lokalnu publiku i manifestacije koje se održavaju prvenstveno zbog svoje društvene, kulturne i zabavne vrijednosti. Ovi događaji često znaju proizvesti niz prednosti, uključujući izazivanje ponosa u zajednici, jačanje osjećaja pripadnosti i stvaranje osjećaja mjesta.

Getz, 2007. dijeli turizam događaja na :

-  Poslovne događaje u turizmu
-  Sportske događaje u turizmu
-  Festivale i slične manifestacije
-  Olimpijade, svjetske sajmove i druge mega događaje

Slika 2. Upravljanje različitim vrstama događaja u turizmu



Izvor: Magaš, D. (2016): Menadžment turističke destinacije – skripta, dostupno na

www.vus.hr/Nastavni%20materijali/Men.%20tur.%20destinacija/Menadzment_turisticke_destinacije_s_kripta.pdf, pristupljeno 04.09.2021.

Interes za turističku vrijednost poslovnih događaja, uključujući sastanke, konvencije i izložbe (i trgovačke i potrošačke dionike) bio je toliko intenzivan da gotovo svi veći gradovi sada posjeduju impresivne konvencije i izložbene objekte, zajedno s agencijama posvećenim prodaji prostora za takve događaje. Prva konvencija različitih organizacija u SAD – u osnovana je 1896. godine, a 1914. je osnovano Međunarodno okruženje Kongresnih ureda u SAD - u (Spiller, 2002.). Određujući element u turizmu poslovnih događaja dominacija je vanjskih motivatora u objašnjavanju putovanja – to je potrebno za poslovanje, napredovanje u karijeri ili zato što to zahtijeva nečiji posao. S druge strane, poslovni događaji i putovanja radi razonode miješaju se pa je nastao fenomen mješovitog motiva koji ukazuje na potrebu za generičkim teorijama turizma događaja.

Poslovni događaji obuhvaćaju sve javne ili privatne aktivnosti koje se sastoje od najmanje 15 osoba sa zajedničkim interesom ili zanimanjem, održavaju se na određenom mjestu ili mjestima, a domaćin im je organizacija (ili organizacije). To može uključivati (ali ne ograničavajući se na) (Deery, 2005.): konferencije, konvencije, simpozije, kongrese, poticajne grupne događaje, marketinške događaje, posebne proslave, seminare, tečajeve, javne ili trgovačke sajmove, predstavljanje proizvoda, izložbe, opće sastanke poduzeća, korporativna povlačenja, studije obilaske ili programe obuke.

Potražnju za poslovnim događajem uglavnom pokreću organizacije koje ga odabiru kao forum za prenošenje poruka, obrazovanje ili obuku, promociju proizvoda, nagradu ili slavlje, suradnju na pitanjima i rješenjima ili generiranje resursa. Poslovni događaji općenito se sastoje od sastanaka, poticaja, konvencija i izložbi.

Sastanci uključuju (Deery, 2005.):

- okupljanja izvan mjesta na komercijalnom mjestu
- više od 15 osoba
- sa zajedničkom svrhom.

Poticaji se odnose na programe koje pohađaju „uspješni učenici“ kako bi prepoznali dodatno motivirali sudionike za njihov rad u organizaciji. Poticaji se također koriste za uvođenje novih proizvoda i usluga ključnim sudionicima.

Konvencije, također nazivane konferencijama, veliki su skup sudionika, često nekoliko tisuća, s mnogo međunarodnih posjetitelja. Većina konvencija sadržava i neki oblik izložbe.

Izložbe predstavljaju izložbene događaje koji okupljaju dobavljače radi predstavljanja svojih proizvoda i usluga u trgovačke i javne svrhe.

Sportski turizam predstavlja veliki skup događaja u turizmu. Svima je poznato da sportski turizam uključuje sportske aktivnosti, ali postoji mnogo više od sportske igre uključene u globalnu industriju s više milijuna dolara. Sportski turizam je čin putovanja s jednog mjesta na drugo s namjerom da se na neki način uključi u sportsku aktivnost ili događaj (Deery, 2005.). Mnogi vjeruju da se sportski turizam odnosi samo na

gledanje sportskog događaja. Međutim, to nije točno. Sportska industrija mnogo je više od toga.

Sportski turizam obuhvaća putovanja u vlastite sportske svrhe, poput obuke učitelja joge, natjecanja u badmintonu ili učenja surfanja. Sportski turizam uključuje posjećivanje sportskih događaja poput utrke Formule 1 ili nogometne utakmice Premiership-a. Sportski turizam uključuje nostalgичne posjete mjestima od povijesne važnosti, poput olimpijskog stadiona u Barceloni ili razgledavanje uspomena vezanih za omiljenog sportskog heroja, poput muzeja na nogometnom stadionu Maracana u Rio de Janeiru. Poznati sportski događaji u turizmu su Olimpijske igre, teniska natjecanja na Wimbledonu, Svjetsko nogometno prvenstvo itd.

Kulturne proslave, uključujući festivale, karnevale, vjerske događaje te umjetnost i zabavu općenito (uglavnom koncerti i kazališne predstave) često su uključeni u literaturu o kulturnom turizmu. Festivali su osobito naglašeni u kontekstu razvoja marketinga destinacije, urbanog razvoja, turizma i drugih nedavno naglašenih društvenih promjena. Festival je događaj koji zajednica obično slavi i usredotočuje se na neki karakteristični aspekt te zajednice i njezine religije ili kulture. Često se obilježava kad i lokalni ili državni praznik, vjerski praznik i sl.

Festival predstavlja tipične slučajeve globalizacije, kao i međudnos visoke kulture i niske kulture. Uz religiju i folklor, značajno je i podrijetlo sa ruralnih područja. Hrana je ključni vitalni resurs stoga su mnogi festivali povezani s vremenom berbe. Vjersko obilježavanje i zahvalnost na dobrim berbama miješaju se u događajima koji se održavaju u jesen, poput Noći vještica na sjevernoj hemisferi i Uskrsa na južnoj.

Festivali često služe za ispunjenje posebnih zajedničkih svrha, osobito u pogledu obilježavanja sjećanja ili zahvale bogovima, božicama ili svecima: nazivaju se patronalni festivali. Oni također mogu pružiti zabavu, što je lokalnim zajednicama bilo osobito važno prije pojave masovne zabave. Festivali koji se fokusiraju na kulturne ili etničke teme također nastoje informirati članove zajednice o njihovoj tradiciji; uključivanje starijih koji razmjenjuju priče i iskustvo pruža sredstvo za jedinstvo među obiteljima (Deery, 2005.).

U staroj Grčkoj i Rimu festivali poput Saturnalije bili su blisko povezani s društvenom organizacijom i političkim procesima, kao i religijom. U moderno doba

festivalima mogu prisustvovati stranci poput turista koje privlače neki od ekscentričnih ili povijesnih festivala.

Filipini su jedan primjer modernog društva s mnogo festivala (slavlja) zato što svaki dan u godini ima barem jednu specifičnu proslavu. U zemlji postoji više od 42.000 poznatih velikih i manjih festivala, od kojih je većina specifična za župnu (rimokatolička župa/crkva) ili barangay (selo) razinu (Deery, 2005.) Međutim, pokojni filipinski nacionalistički književnik dr. José Rizal žestoko je kritizirao takve proslave zbog ekstravagancije, idolopoklonstva, rasipanja javnih sredstava, pokvarenih korupcijom i neosjetljivosti na siromaštvo. Festivali su stoga vrlo značajni za razvoj turizma događanja ali i za razvoj lokalne kulture.

Olimpijade, svjetski sajmovi i mega događaji označavaju planetarno popularne događaje za koje je čuo i prati ih cijeli svijet. Ovi događaji se odvijaju periodično u točno određeno doba godine, karakteristični su po svojoj organizaciji i ponudi, a privlače turiste iz svih svjetskih destinacija jer su aktivnosti koje se na njima odvijaju od svjetskog interesa i značaja.

2.3. Glazbeni događaji kao segment razvoja turizma događaja

Glazbeni događaj u turizmu čin je posjeta gradu ili mjestu, razgledavanje glazbenog festivala ili drugih glazbenih izvedbi. Ova vrsta turizma osobito je važna za mala sela, kao i za velike gradove. Poprilično novi fenomen glazbenih događaja suvremeni je primjer koji potiče glazbeni turizam. Glazbene festivale godišnje posjeti veliki broj turista.

Glazbeni događaji postali su veoma aktualni za razvoj turizma događaja. S ubrzanjem globalizacije posljednjih desetljeća, turizam i industrija putovanja doživjeli su veliku ekspanziju. Pojavom povoljnih zračnih prijevoznika i jeftinih avionskih karata, putovanja su prestala biti isključiva privilegija povlaštenih te su postala pristupačna mnogo širim slojevima društva. S godinama se javljaju i različite vrste turizma, poput gastro turizma, mračnog turizma i sportskog turizma. Međutim, trend koji sve više privlači pažnju turista glazbeni su događaji.

Glazbeni događaji u turističke svrhe postoje već dugo vremena. Ljudi su posjećivali Bayreuth zbog Wagnera, Salzburg zbog Mozarta i Sydney zbog opere. U odnosu na mnogo novije umjetnike, bezbroj ljudi putuje u London kako bi posjetili Abbey Road i napravili kultnu fotografiju na prijelazu zebre Beatlesa (Rogers i Davidson, 2002.). Ti događaji mogu se promatrati kao glazbeni turizam gdje „ljudi putuju, u određenom dijelu, zbog glazbe i njenog značaja za kulturu, ekonomiju i identitet“ (Rogers i Davidson, 2002.).

Glazbeni festivali i njihovo podrijetlo važni su za razumijevanje ovog fenomenau današnjem svijetu. Razvoj festivala i njihov utjecaj na kulturu i njihov okolni prostor poznat kao "festivalizacija" nije nova pojava (Carlsen i Taylor, 2003.).

Glazbeni turizam unosna je industrija za mnoge regije svijeta, a odnosi se na ljude koji putuju u novo područje kako bi prisustvovali glazbenom događaju, koncertu ili čak većem festivalu. Kada ljudi putuju na neki udaljen festival, velika je vjerojatnost da će doprinijeti lokalnoj zaradi u mjestu gdje se festival nalazi. Na primjer, možda će biti potrebno kupiti benzin za automobil, izvršiti rezervaciju u hotelskoj sobi ili kupiti hranu za jelo u lokalnim restoranima (Zaleska, 2019.). Iz ovih i drugih razloga, mnoga područja sada prepoznaju vrijednost glazbenog turizma.

Glazbeni sastavi jedan su od najčešćih izvora lokalne zarade. Lokalni ljudi često će izlaziti i trošiti novac na koncert ako jedan ili više njihovih omiljenih sastava dođe u grad. Ljudi koji su posebno predani obožavatelji ponekad prate glazbene sastave po cijeloj zemlji ili će putovati u bilo koje drugo mjesto kako bi vidjeli svoj omiljeni glazbeni sastav. Sve to je uzrok koji potpomaže zaradi destinacije gdje se održava koncert, te on može biti veliki izvor prihoda (Bowdin i Allen, 2006.). Ako ljudi posebno uživaju u vremenu provedenom na nekom području, mogu se kasnije vratiti u posjet, čak i ako se koncert ne održava.

Glazbeni festivali još su jedan veliki aspekt turizma događaja. To je još i bolje za lokalno gospodarstvo, često zato što se događaj odvija nekoliko dana ili barem cijeli vikend. Osim toga, glazbeni festivali obično uključuju više od jednog glazbenog sastava te se time povećava broj posjetitelja festivala. (Miller, 2021.). Neki gradovi ili regije odlučuju iskoristiti dodatne ljude u gradu za rad na glazbenom festivalu, a istovremeno održavaju i neka druga događanja poput festivala hrane, što pridonosi

dodatnom profitu. Također, neki gradovi su specifični po nekom određenom glazbenom stilu, što dodatno privlači posjetioce.

3. SOCIO – KULTURNI ASPEKTI TURIZMA DOGAĐAJA

Turizam događaja razvija se u kontekstu njegovih socio-kulturnih aspekata. Ova vrsta turizma značajno utječe na destinaciju u kojoj se odvija, lokalno stanovništvo, ali donosi niz prednosti i nedostataka koji doprinose prednostima i ograničenjima razvoja turizma događaja. Stoga će ovo poglavlje govoriti o navedenim elementima turizma događaja.

3.1. Utjecaj turizma događaja na razvoj destinacije

Za mnoge destinacije događaji predstavljaju dodatnu pozornost javnosti kroz opsežnu medijsku pokrivenost. Tako događaji u destinaciji potiču društvene i kulturne učinke koje doprinose razvoju imidža destinacije. Događaji imaju vrlo važnu društvenu ulogu; koriste kako turistima tako i lokalnom stanovništvu jer kreiraju jedinstveno iskustvo. Kad se promatraju sve prednosti događaja, tu postaje očito da destinacije imaju velike koristi od organizacije događaja.

Utjecaj turizma događaja na razvoj destinacije je značajan. Upravo su neke destinacije u svijetu poznate baš po određenim događajima koji se u njima zbivaju i čest su motivator i razlog posjete turista toj destinaciji baš u vrijeme odvijanja događaja. Primjerice odvijanje Olimpijskih igara, karnevala u Veneciji i Rio de Janeiru, borbe bikova u Španjolskoj i slično. Temeljni su i poticajni motivi za putovanje baš u tu destinaciju jer nude specifične događaje koji se događaju samo tamo i nigdje drugdje. Osim toga, određeni događaji donose brojne koristi destinaciji u kojoj se odvijaju, kroz povećanje statističkih pokazatelja turističkog prometa, ali i generiranje većih turističkih prihoda u destinaciji za vrijeme odvijanja tog događaja. Međutim koristi od organizacije događaja nisu samo ekonomske, događaji značajno utječu na lokalnu kulturu i razvoj društva.

3.2. Utjecaj na lokalno stanovništvo

Turizam događaja ima velike utjecaje na lokalno stanovništvo, a takvi se utjecaji mogu klasificirati kao pozitivni i negativni. Lokalno stanovništvo često ima pozitivan ili negativan stav prema odvijanju i razvoju turizma u određenom mjestu, te događaji koji se održavaju imaju podršku stanovništva ili osudu u odnosu na njegovo odvijanje.

Turisti koji dođu u destinaciju zbog nekog događaja često su skloni većoj potrošnji u destinaciji. Oni tako da bi došli vidjeti određeni događaj, moraju odabrati smještaj, potrošiti na svoju prehranu i ostale aktivnosti, što generira određeni prihod lokalnom stanovništvu, posebice ako se isto bavi najmom privatnog smještaja u turističke svrhe ili ponudom ugostiteljskih sadržaja za turiste koji dođu na određeni događaj.

Lokalno stanovništvo često podržava održavanje događaja u njihovom mjestu jer su ti događaji sa kulturološkog aspekta odraz njihove tradicije i baštine, a sam događaj u službi je promocije mjesta, čime lokalno stanovništvo postaje izrazito ponosno. Lokalni stanovnici svjesni su značaja određenog događaja u njihovu mjestu ili gradu koji može biti od regionalnog ili nacionalnog značaja, pa odvijanje takvog događaja unaprijed doživljava podršku lokalnog stanovništva jer pridonosi važnosti i konkurentnosti takve destinacije.

S druge strane, odvijanje događaja u turističke svrhe često privlači veliki broj turista, uzrokujući prenapučenost mjesta u vrijeme odvijanja događaja. Također postoji mogućnost nastanka gužve, buke, zakrčenosti prometa što dovodi do nezadovoljstva lokalnog stanovništva. Usporedbom pozitivnih i negativnih utjecaja turizma događaja na lokalno stanovništvo, može se reći kako je važno da sami organizatori događaja u destinaciji moraju pronaći najbolji način da bi organizirali događaj u smislu minimalizacije svih njegovih negativnih učinaka na lokalno stanovništvo te postizanje maksimalne koristi od organizacije događaja za financijski i turistički razvoj destinacije u kojoj se događaj odvija.

3.3. Pozitivni i negativni učinci turizma događaja

Uvijek postoji mnogo utjecaja događaja na destinaciju i ti su utjecaji obično i pozitivni i negativni. No, odgovornost je organizatora događaja kako bi identifikacijom pokušali zadržati pozitivan utjecaj većim od negativnog te oni moraju unaprijed predvidjeti te utjecaje, a zatim pokušati upravljati njima kako bi se došlo do najboljeg rezultata za sve uključene strane što zauzvrat daje ukupne pozitivne učinke. Jedan od načina za postizanje ovog cilja je razviti sve predviđene pozitivne učinke i suzbiti potencijalne negativne utjecaje. Jedan od načina da se optimizira održavanje događaja u destinaciji pravilno je planiranje koje uključuje svijest i potrebu da se poduzmu intervencije.

Događaji često privlače posjetitelje ili strance u zajednicu domaćina ili „društvo“, a zatim postoji mogućnost da se na lokalnu zajednicu utječe promjenom njegove kulture (Cook i sur. 2010.) Turizam koji uključuje događaje može biti izvor sukoba između domaćina, zajednice i posjetitelja u destinacijama gdje to može dovesti do stvarnog negativnog utjecaja na razvoj destinacije.

Turizam događaja snažno može utjecati društveno-kulturnim aspektima na zajednicu domaćina u smislu jačanja regionalnih vrijednosti ili tradicija. Unatoč činjenici da nastanak interakcije između gosta i domaćina poboljšava zajedničko sudjelovanje na festivalima i događajima, to može biti i razlog da je neka destinacija opterećena turizmom događaja (Getz, 2007). Svaki događaj koji se održava u zajednici obično ima izravnu društvenu vezu sa destinacijom i stanovništvom te tako stvara dojmove koje različiti stanovnici različito doživljavaju

4. POVIJEST GLAZBENIH DOGAĐAJA U GRADU PULI

Grad Pula slovi za grad koji je kroz povijest cijenio glazbenu kulturu. Kao prostor koji je stoljećima bio meta raznih gospodarskih, političkih i socijalnih kriza. Istraživanja su pokazala da je za razumijevanje događaja i razvoj glazbe važno poznavati političku scenu grada. Stoga se u daljnjem radu promatrana razdoblja dijele prema ključnim političkim događajima. Pojedini politički režimi imali su veliki utjecaj na razvoj glazbe te su brojni događaji doveli do kontroverznih društvenih situacija.

2.1 Povijest glazbenih događaja u Puli do 1943 godine

Do 1926. godine Pulska glazbena scena kao i sama Pula nalazila se u procesu pripajanja Italiji. Tijekom pripajanja urednici raznih novina poput L' Azione zamijenjeni su predstavnicima fašističkog pokreta stoga nema mnogo zapisa o aktivnostima hrvatske glazbene scene. Međutim iako nisu postojali zapisi i publikacije o događajima tijekom talijanske vladavine autorica Lada Duraković navodi: „ U takvim prilikama ne začuđuje nedostatak informacija o kulturnoj aktivnosti istarskih Hrvata. Kulturne institucije u kojima su se oni sastajali i gdje su se održavale različite promocije i koncerti zatvorene su ili spaljene, a i ono što je uspjelo izmaknuti kontroli vlasti, odnosno zabrani, sustavno je prešućivano“ (2003. str.24). Stoga su događaji koji su se održavali bili definirani talijanskim kulturnim obilježjima. Takvih događaja nije bilo malo. Često su se održavale razne predstave, plesne priredbe, zabavne manifestacije. Većina događaja odvijala se u kazalištu „Ciscutti“ koji je bio žarište kulturnih događanja u Puli. Nakon Prvog svjetskog rata Puljani su samostalno osnivali glazbena udruženja vezana za klasičnu glazbu, orkestre i sl. Događaji su pretežno bili posjećeni od strane lokalnog stanovništva.

U razdoblju od 1926.godine do 1929.godine preostali pulski glazbenici pod pritiskom fašističkog režima otišli su iz Pule. Grad u kojem se većina smjestila je Zagreb te se tamo organiziraju udruge istarskih glazbenika. Događaji koji su obilježili to razdoblje su talijanske i francuske opere, te rjeđe solistički koncerti. Zbog toga što su nailazili na razne financijske probleme organizatori opera i koncerata pretežito su organizirali manje događaje čija su ciljana skupina bili pulski intelektualci i političari. Godine

1927., 1928. i 1929. glazbeno su značajne zbog toga što se u tim godinama održavaju brojna gostovanja raznih opernih kuća, solista, orkestra i sl. glazbena događanja doživljavaju „procvat“. Tijekom tridesetih godina organiziraju se razni muški zborovi, kvarteti te puhački orkestar. Ograničavajući čimbenik za osnivanje glazbenih udruženja i organizaciju događaja je taj što svi koji žele nastupati moraju imati potvrdu o pravovaljanom glazbenom obrazovanju priznatom od strane talijanske vlasti.

Godine 1932. događa se prekretnica u organizaciji glazbenih događaja. Organizira se prva operna sezona u Areni; događaj koji je zaokupio veliki interes javnosti. 19. kolovoza održana je prva opera u Areni a sezona je trajala do 30. kolovoza. Tijekom operne sezone Arenu je posjetilo 5000 gledatelja svakodnevno. Turistički brodovi dovozili su ljude s ciljem odlaska na operu u Arenu. Povijesni značaj ovog glazbenog događaja je višestruk. Dolazak šire publike definirao je današnji koncept događaja u Areni.

Nakon uspješnog događaja u Areni; 1934. godine započinje se sa organizacijom ljetne manifestacije Istarsko ljeto. Manifestacija koja je sadržavala razne kulturne događaje. Organiziraju se razna glazbena natjecanja, smotre folklor, izložbe. Ovakva vrsta događaja privukla je širu publiku te je postala jedan od razloga za turistički posjet Puli.

Novinski članci i razni kritičari ističu atmosferu, kolegijalnost i sveopće oduševljenje izvedbama u Areni u sklopu Istarskog ljeta. Dulaković navodi: „Rim i njegove snažne civilizacije nekoć su u Areni nudile kruha i igara, a danas je to postalo mjesto Meleponeme i Euterpe...Pula će morati vibrirati u atmosferi radosti umjetnosti i ljubavi za domovinu.“ (Dulaković, 2003. str. 100)

Također jedan od značajnijih događaja pulske glazbene povijesti je nastup Toti Dal Monte, jedne od tadašnjih najpopularnijih talijanskih sopranistica, u kazalištu „Ciscutti“ održanog 18. kolovoza 1932. godine. Događaj je privukao brojne goste i pulska glazbena scena bila je glavna tema razgovora. Nakon koncerta ističe se u novinskim člancima da je veliki broj ljudi slušao koncert i van kazališta. Naglašava se važnost glazbenih događaja prisutnoj u svijesti Puljana te spremnost na to da provedu vrijeme koncerta ispred kazališta samo kako bi čuli kvalitetnu glazbu. Brojni glazbeni kritičari tog vremena ističu Pulu kao grad koji je svjestan važnosti kulturnih događaja te ističu Pulu kao grad koji cijeni dobru glazbu. „Kritičar je zapisao kako nije mogao nabrojati biseve, jer ih je možda bilo i 20 ili 30. Publika nije željela otići iz kazališta, opisuje autor

teksta, djevojke su iz loža i s balkona bacale ruže, a stotine je slušatelja, koji nisu na vrijeme priskrbili ulaznice, čitavo vrijeme stajalo na nogama“ stiče Dulaković (2003.str.117). Kritičari počinju skretati pažnju na utjecaje održavanja ovakvih događaja.

2.2. Povijest glazbenih događaja u razdoblju od 1943 godine do 2013.godine

2.2.1. Razdoblje prije pripajanja Jugoslaviji

U razdoblju između 1943. i 1945. godine nije bilo značajnih događaja te nema zapisa o glazbenim događajima. . Od značajnijih događaja ističe se jedino osnutak Glasa Istre koji će kasnije imati važnu ulogu u glazbenom i kulturnom životu Pule. Nakon oslobođenja Istre 1945. prema zapisima pazinskog Državnog arhiva pažnja se opet usmjerava na kulturna događanja. Sastavljaju se dokumenti o trenutnom stanju te se organiziraju sastanci sa glazbenicima o budućnosti glazbe u Puli. Tijekom anglo-američke vojne uprave od 1945. do 1947. godine glazbeni život svodio se na nastupe domaćih glazbenika. Glazbeni događaji koji su privlačili najviše posjetitelja bili su oni Gradskog orkestra. Isticala se važnost kulturnog života, međutim uz događaje su se vezale direktne i indirektne političke poruke.

2.2.2. Povijest glazbe nakon pripajanja Istre Jugoslaviji

Nakon pripajanja Istre Jugoslaviji glazbeni događaji su se nastojali približiti široj populaciji. Cilj glazbenika tog razdoblja prema Špileru (1949.str.126) jasno je postavljen: “Od glazbenika tog doba očekuje se da svojim djelima ostanu vezani za svoju sredinu i da budu glas svoje epohe. Glazbeni život Zapada, u kojem je umjetnost sama sebi cilj, opisuje se kao neplodan i nazadan, u kojem narod ne nastupa kao subjekt sam i progovara o svojim problemima onakav kakav uistinu jest, već je u njemu tek objekt što ga umjetnici, podvrgavajući ga raznim >>artističkim<< procedurama, prikazuju u pretvorenom obliku, banalno idealizirano i stilizirano.“ (Špiler, 1949, str.127.) Izdavačke kuće, događaji i dostupnost glazbenih ploča i sl. bile su pod

nadzorom režima. Smatralo se da glazbeni događaji moraju imati društvenu funkciju mimo puke zabave lokalnog stanovništva. Prema članku u Glasu Istre (26.09.1947.) manifestacija koja je prva održana u novonastaloj državi bila je kulturno-umjetnički program povodom priključenja Hrvatske Jugoslaviji. Cijeli događaj bio je politički orijentiran i namijenjen isključivo lokalnom stanovništvu. Uloga kulture bila je u službi nove državne vlasti i ideologije

Talijanska nacionalna manjina pridavala je veliku važnost održavanju kulturnih događaja u domu njihove zajednice „Circolo“. Organiziraju se brojni koncerti te ovo mjesto postaje žarištem glazbenih događaja u Puli. Zbog sve veće zainteresiranosti lokalnog stanovništva za neke događaje mjesto održavanja prebacuje se u Arenu. Organiziraju se festivali i glazbe „lakah nota“ (slika 3.)

Slika 3. Plakat Festivala pjesama lake muzike



Izvor: L.Duraković: Ideologija i glazbeni život:Pula 1945.-1966. Zagreb:Hrvatsko muzikološko društvo, 2011. str.127

S ciljem organiziranja više glazbenih događaja i skrene pozornost mlađe generacije na glazbu osniva se Savez kulturno-prosvjetnih društava za grad i kotar Pulu. Savez je organizirao kulturne manifestacije koje su imale smjernice kakva glazba, pjesme,

predstave trebaju biti. Svi događaji organizirani su u svrhu kulturnog obrazovanja radnika.

„Uporaba socijalističkog realizma obuhvaćala je čitav spektar umjetničkog stvaralaštva: od književnosti, likovne sfere, filma i dramskog programa do umjetničke kritike kao prenositelja ideološkog pravovjerja.“ Pod okriljem Saveza organiziraju se razne udruge koje se promicale glazbu, međutim glazba kojoj se najviše pridavala pažnja su folklorne skupine te mješoviti zborovi. Smatralo se da oni najbolje prenose poruku“ Jugoslavenskog duha“. (Duraković, 2002. str.121)

1949. godine ponovo se organiziraju opere u Areni. Tijekom talijanske vladavine u Areni su se izvodile talijanske i francuske opere, no nakon ponovnog organiziranja događaju se velike promjene. U izvedbi Zagrebačke opere izvodi se Ero s onoga svijeta Jakova Gotovca. Međutim većina posjetitelja njih 16 000 tisuća prisustvovalo je talijanskim operama, dok je prema pisanju časopisa Vjesnik (1949.) hrvatsku posjetio značajno manji broj posjetitelja. Kao opravdanje za manju posjećenost navodi se prethodna popularnost talijanskih opera u Areni.

Nakon 1953. godine građani Pule uviđaju potrebu za liberalizacijom događaja i odmicanjem od političke propagande u kulturi. Lokalno stanovništvo počinje se baviti glazbom amaterski te glazba počinje imati sve veću važnost u životu pojedinca. U 50-im godinama u Puli dolazi do popularizacije zabavne glazbe. Organiziraju se „plesnjaci“. Plesnjaci su se održavali u večernjim satima te su na njima glazbene grupe uživo izvodile glazbu. U Areni se počinju organizirati veći događaji zabavne glazbe. Koncerte u Areni održavaju glazbenici iz cijele regije. 60-ih godina dolazi do decentralizacije i demokratizacije što dovodi do novog kulturnog razvoja. Turizam postaje jaka gospodarska grana; štoviše otvara mogućnost za organizaciju većih događaja. Pojavljuje se potreba za novom vrstom glazbenih događaja:

„Bilo je već jasno i ondje, gdje mnogo svjetla glazbene revolucije što se upravo zbivala nije prodrlo, da je stari realističko-romantičarski glazbeni svijet iscrpljen, da je folklor nemoguće i dalje tretirati kao srećonosnu biljčicu, osjećalo se također da je stara fundacija formi istrošena, ali je bilo još posve nejasno što bi se to novo zapravo trebalo zbiti“ (Seleman 1972. str.65)

S ciljem da se Hrvatska približi globalnoj glazbenoj sceni organiziran je prvi događaj suvremene glazbe. 1961. godine održava se „Zagrebački biennale suvremene glazbe“. Ovakva vrsta događaja naišla je na veliki otpor građana koji su podržavali tadašnju politiku. Smatralo da će organizacijom koncerta suvremene glazbe zapadnjačka kultura negativno utjecati na razvoj socijalističke kulture. Mandić u svom djelu od Bacha do Cagea ističe kako je biennale:

“...potresao savjest, uznemirio duhove, razdrmao našu situaciju. Sprdanja kojom je praćen najveći dio bijenalskih izvedaba bila je gotovo neizmijerna, ali razumljiva i očekivana. Potpuno neodgojeno slušateljstvo (u smislu i duhu Nove glazbe, dakako) našlo se uvrijeđeno... naša je sredina dobila živčani slom od užasavanja.“ (Mandić, 1997., str.98)

Međutim, iako je naišao na veliki otpor događaj je održan te se smatra prvim hrvatskim koncertom suvremene glazbe. Narednih godina biennale se održavao uz sve manje negodovanja a sve više posjećenosti lokalnog stanovništva, ali i šire.

Pulska glazbena scena i dalje se sastojala od raznih folklornih skupina, zborova, harmonikaškog društva i sl. međutim dolazi do popularizacije i ostalih glazbenih skupina. U prvoj polovici 60-ih godina javlja se popularizacija rock glazbe. Osnivanjem novih radio stanica te uvozom ploča iz inozemstva Puljani se upoznaju s rock glazbom. Među najznačajnijim glazbenim događajima je koncert Matta Collinsa i Crvenih koralja 1964. godine. Nastup na Istarskoj ljetnoj priredbi zabrinuo je glazbene kritičare. Ovakva vrsta glazbe smatrala se narušavanjem dobrog ponašanja. Koncert je prema Bariću (Glas Istre 11.9.1964):“...prešao granice estetskog ponašanja pred javnošću“. Smatra da se s takvim koncertom: „ ne odgaja kompletna ličnost socijalističkog čovjeka...doista nisu potrebne na pozornicama bez obzira na financijski efekt.“ Naime, koncert je posjetilo 4000 ljudi, što je znatno povećalo financijski efekt Istarske ljetne priredbe. Nakon ovog značajnog događaja raste popularizacija rock koncerata. Osnivaju se glazbeni sastavi poput „Beat Stonsa“, „Apaša“, „Fantoma“ , „Satelita“ i dr. Počinju se organizirati natjecanja u izboru za najbolji glazbeni sastav (slika 4), koja privlače veliki broj posjetitelja.

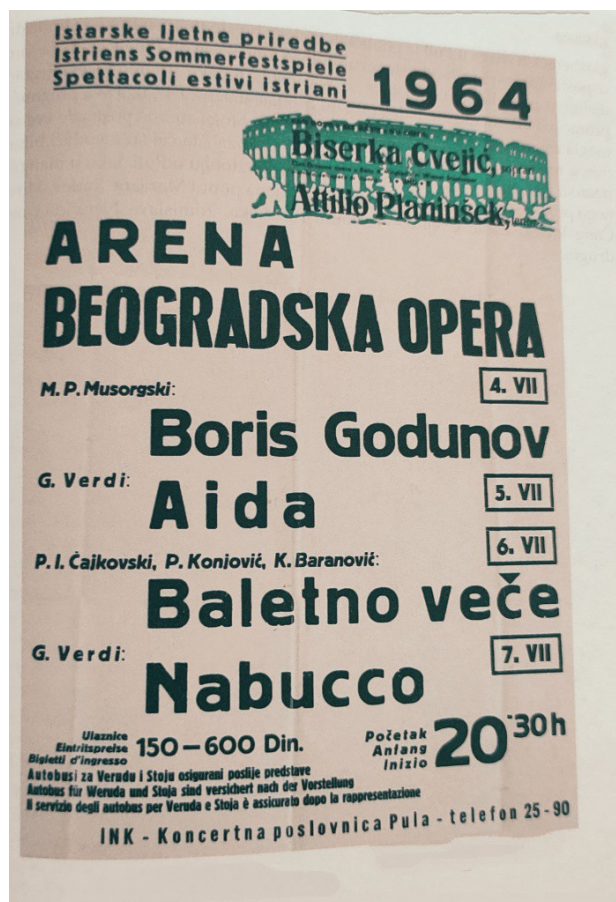
Slika 4. Plakat za natjecanje u izboru za najbolji bend 1965.godine



Izvor: L.Duraković: Ideologija i glazbeni život:Pula 1945.-1966. Zagreb:Hrvatsko muzikološko društvo, 2011. str.154

Operne sezone u Areni održavaju se i tijekom 50-ih i 60-ih godina. Ciljana skupina organizatora počinju sve više biti turisti a manje lokalno stanovništvo. 1953. godine glazbeni događaji se po prvi puta promoviraju putem tiskanih plakata na stranim jezicima. Tiskani plakati poslani su u 20 zemalja kako bi privukli što više inozemnih posjetitelja. Na inovativne načine pokušalo se privući nove turiste; novine La Voce del Popolo (7.6.1953.str.23) navode:“ Tvornica cigareta iz Rovinja u čast opernog festivala proizvela je novi tip cigara s Arenom i violinskim ključem na omotu.“ Međutim iako je puno uloženo, sama operna sezona nije bila značajnije posjećena nego prethodnih godina. Popularizacijom zabavne i rock glazbe zanimanje lokalnog stanovništva za posjetu opernoj sezoni opada. Već sljedeće godine operna sezona održava se u sklopu Pulskog filmskog festivala.

Slika 5. Plakat za održavanje operne sezone u Areni u sklopu Istarske ljetne priredbe 1964. godine.



Izvor: L. Duraković: Ideologija i glazbeni život: Pula 1945.-1966. Zagreb: Hrvatsko muzikološko društvo, 2011. str. 197

2.2.3. Novija povijest Pulskih glazbenih događaja

Promatrajući pedesete godine dvadesetog stoljeća pa nadalje; pulsku povijest obilježava bogata supkultura. Nakon rock vala pojavljuje se nova supkultura koja dolazi iz Velike Britanije. Fenomen punka obilježava novu prekretnicu u glazbenim događajima grada. Punk se smatrao podzemnom (engl. Underground) kulturom te nije bio toliko medijski eksponiran. U javnosti se relativno prešućuju takvi glazbeni događaji koji se smatraju „lošom kulturom“ koja nije u skladu sa jugoslavenskim svjetonazorom društvenim normama. Usprkos otporu javnosti u Puli se 1978. godine osniva prva punk grupa pod nazivom „Problemi“. Organiziraju se koncerti većinom regionalnih izvođača; festivali koji traju dva do tri dana uključivali su lokalne bendove i lokalne posjetitelje.

U Puli je klub Uljanik desetljećima bio centar supkulture. U njemu su se održavali rock koncerti, natjecanja i sl. Osnovan je 1965 godine i od tada definira supkulturnu scenu grada Pule. U njemu se tijekom 70-ih i 80-ih godina održavaju razni događaji koji su pozitivno utjecali na razvoj lokalnog stanovništva. Pridonosi razvoju društva u vidu stvaranja svijesti o različitim supkulturama i žanrovima glazbe. U devedesetima je postao jedinom scenom "alternativnog" izričaja u Puli. Međutim glazbeni događaji u turističkom smislu kakvom ih danas definiramo počinju se organizirati nakon 1990. godine.

Povijest Pule kao festivalske destinacije započinje s održavanjem Arena Festivala koji se održao 4. kolovoza 1990. godine. Događaj je održan na gradskom stadionu Aldo Drosina i prepoznat je kao prvi međunarodni festival alternativne glazbe na ovom području. Organizacija festivala bila je alternativna za tadašnje razdoblje. Kompleksnost i značaj održavanja festivala iznosi Mušćet u Glasu Istre:

“ U Puli će se u subotu, 4. kolovoza održati jedan od najvećih ovogodišnjih festivala alternativne glazbe. Riječ je o »Arena festivalu« čiji sudionici, osim domaćih snaga, dolaze iz Velike Britanije, Francuske, Njemačke i Italije. Posrijedi je prvi veliki međunarodni rock festival u nas koji se temelji na ulaganju domaćeg i stranog kapitala. Organizatori su ljubljanska agencija Dallas i FV založba sa stranim partnerima. Za razliku od dosadašnjih smotra rock stvaralaštva, gitarijada i sajamskih nadrifestivala koji su bili dominantni oblik organiziranja skupnih nastupa izvođača »Arena festival« baziran je na svjetskim standardima organizacije. Tako se ulaznice za taj festival prodaju u desetak evropskih zemalja gdje se planiraju i posebni vlakovi za dolazak u Pulu.” (G:I: 28. srpnja 1990.str. 19):

Lokalni organizatori događaja te lokalno stanovništvo dobili su uvid u kompleksnost ovakvog događaja. Festival je uz lokalno stanovništvo posjetilo i otprilike 5 000 ljudi iz inozemstva što je za lokalnu kulturu bio šok. Međutim festival je prihvaćen od strane svih sudionika, lokalno stanovništvo prihvatilo je do tada neuobičajena ponašanja; suočavanja sa glasnom glazbom i bukom do ranih jutarnjih sati, liberalnije ponašanje i sl. Ovaj događaj definirao je daljnje organiziranje glazbenih događaja u Puli iako se zbog političke situacije u državi sljedeće godine nije održao.

Nastavno na uspješnost organizacije Arena festivala, sljedeće se godine organizira Brooklyn Festival. Jedan od organizatora ujedno i novinar Dražen Majić u Glasu Istre navodi:

"Narednog vikenda Pula će biti domaćinom jedne od najznačajnijih rock manifestacija ove godine u našoj zemlji. U organizaciji »Foruma mladih« i »Paradise City-a«, te pod pokroviteljstvom »Glasa Istre«, 23. i 24. kolovoza održat će se »Brooklyn Festival«, drugi nastavak tradicije koja je započela prošle godine velikim »Arena festivalom« kada je naš grad snažno zasjao na rock karti svijeta". (G.I. 19. kolovoza 1991. str. 9)

U tekstu se ističe kako je Pula postala festivalska rock destinacija te da privlači brojne inozemne posjetitelje. Nakon prva dva uspješna festivala uvidjela se mogućnost razvoja Pule kao specifične destinacije alternativnih festivala. Sljedećih se godina organiziraju novi glazbeni festivali alternativne glazbe. Organizira se Melody Festival koji se održao dvije godine za redom 1992. i 1993. Festival koji se održava još uvijek Bikers Days počinje se održavati 1993.godine

1992.godine organizira se hardcore punk festival Monteparadiso. Prvo izdanje popularnog 'Paradisa' održalo se 14. kolovoza 1992.godine. Festival se održava u napuštenoj austrougarskoj tvrđavi Fort Casoni Vecchi sve do 2001.godine kad se počinje održavati u društvenom centru Karlo Rojc. Festival Monteparadiso se i dalje održava, te predstavlja jedan od najdugovječnijih punk festivala u regiji. Festival uključuje razne oblike kulture poput izložbi, koncerata, interaktivnih radionica i sl.

Slika 6. Plakat za festival Monteparadiso 1995.godine.



Izvor: Privatna zbirka Edgara Buršića. 18. 10. 2007. godine za potrebe stranice o Monteparadiso festivalu. <https://hr.wikipedia.org/wiki/Datoteka:00006A.jpg> pristupljeno 14.9.2021. godine

Jedan od značajnijih festivala je Art & Music Festival koji je bio specifičan po tome što je osim glazbenih koncerata uključivao i raspravu tj. skup na temu rock kulture i glazbe. Spomenuti festival organizira se od 1993. godine te uključuje želju za natjecanjem među glazbenim sastavima. Iako je većina festivala pripadala rock i punk sceni kasnijih godina organiziraju se festivali drugih glazbenih žanrova. Kao prekretnica glazbenog pravca koji prevladava smatra se 1997. godina kada se organizira MTV Valkana Beach Festival. Festival primarno elektronske glazbe zabilježio je veliki uspjeh u regiji te stvorio temelje za festivale koji će se održavati u budućnosti. Festival se održao u austrougarskoj utvrdi Fort Bourguignon.

1999. sa djelovanjem započinje festival Media Mediterranea. Ovaj festival je specifičan iz razloga što fokus programa nije samo na glazbenim događajima već na edukaciji. Festival organizira razne audio vizualne radionice, rasprave, tečajeve te potiče aktivno sudjelovanje posjetitelja. Sljedećih godina festivali koji su se organizirali definirali su se kao festivali okrenuti prema prirodi i svemu što ona pruža. Future Nature i Life Celebration festivali pokrenuli su novi val psihodelične glazbe na pulskoj sceni.

Organiziraju se od 2002.godine i tijekom godina promijenili su više lokacija. Organizacija ovakvih festivala potaknula je razmišljanje o negativnim učincima prethodnih festivala. Festivali koji veliku pažnju pridaju prirodi, smatraju da je očuvanje okoliša prioritet te time svojim djelovanjem ne narušavaju okoliš.

2.3. Razvoj glazbenih događaja od 2013.godine do 2019.godine.

Organizacijom MTV Valkana Beach Festivala definiraju se noviji glazbeni događaji u Puli. Suradnja sa inozemnim organizatorima dovela je do toga da je Pula postala jedna od vodećih europskih festivalskih destinacija. U daljnjem tekstu predstavljena su tri značajna festivala te njihov utjecaj na razvoj turizma događaja u Puli. Organizacijom ovih festivala definirao se današnji imidž Grada Pule. U relativno kratkom periodu festivali su ostavili veliki trag na razvoj glazbene ponude. Valorizacijom napuštenih lokacija stvorili su novu sliku pulskog okruženja. Iako se među stanovništvom pojavio manji otpor prema održavanju festivala; većina je stanovništva kasnije ipak prihvatila ovakav oblik turizma.

2.3.1 Outlook festival

Outlook festival, jedan je od vodećih svjetskih festivala bass glazbe i sound system kulture. Održava se već 12 godina u blizini Štinjana, mjesta pored Pule, gdje od 5. do 9. rujna dovodi mnogobrojne izvođače. Festival uključuje dub, reggae, hip-hop, drum'n'bass, garage, dubstep, house i srodnu glazbenu scenu te ugošćuje glazbenike, promotore, posjetitelje i izdavačke kuće iz cijelog svijeta. Otvorenje festivala započinje koncertom u dvije tisuće godina staroj pulskoj Areni. Lokacija u kojoj se u jedinstveno koncertno iskustvo spaja očuvana antička arhitektura i glazbena produkcija što je vidljivo na slici 7.

Slika 7. Otvorenje Outlook festivala



Izvor: Novinski članak; 24 sata;03.9.2019. pristupljeno 16.9.2021.

<https://www.24sata.hr/promo-sadrzaj/rekordno-posjecenim-koncertom-sinoc-u-areni-otvoren-12-outlook-festival-647400>

Tvrđava Punta Christo u Štinjanu, u kojoj je smješten festival jedna je od najprivlačnijih festivalskih lokacija na svijetu. Tvrđava se prostire se na više od deset tisuća četvornih metara; odvaja je duboki obrambeni rov preko kojeg vode tri ulaza. U unutrašnjosti se nalaze tri dvorišta iz kojih postoji mogućnost ulaska u podzemne prostorije tvrđave. Ova nekad zapuštena tvrđava, dio povijesnog i kulturnog nasljeđa, valorizirana je u atraktivan i koristan društveni prostor za organizaciju događaja. Održavanjem festivala na jedinstvenoj lokaciji upotpunila se pulska, istarska, hrvatska pa i europska kulturno-turistička ponuda

Uključujući pozornice, kamp Brioni, plaže i zabave na brodovima, Outlook festival je našao idealan omjer između dnevnog odmora uz more i glazbe do zabave dugo u noć. Najveći broj posjetitelja dolazi iz Engleske. Štoviše sam festival potječe iz Engleske.

Gledajući iz povijesne perspektive ovo je jedan od značajnijih događaja ne samo za Pulu već i za cijelu Istru. Festival privlači više desetaka tisuća ljudi čime se ostvaruje značajan turistički promet. Međutim osim turističkog prometa značajnu korist ostvaruje lokalno stanovništvo koje osim ekonomskih koristi ima i društvenu korist. Ovaj festival je dobar primjer međunarodne suradnje budući da se provodi u ime engleskog organizatora.

2011. godine ovaj festival je dobio nagradu za najbolji festival na području cijele Europe od strane UK Awards. Nagrada je osim dobre promocije za festival također i bila dobra promocija za hrvatski turizam općenito.

Nadalje, kao i svaki festival i Outlook je došao do nekih prepreka u organizaciji. Uočavali su se slični problemi i obrasci ponašanja mladih posjetitelja kao i na drugim festivalima. Lokalno stanovništvo nije prihvaćalo mlade koji se alkoholiziraju, neprimjerenom ponašaju, ostavljaju smeće za sobom i svojim ponašanjem utječu na svakodnevni život lokalnih stanovnika. Festivalne destinacije većinom nakon određenog razdoblja dođu do zasićenja te žele promijeniti svoj imidž, odnosno distancirati se od masovnog turizma ka profitabilnijim i prema lokalnim dionicima senzibilnijim oblicima turizma. Stanovnici Štinjana nemaju problem za vrijeme turističke sezone već isključivo inkomodacija koju doživljavaju svodi se na vrijeme održavanja festivala. Problem se javlja jer se do održavanja festivala Štinjan definira kao obiteljska destinacija. Lokalno stanovništvo navodi da posjetitelji festivala narušavaju njihov svakodnevni život. Također jedan od problema je normalno funkcioniranje prometne infrastrukture i ograničavanje pristupa pomorskom dobru. Uvidjevši problematiku tijekom održavanja festivala, došlo je do faze antagonizma prema posjetiteljima festivala.

Organizacijom festivala elektronske glazbe Pula je napravila značajan korak ka promjeni imidža s obzirom da je niz godina imala imidž obiteljske destinacije sa glavnim motivima dolaska suncem i morem. Razvoj dodatne turističke ponude značajno utječe na privlačnost destinacije. Organizacijom festivala u post i pred sezoni značajno se produžuje turistička sezona te se smanjuje visoka koncentriranost posjetitelja u samo par mjeseci u godini.

Organizacijski gledano Outlook je festival koji uključuje veliki tim raznih domaćih i inozemnih stručnjaka. S obzirom na uključenost raznih dionika u organizaciju festivala

veliku pažnja posvećuje se kvaliteti samog festivala. Upravljanje događajem jedan je od ključnih faktora za uspješnost festivala. Međutim uz veličinu i kvalitetu festivala raste i cijena ulaznice; koja je prihvatljiva za inozemne posjetitelje i preskupa za lokalno stanovništvo.

Festival se u početku počeo organizirati blizu Zadra, zatim na Pagu te je tek nakon toga došao u Štinjan. Stoga ne čudi odluka organizatora da 2019.godina bude zadnja godina održavanja festivala. Festival se preselio na novu lokaciju u tvrđavu sv. Mihovila u Šibeniku.

Međutim, organizatori su smatrali da se trebaju vratiti na prvobitnu lokaciju održavanja festivala. Tijekom posljednjeg desetljeća, festival je znatno utjecao na društveni i ekonomski život u Istri. Privlačio je brojne posjetitelje, poticao multikulturalnost, toleranciju i društveni napredak.

2.3.2. Dimensions festival

Dimensions Festival nastao je po uzoru na Outlook Festival. Održava se od 2012. godine također na štinjanskoj obalnoj tvrđavi Punta Christo. Festival je nastao s ciljem proslave elektronske glazbe i urbane kulture. Od kolovoza 2014. godine festival se otvara službenim koncertom na lokaciji pulskog amfiteatra Arena u trajanju od 19 pa sve do 2 sata te se nakon toga seli u tvrđavu Punta Christo . Festival ima desetak festivalskih pozornica te promovira hedonistički doživljaj glazbe. Jazz, Soul, Funk, Disco, Electro, Breakbeat, House i Techno glazba u kombinaciji sa zvukom domaće elektronske scene predstavljaju glazbeni okvir. Glazbene afinitete pripadajuće urbane supkulture s kojom se posjetitelji festivala samoidentificiraju uključuje selekciju izvođača koji su u skladu s filozofijom festivala o proslavi underground glazbe. Festival se na tržištu definira kao 'underground' kultura , nastojeći kroz ugodnu atmosferu povezati žanrovski vrlo heterogenu zajednicu ljudi, pazeći pritom na poštivanje ljudskih prava, vrijednosti i kulturne raznolikosti. Tvrđava Punta Christo kroz svojih deset pozornica omogućuje spoj kulturne estetike u koordinaciji sa žanrovski vrlo raširenim glazbenim spektrom jedinstvene audiovizualne manifestacije. Zahvaljujući tom spoju festival je uspio stvoriti konkurentsku prednost, ali i prestižan imidž pred sličnim festivalima.

Dimensions Festival 2019.godine također odlazi iz Štinjana. 'The last dance' ili 'Final year at the Fort' privukao je više od 8.000 posjetitelja iz Velike Britanije, Francuske, Belgije, Austrije itd. Festival koji je spajao sve od jazz-a do techna, desetak pozornica diljem štinjanskog poluotoka, podzemnim pulskim tunelima Zerostrasse, koncertom otvorenja u pulskom amfiteatru Arena i 20-ak brodova- pozornica te zbog svoje kvalitete i inovativnosti Dimensions festival upisao se u povijest festivalske industrije kao kulturološki jedinstven.

Slika 8. Koncert otvorenja Dimensions festivala u Areni 2014.godine



Izvor: Novinski članak; 24 sata;23.7.2014., pristupljeno 16.9.2021.

<https://www.24sata.hr/show/pod-arenom-se-otvara-treci-dimensions-festival-377057/galerija-343830>

2.3.3 Seasplash Festival

Seasplash festival temeljni je projekt istoimene udruge za promicanje glazbene kulture, umjetnosti i slobode izražavanja Seasplash. Organizacija nezavisne kulture

koja je svojim aktivnostima orijentirana prema socijalnom angažmanu glazbe, kulture i umjetnosti. Seasplash uključuje brojne glazbene i kulturne sadržaje na području Pule i okolice. Udruga svojim djelovanjem i projektima doprinosi razvoju nezavisne, urbane glazbene i kulturne scene te umrežavanje već priznatih regionalnih i svjetskih stručnjaka, umjetnika i aktivista na području urbane supkulture. Omogućujući kolektivni brainstorming, rast, razvoj i produkciju nezavisne kulturne scene u Puli. Seasplash dugi niz godina aktivno djeluje unutar prostorija Društvenog centra Karlo Rojc te uspješno provodi brojne projekte i programe.

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. Kroz suradnju s raznim hrvatskim udrugama te europskim udrugama stekli su potrebna znanja i vještine, tzv. know how za organizaciju kulturnih projekata. Seasplash dio je urbanog kulturnog identiteta Pule. Udruga kontinuirano zastupa interese promotora koncertnih manifestacija kroz komunikaciju i odnose s javnošću, institucijama i donositeljima odluka, služeći pritom kao posrednik između gradske vlasti i održavanja urbanog pulske kulturne scene.

Seasplash Festival je prvi puta organiziran 2003. godine u tvrđavi Punta Christo u Štinjanu, gdje je doživio i svoje posljednje izdanje 2018. godine. Festival je definiran kao idealan za sve ljude koje vodi dobra volja, opuštenost, glazbena i životna filozofija te onima koji su skloni povijesnim i aktivističkim festivalima poput Woodstocka.

Seasplash je organiziran kao četverodnevni glazbeni događaj te se održava na nekoliko pozornica unutar tvrđave Punta Christo. Uključuje dnevni glazbeni program na plaži, besplatno kampiranje, radionice, shopove i ostale prigodne aktivnosti poput izvođenja vježbi joge, meditacije i sličnih duhovnih vježbi. Seasplash se kroz 17 godina djelovanja na pulskom priobalju predstavljao kao nezaobilazno mesto za sve ljubitelja reggae, dub, drum'n'bass, dancehall, jungle, ska, psihodelične ali i ostale srodne elektronske glazbe. Tijekom 2009. godine udrugaje osnovala Seasplash klub u Društvenom centru Karlo Rojc s ciljem omogućavanja sudjelovanja u radionicama DJ-inga i slušaonicama elektronske

glazbe svim mladim kreativnim ljudima. Udruga je stavila na raspolaganje svu svoju opremu i resurse na korištenje mladima koji su zainteresirani za sudjelovanje u stvaranju glazbe. Osim osnivanja u suradnji s Udrugom Prijatelja obalne utvrde Punta Christo pokrenut je projekt Seasplash Summer Club. Projekt je zamišljen kao je okupljalište primarno lokalnog stanovništva u sklopu kojeg je predstavljeno više besplatnih programa te stotinu umjetnika. Organizacijom događaja i aktivnosti sa kulturnim sadržajima udruga je imala za cilj približiti lokalnom stanovništvu glazbenu kulturu. Projekt Showcase koji uključuje cjelovečernja glazbena događanja urbanog karaktera u prostorima tvrđave Punta Christo ili Društvenog centra Rojcu,

Uglavnom jednom mjesečno tijekom čitave godine, a s ciljem promocije mladih i neafirmiranih lokalnih autora i umjetnika nezavisne audiovizualne produkcije i različitih glazbenih žanrova.

Još jedan projekt udruge koji se s godinama održava je Seasplash platforma kao dio suvremene urbane tradicije. Platforma pruža priliku za nastup mladim umjetnicima, na atraktivnim lokacijama pretežito u centru 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 definiranju kulturnih politika Pule važne su za razvoj urbane supkulture na lokalnoj, kao i na razini šire društvene zajednice. Seasplash kao udruga vidljivo utječe na razvoj glazbene ponude u gradu. Iako su same aktivnosti udruge pretežito uključivale lokalne dionike sam festival privukao je brojne inozemne posjetitelje.

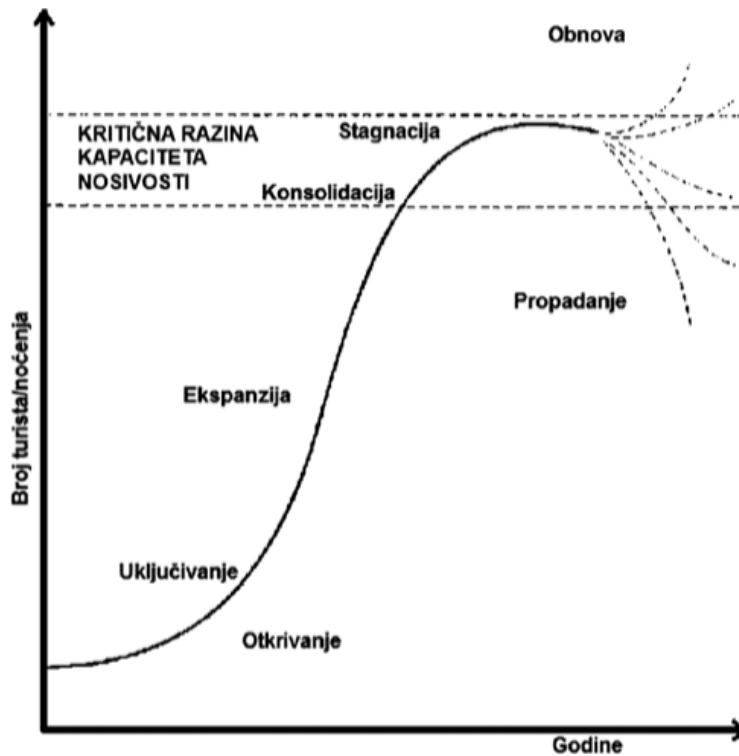
5. MOGUĆNOST RAZVOJA GLAZBENIH DOGAĐAJA NAKON 2019.GODINE

Nakon odlaska festivala koji su za Pulu značili stavljanje na kartu festivalskih destinacija postavlja se pitanje što treba napraviti kako bi Pula i dalje ostala festivalska destinacija. Poplarnost glazbenih događaja kroz povijest neprestano raste međutim vrsta glazbe se kroz godine izmijenila. Kako je u prethodnom poglavlju navedeno grad Pula je kroz godine preferirala različite žanrove. Kako bi uvidjeli mogućnosti razvoja događaja u nekoj destinaciji prvenstveno je važno odrediti trenutnu fazu u životnom ciklusu destinacije.

Životni ciklus destinacije često se primjenjuje kao bi spoznali trenutno stanje s obzirom na razinu razvoja i uspješnost na turističkom tržištu. Faza životnog ciklusa utječe na donošenje daljnjih odluka u upravljanju destinacijom. Destinacija se sve više počinje gledati kao "živući organizam" koji se svakim danom mijenja odnosno prolazi kroz različite faze. Početak životnog ciklusa započinje njezinim prepoznavanjem razvojnog potencijala. Sljedeća faza je formiranje i prilagođavanje potrebama turističkog tržišta. Destinacija se razvija prema potrebama njezinih posjetitelja, prilagođava se složenoj turističkoj potražnji. U ovoj fazi važno je istaknuti ubrzani razvoj kako bi destinacija proširila svoj sadržaj te privukla posjetitelje. Sljedeća faza je faza zrelosti u kojoj je destinacija na vrhuncu. Ova je faza stagnacije za destinaciju. Nakon toga dolazi do faze zasićenosti koju slijedi ili faza propadanja ili faza obnove. Slikoviti prikaz životnog ciklusa grada Pule prikazan je na slici 6. Prema Vojnoviću (2012.) detaljan pregled faza životnog ciklusa turističke destinacije dijeli se prema fazama:

- Faza istraživanja;
- Faza angažiranja;
- Razvojna faza;
- Faza konsolidacije;
- Faza stagnacije;
- Propadanje;
- Pomlađivanje.

Slika 9. Životni ciklus turističke destinacije



Izvor: Vojnović, N. (2012.) Stagnacija turističke destinacije: primjer Pule. Hrvatski geografski glasnik 74/2. Str. 116.

Prva faza je istraživanje destinacije. Definira ju osnovna turistička ponuda te manjak iskustva u upravljanju destinacijom. U ovoj fazi ključnu ulogu ima identifikacija atrakcijske osnove i komparativnih prednosti turističke destinacije; što uključuje očuvanu i jedinstvenu prirodnu baštinu, kulturno-povijesno nasljeđe te opću privlačnost destinacije. U ovoj fazi kontakt sa turističkim tržištem je u početnoj fazi. Broj posjetitelja je minimalan, često je to određena ciljana skupina za tu destinaciju. Veliku ulogu ima lokalno stanovništvo kao interesna skupina u razvoju destinacije.

U sljedećoj fazi angažiranja dolazi do razvoja inicijative za unapređenjem obogaćivanjem turističke ponude. Dionici su angažiraniji u sastavljanu marketinškog plana za destinaciju. Određuje se ciljana skupina te načini promocije destinacije. Vojnović (2012.) navodi da u ovoj fazi dolazi do porasta ukupnog broja dolazaka turista u destinaciju kao i turističkih kretanja te aktivnosti općenito. Ta faza može se nazvati i fazom poticanja investicijskog ciklusa u turističku destinaciju.

Razvojnu fazu obilježava intenzivan porast turističkih kretanja te pojava masovnog turizma centriranih u jednom periodu godine. Destinacija u ovoj fazi prelazi lokalne okvire, te zbog velikog broja posjetitelja može doći to prevelike turistifikacije, prelaska kapaciteta nosivosti destinacije. Omjer lokalnog stanovništva i turista za vrijeme najveće posjećenosti je gotovo podjednak. U ovoj fazi značajnu ulogu ima upravljanje razvojem destinacije. Potrebno je vršiti nadzor i kontrolu turističkih kretanja u destinaciji.

U fazi konsolidacije broj posjetitelja opada, međutim i dalje je veći broj posjetitelja nego lokalnog stanovništva. Na godišnjoj razini dolazi do postepene stagnacije.

U fazi mirovanja posjetitelji se kreću većinom na istim žarišnim točkama, a destinacija polako gubi svoju atraktivnost. Kako bi se privukao novi val posjetitelja važno je uložiti velike napore i financijska sredstva. Sam proces obnove i revitalizacije destinacije zahtjeva suradnju svih dionika.

U ovoj se fazi često javljaju ekološki problemi nastali zbog nekontroliranih turističkih kretanja. Dolazi do ekonomskih i socijalnih negativnih učinaka na destinaciju.

Nakon faze stagnacije turistička destinacija mora birati između opcije obnove ili propadanja. Donošenje odluke definira daljnje planiranje u upravljanju destinacijom. Obnova turističke destinacije uključuje niz aktivnosti. Prema Križman Pavlović (2008.) te aktivnosti uključuju:

- Nove ili "stare" redefinirane atraktivnosti;
- Novu kvalitetu;
- Nova tržišta;
- Nove distribucijske kanale;
- Nove atraktivnosti;
- Uvođenje novih prirodnih resursa;
- Oblike turizma posebnih interesa;
- Repozicioniranje i rebrandiranje.

Nakon analize životnog ciklusa destinacije ključno je odrediti aktivnosti za obnovu destinacije. Grad Pula se gledajući iz perspektive glazbenih događaja nalazi u fazi

propadanja te se time nameće potreba za definiranjem novih aktivnosti za obnovu glazbenih događaja u gradu Puli. Kako bi se odredile aktivnosti i smjer u kojem obnova treba ići važno je istražiti mišljenje svih dionika te samog tržišta. Veliki značaj u definiranju razvoja destinacije ima turističko tržište odnosno njegovi trendovi. Stoga je za mogućnosti razvoja glazbenih događaja važno razmotriti trenutne trendove na turističkom tržištu.

5.1. Glazbeni trendovi u turističkoj ponudi

U stvaranju prepoznatljive i konkurentne turističke ponude destinacija nailazi na brojne izazove. Ti izazovi su vrlo zahtjevni i podložni najrazličitijim promjenama. Stoga je važno analizirati i uočavati trendove na tržištu. Štoviše, nužno je pratiti trendove u svim segmentima turističkog tržišta pa tako i u glazbenoj ponudi destinacija.

U svom radu Rudan et al. navode „...da su turistima različiti oblici glazbe dostupni tijekom cijelog putovanja i tu su osobito važni oblici na koje turist nailazi u destinaciji tj. ona koja mu je ponuđena u destinaciji (npr. koncert u crkvi, koncert tradicijske glazbe destinacije, bend koji svira na terasi, glazba u ugostiteljskom objektu, glazba u wellness prostorima hotela, itd.)“ (Rudan et al. 2020. str.5).

Jedan od novijih trendova je razvoj glazbenog turizma u kojemu je primarni motiv dolaska u destinaciju glazba. Prema Rudan et al. (2020.str.3) sagledavajući cjelovitu ponudu turističkih destinacija koje su usmjerene na glazbu možemo definirati sljedeće trendove na tržištu:

- Razvoj glazbenih festivala. Ovaj trend najčešće se događa u gradovima koji žele upotpuniti svoju ponudu kako bi bila pristupačna, kako za lokalno stanovništvo, tako i za posjetitelje. Primjer takvih destinacija su: Glastonbury- najveći festival na otvorenom, Tomorrowland- najveći festival elektronske glazbe, Ultra Europe u Splitu i sl.
- Stvaranje destinacija glazbe. U destinacijama nije glazbeni događaj primarni motiv dolaska, već je to ponuda koju destinacija kreira te upravlja razvojem glazbene ponude usmjerene turističkom tržištu. Prema Millingtonu (2008.) ističu

se dva oblika glazbenog turizma koji razvijaju destinacije, a to su: povijesni i onaj glazbene kulture. Povijesni podrazumijeva destinacije koje imaju poveznicu na glazbene ikone i koje nude posjete kulturnim atrakcijama poput muzeja, interpretacijskih centara i sl. Druge su destinacije one koje stvaraju živu glazbenu kulturu. Turisti putuju u te destinacije kako bi doživjeli neku glazbu u svom autohtonom okruženju. Primjer Kube ističe se kao reprezentativan primjer gdje je turistima u destinaciji omogućeno uživanje u zvucima latino glazbe.

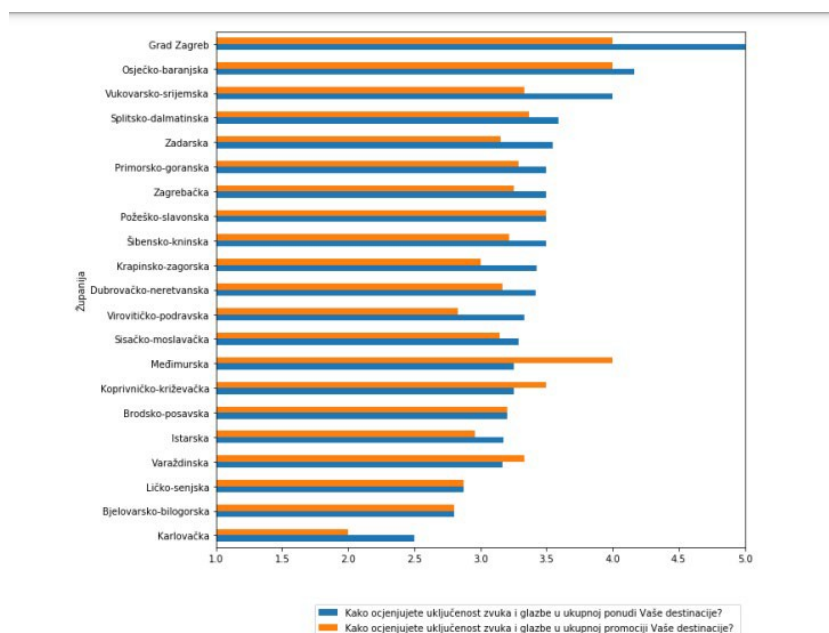
- Turoperatori i turističke agencije koje kreiraju glazbena putovanja-specijalizirane poslovne organizacije koje nude putovanja s ciljem sudjelovanja u operama, koncertima, glazbenim festivalima i sl.
- Korištenje glazbe u stvaranju kreativne ponude destinacije. Npr. Radionice, škole pjevanja, škole sviranja instrumenata, izrade instrumenata i sl.

Trendovi koji su navedeni definirani su prema globalnom turističkom tržištu. Međutim sagledavši turističko tržište u Hrvatskoj iz perspektive destinacija trendovi se razlikuju u odnosu na globalno tržište.

U Hrvatskoj prema istraživanju provedenom 2019.godine glazba nije dovoljno valorizirana u turističke svrhe. Istraživanje je proveo Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija u suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom. U istraživanju je sudjelovalo 195 direktora turističkih zajednica. Upitnik se sastojao od 24 pitanja te se vrijednost definirala na temelju Likertove ljestvice mjerenja stavova ispitanika.

Istraživanje je imalo dvije glavne odrednice; uključenost zvuka i glazbe u turističku ponudu te uključenost glazbe u promociju. Prema istraživanju u ukupnoj ponudi najbolje je ocjenjena popularna i tradicijska glazba. Klasična glazba se najmanje koristi u svrhe turističke ponude i promocije. Destinacije uz obalu preferiraju popularnu glazbu dok kontinentalne destinacije preferiraju tradicijsku glazbu. Uključenost glazbe u odnosu na ponudu i promociju možemo vidjeti na slici 7.

Slika 10. Uključenost zvuka i glazbe u ukupnu ponudu i promociju destinacije prema županijama.



Izvor: Dr.sc. Christian Stipanović, Dr.sc. Diana Grgurić: Istraživanje sadašnjeg stanja upravljanja zvukom i glazbom u hrvatskom turizmu; 2019. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-03/UpravljanjeZvukomGlazbomHrvatskiTurizam_0.pdf (pristupljeno 20.09.2021.)

Stipanović et al.(2019.) prema dobivenim rezultatima navode nekoliko ključnih rezultata istraživanja:

- Korištenje žive glazbe kao značajne kod ispitanika; sada i ovdje, ponuda glazbe koja je visokih doživljajnih vrijednosti ponajprije zbog neposrednosti kontakta između izvođača i publike. Međutim autori navode činjenicu da je takva vrsta glazbenog događaja u organizacijskom smislu složenija te time i poslovno rizičnija. Na razini dobivenog podatka pretpostavljaju potrebu za unaprjeđenjem audio menadžmenta u segmentu osiguranja kvalitete glazbe žive izvedbe. Navode sljedeće elemente: a) izbor glazbe i glazbenog sastava; b) produkciju izvedbe s obzirom na tehničke i akustičke uvjete; c) pravnu regulativu vezanu za ugovaranje poslova, prava i obveza; d) mjerenje glazbene izvedbe kao funkcionalno-turističke i ekonomske vrijednosti kao ključne za uspješnost događaja žive izvedbe. Štoviše ističu da u prilog tome ide značajan broj festivala

koji se organizira (ukupno 391 festival) a koji su organizacijski složeniji od jednodnevnih događaja.

- Glazba se u hrvatskom turizmu percipira kao sredstvo zabave. Međutim, cijena odlaska na glazbeni događaj je pala na zadnje mjesto kriterija izbora glazbenog događaja. Razlog tomu navode autori je nepostojanje strateškog plana upravljanja glazbom i zvukom u turizmu. Stipanović (2019.) navodi: “U tom kontekstu jasnija je i niska uključenost klasične glazbe, kako u ponudi tako i promociji, koja se očigledno ne smatra pogodna za ispunjavanje osnovne funkcije glazbe u hrvatskom turizmu – zabave“ (Stipanović, 2019. str.48).
- Problem akustičkog zagađenja dijeli 41% destinacija. Buka se ovdje definira kao nepoželjan, glasan i nerazlučiv zvuk koji ne postoji sam za sebe, nego kao relacijski produkt sistema u koji se uključuje. Kao najveće izvore buke navode se: glazba ugostiteljskih objekata, glazbena događanja u (su)organizaciji TZ-ova, buka prometa, građevinskih radova itd. Upravo se pitanje buke postavlja glavnim motivom za uvođenjem upravljanja glazbenim događajima u destinaciji; odnosno audio menadžmenta.
- Hrvatska popularna glazba je najzastupljenija. Tradicijska glazba u hrvatskom turizmu nedovoljno je uključena u ponudi i u promociji prema ispitanim članovima TZ-a. Klasična glazba je najmanje uključena. Tradicijska glazba predstavlja bogat resurs autentičnih vrijednosti za unapređenje hrvatskog turizma.
- Izbor glazbe se ne temelji na istraživanju tržištu i nije usklađen s preferencijama ciljnog segmenta (različiti interesi i afiniteti turista (domaćih i inozemnih) i domicilnog stanovništva).

Istraživanje je pokazalo da Hrvatska zaostaje u valorizaciji glazbe u turističke svrhe, time ne prati trendove na globalnom tržištu. Pula kao grad koji je uvršten na kartu poznatih festivalskih destinacija je korak ispred realnog stanja Hrvatske glazbene ponude u turizmu. Međutim kako je gore navedeno postoji više trendova koji se mogu primijeniti na području grada Pule. Prema aktivnostima za obnovu destinacije prvenstveno treba definirati u kojem smjeru grad Pula treba razvijati glazbenu ponudu.

5.2. Redefiniranje ponude osnivanjem udruge „Kairos“

Inicijativa za stvaranje nove ponude glazbenih događaja Grada Pule razvila se iz metal supkulture. 2018.godine organizira se metal festival u organizaciji udruge „Kairos“. Udruga je prema uzoru na festival „MetalDays“ koji se održava u Tolminu u Sloveniji stvorila novu glazbenu ponudu u Gradu Puli.

2016. godine osniva se udruga „Kairos“. Udruga je nastala u svrhu promicanja metal supkulture. Kao cilj svoje organizacije navode: „...ujediniti populaciju koja sluša metal glazbu bilo kojega žanra, promicanje svih žanrova metala, promocija Istarskih metal bandova, organiziranje koncerata, slušaonica te raznih projekcija...“ (Službena stranica udruge „Kairos“, 2016. pristupljno 19.09.2021.).

Po uzoru na brojne festivale iz područja metal supkulture udruga 2018.godine organizira „Goathell Metal Fest“. Festival se održava na sjevernoj strani pulskog zaljeva, u Vallelungi u trajanju od tri dana. Slika 8. prikazuje plakat za prvi festival. Na prvom festivalu gostovali su brojni glazbenici kako domaći tako i inozemni. Jedan od organizatora festivala Medić (2018.) ističe: „Prvotna namjera nam je bila da organiziramo mali dvodnevni festival, na kojem bi nastupili bendovi iz regije, međutim, kad smo krenuli s organizacijom i prvim najavama, počeli su nam se javljati bendovi odasvud, a iznenadio nas je i ogroman broj ljudi i tvrtki koji su se ponudili da nam pomognu. Svi oni su zaslužni za ono što predstavljamo sljedećeg tjedna - prvi Goathell Metal Fest, koji se održava od 21. do 24. lipnja na pulskoj Vallelungi 2, a na kojem će kroz tri dana nastupiti 26 bendova iz 13 zemalja“. (Glas Istre, 13.06.2018.)

Festival je privukao brojne izvođače ali i posjetitelje. Međutim festival nije bio posjećen od strane turista već samo lokalnog stanovništva. Sljedećih godina festival se također održava. Izvođači su domaći i inozemni bendovi te program uključuje sve više aktivnosti samih posjetitelja. Iako je festival na jedinstvenoj lokaciji, ima raznolik program upotpunjen sa poznatim izvođačima festival nije privukao veliki broj posjetitelja. Glazbeni kritičari ističu da dolazi do manjka segmenta upravljanja glazbenim događajem. Stoga 2020.godine udruga Kairos surađuje sa organizatorima iz Slovenije. Suradnja je dovela do noviteta u organizaciji festivala samim time što je otvorenje festivala prebačeno u Arenu po uzoru na festivale Outlook i Dimensions. Iako

je festival 2020.godine trebao doživjeti značajnu prekretnicu u održavanju, dolaskom pandemije Covid-19 festival ipak nije održan.

Slika 11. Plakat za „Goathell Metal Fest“ 2018.godine



Izvor: Glas Istre, 13.06.2018.

<https://trecisvijet.com/goathell-festival-od-21-24-lipnja-u-puli/>(pristupljeno 16.6.2021.)

5.3. Studij slučaja: Tolmin (SLO)

U gradu Tolminu od 2004.godine održava se festival pod nazivom „Metaldays“. To je festival metal supkulture po čijem je uzoru organiziran pulski metal festival. Kroz više od desetljeća održavanja ovog festivala postao je značajan kao jedini festival u regiji ovakve vrste glazbe u takvom razmjeru i veličini. Prije održavanja festivala destinacija je bila u fazi stagnacije, nije zabilježila značajne pomake u razvoju ponude te se oslanjala na prirodne atrakcije.

Slika 12. Poster „Metaldays“ iz 2015.godine.



Izvor: Marko Miranović; Metal sound magazin; 2015.

<https://metal-sound.net/metal-days-2015/> , pristupljeno 18.9.2021.

Prije 2004.godine u gradu Tolminu nije bilo puno posjetitelja. Grad je poznat po svojoj očuvanoj prirodnoj baštini međutim nije bio turistička destinacija u današnjem poimanju destinacije. Tolmin je bio grad u koji su dolazili posjetitelji kojima je glavni motiv bio bijeg od gradske gužve. Bogata prirodna baština omogućila je Tolminu razne sportske aktivnost, na vodi ili u planinama.

Prema statističkim pokazateljima Slovenske turističke zajednice grad Tolmin u razdoblju održavanja festivala postiže znatno veći broj posjetitelja. Organizacijom festivala, kultura grada se značajno promijenila. Lokalno stanovništvo usprkos činjenici da je u početku doživjelo kulturni šok kasnije prihvaća ovakav oblik turizma. Otpor lokalnog stanovništva smanjio se uključivanjem svih dionika tržišta. Stanovništvo na različite načine sudjeluje u održavanju festivala poput: pripreme prostora, prodaje raznih memorabilija, zapošljavanjem u organizaciji događaja i sl. Uključivanjem stanovništva u donošenje odluka o njihovoj okolini dovelo je do realizacije zajedničkih ciljeva. Turistička zajednica ističe kako je Tolmin relativno nedostupan grad, stoga su

se turisti radije odlučivali na posjet gradovima koji su na periferiji planina. Međutim dolaskom festivala grad Tolmin dobiva značajnu promociju stavljanjem na kartu festivalskih destinacija. Ciljana skupina festivala metal glazbe su posjetitelji kojima nije problemom otputovati u daleku destinaciju kako bi uživali u glazbi koju vole. Takve posjetitelje karakterizira strastvenost i visok faktor motiviranosti glazbom. To su uvidjeli organizatori festivala i stoga nisu smatrali da će lokacija grada biti otežavajući faktor. Štoviše, organizacija festivala u ovakvoj okolini posjetiteljima je bila dodatan faktor privlačnosti.

Također jedan od ključnih faktora za organizaciju ovakvog festivala bio je promocijski plan. Naime, intenzivne marketinške aktivnosti započele su 1,5 godinu prije samog festivala. Redovnim marketinškim aktivnostima ime samog festivala ostalo je u svijesti posjetitelja. Stvaranjem jedinstvene priče oko lokacije festivala organizatori su postigli da se ciljana skupina već u ranoj fazi odluči za kupnju ulaznica. Motivirali su posjetitelje ističući doživljaj lokacije, jedinstvo zajednice istomišljenika, slobodu i liberalnu lokalnu zajednicu.

6. ISPITIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O ORGANIZACIJI GLAZBENIH DOGAĐANJA U GRADU PULI

Ključni dionici za razvoj turističkog tržišta su lokalni stanovnici. Stav lokalnog stanovništva uvelike definira turističku ponudu. Odobravanje ili ne odobravanje lokalnog stanovništva nekog oblika selektivog turizma ima značajne posljedice za rasti razvoj turističke destinacije. Stoga je važno prvenstveno definirati stav lokalnog stanovništva o smjeru razvoja.

6.1. Glazbeni događaji-ispitivanje stavova lokalnog stanovništva

U svrhu istraživanja mogućnosti daljnjeg razvoja glazbenih događaja provedeno je empirijsko istraživanje o ispitivanju stavova lokalnog stanovništva grada Pule o organizaciji glazbenih događaja.

Ispitivanje je provedeno na 60 lokalnih stanovnika u dobi od 18. do 64 godine. Ispitanici su ispunjavali kratku anketu od 10 pitanja kako bi se iznijeli svoj stav o glazbenim događajima u Puli. Prvenstveno valja napomenuti da je lokalno stanovništvo iskazalo veliku zainteresiranost za sudjelovanje u ispitivanju. U prilogu br 1. nalazi se primjer ankete.

Prvo pitanje koje se postavilo ispitanicima je njihova dobna skupina. Anketu su ispunjavale pretežito mlađe osobe u dobi od 18 do 35 godina njih čak 70 posto. Dobna granica 25 posto ispitanika je između 35 i 55 godina, a tek 5 posto bilo je iznad 55 godina. Uzimajući u obzir dob ispitanika sljedeće pitanje daje logične rezultate. Na postavljeno pitanje posjećuju li ispitanici glazbene događaje 90 % odgovorilo je potvrdno. Većina ispitanika posjećuje neku vrstu glazbenih događaja uključujući festivale, koncerte, javne koncerte na trgovima i sl. Na visoku posjećenost glazbenih događaja od strane lokalnog stanovništva uvelike utječe činjenica da se u gradu organiziraju brojni koncerti na trgovima npr. koncerti na Portarati, koncerti na glavnom gradskom trgu povodom Nove Godine, dana grada, Božića, raznih blagdana i obljetnica, gitarijada, raznih tematskih proslava otvorenih za sve stanovnike grada. Stanovništvo Pule njeguje običaje odlaska na događaje u organizaciji grada. Kroz povijesni pregled primjećujemo kako lokalno stanovništvo smatra kulturna događanja

važnima za razvoj grada ali i pojedinca. Stoga ne čudi podatak da većina ispitanika odlazi na glazbene događaje.

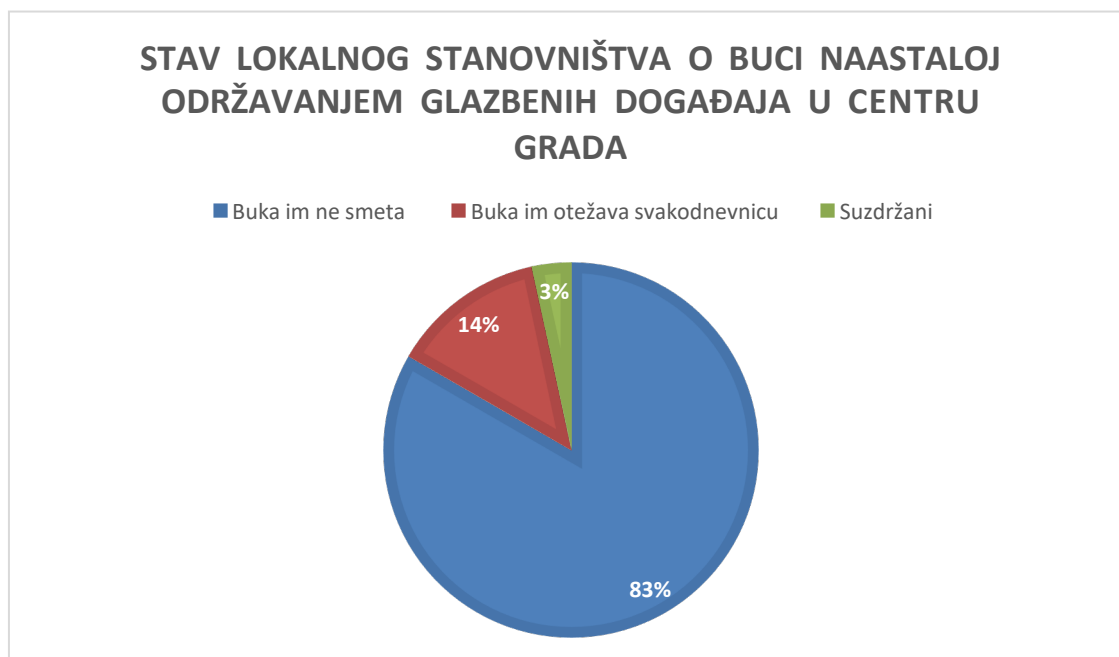
Sljedeće pitanje bilo je: "Smatrate li da održavanje glazbenih događaja donosi više pozitivnih nego negativnih učinaka?". 48 stanovnika navelo je kako smatra da održavanje glazbenih događaja pozitivno utječe na grad. Istaknuli su nekoliko pozitivnih učinaka. Sudionici navode kako je čovjek društveno biće te ga odlazak na glazbene događaje zbližava sa njegovom okolinom. Smatraju da je pjevanje i plesanje jedan od oblika antistres terapije te da potiče pozitivno razmišljanje. Kao jedan od pozitivnih učinaka navode i ekonomsku koristi za male i srednje poduzetnike koji se nalaze u blizini događaja. Kao pozitivne utjecaje ispitanici ističu i multikulturalnost te toleranciju prema drugima. Dolaskom različitih izvođača te turista iz raznih zemalja, posjetitelji imaju priliku da se upoznaju s drugim kulturama. Ispitanici ističu kako su kroz brojne glazbene događaje u povijesti grada vidjeli „sve i svašta“ međutim to smatraju pozitivnim iskustvom u stvaranju tolerancije prema novim kulturama i običajima. Mnogi od ispitanika su na nekim od glazbenih događaja stvorili poznanstva koja i danas traju. Glazba spaja različite ljude te razvija toleranciju društva. Ispitanici navode kako održavanje glazbenih festivala pozitivno utječe na mlade generacije zato što ih uči biti otvorenijima i pristupačnijima za stvaranje novih prijateljstva. S razvojem tehnologije i interneta mladi sve više vremena provode unutar stanova i kuća, kako navodi jedan ispitanik, te tvrdi da odlaskom na glazbene događaje mladi mogu steći određene socijalne vještine.

12 ispitanika navelo je da glazbeni događaji donose više negativnih učinaka na grad. Prema njima glavni negativni učinak utjecaj je na okoliš. Smatraju da se organizacijom velikih festivala značajno narušava ekološka slika grada. Ističu kako poslije festivala ostaju hrpe smeća, da centar grada bude prljav i neuredan. Festivali se održavaju u rujnu te nakon njih, a i za vrijeme festivala u gradu borave i drugi turisti kojima smeta takav izgled grada. Također jedan od negativnih učinaka je buka. Navode kako razina buke tijekom održavanja glazbenih događaja u Areni ometa normalan život lokalnog stanovništva. Ekonomska korist nije velika u odnosu na to kolika bi bila da su u gradu u tom periodu obični turisti. Ispitanici smatraju da nije sve negativno kada se radi o održavanju glazbenih događaja, međutim da ima više negativnih utjecaja nego pozitivnih; pozitivnih utjecaja ima više za one koji sudjeluju u događaju, a za one koji ne to im samo ometa normalan život.

Na pitanje smatraju li da su festivali koji su se održavali u Puli bili pristupačni samo za turiste, a ne i za lokalno stanovništvo rezultati su pokazali da 25 ispitanika od 60 smatraju da su u cjenovnom rangu lokalnog stanovništva, dok 33 ispitanika smatraju da su festivali bili preskupi za domicilno stanovništvo; te 2 ispitanika nisu posjetila niti jedan festival. Odnos 25<33 nije velik, međutim važno je istaknuti kako i oni koji su posjetili neki od festivala smatraju kako su ti festivali preskupi za lokalno stanovništvo. Većina lokalnog stanovništva prisustvovala je tim festivalima jer su radili ili volontirali na njima. Oni ističu kako festivali nisu prilagođeni interesima i potrebama lokalnog stanovništva, već samo turistima.

Na pitanje u kojoj mjeri im smeta buka ispitanici; njih 50; odgovorilo je da im ne smeta buka što možemo vidjeti u grafikonu 1. Svjesni su da život u centru grada uključuje buku i gužvu te da im to ne stvara problem. Smatraju da buka nije u tolikoj mjeri izražena da bi se smatrala negativnim učinkom. 8 ispitanika odgovorilo je da im buka narušava svakodnevnicu izričito tijekom otvorenja festivala u Areni. Dva stanovnika ostala su suzdržana, obzirom da ne žive blizu mjesta održavanja festivala. Ovim pitanjem odgovoreno je na prvi dio ankete koji se odnosio na dosadašnje iskustvo lokalnog stanovništva s glazbenim događajima.

Grafikon 1. Stavovi lokalnog stanovništva o buci nastaloj održavanjem glazbenih događaja u centru grada.



Izvor: Samostalni rad autorice prema istraživanju provedenom za ovaj rad.

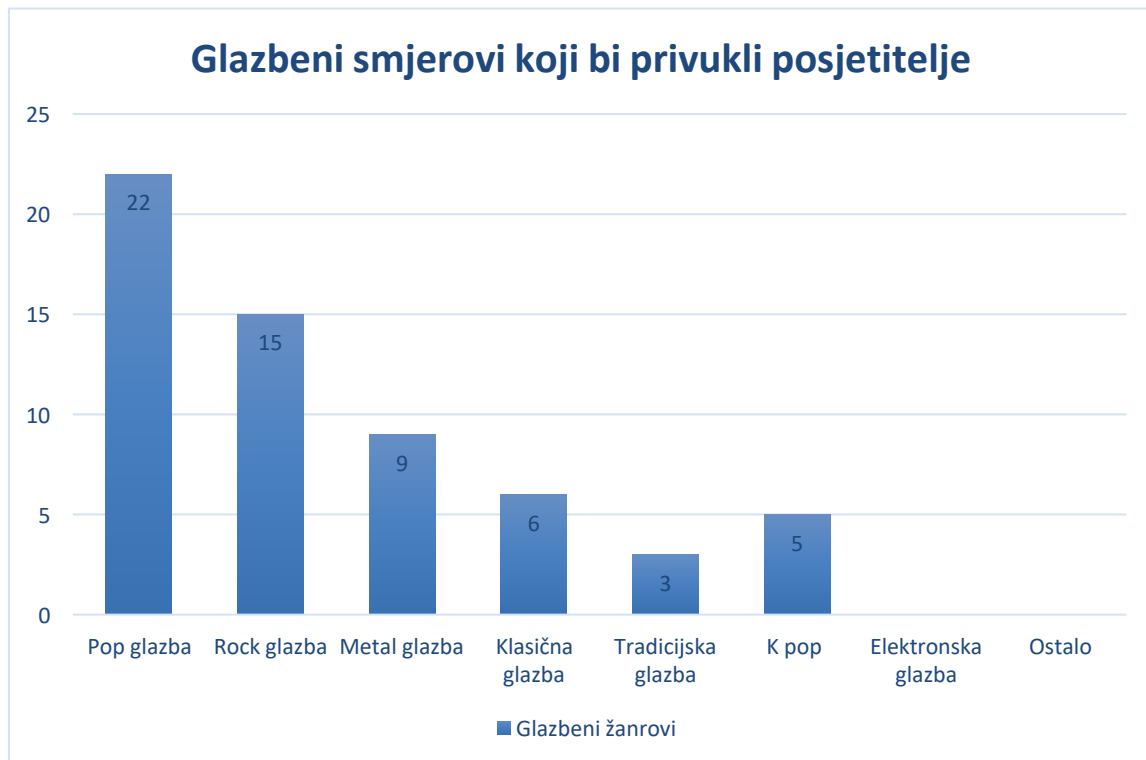
Drugi dio ankete odnosio se na novi smjer glazbenih događanja. U ovom djelu želi se istražiti kakvu budućnost lokalni dionici predviđaju za glazbene događaje u Puli. Prvo pitanje vezano je za ponudu glazbenih događaja. Sudionike se pitalo o zadovoljstvu raznolikošću glazbenih događaja u gradu Puli. Od 60 ispitanika, njih 55 zadovoljno je raznolikošću ponude. Smatraju da je Pula grad raznolikosti te da uključuje različite glazbene žanrove.

Poznavajući Pulsku povijest, pitalo se sudionike slažu li se sa tvrdnjom „Pula je rock grad“. 70 % ispitanika slaže se s tom tvrdnjom govoreći da je to već opće poznata činjenica. Kao argument iznose brojne koncerte rock glazbe koji su se održali u Puli. Na pitanje smatraju li da se Pula onda treba definirati kao rock grad i na tome temeljiti svoju glazbenu ponudu; iznenađujuće većina ispitanika nije se složila. Smatraju da je rock glazba dio Pule međutim, mlađe generacije preferiraju druge žanrove.

Popularna glazba, prema mišljenju sudionika ankete, bila bi najuspješniji žanr koji bi privukao lokalno stanovništvo, ali i turiste. Navode kako bi pop glazba više privukla turiste, dok bi lokalnom stanovništvu više odgovarao rock festival. Sudionici su tako naveli pop, rock, k-pop, hip-hop kao žanrove koji bi bili uspješni u privlačenju publike. Zanimljivo je spomenuti i kako je 9 od 60 ispitanika navelo metal kao žanr koji bi privukao posjetitelje u Pulu. Stavovi ispitanika prikazani su u grafikonu 2.

Iduće pitanje vezano je za lokaciju događaja. Ispitanike se pitalo o važnosti lokacije određenih događaja. 80% ispitanika navelo je kako je lokacija veoma važna za uspješnost nekog događaja. Pod time se smatra uređenje te lokacije, pristupačnost, jedinstvenost i sl. Na pitanje bi li posjetili glazbeni događaj u Areni nekog manje poznatog glazbenika, većina ispitanika odgovorila je da bi, iz tog razloga što se održava na specifičnoj lokaciji, bez obzira poznaju li rad glazbenika ili ne. Ispitanici su pokazali veliko zanimanje za samu lokaciju navodeći kako je doživljaj mjesta ono što ih motivira na dolazak, naravno uz glazbu.

Grafikon 2. Stavovi lokalnog stanovništva o smjeru glazbe koji bi privukao posjetitelje u Pulu.



Izvor: Samostalni rad autorice prema istraživanju provedenom za ovaj rad.

Na posljednje pitanje smatraju li sudionici da pored mora i sunca grad Pula treba održavati glazbene događaje u turističke svrhe 58 ispitanika odgovorilo je pozitivno.

Sudionici navode kako današnji turisti ne dolaze samo zbog sunca i mora, već da im je jedan od glavnih motiva zabava. Organizacijom glazbenih događaja obogaćuje se turistička ponuda grada. Lokalno stanovništvo preferira glazbena događanja jednostavno iz razloga što zajedno sa turistima mogu sudjelovati i lokalni dionici. Turisti su dio grada Pule odavno te je lokalno stanovništvo naviklo na interakciju i komunikaciju s raznim kulturama. Smatra to svojom prednošću u razvoju društvene zajednice.

Ključni rezultati ispitivanja su:

- Sudionici smatraju da su glazbeni događaji potrebi gradu Puli.
- Glazbeni događaji imaju svoje pozitivne i negativne učinke na lokalno stanovništvo. Međutim sudionici ankete smatraju da ima više pozitivnih učinaka nego negativnih.

- Lokacija održavanja je ključna za uspješnost glazbenog događaja. Pula ima nekoliko jedinstvenih lokacija poput Arene, Kaštela, brojnih tvrđava koje se mogu valorizirati za glazbenu ponudu Pule kao turističke destinacije.
- Glazba je oduvijek imala veliki značaj u razvoju kulture grada, neovisno o preferiranom žanru; lokalno stanovništvo ima naviku odlaziti na glazbena događanja.
- Kroz glazbene događaje lokalna zajednica gradi svoju multikulturalnost te toleranciju. Rezultati pokazuju da ispitanici smatraju kako je za razvoj mlađih generacija važna glazbena scena u Puli.

6.2. SWOT analiza razvoja glazbenih događaja u Puli

Analiza snaga, slabosti, prilika i prijetnji (SWOT je kratica od engleskih riječi: **w**eaknesses, **o**pportunities, **t**hreats i **s**trengths) sastavni je dio izrade marketinške strategije. Njenom primjenom uspoređuju se informacije o unutarnjim snagama i slabostima s informacijama o vanjskim prilikama i prijetnjama. SWOT analizu turističke destinacije koristimo u svrhu definiranja trenutne faze razvoja destinacije. Poznavajući trenutnu fazu olakšava se dalji proces donošenja odluka u destinaciji. U nastavku navedene su snage, slabosti, prilike i prijetnje razvoja glazbenih događaja u Puli.

Tablica 1. SWOT analiza glazbenih događaja grada Pule.

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Bogata kulturna baština; • Raznolikost prirodnih resursa; • Specifične lokacije; • Dobra prometna povezanost; • Iskustvo u organiziranju glazbenih događaja • Povoljni klimatski uvjeti; • Prepoznatljivost kao festivalska destinacija; 	<ul style="list-style-type: none"> • Visoka senzualnost; • Nedostatak specijalizacije; • Manjak iskustva u organizaciji globalnih događaja; • Krivi kanali distribucije; • Nedostatak upravljanja glazbenim događajima • Nedostatak dodatnih usluga; • Visoki cjenovni rang za lokalno stanovništvo;

<ul style="list-style-type: none"> • Podrška lokalnog stanovništva 	<ul style="list-style-type: none"> • Utjecaj na okoliš;
PRILIKE <ul style="list-style-type: none"> • Novi turistički trendovi; • Razvoj selektivnih oblika turizma; • Kreiranje destinacijskog proizvoda koji će unaprijediti imidž destinacije; • Financiranje putem EU fondova • Sve veći interes posjetitelja kojima je motiv glazba • Unaprjeđenje konkurentnosti • Povećanje potražnje za glazbenim događajima • Spajanje nekoliko glazbenih smjerova u jedan događaj • Interaktivne glazbene radionice 	PRIJETNJE <ul style="list-style-type: none"> • Pritisci konkurencije • Valorizacija kulturne baštine u svrhu glazbenih događaja • Nedostatak inicijative umrežavanja svih dionika • Daljnji razvoj epidemije Covid-19 • Ograničavanje održavanja događaja • Zasićenje lokalnog stanovništva brojem posjetitelja

Izvor: izrada autorice.

Definirajući SWOT analizu grada Pule tj. glazbenih događaja u gradu primjećujemo da Grad Pula ima potencijal za daljnji razvoj događaja. S obzirom na navedeno, kao i ostala obilježja grada smatra se nužnim primijeniti strategiju maksimalizacije prilika i minimalizacije prijetnji iz okruženja Grada Pule.

Razvojem glazbenih događaja u Gradu Puli uspostavlja se temelj za daljnji održivi razvoj destinacije. Veliki značaj za uspjeh glazbenih događaja ima uključivanje svih dionika u proces donošenja odluka. Uključenošću lokalnog stanovništva potiče se socioekonomski razvoj lokalne zajednice. Stoga se za daljnji razvoj glazbenih događaja navodi potreba za audio menadžmentom koji će upravljati daljnjim aktivnostima.

7.ZAKLJUČAK

Glazbeni događaji imaju bogatu povijest u gradu Puli. Počevši od 1932. godine kada se održao prvi značajni glazbeni događaj u Areni. Godinama su lokalno stanovništvo i posjetitelji preferirali različite glazbene žanrove poput opere, tradicijske glazbe, zabavne glazbe, rock i punk glazbe te kasnije elektronske glazbe.

Glazba je oduvijek bila dio razvoja lokalne zajednice. Iako postoje brojni negativni i pozitivni utjecaji istraživanja su pokazala da lokalno stanovništvo prihvaća razne glazbene žanrove. U Puli se u današnje vrijeme organiziraju glazbeni festivali elektronske glazbe, rock, metal i pop glazbe, festivali klasične glazbe, operni događaji. Sve događaje karakterizira velika posjećenost lokalnog stanovništva. Kroz povijest se pokazalo da stanovnici Pule veliku pažnju posvećuju razvoju glazbene kulture, od čekanja ispred ulaza u kazalište da bi čuli poznatu sopranisticu, do čekanja ispred Arene kako bi slušali zabavnu glazbu. S obzirom na veliku osviještenost lokalnog stanovništva o važnosti glazbene kulture logično je da se nameće pitanje po kojem će glazbenom festivalu Pula biti prepoznatljiva u budućnosti? Cilj ovog rada bio je pokazati koje su mogućnosti daljnjeg razvoja glazbenih festivala u Puli.

Aktiviranjem udruge Kairos javlja se inicijativa za održavanjem metal festivala. Analiza ispitivanja stavova lokalnog stanovništva pokazala je da metal supkultura nije značajna za lokalno stanovništvo. Inicijativa udruge je dobar primjer aktiviranja zajednice ali organizacija događaja pokazala je neke nedostatke u planiranju. Posljedica slabe marketinške aktivnosti dovela je do manjeg broja posjetitelja. Iz tog razloga udruga počinje suradnju sa slovenskim organizatorima festivala „Metaldays“. Iskustvo slovenskih organizatora pomoći će poboljšanju kvalitete u organizacijskom dijelu festivala.

Utjecajem zapadne kulture i dolaskom posjetitelja iz raznih zemalja Pula je tijekom godina postala liberalnija i otvorenija za praćenje trendova. Današnji trendovi u glazbi su nezamislivi starijim generacijama. Sudionici u istraživanju naveli su novi smjer glazbe koji oni preferiraju; K-pop. Korejski pop i u Puli dobiva sve veći značaj.

Ciljana skupina kod organizacije K-pop glazbenih događaja su mladi između 14. i 20. godina koji još uvijek financijski ovise o roditeljima. Uzimajući u obzir da ovakvu vrstu glazbe sluša izričito mlađa populacija koja još ne putuje dolazimo do zaključka da ovaj žanr ne bi bio prikladan za grad Pulu.

Grad Pula bi prvenstveno trebao definirati audio menadžment. Važno je postaviti jasne ciljeve prema kojima će se razvijati glazbena turistička ponuda grada. Pula ima temelj za razvoj glazbene ponude, no izostaje plan razvoja. Kod organizacije festivala Outlook i Dimensions u prvim godinama došlo je do otpora stanovništva. Lokalno stanovništvo nije odobravalo valorizaciju Arene u svrhu otvaranja festivala. Smatrali su da će takva vrsta glazbenog događaja naštetiti građevini i imidžu Arene kao kulturne baštine. Kod planiranja razvoja ključno je uključiti sve dionike kako se ne bi ponavljale ovakve prepreke.

Lokacija je ključan faktor u održavanju događaja. Pula ima brojne lokacije koje se mogu valorizirati u svrhu glazbene ponude. Prenamjenom starih i zapuštenih lokacija Pula je dobila nove atraktivne lokacije. Specifične lokacije privukle su veliki broj posjetitelja jedinstvenom atmosferom. Valorizacija tih lokacija jedan je od faktora koji je Pulu stavio na kartu festivalskih destinacija stoga bi bilo žalosno da te lokacije nakon odlaska dosadašnjih festivala postanu opet zapuštene.

Nadalje, u Puli još uvijek traju festivali koji su se počeli održavati 1990-ih. Karakterizira ih duga tradicija te lokalna prepoznatljivost. Jedna od mogućnosti za privlačenje novih posjetitelja je redizajniranje tih festivala.

Na kraju moguće je zaključiti kako lokalno stanovništvo smatra da su glazbeni događaji u turističke svrhe potrebni gradu. Štoviše, zahvaljujući svojim atraktivnim lokacijama, glazbenoj povijesti, i iskustvu u organizaciji, Pula ima brojne mogućnosti za daljnji razvoj. Kako bi do tog razvoja došlo važno je uključiti sve dionike te definirati novi smjer u kojem se Pula želi razvijati. Sastavljanjem plana razvoja glazbene ponude u turizmu i njegovom realizacijom Pula bi ponovno mogla biti uvrštena na kartu atraktivnih glazbenih destinacija. Smjer razvoja koji će definirati Pulu kao glazbenu destinaciju ostaje otvorena tema za daljnja istraživanja. Zaključno, rad je potvrdio hipotezu da Grad Pula ima mogućnost za razvoj glazbenog turizma. Istraživanjem i analizom stavova dionika turističkog tržišta pokazalo se da postoji potreba za razvojem ovakve vrste turističke ponude.

SAŽETAK

Kroz svoju povijest grad Pula bio je obilježen brojnim glazbenim događajima. U različitim razdobljima preferirali su se razni glazbeni smjerovi. Na razvoj glazbene ponude utjecali su razni politički režimi.

Tijekom talijanske vladavine preferirale su se opere, klasična glazba te kazališne predstave talijanskih autora. Nakon odlaska talijanske vlasti povećava se popularnost domaći autorskih djela. Organiziraju se plesnjaci, na terasama hotela sviraju lokalni bendovi svirajući glazbu lakih nota tj. zabavnu glazbu. Kasnije dolazi do razvoja progresivnije vrste glazbe. Počinje se razvijati rock glazba te nakon nje punk glazba.

Pula je oduvijek povećavala svoju atraktivnost na turističkom tržištu organizacijom glazbenih događaja. Pojavom festivala elektronske glazbe postavljena je na kartu festivalski destinacija. U svrhu glazbenih događaja valoriziraju se brojne zapuštene lokacije. Lokalno stanovništvo pruža podršku organizaciji glazbenih događaja. Postavlja se pitanje u kojem smjeru Pula treba razvijati glazbenu ponudu nakon odlaska festivala elektronske glazbe. Prateći trendove na turističkom tržištu postoje brojne aktivnosti koje bi Pulu ponovno postavile na kartu glazbenih destinacija.

Ključne riječi: festivali, glazbena ponuda, turizam, audio menadžment, razvoj, događaji, turizam događaja, Pula, lokalno stanovništvo, valorizacija, lokacija događaja

SUMMARY

Throughout its history, the city of Pula has been marked by numerous musical events. In different periods, different musical directions were preferred. Over the years, Pula has been under various political influences that have accordingly influenced the development of the music offer.

During Italian rule, operas, classical music and theatrical performances by Italian authors were preferred. After the departure of the Italian government, the popularity of domestic works increased. Dance parties are organized, local bands play on the terraces of the hotel, playing light music, ie pop music. Later, a more progressive type of music developed. Rock music and punk music began to develop after it.

Pula has always increased its attractiveness in the tourist market by organizing music events. With the advent of the electronic music festival, it was placed on the map of the festival destination. Numerous neglected locations are being valorized for the purpose of music events. The local population provides support for the organization of music events. The question arises in which direction Pula should develop its music offer after the departure of the electronic music festival. Following the trends in the tourist market, there are numerous activities that would put Pula back on the map of music destinations.

Keywords: festivals, music offer, tourism, audio management, development, events, event tourism, Pula, local population, valorization, event location

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Bowdin, G and Allen, J (2006): Events Management, 2nd Edition
2. Carlsen, J and Taylor, A. (2003): *Event Management*
3. Cook, R. A., Yale, L. J., Marqua, J. J. 2010. Tourism: the Business of Travel (4th Ed.) Pearson Education Limited: Pearson Prentice Hall.
1. Deery, M. (2005): The National Business Events Study: an Evaluation of the Australian Business Events Sector, Common Ground Publishing, London.
2. Getz, D. (2012): Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. Oxon: Routledge.
4. Mossberg, L. (2000): Effects of events on destination image
5. Rogers, T and Davidson, R. (2002): Marketing and Selling Destinations and Venues
6. Križman Pavlović, D. (2008.) Marketing turističke destinacije. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam "Dr. Mijo Mirković". Zagreb: Mikrorad d.o.o.
7. Mandić, Igor (1997.): Od Bacha do Cagea; „Mladost“; Zagreb
8. Duraković L, Ideologija i glazbeni život: Pula 1945. – 1966., Zagreb: Hrvatsko muzikološko društvo, 2010.,
9. Duraković L, Pulski glazbeni život u razdoblju fašističke diktature 1926.-1943., Zagreb: Hrvatsko muzikološko društvo, 2003.
10. Jadrešić V., Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivno-održivog turizma, Plejada, Zagreb, 2010.
11. Hrvojka Mihanović-Salopek, Alojzije Prosoli: Kulturna osebnost Istre u glazbi, riječi i slici; Zagreb: Udruga Prosoli- Sveta glazba, 2010., zbornik radova s međunarodnog znanstvenog skupa održanog u Kanfanaru i Žminju 2006. i 2007. godine

Znanstveni članci:

3. Getz, D. (2007): Event tourism: Definition, evolution, and research, *Tourism Management*, Vol. 29, No. 5, str. 403 – 428
4. Mihaljević, I., Vidak, M. (2017): The Importance of Local Events for Positioning of Tourist Destination, *European Journal of Social Sciences Education and Research*, Vol. 4, No. 4, str. 228 - 239
5. Qirici, E. (2011): Events as a source of competitive advantage for destinations, *European Scientific Journal*, Vol. 18, No. 2, str. 4 – 17
6. VOJNOVIĆ, N. (2012.) Stagnacija turističke destinacije: primjer Pule. *Hrvatski geografski glasnik* 74/2.

Internet izvori:

1. Magaš, D. (2016): Menadžment turističke destinacije – skripta, dostupno na www.vus.hr/Nastavni%20materijali/Men.%20tur.%20destinacija/Menadzment_turisticke_destinacije_skripta.pdf, pristupljeno 04.9.2021.
2. Stipanović C., Grgurić D.: Istraživanje sadašnjeg stanja upravljanja zvukom i glazbom u hrvatskom turizmu: Analiza stavova destinacijskog menadžmenta. Fakultet za turizam i menadžment Opatija, Rijeka 2019.godine. https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-03/UpravljanjeZvukomGlazbomHrvatskiTurizam_0.pdf
3. Stipanović C., Radan.E., Zubović V. Trendovi glazbene ponude u Hrvatskom turizmu; 7th International Conference „ Vallis Aurea“ 2020. file:///C:/Users/Danijel/Downloads/1083752.Stipanovic_Rudan_Zubovic_-_Trendovi_glazbene_ponude_u_hrvatskom_turizmu.pdf
4. Magnetic Storm (2018): Role of events on tourism <https://www.magnetic.co.za/article/the-role-of-events-on-tourism>, pristupljeno 04.9.2021.
5. Miller, B. (2021): What is music tourism, <https://www.wise-geek.com/what-is-music-tourism.htm>, pristupljeno 04.09.2021.
6. Zaleska.K.(2019):Music tourism, <https://www.diggitmagazine.com/articles/music-tourism>,pristupljeno 04.9.2021.
7. Tidić T.;Glas Istre, 13.6.2018.

- <https://www.glasistre.hr/mozaik/goathell-metal-fest-u-tri-koncertna-dana-nastupa-26-bendova-564567> , pristupljeno 16.9.2021.
8. Internetska stranica statističkog ureda Slovenije
<https://www.stat.si/StatWeb/en/News/Index/8997> , pristupljeno 19.9.2021.
 9. Internetska stranica slovenske DMO „maya“
<https://www.maya.si/en/camp-and-labrca-inn/tolmin-gorges/tolmin-gorges-and-soca-valley/> , pristupljeno 19.9.2021.
 10. Buršić E. Internetski članak o Arena festivalu. 2015.godine, pristupljeno 04.9.2021.
<https://ebursic.blogspot.com/2015/07/25-godina-arena-festivala-festivala.html>
 11. Gogađaji u Gradu Puli. 2018., pristupljeno 19.9.2021.
<https://www.istra.hr/hr/destinacije/pula/dogadjanja/18037>
 12. Tidić T. Glas Istre; 24.06.2019, pristupljeno 16.9.2021.
<https://www.glasistre.hr/glazba/goathell-metal-fest-headlineri-ovogodisnjeg-festivala-legendarni-destruction-i-pestilence-591428>
 13. Privatna zbirka Edgara Buršića. 18. 10. 2007. godine za potrebe stranice o Monteparadiso festivalu. pristupljeno 14.9.2021. godine
<https://hr.wikipedia.org/wiki/Datoteka:00006A.jpg>
 14. Marko Miranović; Metal sound magazin; 2015. pristupljeno 18.9.2021.
<https://metal-sound.net/metal-days-2015/>
 15. Outlook festival, službena stranica, pristupljeno 18.9.2021.
<https://outlookfestival.com/>
 16. Internetska stranica 24 sata; članak:Rekordno posjećenim koncertom sinoć u Areni otvoren 12. Outlook; 03.9.2019.
<https://www.24sata.hr/promo-sadrzaj/rekordno-posjecenim-koncertom-sinoc-u-areni-otvoren-12-outlook-festival-647400>

POPIS ILUSTRACIJA

Slike:

Slika 1. Tipologija planiranih događaja u turizmu

Slika 2. Upravljanje različitim vrstama događaja u turizmu

Slika 3. Plakat Festivala pjesama lake muzike

Slika 4. Plakat za natjecanje u izboru za najbolji bend 1965. godine

Slika 5. Plakat za održavanje operne sezone u Areni u sklopu Istarske ljetne priredbe 1964. godine.

Slika 6. Plakat za festival Monteparadiso 1995. godine

Slika 7. Otvorenje Outlook festivala

Slika 8. Koncert otvorenja Dimensions festivala u Areni 2014. godine

Slika 9. Životni ciklus turističke destinacije

Slika 10. Uključenost zvuka i glazbe u ukupnu ponudu i promociju destinacije prema županijama.

Slika 11. Plakat za „Goathell Metal Fest“ 2018. godine

Slika 12. Poster „Metaldays“ iz 2015. godine.

Tablice:

Tablica 1. SWOT analiza glazbenih događaja grada Pule.

Grafovi:

Graf 1. Stavovi lokalnog stanovništva o buci nastaloj održavanjem glazbenih događaja u centru grada.

Graf 2. Stavovi lokalnog stanovništva o smjeru glazbe koji bi privukao posjetitelje u Pulu.

POPIS PRILOGA

Prilog 1. Anketni upitnik u istraživanju stavova lokalnog stanovništva o glazbenim događajima u Puli.

