

# Festivali u turizmu - motivacija, zadovoljstvo i ponašanje posjetitelja

---

**Posedel, Eugenija**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

*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:137:648739>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-06**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

**EUGENIJA POSEDEL**

**FESTIVALI U TURIZMU – MOTIVACIJA, ZADOVOLJSTVO I  
PONAŠANJE POSJETITELJA**

Diplomski rad

Pula, 2024.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

**EUGENIJA POSEDEL**

**FESTIVALI U TURIZMU – MOTIVACIJA, ZADOVOLJSTVO I PONAŠANJE  
POSJETITELJA**

Diplomski rad

**JMBAG:** 0303081940, redovita studentica

**Studijski smjer:** Turizam i razvoj

**Kolegij:** Turizam i transformacije

**Znanstveno područje:** Društvene znanosti

**Znanstveno polje:** Ekonomija

**Znanstvena grana:** Trgovina i turizam

**Mentorica:** prof.dr.sc. Jasmina Gržinić, trajni izbor

Pula, lipanj 2024.



### IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Eugenija Posedel, kandidat za magistra poslovne ekonomije, smjera Turizam i marketing ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljeni način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

Eugenija Posedel

U Puli, 09. srpnja 2024.



### IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, Eugenija Posedel dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom "FESTIVALI U TURIZMU - MOTIVACIJA, ZADOVOLJSTVO I PONAŠANJE POSJETITELJA" koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

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

U Puli, 09. srpnja 2024.

Potpis

Eugenija Posedel

## Sadržaj

<b>UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>1.POJMOVNO ODREĐENJE FESTIVALA</b> .....	<b>3</b>
1.1.Kronologija razvoja festivala kroz povijest.....	3
1.2.Definicija festivala u kontekstu turizma .....	8
1.3.Konceptualizacija festivala kao turističke atrakcije .....	11
1.4.Festivali vs ostali turistički događaji.....	15
<b>2.MOTIVACIJA POSJETITELJA I ELEMENTI ZADOVOLJSTVA TURISTIČKIM POSJETOM</b> .....	<b>22</b>
2.1.Motivi posjetitelja.....	22
2.2.Identifikacija uvjetovanih čimbenika posjeta.....	28
2.2.1. <i>Intrinzični i ekstrinzični</i> .....	28
2.2.2. <i>Emocionalni i socijalni</i> .....	30
2.2.3. <i>Utilitarni i integrirani</i> .....	31
2.2.4. <i>Elementi zadovoljstva</i> .....	36
2.2.5. <i>Utjecaj zadovoljstva na lojalnost posjetitelja</i> .....	38
<b>3.PONAŠANJE POSJETITELJA TIJEKOM BORAVKA</b> .....	<b>41</b>
3.1.Fenomen festivalske kulture .....	41
3.2.Percepcija kvaliteta i odraz na ponašanje .....	44
3.3.Pozitivni i negativni efekti festivala .....	46
<b>4.TRANSFORMATIVNI TRENDOMI U FESTIVALSKOM TURIZMU</b> .....	<b>51</b>
4.1.Transformacija iskustva posjetitelja.....	51
4.2.Digitalizacija promocije.....	57
4.3.Održivost: dizajn i organizacija događaja .....	60
<b>5.MEĐUNARODNI FESTIVALI - STUDIJE SLUČAJA</b> .....	<b>70</b>
5.1.Opis uzorka.....	70
5.2.Međunarodni značaj i kronologija razvoja .....	74
5.3.Analiza ponude – odabrane kategorije.....	83
5.4.Analiza motiva, zadovoljstva i ponašanja posjetitelja .....	86
5.5.Međunarodno afirmirani festivali .....	90
5.5.1. <i>Burning Man Festival</i> .....	91
5.5.2. <i>Glastonbury festival of contemporary performing arts</i> .....	94
5.5.3. <i>Festival Lass Fallas</i> .....	95
5.6.Zajednička obilježja i razvojne specifičnosti .....	99

<b>6.ANALIZA OBRAĐENIH PRIMJERA.....</b>	<b>102</b>
6.1.Usporedna analiza utjecaja ponude.....	102
6.2.Analiza utjecaja na potražnju .....	105
6.3.Izazovi upravljanja atrakcijama .....	112
6.4.Prijedlog modela ravnoteže interesa ponude i potražnje.....	117
6.5.Kritički osvrt .....	<b>121</b>
<b>7.ZAKLJUČAK.....</b>	<b>122</b>
<b>LITERATURA.....</b>	<b>124</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>141</b>
<b>POPIS ILUSTRACIJA.....</b>	<b>142</b>

*"Slaviti festival znači živjeti, za neku posebnu prigodu i na neobičan način,  
univerzalno pristajanje na svijet kao cjelinu."*

*(Josef Pieper, 1989. An Anthology, p. 52, Ignatius Press)*



## UVOD

Festivalski turizam postaje sve značajniji segment turističke industrije, privlačeći milijune posjetitelja širom svijeta. Ovim se diplomski radom istražuje festivalski turizam, s fokusom na razumijevanje motiva posjetitelja, njihovog stupnja zadovoljstva i obrazaca ponašanja. Analiza je temeljena na studijama slučaja nekoliko svjetski poznatih festivala, uključujući *Burning Man*, *Glastonbury* i *Las Fallas*. Cilj ovog istraživanja je detaljno ispitati i razumjeti ključne utjecaje koji motiviraju ljude na sudjelovanje u festivalskim događanjima, istražiti kako festivalska iskustva utječu njihovo zadovoljstvo te identificirati modele ponašanja posjetitelja tijekom sudjelovanja na festivalima. Analitički pristup studijama slučaja u ovom radu omogućuje dublje razumijevanje dinamike festivalskog turizma i njegovih utjecaja na posjetitelje, s naglaskom na analiziranje ponude i potražnje i motiva posjetitelja.

Za potrebe pisanja diplomskog rada, informacije su pomno odabrane i sintetizirane iz raznovrsne literature posvećene festivalskom turizmu. Analizirani su brojni akademski članci iz domaćih i međunarodnih časopisa, kao i web izvori koji se tiču međunarodnih primjera festivala. Također, uključene su i različite publikacije koje pružaju dublji uvid u motivacijske strukture, percepcije zadovoljstva i ponašanja posjetitelja festivala. Istraživanje je koncipirano kao pregled trendova festivalskog turizma s kritičkim osvrtom na jedan od segmenata kulturnog turizma, festivali. Odraz je teorijskih i praktičnih spoznaja autora, kao odraz stečenih znanja i promišljanja tijekom studija kojem područje istraživanja problemski i pripada. Primijenjene metode istraživanja obuhvaćaju deskriptivnu analizu koja opisuje obilježja festivalskog turizma, komparativnu metodu koja omogućava usporedbu između različitih festivala, te analizu i sintezu koja doprinosi razumijevanju opće slike i utvrđivanju ključnih nalaza istraživanja vezanih uz festivalski turizam.

U diplomskom radu kroz određena poglavlja opravdat će se slijedeće hipoteze:

- ✓ **H0:** »*Intrinzični faktori motivacije, poput osobnog zadovoljstva, ispunjenja, ili izazova, imaju snažniji utjecaj na odluku posjetitelja o sudjelovanju na festivalima.*«
- ✓ **H1:** »*Transformacija festivalskog iskustva, kroz uvođenje novih interaktivnih elemenata, tehnoloških inovacija i personaliziranih doživljaja, rezultirat će povećanjem zadovoljstva posjetitelja i njihovom većom vjerojatnošću ponovnog posjeta.*«
- ✓ **H2:** »*Posjetitelji će biti motivirani sudjelovati na festivalima koji upravljaju posjetima tako da nude jedinstvena iskustva, potiču interakciju i omogućavaju slobodu izražavanja.*«

Diplomski rad koncipiran je od sedam poglavlja, svako proučavajući značajne aspekte festivalskog turizma. Prvo će se istražiti terminološke osnove i pojmovno odrediti festivali, pri čemu će se pružiti kronološki pregled njihovog povijesnog razvoja. Također, definirat će se festivali u kontekstu turizma i istražiti njihova atrakcijska konceptualizacija, u usporedbi s drugim turističkim događajima. Zatim će se analizirati motivacija posjetitelja i elementi koji utječu na potrošačko zadovoljstvo, proučavajući različite teorije motivacije te identificirajući ključne čimbenike koji potiču posjete festivalima. Analizirat će se ponašanje posjetitelja tijekom boravka na festivalima, fokusirajući se na fenomen festivalske kulture i utjecaj na percepciju kvalitete iskustva te pozitivne i negativne efekte događanja. Zatim će se obraditi transformativni trendovi u festivalskom turizmu, uključujući promjene koje utječu na iskustvo posjetitelja, posebice u pogledu digitalizacije promocije festivala i održivosti dizajna i organizacije. Pružit će se konkretan uvid kroz studije slučaja određenih međunarodnih festivala poput *Burning Man-a*, *Glastonburyja* i *Las Fallasa* istražujući motive, značaj i utjecaj na posjetitelje. Nadalje, provedst će se komparativna analiza faktora ponude i potražnje na temelju prethodno obrađenih slučajeva, istražujući izazove u upravljanju atrakcijama te predložiti model za postizanje ravnoteže između interesa ponude i potražnje. Zaključno, rad će sumirati nalaze i pružiti kritičku refleksiju, ističući glavne doprinose te implikacije istraživanja za praksu i daljnji razvoj festivalskog turizma. Posebna pažnja bit će posvećena opravdanju hipoteza formuliranih na temelju dobivenih rezultata. Rad završava s popisom korištene literature, sažetkom i popisom ilustracija.

# 1. POJMOVNO ODREĐENJE FESTIVALA

Festivali imaju bogatu i raznoliku povijest, evoluirajući od svojih drevnih korijena do složenih globalnih fenomena kakve danas doživljavamo. Festivali su događaji koji slave kulturu, umjetnost, glazbu, hranu i mnoge druge aspekte ljudskog stvaralaštva i interesa. Održavaju se širom svijeta i privlače posjetitelje iz različitih kutaka planeta, često pretvarajući lokalne zajednice u žarišta globalne pažnje. Fenomen festivala nije nov, ali njihova je popularnost u posljednjih nekoliko desetljeća naglo porasla, dijelom zahvaljujući svijetu u uvjetima globalizacije i lakšem pristupu informacijama. Oni su magneti za posjetitelje, privlačeći ih autentičnim iskustvima i prilikama da se urone u nešto novo i neobično. Kao rezultat, ne samo da obogaćuju lokalne zajednice, nego i promiču međukulturno razumijevanje i prijateljstvo među narodima.

U ovom poglavlju zaronit ćemo u vremensku liniju koja obuhvaća njihovo povijesno naslijeđe, istražiti kako se koncept festivala definirao unutar turističke industrije te razlučiti njihove jedinstvene karakteristike kada ih uspoređujemo s drugim vrstama događaja.

## 1.1. Kronologija razvoja festivala kroz povijest

Festivali su jedan od najstarijih oblika ljudskog okupljanja i proslave, a njihova kronologija razvoja pruža nam uvid u evoluciju društva, kulture i ljudskih vrijednosti kroz vrijeme. Riječ "festival" potječe iz 1580-ih i prvotno je označavala "festivalski dan, unaprijed određeni dan svečanog slavlja,"<sup>1</sup> no etimologija termina festivala dolazi od latinske riječi *festum* "javno veselje, radost, slavlje" i *feriae*, što znači "uzdržavanje od rada u čast bogovima."<sup>2</sup> Ovo nam ukazuje na dugu tradiciju obilježavanja posebnih prigoda i proslava, što i je osnovni element festivala. U srcu festivala drevnih civilizacija ležala je esencijalna povezanost s prirodom i božanskim. Datirajući od prapovijesnog doba do danas, festivali su odražavali vjerovanja, običaje i vrijednosti ljudskih

---

<sup>1</sup> Festival (2017.): "Etymology, Origin and Meaning of Festival." *Etymonline*.

Dostupno na <https://www.etymonline.com/word/festival> (pristupljeno 10.03.2024.)

<sup>2</sup> Falassi, A. (1987.): "Festival: Definition and Morphology." In: Falassi, A., Ed., *Time out of Time*, University of New Mexico Press, Albuquerque. Dostupno na

[https://www.brown.edu/Departments/Joukowsky\\_Institute/courses/cityandfestival09/files/9722047.PDF](https://www.brown.edu/Departments/Joukowsky_Institute/courses/cityandfestival09/files/9722047.PDF) (pristupljeno 10.03.2024.)

zajednica. Slike i artefakti pronađeni u drevnim civilizacijama poput Perzije, Egipta i Indije pružaju uvid u drevne svečanosti koje su oblikovale živote tih ljudi.<sup>3</sup> Ti artefakti svjedoče o dubokoj povezanosti između ljudi i prirode, otkrivajući njihovu suštinsku harmoniju s okolinom. Također, brojni hramski zapisi na temeljima i zidovima detaljno opisuju značajke festivala. Na primjer, u Perziji, reljefi u Perzepolisu prikazuju svečane povorke i kraljevske prijeme, naglašavajući važnost ceremonijalnih događanja u Ahemenidskog carstvu.<sup>4</sup> Drevni festivali su bili ključni za jačanje zajedničkih veza unutar društava, potičući osjećaj jedinstva i solidarnosti među ljudima. Festivali su djelovali kao vitalni instrumenti za očuvanje zajedničke kulture i identiteta, donoseći ljude zajedno u slavljenju života, prirode i važnih događaja.<sup>5</sup> Stoga su drevni festivali bili ne samo prilika za zajedničko slavlje, već i za izražavanje vjerske i kulturne baštine, čime su dublje utkali svoje zajednice u tkivo njihovog društva.

U drvenim civilizacijama, poput Starog Egipta, festivali su najčešće imali religijsku osnovu, služeći kao sredstvo za održavanje reda u svemiru i društvenoj strukturi, ali također bili su i povezani s prirodnim ciklusima (sezonske promjene, poljoprivredne aktivnosti i sl.) U Starom Egiptu slavili su se brojni festivali koji su uglavnom bili posvećeni bogovima. *Heb-sed* bio je drevni egipatski festival koji se održavao u čast faraona, ujedno je i najstarija svetkovina Starog Egipta.<sup>6</sup> Obilježavao je 30 godina vladavine faraona i potom bi se periodično ponavljao svake tri godine. Festival je bio ključan u potvrđivanju božanskog statusa, kao i prilika za političku konsolidaciju moći. Također, bio je prilika za obnovu i jačanje religijskih i socijalnih veza unutar društva. U antičkoj Grčkoj i Rimu, festivali su preuzeli dodatne uloge u društvenom i političkom životu. Dionizijski festivali u antičkoj Grčkoj bili su „obredi u čast boga Dioniza, božanstva vina, plodnosti, ekstaze i teatra.“<sup>7</sup> Proslave su uključivale procesije, pjevanje, ples i izvedbe dramskih djela. To je bila prilika da se okupi zajednica, da se

---

<sup>3</sup> D, Martins. (2023.). "The Fascinating History and Cultural Significance of Ancient Festivals and Celebrations." *Medium*. Dostupno na <https://medium.com/@madtarget44/the-fascinating-history-and-cultural-significance-of-ancient-festivals-and-celebrations-4452100081bb> (pristupljeno 10.03.2024.)

<sup>4</sup> World History Edu (2024.). "The Ancient Persian City of Persepolis: History, Architectural Marvel, & Major Facts - World History Edu." *World History Edu*. Dostupno na <https://worldhistoryedu.com/the-ancient-persian-city-of-persepolis-history-architectural-marvel-major-facts/> (pristupljeno 10.03.2024.)

<sup>5</sup> "Heb-Sed - Egyptian Feast." *Encyclopædia Britannica*. Dostupno na <https://www.britannica.com/topic/Heb-Sed> (pristupljeno 11.03.2024.)

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Grozdanović Pranjčić, A. (2004.). "Mit o Dionizu i Arijadni." *U Foo2rama*. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/396305> (pristupljeno 13.03.2024.)

ojača socijalna veza među građanima. Također, dopuštalo se ljudima da se slobodnije izražavaju i uživaju u činjenicama koje bi inače bile potisnute, tj. prekid svakodnevne rutine te izlaz za emocije i napetosti. S druge strane, Rimljani su slavili Saturnalije ili Bacchanalia, festivalsko razdoblje opuštenosti i obrnutih društvenih uloga.<sup>8</sup> Saturnalije su se održavale u čast Saturna, boga poljoprivrede i obilježavale su razdoblje opuštanja društvenih normi, gozbi, poklonjena i radosti. To je bio period veselja i slobode, gdje su rimski građani nosili šarene odjeće i učestvovali u zabavama i igrama. Srednjovjekovlje je vidjelo promjenu naglasaka s poganskih festivala na kršćanske događaje kao što su Božić i Uskrs, ali su sajmovi i karnevali ostali popularni kao oblici zajedničkih obreda i trgovine. Bili su to važni trenutci društvenog sabiranja, trgovanja te su omogućavali razmjenu kulturnih i umjetničkih djela. Karneval u Veneciji, istaknuti primjer, s prvim spomenom 1296. godine kada je senat Republike Venecije proglasio dan prije početka korizme državnim praznikom.<sup>9</sup> Festival je bio prilika za proslavu i opuštanje prethodno strogih društvenih hijerarhija i normi. Praksa nošenja maski i kostima tijekom Venecijanskog karnevala omogućila je ljudima da privremeno prekrše socijalne konvencije i uživaju u slobodi izražavanja koja inače nije bila dopuštena. Vrijeme renesanse ponovno je oživjelo interes za klasične festivale, istovremeno potičući stvaranje novih kulturnih manifestacija, kao i brojnih malih seoskih festivala. U tom razdoblju, festivali umjetnosti i kulture počeli su se širiti po Europi, postajući sve važniji u promicanju umjetničkog izražaja i ideja.

Srednjovjekovni sajmovi postupno se transformiraju u renesanse festivale koji slave umjetnost, glazbu i teatre. Primjerice, festivali kao što su *Floralia* i Renesansi sajam slavili su ljepote prirode, umjetnosti i naučna dostignuća. Industrijska revolucija donosi promjene u društvenom ustroju koje utječu na festivale. Razvoj urbanizacije doveo je do novih oblika zabave koji su više usmjereni na masovne radničke klase. Za primjer je, Handelov stogodišnji festival iz 1859., koji se odvija u doba rane industrijske revolucije.<sup>10</sup> U eri kada se oblikuje moderna turistička infrastruktura predstavlja

---

<sup>8</sup> "Saturnalije - Hrvatska Enciklopedija." *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024.* Dostupno na <https://www.enciklopedija.hr/clanak/saturnalije> (pristupljeno 13.03.2024.)

<sup>9</sup> MINIKAR. "Povijest venecijanskog karnevala: od Saturnalija do danas. Venecijanski karneval i njegova povijest gdje se karneval održava u Veneciji." *Minikar.ru.* Dostupno na <https://minikar.ru/bs/fashion-and-beauty/istoriya-venecijskogo-karnavala-ot-saturnalii-do-sovremennosti-venecijskii/> (pristupljeno 12.03.2024.)

<sup>10</sup> Anić, A., Ivičić. "Velika svjetska izložba 1851. godine (pogled na englesko društvo 19.stoljeća)." *ROSTRA.* Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/250381> (pristupljeno 14.03.2024.)

razdoblje bogato inovacijama, uključujući i razvoj željeznice, što je revolucioniralo putovanja i omogućilo lakši doseg turističkih atrakcija. Kristalna palača je izvorno izgrađena za Veliku izložbu 1851. godine, a kasnije je iskorištena za razne kulturne i izložbene događaje, uključujući Handelov stogodišnji festival.<sup>11</sup> Ujedno postaje središnjim mjestom za kulturna zbivanja koja privlače posjetitelje iz svih dijelova svijeta. Festival je predstavljao rani primjer korištenja festivala kao sredstva za privlačenje turista. Tako je festival postao ne samo glazbeni događaj, već i turistička atrakcija koja je doprinijela ekonomskom i kulturnom razvoju Londona. Handelov stogodišnji festival može se smatrati pretečom za mnoge današnje manifestacije. Postavljanjem standarda za ulogu koju festivali mogu imati u marketingu i promociji destinacija, ovaj povijesni događaj je predvidio kako festivali mogu biti ključni elementi u strategijama razvoja turizma i gradskog brendiranja.

Kroz 19. i 20 stoljeće festivali su doživjeli značajnu transformaciju uslijed industrijskih i društvenih promjena. Razvoj industrijskog društva i promjene u radnom vremenu dali su ljudima veću mogućnost za rekreaciju i odmor. To je stvorilo plodno tlo za razvoj različitih vrsta festivala, ne samo kao oblika kulturne i umjetničke izražajnosti, već i kao sredstva za revitalizaciju i osnaživanje zajednica. Koncem 19. stoljeća, festivali kao što su Bayreuth festival, posvećen Wagnerovim operama, i Salcburški festival, počeli su postavljati standarde za visokokvalitetne umjetničke izvedbe, privlačeći međunarodnu publiku iz cijelog svijeta, podižući kriterije za umjetničke događaje. U 20. stoljeću, društveni i kulturni festivali postali su važni elementi kolektivnog izražavanja identiteta i otpora. Nakon završetka Drugog svjetskog rata dolazi do *festivalskog booma*. Slijedi rast broja i popularnost festivala u mnogim dijelovima svijeta, posebno 1950.-tih godina, kao što su Cannes međunarodni filmski festival, Berlinskog međunarodnog filmskog festivala, Woodstocka ili Edinburškog festivala.<sup>12</sup> Festivali postaju mjesto za demonstraciju nacionalnog ponosa i zajedništva, a kasnije i pokret otpora i izražavanja mladenačke supkulture. Festivali kao što su Woodstock u SAD-u simbolizirali su protukulturni pokret i umjetničku slobodu.<sup>13</sup> U kasnim 1960-ima imao je značajan

---

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> Cudny, W., Korec, P., Rouba, R. (2012.): "Resident's Perception of Festivals - a Case Study of Łódź." *Sociológia* 44 (6): 704–28. Dostupno na <https://www.sav.sk/journals/uploads/011012462012%20Cundy%20-%20OK.pdf> (pristupljeno 18.03.2024.)

<sup>13</sup> "Woodstock" *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024.* Dostupno na <https://enciklopedija.hr/clanak/woodstock> (pristupljeno 18.03.2024.)

utjecaj na kulturu i glazbene festivale. Njegov doprinos festivalima leži u kreiranju modela velikih, otvorenih i multikulturalnih festivala koji slave slobodan duh i izražavanje mlade generacije. Woodstock je, kao ikona kontra kulture tih godina, utjecao na mnoge festivale kasnije, kako u konceptualnom tako i u praktičnom smislu. Zatim, festivali poput *Glastonbury* prerastaju u znakove protukulturnih pokreta te postaju mjesta na kojima se okupljaju mladi koji dijele zajedničke ideale i kulturološke vrijednosti, često se identificirajući s protukulturnim pokretima. Kulturne revolucije ovog razdoblja promovirale su glazbu, umjetnost i slobodu kao ključne vrijednosti. Krajem 20. stoljeća i početkom 21. stoljeća festivali se sve više komercijaliziraju te postaju važan segment turističke ponude individualnosti. Krajem 20. stoljeća pojavljuje se era modernih festivala koji postaju komercijalniji, sponzorirani i medijski pokriveni događaji.

Početkom 21. stoljeća festivali se koriste kao alat za poticanje turizma i ekonomskog razvoja. Festivalski turizam raste kao industrija, a festivali postaju dijelom strateškog brendiranja destinacija. Na kraju, dolazimo do digitalne ere. Festivali su se od prošlosti promijenili i napredovali u smjeru postajanja složenijih i dinamičnijih događanja koja obuhvaćaju ne samo tradicionalne fizičke prostore nego se sve više oslanjaju na digitalnu dimenziju. Tehnološki napredak značajno je preobrazio festivale, transformirajući ih iz lokalnih okupljanja do globalnih događaja. Uz razvoj interneta i društvenih medija, festivali upotrebljavaju nove tehnologije za promociju, prodaju ulaznica i angažiranje s publikom. Nove tehnologije, kao što su poboljšane zvučne i svjetlosne instalacije, donijele su fenomenalne vizualne i slušne doživljaje, omogućujući spektakularne scenske prikaze i koncerte. Upotreba društvenih medija promijenila je način na koji se festivali promoviraju i kako se posjetitelji povezuju. Virtualni događaji, poput Tomorrowland Around the World, postali su posebno popularni uslijed pandemije COVID-19, nudeći online alternativu tradicionalnim festivalima i omogućavajući ljudima da sudjeluju bez obzira na fizičke granice. Primjeri poput *streaming* servisa za prijenos uživo festivala poput Coachella ili Lollapalooza omogućili su ljudima koji nisu fizički prisutni da dožive atmosferu glazbenih nastupa. Također, umjetnički festivali poput Biennale di Venezia koriste virtualnu stvarnost kako bi prikazali izložbe i instalacije široj publici, čineći umjetnost pristupačnijom.

Sve prethodno navedeno navodi, kako tradicionalni festivali ostvaruju duboku kulturnu vezu slavljenjem baštine, vjerovanja i običaja određene zajednice, služeći kao temelj za očuvanje identiteta i edukaciju budućih generacija. S druge strane, suvremeni

festivali proširili su svoju svrhu i prerasli u globalne platforme koje povezuju različite kulture, promoviraju turizam i inovaciju te omogućuju razmjenu ideja u sve više povezanom svijetu. Ova evolucija odražava kako festivali prilagođavaju svoje akcije i sadržaj kako bi se zadovoljio dinamičan duh vremena i raznolike potrebe globalne publike, no i dalje zadržavaju svoju suštinsku svrhu, a to je slavlje i zajedništvo.

## 1.2. Definicija festivala u kontekstu turizma

Kako pratimo evoluciju razvoja festivala prethodnog poglavlja, postaje očito da su se ovi događaji razvili u iznimno raznolike i kompleksne *društvene fenomene*. Festivali su izvorno bili povezani s prirodnim ciklusima i religijskim obredima, ali su se kroz povijest transformirali kako bi odražavali promjene u društvu, kulturi i tehnologiji. Festivali su postali nezaobilazni događaji u kulturnom životu mnogih zajednica diljem svijeta, reflektirajući duboke društvene fenomene prisutne u raznim ljudskim kulturama.<sup>14</sup> Danas su festivali mnogo više od jednostavnih događaja; oni su postali ključni elementi u turističkoj industriji, privlačeći posjetitelje svojom jedinstvenom i drugačijom ponudom sadržaja i doživljaja. Oni su inherentno društveni događaji i ljudima pružaju sredstva za interakciju i razmjenu iskustava sa značajnim drugima.<sup>15</sup> Festivali su interaktivni prostori gdje se spajaju različiti društveni akteri, poput lokalnih stanovnika, posjetitelja, organizatora, umjetnika i sponzora. Svaki od ovih sudionika ima važnu ulogu u oblikovanju festivala, što doprinosi stvaranju slojevitog i bogatog festivala sadržaja. Šarenilo i dramatičan intenzitet njegovih dinamičkih koreografskih i estetskih aspekata, znakovi dubokog značenja koji se ispod njih nalaze, njegov povijesni korijen i uključenost "domorodaca" uvijek su privlačili pažnju slučajnih posjetitelja, konzumirali putnike i književnike podjednako.<sup>16</sup> Što nam sugerira da festivali imaju slojevita značenja i estetsku vrijednost koja prelazi puki vizualni dojam, te se često vežu za kulturnu baštinu i identitet zajednice koja ih organizira. Isto tako možemo reći da su događaji "prožimajuća značajka našeg kulturnog krajolika koja čini

---

<sup>14</sup> Festival (2017.): "Etymology, Origin and Meaning of Festival." *Etymonline*. Dostupno na [https://www.brown.edu/Departments/Joukowsky\\_Institute/courses/cityandfestival09/files/9722047.PDF](https://www.brown.edu/Departments/Joukowsky_Institute/courses/cityandfestival09/files/9722047.PDF) (pristupljeno 17.03.2024.)

<sup>15</sup> Huan,S., Shaofeng,W., Yanning, L., Guangquan, D. (2019.): "Tourist-To-Tourist Interaction at Festivals: A Grounded Theory Approach." *Sustainability* 11 (15): 4030. Dostupno na <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/15/4030> (pristupljeno 17.03.2024.)

<sup>16</sup> Falassi, A., op.cit.str.7



vitalnu i rastuću komponentu industrije događanja.”<sup>17</sup> Festivali ne samo da jačaju lokalne zajednice i podržavaju kulturnu razmjenu, već i promoviraju kreativnost, inovacije i održivost, privlačeći globalnu publiku i stvarajući platforme za umjetnike, izvođače i poduzetnike. Oni također igraju ključnu ulogu u očuvanju kulturne baštine i pružaju prilike za edukaciju i podizanje svijesti o važnim društvenim temama. U svakodnevnom govoru često se pojam festivala zamjenjuje raznoraznim sinonima, kao što su proslava, karneval, izložba, fiesta, gala i brojni drugi.<sup>18</sup> Različite kulture imaju svoje vlastite tradicije i načine obilježavanja događaja. Stoga, nazivi poput "fiesta" (u španjolskoj kulturi), "matsuri" (u japanskoj kulturi) ili "carnival" (u latinskoj kulturi) odražavaju specifičnosti tih tradicija i običaja, no i dalje zadržavaju osnovni temelj, a to je okupljanja ljudi radi proslave ili obilježavanja nekog važnog događaja.

Slijedom prethodnog navedenog, slijedi nekoliko definicija festivala. Autor, Getz (1997.) definira festivale kao „tematske javne proslave koje uključuju velik raspon događanja uključujući sport, koncerte, participativnu rekreaciju, prodaju i prezentaciju potrošačima, mjesta za privlačenje sponzora i edukativna događanja.“<sup>19</sup> Autor, Falassi (1987.) sugerira definiciju koja pokazuje da festival obično označava „periodično ponavljajuću, društvenu prigodu u kojoj, kroz raznovrsnost oblika i niz koordiniranih događaja, izravno ili neizravno, u različitim stupnjevima, sudjeluju svi članovi cijele zajednice, ujedinjeni etničkim, jezičnim, religijskim, povijesnim vezama i dijeleći isti svjetonazorom.“<sup>20</sup> Autor, Dujmović (2016.) navodi definiciju koja glasi da su festivali „javne proslave ili obilježavanje bitnih postignuća neke osobe ili zajednice koja sudionicima omogućava bijeg od svakodnevnice, stjecanje novih iskustva, znanja i priliku za upoznavanje novih ljudi i načina života.“<sup>21</sup> Kroz ove tri definicije dolazimo do zaključka da su festivali složeni događaji koji se odlikuju određenim zajedničkim osobinama kao što su platforme za različite tematske proslave, privlačenje zajednica, promociju edukacije i poticanje ekonomske aktivnosti, istovremeno nudeći

---

<sup>17</sup> Kitterlin, M., Yoo, M. (2014.): "Festival Motivation and Loyalty Factors." *Tourism & Management Studies* 10(1):119-126. Dostupno na <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743881017.pdf> (pristupljeno 17.03.2024.)

<sup>18</sup> "Thesaurus Results for festival." *Merriam- Webster*. Dostupno na <https://www.merriam-webster.com/thesaurus/festival#:~:text=Synonyms%20for%20FESTIVAL%3A%20celebration%2C%20festivity%2C%20fiesta%2C,carnival%2C%20jubilee%2C%20gala%2C%20fest%2C%20f%3AAte%2C%20fete%2C%20exhibition> (pristupljeno 20.03.2024.)

<sup>19</sup> Getz, D. (1997.): "Event Management & Event Tourism." *Cognizant Communication*, New York.

<sup>20</sup> Festival (2017.): "Etymology, Origin and Meaning of Festival." *Etymonline*. Dostupno na [https://www.brown.edu/Departments/Joukowsky\\_Institute/courses/cityandfestival09/files/9722047.PDF](https://www.brown.edu/Departments/Joukowsky_Institute/courses/cityandfestival09/files/9722047.PDF) (pristupljeno 20.03.2024.)

<sup>21</sup> Dujmović, M. (2016.): *Kultura turizma*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, str. 89

posjetiteljima mogućnost stjecanja novih iskustava i poticanje raznih emocija. Oni su važni za oživljavanje i očuvanje kulture, ali i za stvaranje novih kulturnih izraza i promicanje socijalne kohezije. Dok se festivali mogu promatrati kao izolirani kulturni događaji, njihova rastuća popularnost i sposobnost privlačenja posjetitelja izvan lokalne zajednice doveli su do pojave festivalskog turizma kao specifičnog oblika turizma.

Festivalski turizam je postao važan segment turističke industrije zbog svoje sposobnosti da privuče posjetitelje, no gdje se i „istovremeno smatraju atrakcijama, nositeljima i kreatorima imidža te pokretačima ekonomske aktivnosti lokalne zajednice.“<sup>22</sup> Stoga su festivali postali nezaobilazan element u strategijama razvoja turizma mnogih destinacija. Čimbenici koji doprinose festivalskom turizmu uključuju povećanje broja zaposlenih ljudi, povećanje prihoda ljudi, promjenu društvenih stavova prema radu i raspoloživo vrijeme za slobodno vrijeme.<sup>23</sup> Kada govorimo o pojmu festivalskog turizma, prema autorima Stipanović, Rudan i Peršin (2015.) definirani su kao jedna od pojavnih formi turizma evenata gdje je zadržavanje turista na nekom području prvenstveno motivirano festivalom kao kulturnim eventom.<sup>24</sup> Festivali kao kulturni eventi stvaraju privremenu atrakciju koja privlači turiste te isto zadržavanje turista na nekom području motivirano festivalom znači da su festivalski posjetitelji došli u destinaciju i ostaju u njoj primarno da bi iskusili festival i sve što on nudi, što može uključivati glazbu, ples, umjetnost, hranu i ostale forme kulture i zabave. Također, festivalski turizam u suštini je instrumentalistički, tretira festivale kao alate u turizmu i gospodarskom razvoju ili marketing na mjestu i prodaja atrakcija i mjesta.<sup>25</sup> Ova definicija festivalskog turizma poput instrumentalističkog naglašava da se festivali koriste kao sredstvo za postizanje širih ciljeva u turizmu i gospodarstvu. Neki od gospodarskih ciljeva festivalskog turizma jesu maksimiziranje profita, privlačenje i

---

<sup>22</sup> Prentice, R., Andersen, V. (2003.): "Festival as Creative Destination." *Annals of Tourism Research* 30 (1): 7–30. Dostupno na <http://www.art-lectures.de/edinburghfestival.pdf> (pristupljeno 22.03.2024.)

<sup>23</sup> Course Sidekick (2020.): "The Authenticity Dilemmas Associated with Festival Tourism" *Kenyatta University*, str.10. Dostupno na <https://www.coursesidekick.com/arts-humanities/13408012> (pristupljeno 22.03.2024.)

<sup>24</sup> Stipanović, C., Rudan, E., Peršin, P. (2015.): "Festival tourism in the repositioning of Croatian tourism destinations." *Third international scientific conference tourism in Southern and Eastern Europe*, 3:355-367. Dostupno na [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2637371](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2637371) (pristupljeno 22.03.2024.)

<sup>25</sup> Getz, D. (2010.): "THE NATURE AND SCOPE OF FESTIVAL STUDIES" *International Journal of Event Management Research*, 5(1):2. Dostupno na [https://www.academia.edu/32851060/THE\\_NATURE\\_AND\\_SCOPE\\_OF\\_FESTIVAL\\_STUDIES](https://www.academia.edu/32851060/THE_NATURE_AND_SCOPE_OF_FESTIVAL_STUDIES) (pristupljeno 22.03.2024.)

zadovoljavanje potreba turista i domicilnog stanovništva, obogaćivanje ponude, brendiranje destinacije te pozicioniranje, produženje turističke sezone, poduzetnička inkluzija u realizaciji festivala i brojni drugi.<sup>26</sup> Festivali se prikazuju kao multifunkcionalni alati koji služe ne samo za zabavu i očuvanje kulturne baštine koja bude na prvu pomisao prepoznata, već i kao sredstva za postizanje različitih ekonomskih ciljeva, kao i povećanje vidljivosti destinacije na globalnom tržištu, poticanje kreativnosti i inovacija u lokalnim zajednicama, te razvoj infrastrukture koja koristi ne samo turistima već i lokalnom stanovništvu.

### 1.3. Konceptualizacija festivala kao turističke atrakcije

Festivali se smatraju dijelom turističkih atrakcija, no njihova popularnost i afirmacija kao primarnih turističkih destinacija značajno su porasle od kasnog dvadesetog stoljeća. Kako se turizam razvijao i diversificirao, festivali su postali sve značajniji zbog njihove sposobnosti da privuku posjetitelje, unaprijede kulturni identitet destinacije i pruže jedinstvena iskustva. Festivali pružaju platformu za predstavljanje nematerijalne kulturne baštine odredišta, lokalnih tradicija, etničkih pozadina i kulturnih krajolika te postupno postaju važne turističke atrakcije za promociju destinacije.<sup>27</sup> Festivali ne samo da oživljavaju i čuvaju lokalne običaje, već stvaraju i dinamičan prostor gdje se tradicija isprepliće s novim iskustvima, potičući tako dublje razumijevanje i aprecijaciju kulture. Ono što festival čini atrakcijom ne temelji se samo na događaju ili aktivnosti koje se odvijaju tijekom njegovog trajanja, već na temelju cjelokupnog doživljaja koji se nudi posjetiteljima.<sup>28</sup> Posjetitelji ne dolaze samo zbog specifične manifestacije ili predstave, već i kako bi bili dio nečega većeg - da iskuse osjećaj pripadnosti, uče o novim kulturama, upijaju inspirativnu atmosferu, i stvaraju uspomene koje će im ostati u trajnom sjećanju. Prema tvrdnjama pojedinih znanstvenika, festivali ne postaju turističke atrakcije samim svojim postojanjem; umjesto toga, oni postaju privlačni kroz

---

<sup>26</sup> Stipanović, C., Rudan, E., Peršin, P. (2015.): "Festival tourism in the repositioning of Croatian tourism destinations." *Third international scientific conference tourism in Southern and Eastern Europe*, 3:355-367. University of Calgary, Canada. Dostupno na [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2637371](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2637371) (pristupljeno 24.03.2024.)

<sup>27</sup> Li, J., G., Yu. (2023.): "Constructing the Festival Tourist Attraction from the Perspective of Peircean Semiotics: The Case of Guangzhou, China." Edited by V, Basile. *PLOS ONE* 18 (2):e0282102. Dostupno na <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0282102> (pristupljeno 23.03.2024.)

<sup>28</sup> Ibid.

dinamiku i angažman koji nastaju tijekom interakcije između događanja koja festival nudi i posjetitelja te naglašenost je atraktivnost festivala koja potječe od jedinstvenosti atmosfere festivalskog okruženja i aktivnosti, posebno događaja, atmosfere ili okruženja na festivalima.<sup>29</sup> Navedeno sugerira da su festivali slojeviti, čija vrijednost i privlačnost proizlaze iz kompleksnog sklopa elemenata koji zajedno stvaraju privlačno i jedinstveno okruženje za posjetitelje.

Da bismo razumjeli atraktivnost festivala kao turističke atrakcije prikazati ćemo je kroz prizmu Peirceove teorije semiotičkog trokuta, gdje ćemo prvo razjasniti osnovne komponente ove teorije, a zatim ih primijeniti na konceptualizaciju festivala. Peirceova teorija nudi uvid u to kako se značenja konstruiraju, što je ključno za razumijevanje kako festivali postaju privlačni turistima. Peirceova semiotička teorija temelji se na tri komponente:<sup>30</sup>

1. Objekt,
2. Znak (*representamen*),
3. Značenje (*interpretant*).

Prva komponenta je objekt. Objekt je fizička ili konceptualna stvar koja se predstavlja kroz znak (*representamen*).<sup>31</sup> To može biti bilo što, od konkretnog predmeta, kao što je stolica, do apstraktnog koncepta, kao što je sloboda. Objekt određuje karakteristike koje će *representamen* (znak) odražavati. Zatim slijedi, *representamen* koji je nositelj značenja, znak koji predstavlja objekt u umu promatrača ili interpretatora. Može biti riječ, slika, simbol ili bilo koji drugi oblik koji uspostavlja vezu s objektom, tj. sve što stoji za nešto drugo, u nekom kapacitetu. *Representamen* ne mora nužno imati izravnu sličnost s objektom koji predstavlja, ali je odabran ili shvaćen da posjeduje određene karakteristike ili kvalitete objekta. Te zadnji, *interpretant* koji je učinak koji *representamen* (znak) ima na um interpretatora, tj. kako promatrač ili primatelj znaka shvaća ili tumači znak. *Interpretant* može biti nova misao, osjećaj ili akcija koja proizlazi iz susreta s znakom. Ovo je dinamičan aspekt semiotičkog trokuta jer interpretacija znaka može varirati ovisno o kontekstu, kulturi, iskustvu i predznanju interpretatora. Između opisanih komponenti je semioza kontinuirani proces interakcije, koji rezultira

---

<sup>29</sup> Ibid.

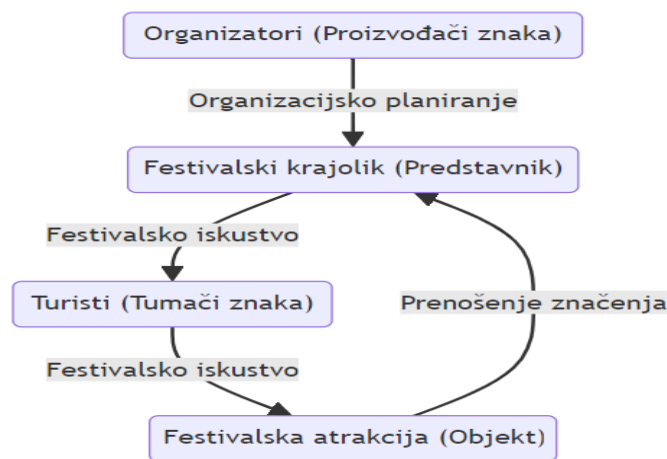
<sup>30</sup> Ibid.

<sup>31</sup> Ibid.

stvaranjem značenja. Ovaj proces je dinamičan i može voditi do niza značenja, gdje svaka nova interpretacija može poslužiti kao novi znak, što dovodi do daljnjih interpretacija. Nakon razjašnjenja Peirceove teorije semiotičkog trokuta, može se primijeniti i na kontekst festivala kao turističke atrakcije, gdje znakovi i simboli igraju ključnu ulogu u stvaranju značenja i privlačenju posjetitelja.

Nadalje se pojašnjava analizirane pojmove (Li, Yu, 2023.) kroz sustav veza putem sheme 1.

**Shema 1. Okvir semiotičke analize festivalske turističke atrakcije**



Izvor: samostalna izrada autorice prema Li, J.,G, Yu., (2023.): "Constructing the Festival Tourist Attraction from the Perspective of Peircean Semiotics: The Case of Guangzhou, China." Edited by V, Basile. *PLOS ONE* 18 (2): e0282102.

<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0282102>

(pristupljeno 23.05.2024.)

Organizatori festivala prepoznaju se kao važni proizvođači znakova. Oni ne samo da planiraju i organiziraju događaj, već i kreiraju različite elemente koji predstavljaju festival. To uključuje postavljanje vizualnih i verbalnih znakova kao što su plakati, reklame, logotipi, tematske boje, društveni mediji, pa čak i specifična hrana ili glazba povezani s festivalom. Ovi elementi su ključni za komunikaciju s potencijalnim posjetiteljima. Kroz pažljivo organizacijsko planiranje, organizatori stvaraju festivalski krajolik ili predstavljaju festival na određeni način. Ovo planiranje uključuje odabir

lokacije, dizajn prostora, programiranje događaja i aktivnosti koje će se odvijati tokom festivala. Sve ovo doprinosi stvaranju jedinstvenog festivalskog iskustva koje privlači posjetitelje. Festivalski krajolik služi kao predstavnik festivala. To je kombinacija fizičkog prostora, aktivnosti, atmosfera, kulture, tradicije i ukupnog doživljaja koji festival pruža. Ovo je prvi dodir posjetitelja s festivalom i igra važnu ulogu u njihovoj percepciji i očekivanjima. Festivalski krajolik, prožet pažljivo odabranim znakovima, postaje pozornica za kreiranje nezaboravnog iskustva. Vizualni elementi, poput koloritnih dekoracija, kostima izvođača ili impresivne scenografije, stvaraju prvi dojam i bude određene emocije. Glazba, kao moćan auditivni znak, diktira ritam festivala, potiče na ples ili stvara atmosferu opuštanja. Mirisi tradicionalnih jela, cvijeća ili same prirode bude sjećanja i povezuju posjetitelje s autentičnim identitetom festivala. Ova sinergija vizualnih, auditivnih i olfaktornih (mirisnih) znakova stvara holističko iskustvo koje nadilazi puku zabavu i ostaje urezano u sjećanje. Posjetitelji festivala, odnosno turisti, djeluju kao tumači znakova. Oni interpretiraju predstavljene znakove na temelju svojih prethodnih iskustava, kulture, interesa i društvenih utjecaja. Ovaj proces tumačenja može varirati od osobe do osobe. Važno je istaknuti da značenje festivala nije statično i unaprijed definirano. Ono se neprestano oblikuje u dinamičnoj interakciji između organizatora i posjetitelja. Dok organizatori postavljaju temelje festivalskog krajolika i šalju poruke kroz odabrane znakove, posjetitelji svojim reakcijama, interpretacijama i interakcijama aktivno sudjeluju u procesu stvaranja značenja. Fotografije s festivala, objave na društvenim mrežama, pa čak i usmene predaje postaju dio šireg semiotičkog sustava koji utječe na percepciju i buduća očekivanja. Na primjer, tradicionalna glazba na festivalu nekome može značiti povratak korijenima i kulturnu povezanost, drugome može predstavljati otkrivanje novih glazbenih stilova. Slično tome, kostimi izvođača mogu izazvati osjećaj divljenja prema tradicionalnoj odjeći ili pak potaknuti raspravu o modernim interpretacijama kulturne baštine. Upravo ta raznolikost u interpretaciji čini festivale dinamičnim i interaktivnim prostorima. Organizatori, svjesni važnosti semiotike, mogu koristiti ovaj alat za kreiranje jedinstvenog identiteta festivala, privlačenje ciljane publike i oblikovanje nezaboravnog iskustva za posjetitelje. Uspješna upotreba semiotike u kontekstu festivalskog turizma zahtijeva duboko razumijevanje ciljane publike, njihovih vrijednosti i motivacija, kao i promišljeno korištenje znakova koji će prenijeti željenu poruku i stvoriti snažan emocionalni odjek. Primjerice, festival koji želi privući mlađu publiku, zainteresiranu za suvremenu umjetnost i glazbu, koristit će drugačiji semiotički jezik od festivala koji

promovira tradicionalne običaje i zanate. Dok će prvi naglasak staviti na moderne vizuale, elektroničku glazbu i interaktivne instalacije, drugi će se oslanjati na tradicionalne motive, narodne nošnje i autentičnu gastronomsku ponudu. U konačnici, uspješna primjena semiotike u festivalskom turizmu doprinosi ne samo većoj posjećenosti i popularnosti samog događaja, već i boljem razumijevanju i očuvanju kulturne baštine, jačanju lokalnog identiteta i stvaranju dugoročno održivog turističkog proizvoda.

#### **1.4. Festivali vs ostali turistički događaji**

Kategorizacija festivala kroz definiranje njihovih specifičnih karakteristika metoda je koja se često koristi u akademskom istraživanju i praksi upravljanja događanjima. Ovaj se pristup oslanja na identificiranje skupa jedinstvenih atributa koji razlikuju festivale od ostalih vrsta događaja. Festivali se mogu kategorizirati na različite načine kako bi se bolje razumjela njihova specifičnost naspram drugih događanja. Jedan od takvih pristupa daje Cundy (2016.), koji detaljno opisuje tipologiju festivala, uzimajući u obzir različite aspekte kao što su lokacija, veličina, ponovljivost, organizacija, struktura posjetitelja, tema te povijesni i geografski kontekst. Ova tipologija omogućava dublje razumijevanje i analizu festivala:<sup>32</sup>

##### **1. Lokacija,**

- fizičko okruženje ( na otvorenom /zatvorenom prostoru, grad/selo);

##### **2. Veličina i važnost,**

- Veliki festivali – međunarodno poznati s prisustvom medija (više od 1000 posjetitelja),
- Srednji festivali – nacionalno prepoznati ( manje od 1000 posjetitelja),
- Mali festivali – niska razina popularnosti ( privlače ograničen broj posjetitelja);

---

<sup>32</sup> Cudny, W. (2016.): "Festivalisation of Urban Spaces : Factors, Processes and Effects." Cham: Springer International Publishing. Dostupno na [https://www.academia.edu/25911214/Festivalisation\\_of\\_Urban\\_Spaces\\_Factors\\_Processes\\_and\\_Effects\\_Springer\\_Geography\\_Series\\_Springer\\_Cham](https://www.academia.edu/25911214/Festivalisation_of_Urban_Spaces_Factors_Processes_and_Effects_Springer_Geography_Series_Springer_Cham) (pristupljeno 25.03.2024.)

### **3. Ponovljivost,**

- Festivali se mogu održavati više puta,
- Drugi festivali se održavaju samo jednom;

### **4. Oblik organiziranja i financiranja,**

- Sponzori ( nezavisna tijela),
- Javni sektor (općina ili država);

### **5.Struktura gostiju i posjetitelja festivala,**

- Publika;

### **6. Tema,**

- Festivali umjetnosti (glazbeni, filmski, književni),
- Narodni festivali,
- Modni događaji,
- Festivali znanosti i tehnologije,
- Festivali posvećeni različitim spolnim orijentacijama;

### **7. Povijesna zbivanja i geografska situacija,**

- Festivali lokalne baštine (topografija i vrijeme),
- Nacionalni festivali baštine (povijest regije),
- Specifični i nespecifični festivali (geografski aspekt).

Temeljem prethodnih kategorija festivala, zaključuje se da se ponajviše značaja pridaje veličini i važnosti festivala, temi te povijesti zbivanja i geografskoj situaciji. Ovi elementi, međusobno isprepleteni, oblikuju identitet festivala i utječu na njegovu privlačnost za posjetitelje. Nije zanemariva ni važnost lokacije, organizacije i strukture publike, koji dodatno doprinose kompleksnosti festivalskog iskustva.



Festivali, kao specifični događaji, zahvaljujući svojim karakteristikama, jesu privlačni posjetiteljima. Festivali se mogu organizirati na raznoraznim mjestima, što utječe na doživljaj kod posjetitelja, ali i na samu konkurenciju. Za gradove, „oni postaju posebni kulturni i turistički resursi kada su namjenski izgrađeni ili kada im njihova popularnost i atmosfera donose reputaciju idealnih mjesta za proslave.“<sup>33</sup> S druge strane, festivali u ruralnim područjima, malim selima ili prirodnim okruženjima često nude autentično iskustvo koje ističe lokalnu kulturu i prirodni okoliš. Festivali na otvorenom, poput onih u parkovima, na plažama, poljanama ili ulicama, nude veliku fleksibilnost u postavljanju događaja. Prirodna svjetlost i otvoren prostor omogućuju veću posjećenost i stvaraju posebnu atmosferu koja je idealna za glazbene festivale. Za razliku od otvorenih prostora, zatvoreni prostori kao što su koncertne dvorane, sportske arene, omogućuju potpunu kontrolu nad uvjetima kao što su klima, svjetlo i zvuk. Ovo je posebno važno za događaje koji zahtijevaju specifične tehničke uvjete ili dekoracije koje nisu moguće na otvorenom. Po veličini, razlikuju se veliki festivali međunarodno poznati i često privlače veliku medijsku pažnju. Ovi događaji imaju više od 1000 posjetitelja i uključuju slavne festivale poput glazbenih festivala *Coachella*, *Sziget* festival ili kulturnih festivala *Oktoberfest* i *Rio Carnival*. Srednji festivali su nacionalno prepoznati i obično privlače manje od 1000 posjetitelja. Oni su važni za promociju nacionalne kulture i tradicija. Primjeri uključuju festivale poput Edinburgh Festival *Fringe* u Škotskoj, koji, iako je međunarodno poznat, ima mnogo događaja manjeg obima raširenih po cijelom gradu. Mali festivali imaju nisku razinu popularnosti i privlače ograničen broj posjetitelja. Iako manje poznati, ovi festivali su ključni za očuvanje lokalnih običaja te često imaju snažnu zajedničku komponentu. Često ih karakterizira autentičnost, intimna atmosfera i snažna povezanost s lokalnom zajednicom. Istaknuti za primjer ćemo Festival smokava Dugi Rat ili Festival istarske Malvazije u Brtonigli. Festivali, sa svojom redovitošću održavanja - bilo da se radi o godišnjem, sezonskom ili povremenom ritmu - stvaraju osjećaj kontinuiteta, tradicije i prepoznatljivosti. Upravo ponavljanje ključnih elemenata, poput jasno definiranog vremenskog okvira (vikend, tjedan, mjesec) unutar kojeg se odvija koncentrirani program, doprinosi njihovoj privlačnosti i intenzitetu. Ljudi znaju kada mogu očekivati festival i što mogu očekivati od njega, a istovremeno se raduju novim sadržajima i iznenađenjima. Sezonski festivali, posebno, privlače veliku pažnju zbog svoje specifične atmosfere, kulturnih

---

<sup>33</sup> Getz, D. (2001.): Festivalna mjesta. *Turizam*, 49(1), 9.

značajki i vremenskih uvjeta, često koristeći sezonske resurse i teme koje su privlačne turistima. Financiranje festivala može dolaziti iz različitih izvora, što doprinosi njihovoj raznolikosti i održivosti. Sponzorstva su čest model financiranja, pri čemu tvrtke i organizacije pružaju financijsku podršku ili robu i usluge ( "in-kind" sponzorstva) u zamjenu za promociju svog brenda prema publici festivala. Primjeri "in-kind" sponzorstava uključuju osiguranje opreme, tehnologije ili usluga poput cateringa. Uz sponzore, važnu ulogu u financiranju festivala ima i javni sektor - općine, gradovi ili državne agencije. Javne institucije često dodjeljuju subvencije, osiguravaju infrastrukturu i logističku podršku kako bi omogućile uspješnu realizaciju festivala. Na primjer, gradovi poput Toronta imaju posebne programe za financiranje kulturnih festivala koji podržavaju razvoj lokalne kulture i turizma.<sup>34</sup> Publika festivala raznolika je poput samih festivala. Neki festivali ciljaju na široku publiku, dok su drugi usmjereni na specifične interesne skupine. Veliki međunarodni festivali, poput glazbenih ili filmskih festivala, privlače raznoliku publiku iz cijelog svijeta, uključujući turiste, medije i poznate osobe. Srednji i manji festivali često se fokusiraju na lokalnu zajednicu ili specifične niše, poput ljubitelja određenog žanra glazbe, filma ili umjetnosti. Primjerice, festivali u istočnoj Engleskoj često surađuju s lokalnim kulturnim organizacijama kako bi privukli regionalnu publiku i istaknuli lokalne umjetnike. Raznolikost festivala ogleda se i u njihovim temama, nudeći ponešto za svakoga. Ljubitelji umjetnosti mogu uživati u kulturnim festivalima koji obuhvaćaju širok spektar izričaja, od kazališta i plesa do likovne umjetnosti i filma. Za one koji žele upoznati tradiciju i kulturu određenog područja, tu su narodni/etnografski festivali s tradicionalnom glazbom, plesom, hranom i obrtima. Modni entuzijasti mogu pratiti nove kolekcije i trendove na modnim događajima, dok festivali znanosti i tehnologije kroz interaktivne izložbe i radionice populariziraju znanost. Za istaknuti jesu i festivali koji slave različitost i promiču toleranciju i jednakost LGBTQ+ zajednice. U današnjem društvu, osim tradicionalnih festivala koji su uvijek prisutni, sve češće se susrećemo i s novim oblicima festivala. Ovi novi festivali doživljavaju značajne promjene kao odgovor na evoluciju potražnje i interesa publike. Festivali se razlikuju i po svojoj vezi s povijesnim i geografskim kontekstom, dijeleći se na festivale lokalne i nacionalne baštine te specifične i

---

<sup>34</sup> "APPLICATION GUIDELINES" (2023-2024): *CULTURAL FESTIVALS FUNDING PROGRAM*, Toronto, str 2. Dostupno na <https://www.toronto.ca/wp-content/uploads/2023/10/8db0-2024-Cultural-Festivals-Funding-Program-Application-Guidelines.pdf> (pristupljeno 27.03.2024.)

nespecifične festivale. Festivali lokalne baštine, poput Festivala Lavande na Hvaru ili Oktoberfesta u Münchenu, slave posebnosti određenog mjesta ističući lokalne običaje, rukotvorine, gastronomiju i umjetnost ili neki drugi poseban aspekt. S druge strane, nacionalni festivali baštine, poput Dana *Bastille* u Francuskoj, obilježavaju povijesne događaje, osobe ili tradicije važne za cijelu državu, često uključujući povijesne rekonstrukcije, parade i kulturne priredbe na značajnim lokacijama. Osim toga, razlikujemo specifične i nespecifične festivale s obzirom na geografsku lokaciju. Specifični festivali, poput *Mardi Grasa* u New Orleansu ili Festivala cvijeća na Madeiri, neraskidivo su vezani uz određeno mjesto i njegove posebnosti. Nespecifični festivali, poput turneja poznatih glazbenih imena, mogu se održavati na različitim lokacijama bez gubitka identiteta, a geografski aspekt, iako može dodati poseban šarm, nije ključan za njihovo održavanje.

Pojam festivala može se objasniti u odnosu na pojam "događanja", koji predstavlja širi koncept koji obuhvaća različite vrste organiziranih aktivnosti. Tipologija događaja obuhvaća sve planirane aktivnosti koje privlače sudionike radi različitih svrha. Autor, Getz (2008.) definira događaje kao „poseban događaj je jednokratni ili rijetko se pojavljujući događaj izvan normalnih programa ili aktivnosti organizacije koja ga sponzorira ili organizira“ te ih razlikuje kao „prostorno-vremenski fenomen, a svaki je jedinstven zbog interakcija među okolinom, ljudima i sustavima upravljanja - uključujući elemente dizajna i program.“<sup>35</sup> U članku koji se bavi tematikom turizma vezanog za događaje, izlaže tipologiju od osam kategorija koja se zasniva na različitostima ciljeva i programiranja događaja:<sup>36</sup>

1. *Kulturne proslave*: festivali, karnevali, komemoracije, vjerski događaji,
2. *Političke i državne*: samiti, kraljevske svečanosti, politički događaji, VIP posjeti,
3. *Umjetnost i zabava*: koncerti, dodjele nagrada,

---

<sup>35</sup> Cundy, W., Korec, P., Rouba, R. (2012.): "Resident's perception of festivals – a case study of Łódź." *Sociológia*, 44(6):704-728. Dostupno na [https://www.researchgate.net/publication/236153121\\_Cudny\\_W\\_Korec\\_P\\_Rouba\\_R\\_2012\\_Resident's\\_perception\\_of\\_festivals\\_-\\_the\\_case\\_study\\_of\\_Lodz\\_Sociologia\\_-\\_Slovak\\_Sociological\\_Review\\_446\\_pp\\_704-728](https://www.researchgate.net/publication/236153121_Cudny_W_Korec_P_Rouba_R_2012_Resident's_perception_of_festivals_-_the_case_study_of_Lodz_Sociologia_-_Slovak_Sociological_Review_446_pp_704-728) (pristupljeno 27.03.2024.)

<sup>36</sup> Getz, D. (2008.): "Event tourism: definition, evolution, and research." *Tourism Management* 29(3):403-428. Dostupno na <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517707001719> (pristupljeno 28.03.2024.)

4. *Posao i trgovina*: sastanci, konvencije, potrošački i trgovinski sajmovi,
5. *Obrazovni i znanstveni*: konferencije, seminari,
6. *Sportska natjecanja*: amater/profesionalac, gledatelj/sudionik,
7. *Rekreacija*: sport ili igre za zabavu,
8. *Privatni događaji*: vjenčanja, zabave, druženja.

Tipologije festivala se uglavnom uklapaju u prvu kategoriju, "Kulturne proslave", gdje se pod isto udružuju festivali, karnevali, komemoracije i vjerski događaji koji obilježavaju kulturu i tradiciju (Getz, 2008.). Iako se festivali zbog obilježja podudaraju s kategorijom "Umjetnost i zabava", kao što su koncerti i dodjele nagrada, oni su po svojoj osnovi širi i obuhvaćaju više od istih. Festivali obično sadrže raznovrsne aktivnosti i programe koji transcendiraju pojedinačne kategorije i nude cjelovito iskustvo koje slavi kulturu, zajednicu, povijest, ili određene tematske elemente koji prožimaju mnoge aspekte života i umjetnosti. Dakle, dok se neki festivali mogu svrstati u druge kategorije, većim dijelom oni predstavljaju jedinstvenu kategoriju "Kulturne proslave." Prema Getzu (2008.) festival se u tipologiji svrstava u "Kulturne proslave".

Međutim, postoje i teorije drugih autora poput Benckendorffa (2006.) koji se istraživački bavi trendovima turističkih mjesta. Pri tome, svrstava turističke atrakcije na dvije dimenzije: između kulture i prirode (ljudska aktivnost) i trajnog i privremenog.<sup>37</sup> Festivali se ovdje svrstavaju u kategoriju "kulturno-privremeni." Autor ukazuje da festivali mogu biti postavljeni uz druge događaje, dok istovremeno dijele neke specifične karakteristike. Berridge (2007.), spominje sličnost sa kategorizacijom koju koristi odbor *Event Management Body of Knowledge Committee*,<sup>38</sup> a koja se fokusira na ciljeve okupljanja. Isti autor, naglašava kako festivali obuhvaćaju široki spektar kulturnih slavlja, bilo da su religiozni ili sekularni. Ključna točka je da se festivali i događaji često nalaze u hibridnim formama, pojavljujući se u kombinaciji s drugim

---

<sup>37</sup> Benckendorff, P. (2006.): "Attractions megatrends." In D. Buhalis i C. Costa (Eds.), *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*, str.200-210., Oxford: Elsevier.

<sup>38</sup> "Event Management Body of Knowledge." *EMBOK*. Dostupno na <https://www.proquest.com/openview/6384868da1ab19d68f32ede14d3aaf55/1?pq-origsite=gscholar&cbl=6339620> (pristupljeno 28.03.2024.)

tipovima događaja, što ukazuje na složenost i isprepletenost različitih vrsta proslava u stvarnom svijetu.

U narednom poglavlju predstaviti će se teorijski pristup motivaciji posjetitelja, s naglaskom na identificiranje i analizu različitih uvjetovanih čimbenika te će se istražiti kako svaki od ovih elemenata utječe na percepciju i zadovoljstvo posjetitelja, kao i na koji način doprinose ukupnom festivalskom iskustvu.

## 2. MOTIVACIJA POSJETITELJA I ELEMENTI ZADOVOLJSTVA TURISTIČKIM POSJETOM

Razumijevanje motiva u turizmu od suštinske je važnosti za proučavanje ponašanja turista i organizaciju turističkih sadržaja. Motivacija posjetitelja često utječe na to što oni očekuju od festivala i kako prethodno zamišljaju svoje iskustvo, što direktno utječe na njihovo zadovoljstvo. S druge strane, zadovoljstvo posjetom je kompleksan koncept koji uključuje različite elemente turističkog iskustva. Vrhunsko zadovoljstvo turista često rezultira lojalnošću destinaciji i pozitivnom usmenom preporukom, što je vitalno za uspjeh festivala, ali i turističkog sektora. Isto je razjašnjenog potpoglavljima koji slijede u radu.

### 2.1. Motivi posjetitelja

Motivacija je ključni pokretač ljudskog ponašanja, u turističkom kontekstu motivacija „oslanja se na očekivanja, potrebe i želje te održava osobni identitet i socio-ekonomske karakteristike turista.“<sup>39</sup> Ona diktira izbor destinacije, aktivnosti koje će se odvijati na putovanju, trajanje boravka i mnoge druge aspekte turističke potražnje. Motivacija festivala dobila je pažnju početkom 1990.-tih,<sup>40</sup> kada je i započeo rast i procvat festivala i događaja u globalnom industrijskom sektoru.<sup>41</sup> Motivacijski faktori su često kompleksni i individualni, što zahtijeva temeljitu analizu kako bi se stvorili relevantni turistički proizvodi i iskustva (doživljaji). Motiv se definira kao “unutarnji čimbenik koji pobuđuje, usmjerava i integrira ponašanje osobe.”<sup>42</sup> Posjetitelji događaja, kao što su festivali, često su vođeni specifičnim motivima koji su duboko ukorijenjeni u

---

<sup>39</sup> Brunsko, Z. (2020.). “Turistička motivacija.” Stručni članak. Zagreb, str. 70-75. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/307070> (pristupljeno 28.03.2024.)

<sup>40</sup> Prosperous, N., Lakavath, M. (2019.). “Factors That Motivate Tourists in Visiting the Cultural Festivals: A Study of Meghalaya Region Festivals.” *Turizam* 23 (4): 166–77. Dostupno na <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1450-6661/2019/1450-66611904166N.pdf> (pristupljeno 01.04.2024.)

<sup>41</sup> Dikmen, F. (2021.). “Motivations for Attendance at Community Festivals.” *İletişim Çalışmaları Dergisi*, (2):43-75. Dostupno na <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/369772> (pristupljeno 01.04.2024.)

<sup>42</sup> Iso – ahola, S.E.(1980.): “ The social psychology of leisure and recreation.” Dubuque IA:Wm. C. Brown.

njihovim osobnim interesima, željama i vrijednostima. Motivi mogu uključivati želju za avanturom, potrebom za društvenim povezivanjem, kulturnim istraživanjem, osobnim rastom ili čak samo bijegom od svakodnevnih obveza. Putovanja motivirana kulturom utječe na preferenciju posjetitelja prema određenoj destinaciji.<sup>43</sup> Kroz kulturu se osigurava stvaranje autentičnih i relevantnih iskustava koja će posjetiteljima pružiti zadovoljstvo i istinsku vrijednost, potičući tako njihovu vjernost i ponovne posjete.

Opći motivi posjete festivalima:<sup>44</sup>

- ✓ *Vanjska komunikacija - (upoznavanje novih ljudi, druženje s prijateljima i socijalizacija u poznatoj grupi),*

Jedan od glavnih razloga zašto ljudi posjećuju festivale je socijalizacija. Festivali su odlična prilika za upoznavanje novih osoba sličnih interesa. Veliki broj posjetitelja omogućava lako ostvarivanje novih kontakata i proširenje društvenih mreža. Mnogi ljudi odlaze na festivale kako bi provodili kvalitetno vrijeme s prijateljima. Zajednički doživljaji i aktivnosti na festivalima stvaraju nezaboravne uspomene i jačaju prijateljske veze. Dok za one koji preferiraju druženje u poznatom okruženju, festivali nude priliku za socijalizaciju unutar svoje grupe prijatelja ili obitelji. Ovaj oblik socijalizacije često pruža osjećaj sigurnosti i ugodnosti. Također, naglašava da motivacija za turizam može biti usmjerena na interakciju s ljudima, a ne samo na odredište.<sup>45</sup> Iz tog razloga, jasno je da socijalni aspekt igra ključnu ulogu povezivanja na osobnoj razini i međukulturnom razumijevanju.

---

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> Dikmen, F., op.cit., str.3

<sup>45</sup> Hae Yeong, M., Yu Jang, H., Michelle, J., Li., (2016.): "A Critical Review of the Motivational Factors for Festival Attendance Based on Meta-Analysis." *Tourism Management Perspectives* 17:16-25.

Dostupno na

[https://www.academia.edu/22141004/A\\_critical\\_review\\_of\\_the\\_motivational\\_factors\\_for\\_festival\\_attendance\\_based\\_on\\_meta\\_analysis](https://www.academia.edu/22141004/A_critical_review_of_the_motivational_factors_for_festival_attendance_based_on_meta_analysis) (pristupljeno 03.04.2024.)

- ✓ *Obiteljsko zajedništvo - (traženje prilike za druženje s prijateljima i radite stvari zajedno kako biste stvorili bolju koheziju obitelji),*

Obiteljsko zajedništvo često predstavlja važan element motivacije posjetitelja festivala. To uključuje provođenje vremena i uživanje u festivalima s članovima obitelji, pružajući priliku za zajedničko sudjelovanje i stvaranje uspomena. Festivali nude raznolike aktivnosti koje cijela obitelj može zajedno iskusiti, od gledanja izvedbi i koncerata do uživanja u hrani, umjetnosti i zabavnim sadržajima. Za mnoge obitelji, odlazak na festival postaje tradicija koja jača njihove veze i osigurava kvalitetno vrijeme provedeno zajedno. Ova zajednička iskustva mogu produbiti odnose unutar obitelji, pružajući priliku za dijeljenje smijeha, radosti i avanture. Djeca, roditelji, bake i djedovi mogu zajedno uživati u različitim aspektima festivala, stvarajući trenutke koji će se pamtili cijeli život. Zajednički posjeti festivalima pomažu u stvaranju osjećaja pripadnosti i zajedništva, što može pozitivno utjecati na obiteljsku dinamiku i međusobne odnose.

- ✓ *Bježanje od svakodnevnog života, kao i vraćanje ravnoteže – (bijeg od redovnih zahtjeva života, imajući opciju od svakodnevne rutine i oporavak od stresova života),*

Ljudi se ponekad odlučuju na posjet festivalima kako bi pobjegli od svakodnevnih obveza, stresa ili rutine te kako bi doživjeli nešto novo i drugačije. Pojam "pobjeći" definiran je kao bijeg od svakodnevice, kao i preokretanje ravnoteže udaljavanjem od uobičajenih životnih zahtjeva, promjenom od svakodnevne rutine i oporavak od životnih stresova.<sup>46</sup> Festivali nude mogućnost da se uroni u jedinstveno okruženje, bilo da je to glazba, umjetnost ili neka druga tema, što omogućuje posjetiteljima da se osjećaju osvježeno, opušteno i revitalizirano. Ova potreba za bijegom može biti posebno izražena kod ljudi koji žive u gradskim područjima ili imaju vrlo zahtjevne poslove. Festivali pružaju priliku za odlazak na kratki odmor, gdje se mogu prepustiti zabavi i uživati u bezbrižnom vremenu provedenom s prijateljima ili obitelji. Također, odlazak na festival može biti način da se istraži nova mjesta i kulture te da se stvori osjećaj avanture i otkrića. Stoga, želja za bijegom često služi kao snažan motivacijski

---

<sup>46</sup> Ibid.



čimbenik za sudjelovanje u festivalima, pružajući posjetiteljima priliku za oslobađanje od svakodnevnih briga i uživanje u trenucima slobode i spontanosti.

- ✓ *Učenje o drugim kulturama ili njihovo istraživanje - stjecanje znanja o različitim kulturnim praksama i proslavama,*

Mnogi posjetitelji festivala žele imati priliku istražiti i upoznati nove kulturne izraze, tradicije, običaje i umjetničke forme koje su karakteristične za određeno područje ili zajednicu. Festivali često predstavljaju priliku da se uroni u bogatstvo različitih kultura. Posjetitelji se motiviraju željom da steknu dublje razumijevanje i poštovanje prema različitim kulturama te da prošire svoje horizonte kroz interakciju s različitim etničkim skupinama, jezicima ili običajima. Osim toga, istraživanje kulture putem festivala pruža posjetiteljima priliku da se osjećaju povezano s lokalnom zajednicom i njezinim naslijeđem te ujedno da stvore autentična iskustva koja obogaćuju njihovu percepciju svijeta.

- ✓ *Uzbuđenje ili uzbuđenja - činjenje nečega jer je to motivirajuće i uzbudljivo,*

Često se traže festivalska iskustva koja pružaju dozu uzbuđenja, adrenalina i pozitivne energije. Uzbuđenje dolazi iz želje za doživljavanjem jedinstvenih festivalskih sadržaja i aktivnosti koje pružaju uzbuđenje i adrenalinski poticaj.<sup>47</sup> Za mnoge posjetitelje, prisustvovanje festivalu predstavlja izazov i mogućnost da se isprobaju nove stvari, otkriju nepoznata područja ili dožive nešto što će ih ostaviti bez daha. Uzbuđenje može proizlaziti iz različitih izvora, kao što su nastupi omiljenih izvođača, sudjelovanje u adrenalinskim aktivnostima, istraživanje nepoznatih kultura ili okruženja. Osim toga, organizatori festivala često se trude kreirati atraktivne sadržaje i događaje koji će potaknuti uzbuđenje kod posjetitelja, pružajući im nezaboravno iskustvo i potičući ih da se vrate i sudjeluju i u budućnosti.

---

<sup>47</sup> Ibid.

- ✓ *Novost događaja/sposobnost regresije - iskusiti nove i različite stvari ili posjetiti festival koji je jedinstven.*

Ljudi često žude za iskustvima koja su različita od njihove svakodnevice. Festivali pružaju idealnu priliku za upoznavanje novih glazbenih izvođača, umjetnika, kulturnih događaja, gastronomskih delicija i drugih atrakcija koje nisu svakodnevno dostupne. Novost se također pojavila kao ključna motivacijska dimenzija u literaturi o festivalima i događajima, kao i želja da se istraže različite kulture.<sup>48</sup> Posjetitelji festivala motivirani su željom da dožive nešto novo i uzbudljivo, da prošire svoje horizonte i stvore nezaboravne uspomene. Pojam novosti potiče znatiželju i avanturistički duh kod posjetitelja, potičući ih da istraže različite aspekte festivala i otvore se za nove ideje i iskustva. Osim toga, organizatori festivala često nastoje unijeti elemente inovacije i originalnosti kako bi privukli publiku i zadržali njezin interes. Uvođenje novih koncepta, tehnologija, umjetničkih izraza ili interaktivnih doživljaja može dodatno potaknuti motivaciju posjetitelja.

Motivi posjetitelja festivala pokazuju raznolikost i podložnost promjenama, što značajno utječe na razvoj festivala. Studija o nacionalnim umjetničkim festivalima u Južnoj Africi identificirala je tri glavna segmenta posjetitelja:<sup>49</sup> one koje privlače umjetnički sadržaji, one koji su ambivalentni te one koji traže uživanje i socijalizaciju. Ovi segmenti omogućuju personalizaciju festivala kako bi se zadovoljile potrebe različitih tržišta. Studija u Kini istraživala je povezanost između motivacije posjetitelja, privrženosti mjestu, zadovoljstva i podrške festivalima.<sup>50</sup> Rezultati su pokazali da motivacija posjetitelja pozitivno utječe na njihovu privrženost mjestu i zadovoljstvo, što zauzvrat povećava njihovu podršku festivalima. Organizatori bi trebali posvetiti pažnju stvaranju osjećaja privrženosti mjestu kako bi povećali zadovoljstvo. Mjesto održavanja festivala, posebno festivala vezanih uz geografsku poziciju, iznimno je važno jer pruža jedinstvene kulturne, povijesne i prirodne elemente koji stvaraju

---

<sup>48</sup> Ibid.

<sup>49</sup> Viljoen, A. (2023.). "Beyond a Tug-of-War: Motivation-Based Segmentation of Visitors to a National Arts Festival." *Journal of Convention & Event Tourism*, 1–25. Dostupno na <https://typeset.io/papers/beyond-a-tug-of-war-motivation-based-segmentation-of-1xdziu1x> (pristupljeno 28.06.2024.)

<sup>50</sup> Yunyao, Z., Keun-Soo, P., HakJun, S., (2021.). "Tourists' Motivation, Place Attachment, Satisfaction and Support Behavior for Festivals in the Migrant Region of China." *Sustainability* 13(9): 5210. Dostupno na <https://typeset.io/papers/tourists-motivation-place-attachment-satisfaction-and-392gotqos0> (pristupljeno 28.06.2024.)

doživljaj posjetitelja. Geografska lokacija može značajno doprinijeti putem istaknute kulture, povijesnog nasljeđa ili prirodnog ambijenta. Motivi govore o temeljnoj ljudskoj potrebi za povezivanjem, obogaćivanjem iskustava, osobnim rastom, učenje o kulturama, povezivanje s ljudima istih ili sličnih interesa/tema. Festivali, stoga, zadovoljenju ovih potreba pružaju vrijedne prilike za pozitivne emocije. Istraživanje motiva posjetitelja festivala podržano je različitim teorijskim pristupima, koji pomažu razumjeti raznolikost i promjenjivost tih motiva. Među najznačajnijima su teorija hijerarhije potreba autora, Abrahama Maslowa i teorija samodeterminacije autora, Deci i Ryana i teorija iskustvenog marketinga autora, Bernda Schmitta. Maslowljeva teorija sugerira da ljudi teže zadovoljstvu viših potreba poput samopouzdanja, pripadnosti i samorealizacije jednom kada su osnovne potrebe zadovoljene.<sup>51</sup> Festivali, pružajući kulturne i društvene aktivnosti, omogućuju posjetiteljima da zadovolje te više potrebe. Ova teorija može pomoći za razumijevanje kako različiti sadržaji festivala mogu zadovoljiti različite razine potreba posjetitelja, od osnovnih fizičkih potreba do potreba za osobnim rastom i društvenom povezanošću. Teorija samodeterminacije naglašava važnost zadovoljenja triju temeljnih psiholoških potreba: autonomije, kompetencije i povezanosti.<sup>52</sup> Festivali mogu zadovoljiti ove potrebe pružajući posjetiteljima priliku za slobodno izražavanje (autonomija), sudjelovanje u izazovnim i zanimljivim aktivnostima (kompetencija) i povezivanje s drugim posjetiteljima (povezanost). Ova teorija pomaže u analizi kako festivalske aktivnosti mogu potaknuti osjećaj autonomije i povezivanja među posjetiteljima, što dovodi do većeg zadovoljstva festivalom. Teorija iskustvenog marketinga autora, Schmitta identificira pet strateških iskustvenih modula:<sup>53</sup> osjetilna iskustva, emocionalna iskustva, kognitivna iskustva, fizička iskustva i životni stil te socijalna identifikacija. Festivali trebaju kreirati bogati, raznoliki i angažirajući sadržaj za posjetitelje. Ova

---

<sup>51</sup> Ihnensehien, Orobosa A., Chukwuyem, Joel A. (2023.): "Abraham Maslow's Hierarchy of Needs and Frederick Herzberg's Two-Factor Motivation Theories: Implications for Organizational Performance" *The Romanian Economic Journal*, 26(85):32-49. Dostupno na

[https://www.researchgate.net/publication/371935369\\_Abraham\\_Maslow's\\_Hierarchy\\_of\\_Needs\\_and\\_Frederick\\_Herzberg's\\_Two-Factor\\_Motivation\\_Theories\\_Implications\\_for\\_Organizational\\_Performance](https://www.researchgate.net/publication/371935369_Abraham_Maslow's_Hierarchy_of_Needs_and_Frederick_Herzberg's_Two-Factor_Motivation_Theories_Implications_for_Organizational_Performance) (pristupljen 30.06.2024.)

<sup>52</sup> Deci, Edward L., Ryan, Richard M. (2000.): "The 'What' and 'Why' of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior." *Psychological Inquiry* 11 (4): 227–68. Dostupno na [https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000\\_DeciRyan\\_PIWhatWhy.pdf](https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000_DeciRyan_PIWhatWhy.pdf) (pristupljeno 30.06.2024.)

<sup>53</sup> Schmitt, B. (1999.): "Experiential Marketing." *Journal of Marketing Management* 15 (1-3): 53–67. Dostupno na [https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1362/026725799784870496?casa\\_token=5x](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1362/026725799784870496?casa_token=5x) (pristupljeno 30.06.2024.)

teorija navodi kako različiti elementi festivala mogu stvoriti cjelovita i nezaboravna iskustva za posjetitelje. Iako ove teorije mogu značajno pridonijeti razumijevanju motiva posjetitelja festivala, još uvijek postoji prostor za daljnja istraživanja. Kako festivali kao turističke atrakcije sve više rastu i postaju važan segment turističke ponude destinacije, za očekivati je i daljnja istraživanja motiva koji utječu na posjetitelje. Na primjer, istraživanja motiva često koriste teoriju hijerarhije potreba i teoriju samodeterminacije za razumijevanje osnovnih motivacija, no manje se pažnje posvećuje istraživanju kako različite kulturne i društvene kontekste utječu na te motivacije. Također, teorija iskustvenog marketinga s vremenom će možda biti više usmjerena u kontekstu digitalizacije i novih tehnologija koje oblikuju festivalska iskustva. Naglasak će zasigurno biti i na analizi specifičnih demografskih skupina i njihovih jedinstvenih potreba i motiva, što omogućuje organizatorima festivala da bolje prilagode svoje programe i sadržaje.

## **2.2. Identifikacija uvjetovanih čimbenika posjeta**

U prethodnom poglavlju identificirani su različiti motivi zbog kojih ljudi odlučuju posjetiti festivale. Sada ćemo te motive detaljnije razraditi i razvrstati ih prema intrinzičnim, ekstrinzičnim, emocionalnim, socijalnim, utilitarnim i integriranim čimbenicima motivacije. Ovakvo razumijevanje pomaže organizatorima festivala u privlačenju većeg broja posjetitelja kroz bolje ciljanje njihovih potreba i interesa.

### *2.2.1. Intrinzični i ekstrinzični*

Intrinzična motivacija poistovjećuje se s urođenom motivacijom osoba da slijede vlastite interese te ulažu napor u traženje izazova koji će omogućiti daljnji razvoj vještina i sposobnosti.<sup>54</sup> Intrinzična motivacija se tako u turizmu odnosi na unutarnju želju turista da putuju radi osobnog ispunjenja ili unutarnjeg zadovoljstva. Ljudi s jakim intrinzičnim motivima mogu odabirati destinacije koje pružaju kulturalna, edukativna ili autentična turistička iskustva. Jedan od ključnih intrinzičnih čimbenika je želja za

---

<sup>54</sup> Načinović, I., Braje, A., Aleksić, L., Babok. (2019.): VAŽNOST INTRINZIČNIH I EKSTRINZIČNIH MOTIVATORA KOD ODABIRA PRVOG POSLODAVCA, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 7(1):95-10. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/321149> (pristupljeno 11.04.2024.)

samoispunjenjem i osobnim razvojem. Posjetitelji festivala često traže iskustva koja će im omogućiti da nauče nešto novo, prošire svoje vidike ili razviju nove vještine. Festivali, također nude prilike za kreativno izražavanje, umjetničke performanse i kulturne aktivnosti koje mogu zadovoljiti ove potrebe. Kako bi pojasnili, uzeti ćemo za primjer istraživanje koje se bavi motivima posjetitelja ekoloških manifestacija otkrilo je da su među intrinzičnim motivima važni faktori kao što su "promocija društvenog statusa", "povezivanje s ljudima upućenima u ekologiju", "samoobnova" i "učenje o najnovijim ekološki održivim proizvodima i praksama."<sup>55</sup> Drugim riječima, ljudi koji posjećuju ekološke festivale često to čine zbog želje za stjecanjem novih znanja i veza te izgradnje osobnog i društvenog identiteta. S druge strane, uzeti ćemo još jedan primjer. On se vezuje za motivaciju posjeta kulturnim festivalima, poput onih koji obilježavaju aboridžinsku kulturu u Tajvanu.<sup>56</sup> Koja uključuje želju za istraživanjem kulture kao dominantnu motivacijsku dimenziju. S druge strane imamo ekstrinzičnu motivaciju u turizmu koja se odnosi na vanjske poticaje koji potiču pojedince na putovanje, kao što su nagrade, priznanja ili društveni pritisak.<sup>57</sup> Za razliku od intrinzične motivacije koja dolazi iznutra, ekstrinzična motivacija dolazi izvan pojedinca i često uključuje neki vid materijalne ili simboličke dobiti. Prisustvo na određenim događajima može se smatrati statusnim simbolom. Ljudi koji često posjećuju popularne festivale ili ekskluzivna turistička odredišta često su motivirani željom za prepoznatljivošću kao *trendsetteri* ili za zadržavanje reputacije unutar svojih društvenih mreža. Primjer toga je netko tko na svom *Instagram* profilu dijeli fotografije s poznatog glazbenog festivala kako bi pokazao svoje prisustvo na tom događaju. Festivali često nude financijske poticaje kao što su popusti ili grupne rezervacije kako bi privukli posjetitelje. Na primjer, kupac bi mogao biti motiviran da kupi kartu za festival ranije zbog ponude koja uključuje ekskluzivni pristup VIP području. Primjerice, na filmskim festivalima poput *Sundance Film Festivala*, posjetitelji nisu samo privučeni filmovima, već i mogućnošću viđenja

---

<sup>55</sup> Ye, Yu (John), Su, Ching-Hui (Joan), Tsai, Chin-Hsun (Ken), Hung, Jui-Long. (2020.): "Motivators of Attendance at Eco-Friendly Events." *Journal of Convention & Event Tourism* 21 (5): 417–37. Dostupno na <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15470148.2020.1776656> (pristupljeno 10.04.2024.)

<sup>56</sup> Chang, J. (2006.): "Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: An example in the Rukai tribal area, Taiwan" *Tourism Management* 27(6):1224-1234. Dostupno na <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517705000816?via%3Dihub> (pristupljeno 09.04.2024.)

<sup>57</sup> Krstinić, M., Pauković, M. (2020.): "Ekstrinzična i intrinzična motivacija za učenje stranog jezika u poslovnom okruženju" *Obrazovanje za poduzetništvo*, 10(1):76-83. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/239702> (pristupljeno 09.04.2024.)

poznatih osoba, sudjelovanja u ekskluzivnim zabavama i prisustvovanja crvenim tepisima. Primjeri ilustriraju kako ekstrinzični čimbenici privlače ljude kroz dodirne točke koje pojačavaju percepciju vrijednosti događaja ili iskustva, potiču ih na sudjelovanje i na kraju utječu na njihovu odluku da prisustvuju određenom događaju i posjetu određene destinacije.

### 2.2.2. *Emocionalni i socijalni*

Emocije značajno utječu na to kako turisti donose odluke i kako se ponašaju tijekom svog putovanja. Turisti često donose odluke vođeni svojim emocijama, a naknadno koriste racionalno razmišljanje kako bi objasnili te izbore.<sup>58</sup> Obuhvaćaju duboki psihološki utjecaj koji festivali mogu imati na posjetitelje. Učinak na raspoloženje je neizbježan; ljudi često posjećuju festivale kako bi se osjećali sretnima i življima, bježeći od svakodnevne monotonije i prepuštajući se uzbuđenju koje prati festival. Osjećaj zajedništva je još jedan snažan emocionalni pokretač; zajedničko svjedočenje i sudjelovanje u festivalima stvara osjećaj pripadnosti i kolektivnog identiteta koji može biti snažno vezan za mjesto održavanja festivala. Također, emocionalni doprinos koji festivali nude kroz glazbene nastupe, umjetnička djela i zajedničke rituale igra važnu ulogu u formuliranju trajnih uspomena koje potiču posjetitelje da se ponovno vrate. Na emocije turista utječe nekolicina elemenata, kao što su kulturološke razlike, osobne vrijednosti, prošla iskustva i utjecaj emocija na ponašanje turista.<sup>59</sup> S druge strane, socijalni čimbenici, odnose se na proces odabira destinacija i formiranju percepcija turista, što stvara kompleksnu dinamiku između individualnih želja i kolektivnih utjecaja. Društvene norme i vrijednosti također utječu na turistička odlučivanja i ponašanje. Ako festivali ili događaji odražavaju ciljanim turistima važne društvene vrijednosti ili norme, to može pojačati njihovu želju za posjetom. Ovo se može vidjeti kod festivala koji promiču održivost ili etičku potrošnju. Potraga za pripadanjem je snažan motivacijski faktor. Festivali mogu ponuditi osjećaj zajedništva i pripadnosti kroz zajedničke interese, kao što su muzički žanrovi ili umjetnička izražavanja. Kroz sudjelovanje u festivalima, posjetitelji nalaze socijalnu validaciju i poistovjećivanje s grupom, što može ojačati njihove socijalne veze i ponuditi osjećaj identiteta i

---

<sup>58</sup> Ibid.

<sup>59</sup> Singh, S. (2023.): "The role of emotions in tourist decision- making and behaviour," *The Times of India*. Dostupno na <https://timesofindia.indiatimes.com/readersblog/shailendra/the-role-of-emotions-in-tourist-decision-making-and-behaviour-51931/> (pristupljeno 12.04.2024.)

uključivosti. Kroz festival, posjetitelji se često osjećaju dijelom „ šire slike,“ sudjelujući u kreiranju zajedničkog iskustva koje nadilazi individualno. Ovim putem, oni ne samo da se profiliraju kao privlačne turističke atrakcije, već i djeluju kao katalizatori društvenog i kulturnog razvoja destinacija.

### 2.2.3. *Utilitarni i integrirani*

Dok se fokus često stavlja na glazbene izvođače, umjetničke instalacije ili gastronomske delicije, ključ uspjeha svakog festivala leži u pomno osmišljenim i besprijekorno organiziranim utilitarnim čimbenicima. U pozadini krije se mreža praktičnih elemenata koji osiguravaju zadovoljstvo posjetitelja i olakšavaju organizaciju događaja. Od pristupačnosti lokacije i raznolikosti smještaja do efikasnosti sanitarnih čvorova i sigurnosnih mjera, utilitarni čimbenici čine nevidljivu, ali esencijalnu okosnicu svakog festivalskog doživljaja. Ovi čimbenici uključuju:<sup>60</sup>

#### ✓ Pristupačnost i lokacija

Dobra lokacija festivala može biti magnet za turiste. Zamislite festival smješten u srcu živopisnog primorskog gradića, u blizini nacionalnog parka ili usred vinorodnog kraja. Posjetitelji su tada skloniji produžiti svoj boravak, istražiti okolicu i doprinijeti lokalnoj ekonomiji. Jasne mape su ključne za snalaženje na festivalu. Fizičke mape na ulazima i strateškim točkama, kao i interaktivne mape unutar mobilne aplikacije festivala, pomoći će posjetiteljima da se lakše orijentiraju, pronađu pozornice, štandove s hranom i pićem, toalete i sve ostalo što im je potrebno.

#### ✓ Sigurnost

Vidljiva prisutnost zaštitara ujedino je i odvratanje od potencijalnih problema. Jasno označeni sigurnosni punktovi na ulazima, redovne ophodnje i diskretno nadgledanje prostora kamerama doprinose osjećaju sigurnosti. Planovi za evakuaciju u slučaju požara, oluje ili drugih nepogoda moraju biti jasno istaknuti i dostupni svima. Također je važno imati obučeno medicinsko osoblje na licu mjesta spremno za pružanje prve

---

<sup>60</sup> Mair, J., Weber, K. (2019.): "Event and festival research: a review and research directions", *International Journal of Event and Festival Management*, 10(3):209-216. Dostupno na <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJEFM-10-2019-080/full/html> (pristupljeno 12.04.2024.)

pomoći u slučaju potrebe. Redovito informiranje publike o sigurnosnim procedurama putem razglasa, video zidova ili mobilne aplikacije pomaže u prevenciji incidenata i stvara atmosferu odgovornosti.

✓ Kvaliteta zvuka i svjetla

Kvalitetan zvuk i rasvjeta nisu samo stvar estetike, već i poštovanja prema izvođačima i publici. Ulaganje u vrhunsku audio-vizualnu opremu pokazuje profesionalnost organizatora i garantira nezaboravan doživljaj. Zvučni sustav i rasvjeta trebaju biti prilagođeni veličini i akustičnosti prostora, kao i žanru glazbe ili tipu događaja. Dobro osmišljen dizajn rasvjete može dodatno naglasiti atmosferu i emociju izvedbe.

✓ Komunikacija i informiranost

Dobro informiranje sudionika putem programa, brošura, aplikacija i znakova pomaže u boljem snalaženju i sudjelovanju na festivalu. Jasna i pravovremena komunikacija o rasporedu događanja, lokacijama izvedbi, dostupnim uslugama i promjenama programa vrlo je bitna kako bi posjetitelji mogli isplanirati svoje vrijeme i ne bi propustili nastupe ili događaje koji ih zanimaju. Korištenje digitalnih platformi, kao što su mobilne aplikacije i društvene mreže, omogućuje posjetiteljima da u stvarnom vremenu dobiju informacije o eventualnim promjenama u programu, lokacijama, prijevozu i slično. Osim toga, interaktivne mape unutar aplikacije olakšavaju snalaženje na festivalu i pronalaženje svih sadržaja. Također, informativni materijali mogu sadržavati zanimljive informacije o festivalu, njegovoj povijesti, značaju za lokalnu zajednicu i slično, što obogaćuje cjelokupni doživljaj.

✓ Cijena i vrijednost za novac

Cijena i vrijednost za novac su ključni čimbenici koji utječu na odluku posjetitelja da prisustvuju festivalu. Pristupačne cijene ulaznica omogućuju većem broju ljudi da posjete festival. To može povećati broj posjetitelja i stvaranje pozitivnog dojma o festivalu. Ponuda različitih kategorija ulaznica (npr. dnevne, vikend, VIP) omogućuje posjetiteljima da izaberu opciju koja najbolje odgovara njihovim potrebama i proračunu.



Transparentnost oko dodatnih troškova (npr. parkiranje, hrana i piće, smještaj) pomaže posjetiteljima u planiranju budžeta i smanjuje neugodna iznenađenja. Posjetitelji očekuju da će za svoj novac dobiti visokokvalitetan program s dobrim izvođačima, zanimljivim sadržajem i dodatnim aktivnostima. Dobro organiziran festival s jasnom logistikom, dostupnim informacijama i prijateljskom atmosferom doprinosi pozitivnom iskustvu posjetitelja i osjećaju da su dobro uložili svoj novac.

#### ✓ Hrana i piće

Hrana i piće, nisu ništa manje bitni elementi sa aspekta posjetitelja. Ponuda raznih kuhinja (lokalna, internacionalna, vegetarijanska, veganska, bezglutenska) zadovoljava različite ukuse i prehrambene potrebe posjetitelja. Specijalizirani štandovi, s posebnim temama (npr. *craft* pivo, gurmanski burgeri, sladoled) privlače posjetitelje koji traže jedinstvene gastronomske doživljaje. Hrana i piće su integralni dio festivalskog iskustva. Također, gastronomska ponuda može povećati ekonomsku vrijednost festivala, potičući posjetitelje na dulji boravak i veći trošak. Kvalitetna ponuda može dodatno pojačati reputaciju festivala, čineći ga poznatim po svojoj izvrsnoj gastronomiji, što može privući još više posjetitelja u budućnosti.

#### ✓ Smještaj i transport

Organizacija smještaja i prijevoza igra ključnu ulogu u pristupačnosti i atraktivnosti festivala, posebno za posjetitelje koji dolaze izvan grada. Suradnja s lokalnim hotelima, hostelima, kampovima i privatnim iznajmljivačima omogućuje ponudu širokog spektra smještajnih kapaciteta, prilagođenih različitim budžetima i preferencijama. Osiguravanje efikasnog i povoljnog prijevoza do i od festivala također je od velike važnosti. Suradnja s lokalnim prijevoznim tvrtkama može rezultirati organiziranim autobusnim linijama koje povezuju festivalsku lokaciju s centrom grada i drugim važnim točkama. Također, organizatori mogu osigurati posebne popuste na taksi usluge ili ponuditi besplatan prijevoz biciklima unutar festivalskog područja.

## ✓ Ekološka Održivost

Ekološka održivost postaje sve važniji aspekt organizacije festivala. Posjetitelji sve više cijene događaje koji minimiziraju negativan utjecaj na okoliš. Navest ćemo kako ekološka održivost može biti integrirana u različite aspekte festivala. Primjena mjera za smanjenje otpada, reciklažu te korištenje obnovljivih izvora energije i ekološki prihvatljivih materijala pridonosi održivosti festivala. Ekološka osviještenost postaje sve važnija za posjetitelje, a festivali koji primjenjuju održive prakse mogu privući ekološki osviještenu publiku. Mjere kao što su reciklaža otpada, korištenje biorazgradivih materijala, smanjenje uporabe plastike i promocija održivih praksi među posjetiteljima pomažu u stvaranju pozitivnog imidža festivala i dugoročne održivost.

Promatranje integriranih čimbenika festivala znači uzimanje u obzir kako se različiti aspekti festivala međusobno povezuju i doprinose ukupnom iskustvu sudionika. U nastavku su navedeni ključni integrirani čimbenici koji se često analiziraju.<sup>61</sup> Integrirani čimbenici festivala utječu na posjetitelje time što nadopunjuju utilitarne motive kroz poboljšanje praktičnosti, ekološke održivosti, kulturnog iskustva i društvenog angažmana. Integracija tehnologije, kao što su mobilne aplikacije i digitalne platforme, mogu značajno poboljšati organizaciju festivala. Tehnologija se koristi za informiranje posjetitelja, upravljanje događanjima te omogućavanje interaktivnih i personaliziranih iskustava. Mobilne aplikacije mogu pružiti ažurirane informacije o rasporedu, lokacijama izvedbi, mapama festivala i obavijestima u stvarnom vremenu. Digitalne platforme mogu također omogućiti posjetiteljima da unaprijed planiraju svoj posjet, kupuju ulaznice online i dijele svoja iskustva na društvenim mrežama. Ove tehnološke inovacije ne samo da povećavaju praktičnost za posjetitelje, već i pomažu organizatorima u boljoj koordinaciji i upravljanju događajem. Uključivanje održivih praksi u sve aspekte festivala, od smanjenja otpada do korištenja obnovljivih izvora energije, ne samo da smanjuje ekološki otisak događaja, već također povećava njegovu privlačnost ekološki osviještenim posjetiteljima. Održivi festivali mogu djelovati

---

<sup>61</sup> Molina-Gómez, J., Mercadé-Melé, P., Almeida-García, F., Ruiz-Berrón, R. (2021.): "New Perspectives on Satisfaction and Loyalty in Festival Tourism: The Function of Tangible and Intangible Attributes." Edited by Dejan Dragan. *PLOS ONE* 16 (2): e0246562. Dostupno na <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0246562> (pristupljeno 13.04.2024.)

kao platforma za edukaciju i podizanje svijesti o okolišnim pitanjima. Kombiniranje poslovnih, socijalnih i kulturnih perspektiva može pomoći u boljem razumijevanju kako festivali utječu na zajednicu i kako se mogu koristiti za postizanje šireg društvenog cilja. Ovo uključuje istraživanje uloga festivala u promociji kulturnog identiteta, poticanju socijalne kohezije i podržavanju lokalnog gospodarstva. Na primjer, festivali mogu pomoći u očuvanju i promoviranju lokalne kulture i tradicija, privlačenju turista i poticanju lokalne ekonomije. Također mogu poslužiti kao mjesta za socijalnu interakciju i povezivanje različitih zajednica. Efikasno korištenje marketinških alata i strategija može poboljšati vidljivost festivala, privući veću publiku i povećati prodaju ulaznica. Ovo uključuje korištenje društvenih mreža, ciljano oglašavanje i angažiranje influencera kako bi se dosegla šira publika. Društvene mreže omogućavaju direktnu komunikaciju s posjetiteljima, promoviranje događanja i dijeljenje iskustava sudionika. Ciljano oglašavanje može pomoći u dosezanju specifičnih demografskih skupina koje su najvjerojatnije zainteresirane za festival, dok angažiranje influencera može povećati vjerodostojnost i privući novu publiku. Integracija povratnih informacija od posjetitelja u planiranje i izvođenje festivala može pomoći u poboljšanju iskustva i izgradnji lojalnosti. Zadovoljni posjetitelji vjerojatnije će se vratiti na buduće događaje i preporučiti festival drugima. Povratne informacije mogu se koristiti za prepoznavanje područja koja zahtijevaju poboljšanje, kao što su kvaliteta usluga, program, infrastruktura ili organizacija. Redovito prikupljanje i analiza povratnih informacija omogućuju organizatorima da kontinuirano unapređuju festival i prilagođavaju ga potrebama i očekivanjima posjetitelja.

#### 2.2.4. Elementi zadovoljstva

Zadovoljstvo posjetitelja je ključni indikator uspjeha festivala i ima izravan utjecaj na odluku o posjeti. U članku "*New perspectives on satisfaction and loyalty in festival tourism: The function of tangible and intangible attributes*" provedena je meta-analiza koja je poslužila kao istraživački alat za 66 festivalskih studija.<sup>62</sup> Brojni atributi utječu na razine iskustva (tablica 1).

---

<sup>62</sup> Molina-Gómez, J., Mercadé-Melé, P., Almeida-García, F., Ruiz-Berrón, R. (2021.): "New Perspectives on Satisfaction and Loyalty in Festival Tourism: The Function of Tangible and Intangible Attributes." Edited by D. Dragan. *PLOS ONE* 16 (2): e0246562. Dostupno na <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0246562> (pristupljeno 14.04.2024.)

**Tablica 1. Odnos između iskustava i atributa prema vrsti festivala**

Vrsta atributa	Iskustva	Atributi
Opipljiva	Zabava	Program aktivnosti
	Estetika	Autentičnost
		Koncesija
		Okoliš
Nematerijalno	Obrazovanje	Socijalizacija
	Ekspanzija (proširenje utjecaja)	Uživanje

Izvor: Molina-Gómez, J., Mercadé-Melé, P, Almeida-García., F., Ruiz-Berrón, R. (2021.)

U prilog pojašnjenju tablice ide i činjenica da su program festivala i zabava ključni za privlačenje posjetitelja, dok autentičnost i okruženje festivala povećavaju ukupno zadovoljstvo pružajući jedinstvena i kvalitetna iskustva. Neopipljivi atributi, kao što su uživanje i socijalizacija, naglašavaju emocionalne i društvene aspekte koji također značajno doprinose zadovoljstvu posjetitelja.

Festival bi trebao ponuditi i fizičke i emocionalne aspekte kako bi postigao visoku razinu zadovoljstva posjetitelja. Fizički atributi uključuju program, autentičnost, koncesije, okruženje, dok emocionalni atributi uključuju društvenu interakciju i uživanje. Fizički atributi pružaju strukturu i konkretne elemente koje posjetitelji mogu doživjeti, poput kvalitetnih izvedbi i dobre infrastrukture. Emocionalni atributi, poput mogućnosti za društvenu interakciju i uživanja, obogaćuju ukupno iskustvo, čineći ga nezaboravnim i osobnim. Kombinacija ovih aspekata omogućava posjetiteljima da dožive festival na više razina, što povećava njihovu vjerojatnost za ponovni dolazak. Svaki od ovih atributa doprinosi cjelokupnom doživljaju festivala i ostavlja trajan dojam na posjetitelje. Raznovrstan i dobro organiziran program aktivnosti je srž svakog festivala. To uključuje glazbene nastupe, performanse, radionice i igre koje angažiraju posjetitelje i drže njihovu pažnju. Program aktivnosti pruža raznovrsne načine zabave i angažmana. Upotreba autentičnih elemenata koji odražavaju kulturu, povijest ili specifičnu temu festivala doprinosi stvaranju drugačijeg dojma. Autentičnost pomaže posjetiteljima da se povežu s temom festivala. Dekoracije, svjetlosne instalacije i

tematski uređeni prostori dodatno obogaćuju vizualni dojam i doprinose ukupnoj atmosferi festivala. Hrana, piće i suveniri koji su u skladu s temom festivala dodaju vrijednost cjelokupnom doživljaju. Istovremeno, dobro održavan fizički prostor, uključujući čistoću i uređenost, stvara još jedan dodatak atmosferi. Edukativni sadržaji poput predavanja, izložbi i radionica obogaćuju posjetitelje, pružajući im priliku da steknu nova znanja i vještine. Ovi sadržaji dodaju intelektualnu vrijednost festivalu i privlače posjetitelje koji traže više od same zabave. U kontekstu atributa iskustva na festivalima, ekspanija se interpretira kao sposobnost festivala da proširi svoj utjecaj i značaj izvan samog događaja. Festivali mogu biti platforme za promicanje raznolikosti i kulturne razmjene među posjetiteljima različitih pozadina. Veliki festivali mogu privući posjetitelje iz cijelog svijeta, doprinoseći turističkoj privredi i promociji destinacije. Festivali, također nude brojne mogućnosti za interakciju i povezivanje s drugim posjetiteljima. Zajedničke aktivnosti, radionice i društvene igre potiču stvaranje novih prijateljstava i jačanje društvenih veza. Ovaj aspekt socijalizacije doprinosi osjećaju zajedništva. Festivali pružaju posjetiteljima priliku da se opuste, zabave i pobjegnu od svakodnevnih briga. Osjećaj uživanja i bijega od stvarnosti je ključan za stvaranje nezaboravnog iskustva koje posjetitelji cijene.

Kombinacija opipljivih i nematerijalnih atributa ključna je za stvaranje sveobuhvatne slike osjećaja kod posjetitelja na festivalima. Dobro organiziran program aktivnosti, autentični estetski elementi, čisto i sigurno okruženje, kao i mogućnosti za obrazovanje i socijalizaciju doprinose ukupnom zadovoljstvu posjetitelja. Ovi elementi zajedno stvaraju opće festivalsko iskustvo koje ostaje u sjećanju posjetitelja i potiče ih na ponovni dolazak.

#### *2.2.5. Utjecaj zadovoljstva na lojalnost posjetitelja*

Okosnica između zadovoljstva i lojalnosti kada je riječ o festivalima je kvaliteta iskustva koju posjetitelji dožive. Zadovoljstvo posjetitelja rezultira iz njihove percepcije da je festival ispunio ili nadmašio njihova očekivanja u pogledu kvalitete i vrijednosti. Postoji snažna povezanost između razine zadovoljstva koju posjetitelji osjećaju nakon sudjelovanja na festivalima i njihovom vjerojatnošću povratka ili preporučivanja festivala drugima. Zadovoljstvo festivalom se definira kao "zbroj iskustava koje posjetitelji imaju na festivalu," te prikazuju zadovoljstvo festivalom kao "ukupnu

procijenjenu vrijednost festivala koja nastaje kombinacijom dimenzija kvalitete."<sup>63</sup> Iz prethodnog potpoglavlja vidljivo je da je zadovoljstvo festivalom kompleksno jer obuhvaća sve doživljaje koje posjetitelji akumuliraju tijekom festivala. To uključuje, ali nije ograničeno, na performanse i događaje koji se održavaju, kvalitetu i dostupnost hrane i pića, efikasnost usluga i osoblja, kvalitetu infrastrukture i opću atmosferu festivala. Kada posjetitelji osjete visoku razinu zadovoljstva iskustvom na festivalu to može dovesti do dugoročne lojalnosti. Lojalnost se definira kao "snažno opredjeljenje da se festival ponovno posjeti, da se usmeno širi pozitivna iskustva i da se festival preporuči poznanicima koji će dalje širiti informacije."<sup>64</sup> Lojalnost prema festivalu označava snažnu privrženost koja se manifestira kroz ponovno prisustvovanje festivalu, aktivno dijeljenje pozitivnih iskustava usmenim putem i preporuku festivala poznanicima radi daljnjeg širenja informacija.

Na temelju istraživanja o festivalima i njihovom utjecaju na posjetitelje, mogu se identificirati četiri ključna faktora koje posjetitelji dobivaju od sudjelovanja na festivalima. Autor Oliver (1999.) postavlja faze lojalnosti kao kognitivnu, afektivnu, namjensku i akcijsku, gdje "kognitivna lojalnost usmjerena je na aspekte performansi *branda*, afektivna lojalnost usmjerena je prema simpatičnosti *branda*, namjenska lojalnost doživljava se kada potrošač želi ponovno kupiti *brand*, a akcijska lojalnost je predanost radnji ponovne kupnje."<sup>65</sup> Svaka faza označava različit stupanj posvećenosti posjetitelja prema festivalu i zahtjeva različite pristupe kako bi se osnažila lojalnost. Kognitivna lojalnost se odnosi na inicijalnu fazu lojalnosti potrošača, temeljenu na racionalnoj procjeni performansi proizvoda ili usluge. U kontekstu festivala, posjetitelji procjenjuju objektivne aspekte festivala kako bi odlučili hoće li prisustvovati. Aspekti uključuju cijenu ulaznica, kvalitetu programa, dostupnost smještaja i prijevoza, kao i ukupnu infrastrukturu. Na primjer, posjetitelji biraju festival jer cijena ulaznica nudi dobru vrijednost u odnosu na kvalitetu programa koja se nudi. Isto tako, istraživanje može pokazati da posjetitelji cijene kvalitetu infrastrukture – jesu li toaleti čisti, kako je

---

<sup>63</sup> Kamil-Anil, N. (2012.): "Festival Visitors' Satisfaction and Loyalty: An Example of Small, Local, and Municipality Organized Festival." *Tourism*, 60(3): 255-271. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/136902> (pristupljeno 15.04.2024.)

<sup>64</sup> Getz, D. (2001.): Festivalaska mjesta. *Turizam*, 49(1), 9.

<sup>65</sup> Oliver, Richard L. (1999.): "Whence Consumer Loyalty?" *Journal of Marketing* 63 (4): 33–44. Dostupno na <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00222429990634s105> (pristupljeno 28.06.2024.)

organiziran prijevoz do lokacije festivala, ili su li informacije o festivalu lako dostupne.<sup>66</sup> Posjetitelji također mogu procijeniti razinu iskustva koje festival pruža, što nije isključivo funkcionalno, ali u kognitivnoj fazi to uključuje promišljanje o tome hoće li festival ispuniti njihove specifične interese i ciljeve, kao što su otkrivanje nove glazbe ili učenje o određenoj kulturi.<sup>67</sup> Evaluacija performansi je kritični dio formiranja kognitivne lojalnosti. Ako tržišna marka (ili u slučaju festivala, sam događaj) opravdava ili premašuje očekivanja potrošača u pogledu ovih funkcionalnih aspekata, to može rezultirati kognitivnom lojalnošću, gdje se racionalna procjena transformira u povjerenje prema tržišnoj marki i vodi formulaciji namjere da se nastavi odnos s događajem. Zatim, slijedi afektivna lojalnost se odnosi na emocionalnu povezanost potrošača s događajem. U kontekstu festivala, ova faza lojalnosti se temelji na emocionalnim iskustvima posjetitelja, uključujući zadovoljstvo koje su doživjeli, simpatiju prema festivalu, i pozitivna sjećanja na prethodne posjete. Afektivna lojalnost nije samo rezultat racionalne procjene, već i pozitivnih osjećaja koji festival budi. Kao što je navedeno u istraživanju pod nazivom "*Emotional Branding as a Strategy in Promoting Customer Loyalty*" autora Chandra Sekhar Patroa i K. Madhu Kishore Raghunatha, emocionalno brendiranje se fokusira na razumijevanje emocionalnih želja ljudi i povećanje usklađenosti brend osobnosti sa samopercepcijom ciljanih potrošača.<sup>68</sup> To uključuje višestruke dimenzije emocionalnog odaziva, kao što su preferencije prema brendu, osobni afinitet, emocionalna vezanost i zadovoljstvo koje potrošači osjećaju prema proizvodu. U ovoj fazi, lojalnost se ne temelji samo na racionalnoj procjeni (kao što je to u kognitivnoj fazi), već i na emotivnoj povezanosti i pozitivnim osjećajima koji su potaknuti iskustvom s nekom tržišnom markom. Kada pričamo o posjetiteljima festivala, afektivna lojalnost može igrati još veću ulogu nego u klasičnim potrošačko-brend odnosima. Festivali kao kulturne svečanosti služe ne samo lokalnim stanovnicima, već i međunarodnim turistima koji žele zaviriti u lokalnu kulturu, što može rezultirati emotivnom privrženošću posjetitelja prema festivalu i

---

<sup>66</sup> Barber, Nelson A., Young H, K., Sean, B. (2014.): "The Importance of Recycling to U.S. Festival Visitors: A Preliminary Study." *Journal of Hospitality Marketing & Management* 23 (6): 601–25. Dostupno <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19368623.2014.844661> (pristupljeno 15.04.2024.)

<sup>67</sup> Ibid.

<sup>68</sup> Sekhar, C., Patro, K, Madhu, Kishore, Raghunath. (2018.): "Emotional Branding as a Strategy in Promoting Customer Loyalty" *Driving Customer Appeal Through the Use of Emotional Branding. ReserchGate*, str.225-246. Dostupno na [https://www.researchgate.net/publication/345699980\\_Emotional\\_Branding\\_as\\_a\\_Strategy\\_in\\_Promoting\\_Customer\\_Loyalty](https://www.researchgate.net/publication/345699980_Emotional_Branding_as_a_Strategy_in_Promoting_Customer_Loyalty) (pristupljeno 15.04.2024.)

njegovom značenju.<sup>69</sup> Namjenska lojalnost predstavlja treću fazu lojalnosti, odnosi se na želju i namjeru potrošača da ponovno kupi proizvod ili posjeti događaj. Ova faza je ključna jer označava prelazak od pukog pozitivnog stava prema konkretnom planiranju ponovnog sudjelovanja. U kontekstu festivala, namjenska lojalnost se očituje kroz namjeru posjetitelja da ponovno dođu na festival sljedeće godine ili na sljedeći događaj koji organizatori prirede. Ova faza uključuje faktore kao što su pozitivna sjećanja s prethodnih festivala, očekivanja o budućim iskustvima i percepcija konzistentnosti u kvaliteti. Akcijska lojalnost je najviši stupanj lojalnosti, gdje se namjera potrošača pretvara u konkretne akcije. U ovoj fazi, posjetitelji ne samo da žele ponovno doći, već aktivno poduzimaju korake kako bi osigurali svoju prisutnost na festivalu. Akcijska lojalnost uključuje kupnju ulaznica, dijeljenje iskustava na društvenim mrežama, preporučivanje festivala prijateljima i obitelji, čak i volontiranje ili sudjelovanje u organizaciji festivala. Primjer, posjetitelji koji su uživali u prošlogodišnjem festivalu već planiraju svoju posjetu sljedeće godine i kupuju ulaznice čim postanu dostupne. Ovo ne samo da povećava vidljivost festivala, nego već i stvara zajednicu lojalnih posjetitelja.

Narednim poglavljem se istražuje fenomen festivalske kulture, analizira percepcija kvalitete i njezin utjecaj na ponašanje posjetitelja, ujedno se razmatraju pozitivni i negativni efekti festivala.

---

<sup>69</sup> Jani, D., John R. M., Philemon. (2016.): "Comparison of Local and International Festival Attendees' Motives and Perception of Festival Impacts: Case of Sauti Za Busara." *Event Management* 20(3): 341-51. Dostupno na <https://www.ingentaconnect.com/content/cog/em/2016/00000020/00000003/art00004;jsessionid=4mh1emi56bki.x-ic-live-02> (pristupljeno 16.04.2024.)



### 3. PONAŠANJE POSJETITELJA TIJEKOM BORAVKA

Festivali predstavljaju mnogo više od običnih prostora za zabavu; oni su živahne, dinamične sredine koje privlače posjetitelje iz svih dijelova svijeta, pružajući im nezaboravno iskustvo uranjanja u kulturu, umjetnost i zajednički duh. Temelj uspjeha svakog festivala nije samo u izvrsnosti njegovog programa, već i u ponašanju i interakciji njegovih posjetitelja. Posjetitelji festivala nisu samo promatrači; oni su ključni akteri čije odluke i djelovanje izravno utječu na atmosferu i ukupno iskustvo događaja. Putem svojih aktivnosti, izbora i uključenosti, posjetitelji ne samo da oblikuju svoje doživljaje, već i iskustva drugih ljudi.

#### 3.1. Fenomen festivalske kulture

Fenomen festivalske kulture počeo se ozbiljnije promatrati i istraživati tijekom 20. stoljeća, posebice od 1970-ih godina. Intenzivan rast broja festivala i njihovog značaja u društvu, prepoznat je kao fenomen "festivalizacije." Festivalizacija kao proces odnosi se na festivalske događaje koji prelaze svoje vremenske i prostorne granice, utječući na njihov geografski, društveni i kulturni kontekst.<sup>70</sup> Proces navodi kako su se festivali integrirali u društveni i kulturni život zajednice gdje su postali sve prisutniji, raznolikiji i utjecajniji na identitet mjesta, kao i percepciju među posjetiteljima i lokalnim stanovnicima. Isto tako, proces naglašava dinamičnost festivala kao kulturnih manifestacija koje nisu statične, već imaju sposobnost da trajno oblikuju svoje okruženje. Neki od razloga intenzivnog rasta festivala povezuju se s „gospodarstvom i populacijskim rastom zatim s druge strane i globalizacijom, te s ekonomskim, društvenim i kulturnim ciljevima.<sup>71</sup> Festivali nisu nužno promijenili svoju prirodu, ali se koriste na drugačiji način ili na različitoj razini u odgovoru na postmoderne anksioznosti i potrebu za percipiranjem vlastitog identiteta.

---

<sup>70</sup> Duffy, M. (2014.): "The Emotional Ecologies of Festivals." In A. ; W. Bennett I. ;. Taylor, J. (Ed.), *Festivalisation of Culture: Identity, Culture and Politics*. *Ashgate* str. 229–250. Dostupno na [https://www.researchgate.net/publication/281204465\\_The\\_emotional\\_ecologies\\_of\\_festivals](https://www.researchgate.net/publication/281204465_The_emotional_ecologies_of_festivals) (pristupljeno 02.07.2024.)

<sup>71</sup> Jæger, K. (2019.): "Tourists and Communities in Rural Festival Encounters: A Mutually Beneficial Relationship?" *Sport in Society* 23 (1): 40–55. Dostupno na [https://www.academia.edu/83824261/Tourists\\_and\\_Communities\\_in\\_Rural\\_Festival\\_Encounters\\_A\\_mutually\\_beneficial\\_relationship?email\\_work\\_card=thumbnail](https://www.academia.edu/83824261/Tourists_and_Communities_in_Rural_Festival_Encounters_A_mutually_beneficial_relationship?email_work_card=thumbnail) (pristupljeno 17.04.2024.)

Porast broja festivala u obliku kulturne prakse jedna je od značajki fenomena. Drugi se odnosi na proces planiranja i organiziranja festivala, tj sagledavanje konkretnog festivala koji ima kulturne elemente, a to su dva cilja; postizanje potvrde identiteta određene lokalne zajednice i povećanje turističke ponude te privlačenje novih turista.<sup>72</sup> Porast broja festivala kao kulturne prakse odražava značaj očuvanja i promoviranja kulturnog identiteta lokalnih zajednica, dok proces planiranja i organiziranja festivala također ima za cilj povećanje turističke ponude i privlačenje novih posjetitelja. Isto tako, odnosi se na „promjenu uloge festivala, od tradicionalno smještenih u javne i neprofitne domene do suvremene situacije u kojoj festivali služe kao instrumenti javne, društvene i kulturne politike, te za turizam i marketing mjesta.“<sup>73</sup> Autentičnost kulture omogućava organizatorima festivala da istaknu povezanost s prošlošću, čime nude jedinstvena iskustva koja odražavaju lokalne tradicije, običaje i vrijednosti. Ovi autentični kulturni elementi ne samo da privlače turiste nego i jačaju osjećaj zajedništva među lokalnim stanovništvom, doprinoseći očuvanju i promociji kulturne baštine. Festivali, kao takvi, postaju platforme za izražavanje i reafirmaciju lokalnog identiteta, omogućujući zajednici da ponosno pokaže svoje specifičnosti i bogatu kulturnu prošlost. Istovremeno, oni stvaraju ekonomske koristi kroz turizam, obogaćujući ponudu destinacije i čineći je privlačnijom za posjetitelje koji traže autentična i jedinstvena iskustva. Na primjer, etnografski festivali poput onih u Gvatemali gdje se prikazuju tradicionalni plesovi i odijela *Maya* kulture, demonstriraju kako festivali služe kao platforme za očuvanje rijetkih umjetničkih i kulturnih praksi.<sup>74</sup> Mnogi festivali su ukorijenjeni u tradicionalnim običajima i ritualima specifičnim za određenu zajednicu ili regiju. Na primjer, etnografski festivali često prikazuju narodne plesove, muziku i ručne radove, što omogućava očuvanje i prenošenje tih kulturnih elemenata na nove generacije.<sup>75</sup> Možemo reći, da je pojam kulture i festivala usko povezan i da kultura oblikuje sadržaj i formu festivala jer festivali često predstavljaju ključne događaje u kulturnom kalendaru zajednica. Ne samo da reflektiraju kulturne vrijednosti, tradicije i

---

<sup>72</sup> Kelemen, P., Škrbić Alempijević, N. (2012.): Grad kakav bi trebao biti: etnološki i kulturno antropološki osvrti na festivale, 25:309-355, *Naklada Jesenski i Turk*. Zagreb.

<sup>73</sup> UNESCO (2021.): *Cutting Edge | All Aboard! Culture and social inclusion*. Dostupno na <https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-all-aboard-culture-and-social-inclusion> (pristupljeno 18.04.2024.)

<sup>74</sup> Peterson, M. (2020.): "25 Guatemalan Festivals and Celebrations for Your Bucket List"; A Taste for Travel. *Culinary Travel Blog*. Dostupno na <https://www.atastefortravel.ca/10835-guatemala-festivals-celebrations/> (pristupljeno 22.04.2024.)

<sup>75</sup> Skoko, I. (2009.): "Pojam i Definicije Kulture." *Hum : Časopis Filozofskog Fakulteta Sveučilišta U Mostaru* 5 (5): 365–70. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/clanak/334344> (pristupljeno 22.04.2024.)

umjetničke izraze, već i aktivno doprinose njihovom oblikovanju i razvoju. Kroz festivale se promiče kulturna raznolikost, omogućuje dijalog između različitih kultura i jača osjećaj zajedništva među sudionicima. Festivali imaju društvenu funkciju i simboličko značenje koje je usko povezano s nizom vrijednosti koje zajednica prepoznaje kao bitne za svoj identitet, povijesni kontinuitet i fizički opstanak.<sup>76</sup> Festivali također pomažu u izgradnji kulturne zajednice koja se temelji na ljubavi, miru, međusobnom poštovanju i poštovanju okoline. Oni koji su uključeni slave život kroz glazbu i umjetnost.

U kontekstu globalizacije i tehnološkog napretka, festivali se prilagođavaju kako bi ostali relevantni i angažirali nove generacije, često integrirajući digitalne umjetnosti i virtualne platforme za globalni doseg. U svijetu gdje se tradicija susreće s modernošću, festivalska kultura stoji kao središnja manifestacija društvenog života, spajajući povijesno naslijeđe s novim oblicima izražavanja. U literaturama se često pojam festivala pronalazi pod istraživanim temama kao što su antropološki i socijalni aspekti. Pod antropološke aspekte, često ga se promatra kroz dinamiku moći, identitetske politike i procese socijalne integracije i isključenja te kako se kultura prezentira i komercijalizira u kontekstu komercijalizacije.<sup>77</sup> Kroz festivale se može vidjeti kako različite grupe koriste ove događaje za izražavanje ili potiskivanje određenih identiteta, često u kontekstu komercijalnih interesa. Primjerice, UNESCO ističe važnost participativnog kulturnog planiranja za promicanje socijalne integracije i razvoj otpornijih društava.<sup>78</sup> Na festivalima se također reflektira i komercijalizacija kulture, gdje se kulturalni izrazi pretvaraju u proizvode za masovnu potrošnju, što može rezultirati umanjivanjem vrijednosti i značenja autentičnih kulturnih manifestacija.<sup>79</sup> Ovaj proces može umanjiti njihovu izvornu vrijednost i značaj, jer jedinstvene tradicije postaju prilagođene masovnoj publici, često zanemarujući njihovu povijesnu i duhovnu važnost. Time se gubi dio autentičnosti festivalske kulture, jer komercijalizacija često

---

<sup>76</sup> Uriarte, Yesim T., Antognozzi, T. (2018.): "Investigating Tourism Impacts of Festivals: An Exploratory Case Study of a Big Scale Comic-Con." *Event Management*. Dostupno na [https://www.academia.edu/36978363/Investigating\\_Tourism\\_Impacts\\_of\\_Festivals\\_An\\_exploratory\\_case\\_study\\_of\\_a\\_big\\_scale\\_comic\\_con?email\\_work\\_card=thumbnail](https://www.academia.edu/36978363/Investigating_Tourism_Impacts_of_Festivals_An_exploratory_case_study_of_a_big_scale_comic_con?email_work_card=thumbnail) (pristupljeno 19.04.2024.)

<sup>77</sup> Hung-Lee, T., Chang, C.,- J., Chang, P.,- S. (2015.): "The Support of Attendees for Tourism Development: Evidence from Religious Festivals, Taiwan." *Tourism Geographies* 17(2):223-243. Dostupno na <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616688.2014.997280> (pristupljeno 19.04.2024.)

<sup>78</sup> UNESCO (2021.): *Cutting Edge | All Aboard! Culture and social inclusion*. Dostupno na <https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-all-aboard-culture-and-social-inclusion> (pristupljeno 19.04.2024.)

<sup>79</sup> Ibid.

potiskuje originalne kulturne izraze i zamjenjuje ih pojednostavljenim verzijama prilagođenim turistima. S druge strane, socijalni aspekti festivala kulture imaju važnu ulogu u stvaranju i održavanju zajednice, povećavanju međusobnog razumijevanja i razmjene između različitih kultura. Pružaju priliku ljudima za okupljanje i podjelu iskustava, stvarajući neke nove osjećaje. Ovo može biti posebno važno u urbanim i multikulturalnim sredinama gdje ljudi mogu doći iz različitih socijalnih i kulturnih pozadina.

### **3.2. Percepcija kvaliteta i odraz na ponašanje**

Percepcija kvalitete ključan je aspekt promatranja, koji izravno utječe na ponašanje i buduće odluke posjetitelja. Prema Grönroosovu modelu (1984.), kvaliteta predstavlja opći sud ili stav prema usluzi koji proizlazi iz usporedbe očekivanja i percepcije korisnika o performansama aktualne usluge.<sup>80</sup> Percepcija kvalitete prodire duboko u psihološki fenomen, gdje subjektivni osjećaj kvalitete proizvoda, usluge ili iskustva može imati znatan utjecaj na ponašanje pojedinca. Kod posjetitelja festivala, percepcija kvalitete može pokrenuti niz reakcija koje se manifestiraju na različite načine. To uključuje racionalno razmatranje i procjenu svih aspekata pružene usluge te emocionalnu reakciju korisnika na iskustvo. Subjektivna procjena kvalitete može biti oblikovana trenutnim osjećajima korisnika, njihovim očekivanjima te kako su doživjeli interakciju s uslugom.

---

<sup>80</sup> Marković, S. (2019.): "Istraživanje Zadovoljstva Posjetitelja Zaštićenih Područja Istarske Županije." *Journal of Applied Health Sciences* 5 (2): 265–75. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/330058> (pristupljeno 18.04.2024.)

## Shema 2. Model međudnosa između percipirane kvalitete, zadovoljstva i ponašanja



Izvor: samostalna izrada autorice prema Bruwer, J. (2013.): "Service Quality Perception and Satisfaction in a New Zealand Festivalscape: Buying Behavior Effects" *Tourism Analysis* 18(1):61-77

Dostupno na

[https://www.researchgate.net/publication/272204583\\_Service\\_Quality\\_Perception\\_and\\_Satisfaction\\_in\\_a\\_New\\_Zealand\\_Festivalscape\\_Buying\\_Behavior\\_Effects](https://www.researchgate.net/publication/272204583_Service_Quality_Perception_and_Satisfaction_in_a_New_Zealand_Festivalscape_Buying_Behavior_Effects)

U ovom modelu, kada posjetitelji percipiraju kvalitetu festivala kao visoku, njihovo zadovoljstvo raste, što može rezultirati pozitivnim ponašanjem poput ponovnih posjeta i preporuka. Obrnuto, ako je percepcija kvalitete niska, posjetitelji mogu razviti negativne stavove i smanjiti svoje namjere ponovnog dolaska.

Percepcija kvalitete i njezin utjecaj na ponašanje potrošača ključni su u vidu istraživanja uslužnih okruženja, posebice u kontekstu festivala. Koncept "festivalscape", koji su definirali Lee i sur. (2015.), nadograđuje se na tradicionalni "servicescape" kroz uključivanje dodatnih dimenzija specifičnih za festivalska okruženja. Ovaj pristup "servicescape" pruža temelj za razumijevanje fizičkog okruženja u uslužnim industrijama, dok "festivalscape" proširuje ovaj koncept specifičnim elementima važnim za festivalska okruženja. Autor Bitner (1992.) identificira tri osnovne dimenzije "servicescape": ambijentalne uvjete, prostorni raspored i funkcionalnost, te znakove, simbole i artefakte. Ambijentalni uvjeti obuhvaćaju elemente kao što su temperatura, osvjetljenje, buka, mirisi i kvaliteta zraka.<sup>81</sup> Na primjer, ugodna temperatura i prigušeno osvjetljenje mogu stvoriti opuštajuću atmosferu, dok jaka svjetla i glasna glazba mogu potaknuti energičnije ponašanje. Odabir glazbe prilagođen je tematici festivala i može potaknuti pozitivne emocionalne reakcije. Prostorni raspored i funkcionalnost odnose se na način na koji je prostor organiziran i kako omogućuje ili otežava kretanje i interakciju korisnika. To uključuje raspored opreme i prostora za kretanje, kao i dostupnost i funkcionalnost

---

<sup>81</sup> Bitner, Mary J. (1992.): "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees." *Journal of Marketing* 56 (2): 57–71. Dostupno na <https://www.jstor.org/stable/1252042> (pristupljeno 19.04.2024.)

objekata i sadržaja. Znakovi, simboli i artefakti uključuju fizičke znakove i simbole koji komuniciraju informacije, poput natpisa, putokaza, dekoracija i drugih vizualnih elemenata. Artefakti mogu pružiti informacije, upute ili jednostavno pojačati tematsku atmosferu. Bitner (1992.) ističe da ove dimenzije zajedno doprinose ukupnom doživljaju usluge i mogu značajno utjecati na percepciju i ponašanje korisnika. Koncept "festivalscape" definira uslužni krajolik specifičan za festivale, koji uključuje različite elemente okruženja koji zajedno oblikuju cjelokupno iskustvo posjetitelja.<sup>82</sup> Festivalski krajolik nije samo zbir pojedinačnih elemenata, već holistički doživljaj koji proizlazi iz kombinacije fizičkih, ambijentalnih, programskih i socijalnih faktora. Istraživanja su identificirala sedam dimenzija festivalskog krajolika koje utječu na posjetitelje: programski sadržaj, usluga osoblja, objekti, hrana, suveniri, praktičnost i dostupnost informacija.<sup>83</sup> Pokazalo se da tri dimenzije imaju najveći utjecaj na posjetitelje: programski sadržaj, objekti i hrana. Organizatori festivala trebaju pažljivo planirati i implementirati sve aspekte festivalskog okruženja kako bi osigurali pozitivno iskustvo i stvorili trajne dojmove posjetiteljima.

### 3.3. Pozitivni i negativni efekti festivala

Festivali, u svom raskošnom izdanju, nose sa sobom snažan i neposredan utjecaj na destinacije u kojima se održavaju. Taj utjecaj može biti dvojak - kako pozitivan, tako i negativan. Osim povećanja društvenog ugleda, festivali mogu izazvati pitanja poput zagušenja prometa, buke i povećanja otpada i sl. Ključno je da organizatori, kao i posjetitelji budu svjesni i osjetljivi na potrebe i granice lokalne zajednice kako bi osigurali dugoročan uspjeh i održivost događanja.

U nastavku će biti prikazana tablica koja navodi elemente turističkog prostora prema autoru, Cudnyju (2013.),<sup>84</sup> koji značajno utječu na festivalski turizam, s objašnjenjem njihova utjecaja.

---

<sup>82</sup> Ibid.

<sup>83</sup> Ibid.

<sup>84</sup> W, Cudny. (2013.): "Festival Tourism - the Concept, Key Functions and Dysfunctions in the Context of Tourism Geography Studies." *GEOGRAPHICAL JOURNAL* , 65(2):105-118. Dostupno na [https://www.researchgate.net/publication/287956579\\_Festival\\_tourism\\_-](https://www.researchgate.net/publication/287956579_Festival_tourism_-)

**Tablica 2. Glavne funkcije i disfunkcije festivalskog turizma u kontekstu elemenata turističkog prostora**

Elementi turističkog prostora	Funkcije festivalskog turizma	Disfunkcije festivalskog turizma
<b>Prirodna baština</b>	Promicanje ideja zaštite prirodnog okoliša i održivog razvoja	Prijetnje prirodnom okolišu (voda, atmosfera, klima), uzrokovane većim onečišćenjem okoliša. Moguća degradacija zelenih površina u slučaju festivala na otvorenom.
<b>Kulturna baština</b>	Privlačenje novih posjetitelja u objekte materijalne baštine, poput muzeja ili galerija. Mogućnost kultiviranja i razvijanja lokalne i regionalne kulturne baštine. Omogućavanje turistima da dođu u kontakt s kulturnom baštinom. Promicanje visoke kulture, npr. tijekom umjetničkih festivala	Gubitak autentičnosti lokalne i regionalne baštine prilagođavanjem potrebama turista. Opasnost povezana s predstavljanjem lažne kulturne baštine, "prilagođene" kako bi zadovoljila očekivanja turista.
<b>Infrastruktura</b>	Izgradnja objekata u svrhu organiziranja velikih festivala, razvoj turističke infrastrukture povezane s kulturom i zabavom. Razvoj smještajne i ugostiteljske infrastrukture u svrhu zadovoljavanja potreba turista festivala	Brže trošenje određenih elemenata infrastrukture, npr. prometa, zbog velikog turističkog prometa. Moguća šteta na infrastrukturi kao rezultat vandalizma.
<b>Čovjek kao subjekt turističkog prostora</b>	Stvaranje mjesta gdje turisti mogu provesti svoje slobodno vrijeme i baviti se svojim interesima. Područje razmjene ideja i pogleda, kao i obrazovanje. Mjesto gdje se započinju i razvijaju međuljudski odnosi. Promicanje ideje multikulturalizma putem festivala,	Mogući sukobi između turista festivala i stanovnika područja gdje se festivali održavaju. Mogućnost isključivanja dijela stanovništva koji nisu prihvaćeni iz prostora koji festival zauzima. Zloupotreba alkohola i droga tijekom nekih

[The concept key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies](#)  
(pristupljeno 22.04.2024.)

	što je posebno važno u multietničkim društvima. Stvaranje prostora za izražavanje seksualnih manjina. Stvaranje poslova za lokalno stanovništvo u sektoru usluga festivala.	festivala. Zločini počinjeni tijekom događaja, neredi.
--	---	--

Izvor: samostalna izrada autorice prema W, Cudny. (2013.): "Festival Tourism - the Concept, Key Functions and Dysfunctions in the Context of Tourism Geography Studies." *GEOGRAPHICAL JOURNAL* 65(2):105-118. Dostupno na [https://www.researchgate.net/publication/287956579\\_Festival\\_tourism\\_-\\_The\\_concept\\_key\\_functions\\_and\\_dysfunctions\\_in\\_the\\_context\\_of\\_tourism\\_geography\\_studies](https://www.researchgate.net/publication/287956579_Festival_tourism_-_The_concept_key_functions_and_dysfunctions_in_the_context_of_tourism_geography_studies) (pristupljeno 22.04.2024.)

U suvremenom svijetu gdje se sve veća pažnja posvećuje zaštiti prirode i održivom razvoju, festivali postaju ključni akteri u promicanju vrijednosti. Kroz svoje raznolike aktivnosti i događaje, ovi festivali ne samo da pružaju zabavu i raznolikost posjetiteljima, već i služe kao moćni alati u podizanju svijesti o važnosti očuvanja okoliša. S druge strane, festivali mogu rezultirati značajnim onečišćenjem voda zbog otpada koji se generira tijekom festivala. Glavni problem je velika količina otpada, posebno plastike, koja često završava u prirodnim staništima. Na primjer, festivali poput *Coachelle* generiraju stotine tisuća kilograma otpada svaki dan.<sup>85</sup> Bačene boce, plastični otpad, hrana i ostali otpadni materijali mogu završiti u obližnjim rijekama, jezerima ili morima, čime se narušava ekološka ravnoteža i ugrožava životinjski i biljni svijet. To može rezultirati povećanjem razine smoga, koja može uzrokovati respiratorne probleme kod ljudi i životinja te doprinijeti klimatskim promjenama i globalnom zagrijavanju. Emisije ugljičnog dioksida iz prijevoza posjetitelja i generatora za napajanje festivala čine veliki dio ekološkog otiska festivala. Na primjer, putovanja na festivale čine značajan udio emisija CO<sub>2</sub>.<sup>86</sup> Veće emisije stakleničkih plinova iz festivala mogu pridonijeti klimatskim promjenama, uključujući porast temperature, promjene oborina i ekstremne vremenske uvjete. Ovo može imati dugoročne

<sup>85</sup> Schmidt, L. (2023.): "Addressing the Impacts of Concerts and Music Festivals on the Environment." *WMEAC(Eco-Journalism and Blogging Intern)*. Dostupno na <https://wmeac.org/2023/05/addressing-the-impacts-of-concerts-and-music-festivals-on-the-environment/> (pristupljeno 23.04.2024.)

<sup>86</sup> Ibid.



posljedice na ekosustave i poljoprivrednu proizvodnju i uzrokovati gubitak životinjskih vrsta i uništenje prirodnih staništa. Festivali na otvorenom mogu dovesti do degradacije zelenih površina zbog intenzivne upotrebe, gaženja tla i postavljanja privremenih konstrukcija. To može rezultirati gubitkom biljnih vrsta, erozijom tla i smanjenjem raznolikosti, čime se narušava ekološka ravnoteža i kvaliteta okoliša. Visoka razina buke također, može ometati lokalnu faunu, utječući na njihovo ponašanje i reprodukciju.<sup>87</sup> Jedan od važnijih elemenata turističke destinacije na koji pozitivno utječu festivali je i kulturna baština. Konvencija UNESCO-a o svjetskoj baštini (1972.) definira kulturnu baštinu kao kombinaciju materijalnih manifestacija, živih izraza te tradicija zajednica.<sup>88</sup> Privlačenje novih posjetitelja u objekte materijalne baštine poput muzeja ili galerija predstavlja priliku za ožvljavanje i promociju kulturnog naslijeđa. Osim što pruža turistima priliku da istraže bogatu povijest i umjetnost regije, to također potiče ekonomski razvoj kroz turizam. Osim toga, omogućavanje turistima kontakta s kulturnom baštinom može rezultirati jačim interesom za njeno očuvanje i valorizaciju. Organizatori bi trebali nastojati uspostaviti stalnu ravnotežu između viđenja baštine kao nečega što treba očuvati i zaštititi od promjena i fleksibilnosti za razumijevanje i prepoznavanje kulturne baštine kao aktivne i promjenjive.<sup>89</sup> Jedna od opasnosti vezanih uz predstavljanje lažne kulturne baštine je stvaranje "kulturnih stereotipa" ili "kulturnih karikatura" koje su "skrojene" prema očekivanjima turista. Infrastruktura donosi sa sobom brojne pozitivne i negativne utjecaje. Izgradnja objekata za velike festivale doprinosi razvoju turističke infrastrukture, uključujući smještajne kapacitete i ugostiteljske objekte, te pokreće lokalno gospodarstvo i zapošljavanje. Ipak, brža potrošnja pojedinih elemenata infrastrukture zbog gustog turističkog prometa može izazvati potrebu za češćim popravcima i održavanjem. Nadalje, veći broj posjetitelja na festivalima može povećati rizik od vandalizma i oštećenja javnih objekata, što

---

<sup>87</sup> Ibid.

<sup>88</sup> Lo, May-Chiun., Abang, Azlan, M., Chee-Hua, C., Ramayah, T. (2017.): "THE IMPACT of NATURAL RESOURCES, CULTURAL HERITAGE, and SPECIAL EVENTS on TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS: THE MODERATING ROLE of COMMUNITY SUPPORT Abang Azlan Mohamad." *International Journal of Business and Society* 18: 763–74. Dostupno na <https://www.ijbs.unimas.my/images/repository/pdf/Vol18-s4-paper14.pdf> (pristupljeno 23.04.2024.)

<sup>89</sup> Beth, P., Ager, L., Sitas, R. (2019.): "Cultural Heritage Entanglements: Festivals as Integrative Sites for Sustainable Urban Development." *International Journal of Heritage Studies* 26 (6): 1–16. Dostupno na <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13527258.2019.1578987> (pristupljeno 25.04.2024.)

dodatno opterećuje proračun za obnovu i popravak. Također, proširivanje objekata radi prilagodbe potrebama festivala može dovesti do konflikata s lokalnom zajednicom i prirodnim okolišem, što može rezultirati gubitkom zelenih površina ili drugih resursa. Nužno je uspostaviti uravnotežen pristup razvoju turističke infrastrukture koji uzima u obzir potrebe posjetitelja, zahtjeve lokalne zajednice te očuvanje prirodnog i kulturnog okoliša. Promicanje održivog turizma, odgovorno upravljanje infrastrukturom kao i suradnja s lokalnom zajednicom ključni su koraci u minimiziranju negativnih posljedica i maksimiziranju pozitivnih utjecaja festivala na destinaciju. Festivali pružaju prostor za razmjenu ideja, pogleda i edukaciju, potičući međukulturalnu raznolikost i dijalog. Osim toga, festivali mogu služiti kao mjesto gdje se pokreću i razvijaju međuljudski odnosi, te promoviraju ideje multikulturalnosti i inkluzivnosti, što je posebno važno u multietničkim društvima. Također, festivali otvaraju nova radna mjesta u sektoru usluga. Međutim, uz sve ove pozitivne aspekte, postoje i potencijalni konflikti i izazovi. Festivalski turistički događaji mogu dovesti do sukoba između posjetitelja i lokalnog stanovništva, posebno ako se ne poštuju lokalne tradicije, običaji i norme ponašanja. Postoji i mogućnost isključivanja dijela neprihvaćenih stanovnika iz prostora koji festival zauzima, što može izazvati osjećaj nepripadanja i neprijateljstva prema festivalu. Zlouporaba alkohola i droga tijekom nekih festivala također može dovesti do povećanja kriminalnih aktivnosti, nereda i nasilja. U konačnici, čovjek je ključni subjekt destinacije, kako turisti tako i lokalno stanovništvo. Važno je da se festivali razvijaju na način koji promiče međusobno poštovanje, razumijevanje i suradnju između svih uključenih strana, osiguravajući tako pozitivan utjecaj na zajednicu i destinaciju u cjelini.

U sljedećem poglavlju analiziraju se transformativni trendovi u organizaciji i percepciji festivala. Istražuju se promjene u iskustvima posjetitelja, utjecaj digitalizacije te analiza održivost festivala u kontekstu ekonomskih, društvenih i ekoloških aspekata.

## 4. TRANSFORMATIVNI TRENDOWI U FESTIVALSKOM TURIZMU

Svijet se mijenja brzim tempom, a te promjene utječu na sve aspekte naših života, uključujući i naše teme rada, festivale. Trendovi se stalno mijenjaju, što znači da se festivali moraju prilagođavati novim očekivanjima posjetitelja kako bi ostali relevantni i privlačni. Posjetitelji donose nove navike koje oblikuju način na koji se festivali organiziraju i doživljavaju. Sve veći naglasak stavlja se na transformativna iskustva, gdje događaji postaju prilike za osobni rast i zajedničko stvaranje. Tako, festivali evoluiraju kako bi zadovoljili moderne zahtjeve, nudeći inovativne sadržaje i prilagođavajući se društvenim, ekološkim i tehnološkim trendovima.

### 4.1. Transformacija iskustva posjetitelja

Suvremeni fenomen i koncept "transformativnog festivala" postali su sveprisutni 2000-tih, što ukazuje na vjerovanje da zajednica koja je svjesna i proaktivna može potaknuti pozitivne promjene.<sup>90</sup> To je mjesto gdje festivali nisu samo prostori zabave i opuštanja, već ih se vidi kao "vitalni prostor za kulturnu intervenciju"<sup>91</sup> odnosno ključna mjesta gdje se kroz različite aktivnosti i interakcije može potaknuti promjena na kulturnoj razini. Transformacijski festivali opisuju se kao „ko-kreativne, participativne i uronjene događaje, temeljene na 'novoj evolucijskoj kulturi' gdje sudionici tvrde da imaju transformacijska iskustva koja su podržana i razvijena unutar te kulture.“<sup>92</sup> Ideja da festivali mogu biti mnogo više od mjesta za zabavu postaje sve privlačnija u današnjem društvu, gdje su stres i izolacija sveprisutni. Ovi događaji nude priliku za osobni i društveni rast koji je teško postići u svakodnevnom životu. Ključna karakteristika transformacijskih festivala jest što su neprofitni, nemaju sponzore već troškove pokrivaju prodajom ulaznica, zatim mjesto održavanja uglavnom je na

---

<sup>90</sup> Neuhofer, B., Celuch, K., To, T., L., i Novak, M. (2020.): „Experience design and the dimensions of transformative festival experiences“, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(9):2881-2901. Dostupno na <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-01-2020-0008/full/html> (pristupljeno 24.04.2024.)

<sup>91</sup> Ibid.

<sup>92</sup> Ende, Leonore van den. (2022.): "Festival Co-Creation and Transformation: The Case of Tribal Gathering in Panama." *Festival Cultures. VU Research Portal*. Dostupno na [https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/219043285/Festival\\_Co\\_Creation\\_and\\_Transformation.pdf](https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/219043285/Festival_Co_Creation_and_Transformation.pdf) (pristupljeno 26.04.2024.)

udaljenom otvorenom području izvan gradova. Neprofitni karakter i udaljena lokacija omogućuju sudionicima da se odvoje od svakodnevnih distrakcija i usmjere na dublje, autentičnije iskustvo. Ovi festivali često uključuju elemente koji potiču sudionike na ispunjenje i samoostvarenje, te se promatraju kroz osobni, ali i društveni rast. Aktivnosti jesu inkrementalni dio transformacijskih festivala i to je zapravo dio koji ga razlikuje od drugih festivala. Programi često sadrže radionice, predavanja, umjetničke instalacije i druge interaktivne komponente koje sudionicima pružaju priliku za učenje, kreativno izražavanje i zajedničko djelovanje. Ove aktivnosti ne samo da obogaćuju individualno iskustvo, već također potiču osjećaj zajedništva i kolektivnog učenja, što je danas izuzetno važno.

Transformacijska iskustva jesu izvanredne pojave i događaji u čovjekovom životu koji mogu dovesti do intenzivnih emocija, omogućuju samoistraživanje i samopoboljšanje prema idealu ljudskog funkcioniranja.<sup>93</sup> Ovakva iskustva smatraju se ključnima za osobni razvoj, pružajući sudionicima priliku da preispitaju svoje životne vrijednosti i pronađu novi smjer. Posjetitelji često doživljavaju ovo kao putovanje koje premašuje uobičajeni turistički doživljaj i dovodi do promjena koje su i osobne i kolektivne prirode. Transformativna iskustva zahtijevaju od pojedinca da uđe u granični prostor koji vodi ka samoaktualizaciji.<sup>94</sup> Turisti sve više traže iskustva koja nude smisao, svrhu i osobno ispunjenje, te su otvoreniji za promjene tijekom svojih iskustava na putovanju kako bi se nosili sa svakodnevnim izazovima i neizvjesnostima. Najdraža putovanja često su ona koja pružaju priliku za osobni rast i razumijevanje drugih kultura, što ovakvi festivali mogu idealno omogućiti. Jedno od najzanimljivijih aspekata festivalskog doživljaja je intenzitet liminalnosti i osjećaja zajedništva, poznatog kao *Communitas* (osjećaj zajedništva).<sup>95</sup> Pojam liminalnosti potječe iz antropologije i odnosi se na prijelazno stanje u kojem sudionici više ne pripadaju svom prethodnom društvenom statusu, ali još nisu potpuno integrirani u novi status. Ovo stanje "između" omogućuje „posebnu dimenziju prostora i vremena koja je distinktna u odnosu na uobičajeni tok svakodnevnosti“<sup>96</sup> gdje se sudionicima nudi stvarnost na

---

<sup>93</sup> Ibid.

<sup>94</sup> Neuhofer, B., Egger, R., Yu, J., Celuch, K. (2021.): "Designing Experiences in the Age of Human Transformation: An Analysis of Burning Man." *Annals of Tourism Research* 91. Dostupno na <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738321001882?via%3Dihub> (pristupljeno 27.04.2024.)

<sup>95</sup> Ibid.

<sup>96</sup> Ibid.

potpuno drugačiji način, slobodni od uobičajenih društvenih normi. Prijelazna faza (*liminalnost*) i zajedništvo (*communitas*) pružaju jedinstvenu priliku za stvaranje dubokih, iskrenih veza među sudionicima. To su trenuci kada se osjećamo najviše povezani s drugima i sami sa sobom.

Koncept koji je razvio antropolog Arnold van Gennep (1909.) sastoji se od tri obreda prijelaza koja se mogu javljati u različitim kulturama:<sup>97</sup>

### I. Odvajanje

Posjetitelji festivala napuštaju svoje uobičajeno okruženje i rutine te se fizički premještaju na mjesto održavanja festivala.<sup>98</sup> Ulaskom na festival, oni se simbolički 'odvajaju' od svoje svakodnevne stvarnosti. U kontekstu festivala, ovo uključuje napuštanje svakodnevnih obveza i dolazak na mjesto festivala, čime se započinje proces ulaska u novi doživljaj. Kada dođe do momenta odvajanja, dolazi do prelaska u drugu fazu.

### II. Ograničenost

Tijekom ove prijelazne faze, sudionici su u stanju koje je izvan njihovih normalnih društvenih pozicija. Mogu se osjećati oslobođeni od uobičajenih pravila ponašanja i hijerarhije. Na festivalima, posjetitelji su često potopljeni u atmosferi gdje se privremeno brišu uobičajene distinkcije i pravila, što može voditi intenzivnom zajedništvu i iskustvu kolektivnog slavlja. Tijekom festivala, sudionici su 'između' svakodnevnih normi. Kao grupa osjećaju snažan osjećaj solidarnosti i pripadnosti, dok kao pojedinci mogu zadržati uspomene i osjećaj solidarnosti.<sup>99</sup> Na festivalima poput karnevala, gdje se ljudi odijevaju u kostime i sudjeluju u različitim aktivnostima, oni se nalaze u stanju gdje tradicionalne socijalne uloge i norme privremeno nisu relevantne. Ljudi različitih godina, društvenih statusa i pozadina zajedno sudjeluju u slavljinama, što dovodi do osjećaja zajedništva. Nakon ove faze, ulazi se u treću i posljednju fazu koncepta.

---

<sup>97</sup> The Editors of Encyclopaedia Britannica (2019.): "Arnold van Gennep | French Anthropologist." *In Encyclopædia Britannica*. Dostupno na <https://www.britannica.com/biography/Arnold-van-Gennep> (pristupljeno 25.05.2024.)

<sup>98</sup> Ibid.

<sup>99</sup> Ibid.

### III. Reintegracija

Po završetku festivala, sudionici se vraćaju svojim domovima i svakodnevnom životu, ali s novim iskustvima koja mogu utjecati na njihovu percepciju i ponašanje. Za neke, to može biti obnovljeni osjećaj povezanosti s obitelji, kulturom ili zajednicom. Oni moraju ponovno usvojiti norme i vrijednosti društvene strukture, no bitno uz promjene osobnosti.<sup>100</sup> U ovoj fazi, pojedinci ili grupe ponovno se integriraju u društvo, često s obnovljenim ili izmijenjenim statusom ili osjećajem identiteta.

Kroz ove faze, festivali ne samo da nude bijeg od svakodnevnog života, već pružaju sudionicima priliku za osobni rast, kulturološku razmjenu i jačanje zajedništva. Transformativni događaji mogu imati dugotrajan utjecaj na sudionike, potičući ih na pozitivne promjene i društvenu angažiranost u njihovim zajednicama. Tako festivalski turizam postaje katalizatorom za društvenu i kulturnu evoluciju.

Industrija događaja doživljava značajne promjene pod utjecajem novih trendova koji odražavaju promjenjive potrebe i očekivanja potrošača. Stranica koja promovira evente (*Eventbrite*) istražuje ključne transformacijske trendove koji oblikuju budućnost festivala i sličnih događaja. Ovi trendovi, uključujući personalizaciju, hibridizaciju, *premium* iskustva, održivost, iskustvene događaje i kulturnu integraciju,<sup>101</sup> pokazuju kako se organizatori prilagođavaju novim zahtjevima kako bi pružili jedinstvena i nezaboravna iskustva. Potrošači danas traže događaje koji su prilagođeni njihovim specifičnim interesima i strastima. Ovaj trend prema personalizaciji odražava širi društveni pomak prema individualiziranim iskustvima. Primjeri uključuju tržišne nišne festivale poput *San Antonio Cocktail Conference* i *Oakland Internet Cat Video Festival*, koji privlače posvećene baze obožavatelja fokusirajući se na jedinstvene teme.<sup>102</sup> Mnogi organizatori događaja proširuju privlačnost svojih festivala dodavanjem komplementarnih aktivnosti. Na primjer, *Rocky Mountain Cigar Festival* uključuje craft pivo, egzotične automobile i živu glazbu kako bi privukao širu publiku.<sup>103</sup> Ovaj trend hibridizacije omogućava sudionicima da uživaju u raznolikom sadržaju na jednom

---

<sup>100</sup> Ibid.

<sup>101</sup> Eventbrite (2013.): "New Trends Impacting Festival and Consumer Events." Dostupno na [https://eventbrite-s3.s3.amazonaws.com/marketing/britepapers/Britepaper\\_6newtrends\\_webVersion.pdf](https://eventbrite-s3.s3.amazonaws.com/marketing/britepapers/Britepaper_6newtrends_webVersion.pdf) (pristupljeno 27.04.2024.)

<sup>102</sup> Ibid.

<sup>103</sup> Ibid.

mjestu, povećavajući angažman i zadovoljstvo posjetitelja. Postoji sve veća potražnja za VIP i premium iskustvima. Ovi paketi često uključuju pogodnosti kao što su brz ulaz, pristup iza kulisa, i premium hrana i pića. *Eventbrite* procjenjuje da VIP iskustva čine značajan dio prihoda, što ukazuje na promjenu u vrijednostima potrošača koji su spremni platiti više za dodatnu vrijednost i udobnost. Sve je veći interes za ekološki prihvatljive događaje koji povezuju sudionike s prirodom. Sudionici sve više traže događaje koji nude nova iskustva i društvene veze. Ovi događaji omogućuju aktivno sudjelovanje i stvaranje nezaboravnih trenutaka. Događaji postaju platforme za angažman zajednice i kulturnu razmjenu. Lokalni festivali koji slave raznoliko kulturno nasljeđe i pružaju prilike za povezivanje različitih grupa ljudi pokazuju kako događaji mogu biti katalizatori društvenih promjena i inkluzivnosti. Ovi trendovi zajedno pokazuju kako se industrija događaja transformira kako bi ispunila nove zahtjeve i očekivanja potrošača, stvarajući inovativna i prilagođena iskustva koja odražavaju šire društvene promjene. No, dotaknuti ćemo se i trendova koji su identificirani u članku "*Prema Art of Impact: Embracing the Future: Top 5 Global Festival Trends for 2024*" ukazuju na značajne promjene i prilagodbe u načinu na koji se festivali organiziraju i doživljavaju. Ovi trendovi nam sugeriraju nekoliko ključnih smjerova u kojima će se festivalska industrija kretati:<sup>104</sup>

- ✓ Trend butika, drugačiji koncept, izvan središta

Trend boutique festivala raste kao reakcija na homogenizaciju velikih glazbenih festivala. Ovi manji, specijalizirani događaji pružaju jedinstvena iskustva fokusirana na specifične teme, žanrove ili zajednice. Za razliku od masovnih festivala koji često nude slične programe, boutique festivali naglašavaju kvalitetu i intimnost, privlačeći publiku koja traži nešto autentično i drugačije. Ovaj trend je odgovor na industrijalizaciju i konsolidaciju festivala, gdje veliki korporativni entiteti preuzimaju ili pokreću više festivala sličnog sadržaja, što neki posjetitelji smatraju manje autentičnim.

---

<sup>104</sup> jk@artofimpact.com. (2023.): "Embracing the Future: Top 5 Global Festival Trends for 2024." *Art of Impact*. Dostupno na <https://www.artofimpact.com/top-5-festival-trends-2024/> (pristupljeno 27.04.2024.)

✓ Tehnologija i imerzivna iskustva (uranjajuća iskustva)

Napredna tehnologija, uključujući virtualnu (VR) i proširenu stvarnost (AR), sve više postaje sastavni dio festivalskih iskustava. Festivali koriste ove tehnologije za stvaranje potpunih iskustava koja omogućuju posjetiteljima interakciju na nove i inovativne načine. Primjeri uključuju interaktivne instalacije koje reagiraju na pokret, zvučna umjetnička djela koja mijenjaju percepciju prostora, i druge tehnologije koje povećavaju učinkovitost i obogaćuju iskustvo posjetitelja. Ovo uključuje i sinkronizirane performanse gdje umjetnici mogu nastupati zajedno u stvarnom vremenu, unatoč tome što su geografski udaljeni.

✓ Održivost

Održivost postaje ključna komponenta festivala kao odgovor na sve veću ekološku svijest javnosti. Festivali se sve više usredotočuju na smanjenje upotrebe jednokratne plastike, promociju održivih opcija prijevoza i kompenzaciju ugljičnog otiska. Primjena održivih praksi pokazuje predanost zaštiti okoliša i doprinosi pozitivnom društvenom utjecaju. Ovo uključuje implementaciju nula otpada, korištenje ekološki prihvatljive infrastrukture i educiranje posjetitelja o važnosti održivosti.

✓ Kompletna osjetilna iskustva

Festivali postaju sve dinamičniji i višesenzorni, programirajući više umjetničkih disciplina pod jedinstvenom temom. Instalacije i aktivnosti koje potiču interakciju i aktivaciju svih osjetila (vida, sluha, mirisa, dodira). Primjeri uključuju interaktivne svjetlosne instalacije i zvučne umjetničke projekte. Festival "Blink" u Cincinnatiju, Ohio, spaja umjetnost, svjetla, glazbu i noćni život u gradskoj jezgri, koje tržištu donosi gospodarski učinak od 126 milijuna dolara.<sup>105</sup> Primjer je to jednog sjajnog pothvata.

✓ Personalizirana festivalska iskustva

Personalizacija postaje sve značajnija, omogućujući posjetiteljima da prilagode svoja iskustva prema osobnim preferencijama. Od personaliziranih popisa glazbenika temeljenih na individualnim glazbenim preferencijama do biranih opcija hrane i pića, festivali u 2024. godini su usmjereni na zadovoljavanje jedinstvenih ukusa svakog posjetitelja.<sup>106</sup> Personalizirana iskustva povećavaju užitak posjetitelja i stvaraju dublju

---

<sup>105</sup> Ibid.

<sup>106</sup> Ibid.



povezanost između festivala i njegove publike, čineći svaki događaj jedinstvenim. Ovaj trend uključuje niz inovacija koje omogućuju posjetiteljima da moduliraju svoje iskustvo i prilagode ga vlastitim interesima i ukusima.

Ovi trendovi sugeriraju da će budućnost festivala biti personalizirana i inkluzivna gdje posjetitelji mogu prilagoditi svoja iskustva prema vlastitim željama. Tehnološki naprednija s inovacijama koje omogućuju nove oblike interakcije i sudjelovanja. Ekološki osvještenija sa sve većim naglaskom na održive prakse. Multisenzorna i interdisciplinarna sa bogatijim i prožimajućim iskustvima. Te, autentičnija i specijaliziranija pružajući jedinstvena iskustva koja odražavaju specifične zajednice i interese.

#### **4.2. Digitalizacija promocije**

Danas u svijetu festivalskog turizma digitalizacija igra sve veću ulogu u promociji događaja. Kroz digitalnu promociju, festivali dosežu globalnu publiku, stvarajući uzbuđenje i angažman prije, za vrijeme i nakon samog događaja. Koriste se digitalne tehnologije za poboljšanje marketinških strategija, ciljanje publike, personaliziranu komunikaciju i pružanje obogaćenih iskustava. To uključuje korištenje društvenih mreža, aplikacija, virtualne stvarnosti, proširene stvarnosti i brojnih drugih kako bi se festivali prikazali na inovativne načine koji privlače pozornost mlađih generacija. S obzirom na značaj web 2.0 alata u izgradnji online zajednica brendova unutar festivalskog turizma, organizatori događaja i festivali koriste niz digitalnih platformi i tehnologija kako bi privukli i zadržali posjetitelje. Društvene mreže alati poput *Instagrama*, *Twittera* i *Facebooka* su ključni za promociju i angažiranje publike, omogućujući korisnicima da podijele svoja iskustva u stvarnom vremenu, što može ubrzati širenje informacija o festivalu.<sup>107</sup> Primjerice, društveni mediji omogućuju organizatorima da stvaraju i dijele sadržaj koji može postići viralni doseg, kao što su najave izvođača, interaktivni sadržaji i prenošenje uživo događaja. Korištenjem alata za ciljanje na društvenim mrežama, festivali mogu usmjeriti svoje poruke ka

---

<sup>107</sup> Hede, Anne-Marie., Kellett, P. (2012.): "Building Online Brand Communities." *Journal of Vacation Marketing* 18 (3): 239–50. Dostupno na <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1356766712449370> (pristupljeno 28.04.2024.)

specifičnim demografskim skupinama, interesima i geografskim područjima. Ovo omogućuje prilagođavanje sadržaja za skupine koje će najvjerojatnije biti zainteresirane za događaj. Zatim je tu i YouTube i Facebook Live koji su moćni alati za emitiranje uživo, što omogućava potencijalnim posjetiteljima da osjete dio atmosfere i odluče se za posjet. Video sadržaj može uključivati nastupe uživo, intervju s izvođačima i posjetiteljima, kao i iza kulisa događaja, što dodaje dimenziju osobnosti i autentičnosti. Suradnja s influencerima može dramatično proširiti doseg i kredibilitet festivala. Kada influenceri, poznate osobe na društvenim mrežama sa značajnim brojem sljedbenika, podijele sadržaj vezan za festival, to može imati veliki utjecaj na percepciju i popularnost događaja. Oni mogu iskoristiti svoj utjecaj za privlačenje pažnje šire publike objavama, pričama ili čak uživo izvještavanjem sa samog festivala. Tako na primjer, možemo izdvojiti Paris Hilton (unuka poznatog svjetskog hotelijera Barron Hilton) koja svojim prisustvom na festivalima često privlači veliku pažnju medija i publike. Kao slavna osoba utječe na formiranje javnog mišljenja i doprinosi popularizaciji društvenih tema ili tema od interesa. Prisustvo na takvim događajima nije samo značajno zbog trenutnog "buzz-a" koji može stvoriti, već i zbog dugoročnijeg utjecaja koji ima na brend festivala. Fotografije i videozapisi koje dijele influenceri mogu dugo ostati na društvenim mrežama, služeći kao trajan sadržaj koji privlači i potiče ljude da razmotre prisustvo festivalu u budućnosti. Dakle, kada influenceri s visokim brojem pratilaca, aktivno sudjeluju i promoviraju festival, to može značajno povećati vidljivost i interes. Tehnologije poput virtualne i proširene stvarnosti pružaju brojne prilike festivalima da kreiraju interaktivna iskustva koja mogu obogatiti promotivne aktivnosti i privući posjetitelje. Putem VR-a, potencijalni posjetitelji mogu impresivno doživjeti festivalsku atmosferu bez da napuste svoj dom. Na primjer, festivali mogu stvoriti virtualne ture koje vode posjetitelje kroz prostore festivala, od glavnih pozornica do umjetničkih instalacija i prodajnih štandova. VR iskustva mogu također omogućiti korisnicima da 'prisustvuju' prošlim izvedbama, stvarajući osjećaj prisutnosti i anticipaciju za nadolazeći događaj.<sup>108</sup> S druge strane, AR ("augmented reality"), tehnologija može obogatiti stvarni svijet digitalnim elementima vidljivima kroz pametne telefone ili AR naočale. Virtualna stvarnost može pružiti 'virtualne ture'

---

<sup>108</sup> Ayah,H., Bochen,J. (2022.):"How Virtual Reality Technology Has Changed Our Lives: An Overview of the Current and Potential Applications and Limitations." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19(18). Dostupno na <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9517547/> (pristupljeno 28.04.2024 )

atrakcija ili festivala, dozvoljavajući potencijalnim posjetiteljima da dožive atmosferu prije dolaska ili da 'posjete' festival iz udobnosti svog doma.<sup>109</sup> Festivalski posjetitelji mogu, primjerice, koristiti AR za pregled informacija o izvođačima dok gledaju njihove nastupe ili otkriti tajne sadržaje skrivene po festivalu koji se mogu otključati samo kroz AR aplikacije. Primjeri primjene ovih tehnologija uključuju interaktivnu navigaciju prostorom festivala, gdje VR pomaže u orijentaciji unutar složenih festivalskih prostora, ili AR igre koje posjetitelji igraju dok čekaju u redu ili se kreću prostorom, dodatno poboljšavajući njihovo iskustvo.<sup>110</sup> Iako poznat po svojim live nastupima, *Glastonbury* je također istraživao VR kao način da približi festival onima koji nisu u mogućnosti prisustvovati. Digitalne tehnologije također omogućuju bolju dostupnost informacija, poboljšavaju organizacijske aspekte kao što su rezervacije i ulaznice, te poboljšavaju sigurnost događanja uz pomoć naprednih sustava nadzora i upravljanja gomilama. Mobilne aplikacije na festivalima, također imaju uloge kao alat za poboljšanje iskustva sudionika i posjetitelja. Aplikacije se mogu koristiti kao marketinški alat za promociju festivala, povećavajući njegovu vidljivost kod potencijalnih posjetitelja. Informacije o festivalu se mogu lako širiti putem aplikacije, omogućavajući posjetiteljima da dobiju uvid u programe, umjetnike i događaje, te tako probuditi njihov interes. Omogućavaju organizatorima da interaktivno komuniciraju s posjetiteljima, što može uključivati obavijesti, glasanja, ankete i druge interaktivne elemente koji povećavaju angažiranost korisnika. Integrirajući društvene mreže u aplikaciju, posjetitelji se mogu potaknuti da dijele svoje iskustvo s drugima, što dalje širi doseg prepoznatljivosti festivala. Festivali također koriste web stranice za promociju događanja, prodaju ulaznica i pružanje informacija. Slanjem personaliziranih poruka putem elektroničke pošte s interesantnim sadržajem, popustima i paketima za posjetitelje, festivali mogu pospješiti prodaju ulaznica i održavati interes tijekom cijele godine. Uz to, blogovi i forumi mogu poslužiti kao platforme za diskusiju i razmjenu mišljenja o festivalima.

---

<sup>109</sup> Gössling, S. (2020.): "Technology, ICT and Tourism: From Big Data to the Big Picture." *Journal of Sustainable Tourism*. Dostupno na <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2020.1865387> (pristupljeno 29.04.2024.)

<sup>110</sup> Rahim, N. Z. A., Nasaruddin, N. I. S., Shah, N. B. A., Halim, F. H., Samah, K. A. F. A., Saman, F. I., Rum, S. F. M. (2021.): "Aftermath of Pandemic Covid-19 on Tourism Industry: A Review on Virtual Tourism Platform." *PROCEEDINGS of 8TH INTERNATIONAL CONFERENCE on ADVANCED MATERIALS ENGINEERING & TECHNOLOGY (ICAMET 2020)* 2347(1). Dostupno na <https://pubs.aip.org/aip/acp/article-abstract/2347/1/020173/779750/Aftermath-of-pandemic-Covid-19-on-tourism-industry?redirectedFrom=fulltext> (pristupljeno 29.04.2024.)

### 4.3. Održivost: dizajn i organizacija događaja

Festivali su kroz povijest promovirali očuvanje i promociju kulturnih tradicija i običaja. Danas nam služe kao živa manifestacija kulturnog naslijeđa, gdje se običaji, umjetnički izrazi, jezici i rituali prenose s generacije na generaciju. Kako se festivali u 21. stoljeću ubrzano šire i razvijaju, za sobom ostavljaju brojne negativne posljedice, kao što je povećana količina iskorištavanja prirodnih resursa, razine buka kao i stvaranje zagušenja na prometnicama.<sup>111</sup> Održivost je postala dugoročno ključna tema u festivalskom turizmu jer organizatori sve više prepoznaju važnost održivog upravljanja. Pojam "održivost" odnosi se na sposobnost festivala da ostane održiv – što znači da može preživjeti ili opstati kao organizacija.<sup>112</sup> Održivi dizajn festivala više nije samo želja, već postaje nužnost.

Getz (2009.) navodi da "održivi" festivali „nisu samo oni koji mogu trajati neograničeno, već su i događaji koji ispunjavaju važne društvene, kulturne, ekonomske i ekološke uloge koje ljudi cijene.“<sup>113</sup> Festivali, koji su nekad bili gledani prvenstveno kao svečani događaji kulturnog značaja, sada se detaljno ispituju zbog njihovog širokog utjecaja na zajednice u kojima se održavaju.<sup>114</sup> Integracija održivih praksi u planiranje i organizaciju festivala postaje imperativ kako bi se osiguralo da ti događaji doprinose pozitivnoj transformaciji destinacije. Novonastali fenomen "održivog" festivala predstavlja odgovor na rastući trend i popularnost koncepta održivosti te na povećanu globalnu svijest o problemima koje uzrokuje trenutni neodrživi način života.<sup>115</sup> U tom kontekstu, nastoje inkorporirati prakse održivog upravljanja koje uključuju upotrebu obnovljivih izvora energije, upravljanje otpadom, očuvanje lokalne kulture i poticanje

---

<sup>111</sup> Ibid.

<sup>112</sup> Zifkos, G. (2015.): "Sustainability Everywhere: Problematising the 'Sustainable Festival' Phenomenon." *Tourism Planning & Development* 12 (1): 6–19. Dostupno na [https://web.archive.org/web/20170921235900id\\_/http://eprints.leedsbeckett.ac.uk/343/8/sustainability\\_ZIFKOS.pdf](https://web.archive.org/web/20170921235900id_/http://eprints.leedsbeckett.ac.uk/343/8/sustainability_ZIFKOS.pdf) (pristupljeno 2.05.2024.)

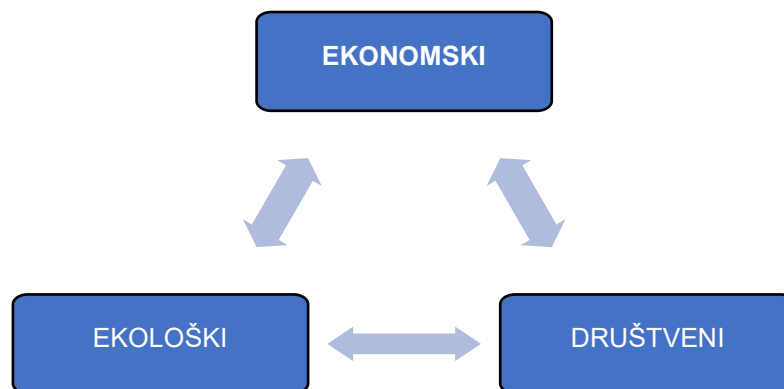
<sup>113</sup> Ibid.

<sup>114</sup> Suharato, B., Jamali, M. (2023.): "Sustainable Festival Practices: Addressing Community Issues And Promoting Wellbeing" *Journal of Law and Sustainable Development* 11(12): 2316. Dostupno na [https://www.researchgate.net/publication/376769219\\_Sustainable\\_Festival\\_Practices\\_Addressing\\_Community\\_Issues\\_And\\_Promoting\\_Wellbeing](https://www.researchgate.net/publication/376769219_Sustainable_Festival_Practices_Addressing_Community_Issues_And_Promoting_Wellbeing) (pristupljeno 2.05.2024.)

<sup>115</sup> Zifkos, G. (2015.): "Sustainability Everywhere: Problematising the 'Sustainable Festival' Phenomenon." *Tourism Planning & Development* 12 (1): 6–19. Dostupno na [https://web.archive.org/web/20170921235900id\\_/http://eprints.leedsbeckett.ac.uk/343/8/sustainability\\_ZIFKOS.pdf](https://web.archive.org/web/20170921235900id_/http://eprints.leedsbeckett.ac.uk/343/8/sustainability_ZIFKOS.pdf) (pristupljeno 3.05.2024.)

ekonomske koristi za lokalne zajednice. Svake godine, veliki festivali poput *Coachelle* ostavljaju za sobom oko 53.000 tona otpada, što je ekvivalent težini 450 plavih kitova.<sup>116</sup> Ovaj podatak naglašava potrebu za održivim praksama u organizaciji događaja kako bi se smanjio negativni utjecaj na okoliš. Tehnološke inovacije kao što su digitalne ulaznice, pametni sustavi za upravljanje energijom i mobilne aplikacije za informiranje posjetitelja također mogu smanjiti ekološki otisak festivala. Edukacija posjetitelja o održivim praksama i angažman lokalne zajednice u organizaciji festivala može pomoći u jačanju svijesti i podrške za održive inicijative. Postavljanje mjerila održivosti i stjecanje certifikata poput ISO 20121 (*Sustavi upravljanja održivim događajima*) može pružiti konkretne okvire za implementaciju održivih praksi i pokazati predanost organizatora održivosti.<sup>117</sup> Fokus na lokalne dobavljače i proizvođače može osigurati da ekonomske koristi festivala ostanu unutar zajednice.

### Shema 3. Učinci festivala u kontekstu održivog razvoja



Izvor: samostalna izrada autorice prema Asvanyi, K., Jaszberenyi, M. (2017.): “THE EFFECTS OF THE FESTIVALS IN THE LIGHT OF SUSTAINABILITY“ *Pannon Management Review*, 3-4(6):101-102. Dostupno na [https://pmr.uni-pannon.hu/articles/6\\_3-4\\_asvanyi-jaszberenyi.pdf](https://pmr.uni-pannon.hu/articles/6_3-4_asvanyi-jaszberenyi.pdf) (pristupljeno 04.05.2024.)

<sup>116</sup> “Transitioning Melodies (2023.): How Concerts and Festivals Shift towards Sustainability.” Dostupno na <https://www.bsigroup.com/en-US/blog/sustainability-blog/transitioning-melodies-how-concerts-and-festivals-shift-towards-sustainability/> BSI Blog (pristupljeno 04.05.2024.)

<sup>117</sup> Ibid.

U kontekstu analize učinaka festivala na održivost, važno je razmotriti sedam ključnih kriterija koji igraju presudnu ulogu u ocjenjivanju njihovih efekata na društvo. Ovi kriteriji obuhvaćaju različite aspekte života i zajednice, pružajući sveobuhvatan pogled na način na koji festivali mogu doprinijeti održivom razvoju. Sljedeći kriteriji detaljno istražuju različite dimenzije utjecaja festivala:<sup>118</sup>

1. Kvaliteta života lokalnog stanovništva,
2. Promjena i proširenje struktura zaposlenja,
3. Promjena sistema vrijednosti,
4. Razvoj individualnih, obiteljskih i društvenih odnosa,
5. Izražavanje kreativnosti,
6. Lokalne zajedničke organizacije,
7. Promjena i očuvanje tradicija.

Kvaliteta života lokalnog stanovništva ovisi o različitim faktorima, među kojima su promjena i proširenje struktura zaposlenja, što omogućava veće mogućnosti za rad i ekonomski napredak. Promjena sustava vrijednosti igra ključnu ulogu u oblikovanju društva, dok razvoj individualnih, obiteljskih i društvenih odnosa doprinosi jačanju zajednice i socijalne kohezije. Izražavanje kreativnosti predstavlja važan aspekt kulturnog života, dok lokalne zajedničke organizacije pomažu u koordinaciji i podršci raznim inicijativama. Na kraju, promjena i očuvanje tradicija osiguravaju da se kulturna baština prenosi kroz generacije, dok se istovremeno prilagođava suvremenim uvjetima života. Sve ove komponente međusobno su povezane i zajedno doprinose održivom razvoju društva.

---

<sup>118</sup> Asvanyi, K., Jaszberenyi, M. (2017.): " THE EFFECTS OF THE FESTIVALS IN THE LIGHT OF SUSTAINABILITY." *Pannon Management Review* 3-4(6):101-102.  
Dostupno na [https://pmr.uni-pannon.hu/articles/6\\_3-4\\_asvanyi-jaszberenyi.pdf](https://pmr.uni-pannon.hu/articles/6_3-4_asvanyi-jaszberenyi.pdf) (pristupljeno 4.05.2024.)

U shemi 4. prikazana je održivost kroz tri ključna aspekta: okolišna, ekonomska i društvena.<sup>119</sup> Ove komponente međusobno su povezane i zajedno doprinose održivom razvoju društva.

#### ✓ Okolišna održivost

Održavanje okoliša kao dio cjelokupnog ekosustava ključna je komponenta održivosti. Okolišna održivost osigurava zdravlje i ravnotežu prirodnih resursa, što je vitalno za dugoročno blagostanje planeta i svih njegovih stanovnika. Festivali koji se održavaju diljem svijeta i na kojim prisustvuju milijuni posjetitelja, za sobom ostavlja veliku količinu otpada i emisija ugljika što za sobom ima šire negativne posljedice.<sup>120</sup> Potrebna je implementacija sustava za reciklažu, kompostiranje i smanjenje otpada. Na primjer, festivali poput Glastonburyja imaju "zeleno područje" koje promiče ekološku svijest i održive prakse, dok Northside Festival koristi "trash butlers" za promicanje pravilnog odlaganja otpada.<sup>121</sup> Korištenje obnovljivih izvora energije kao što su solarni paneli ili turbine na vjetar za napajanje festivala. Festival elektroničke glazbe u Amsterdamu koristi 100% obnovljivu energiju i ima za cilj postati prvi kružni festival na svijetu.<sup>122</sup> Uvođenje sustava za očuvanje vode, kao što su nisko protočni tuševi i toaleti te sustavi za skupljanje kišnice, također je ključno.

#### ✓ Ekonomska održivost

Ekonomska održivost uključuje potporu lokalnim gospodarstvima i osiguravanje da aktivnosti festivala ne dovedu do dugoročnog iscrpljivanja lokalnih resursa. To se može postići nabavom hrane i materijala od lokalnih prodavača, zapošljavanjem lokalnog osoblja te sudjelovanjem u praksama poštene trgovine.<sup>123</sup> No, isto tako važna je primjena principa kružne ekonomije koja podrazumijeva ponovnu uporabu, popravak,

---

<sup>119</sup> Ibid.

<sup>120</sup> "Essentials for a Sustainable Festival Season 2024." *EcoBlvd*. Dostupno na <https://www.ecoblvd.com/blogs/news/essentials-for-a-sustainable-festival-season> (pristupljeno 3.05.2024.)

<sup>121</sup> Charles, D. (2023.). "10 Ways You Can Make Your Festivals More Environmentally Friendly." *Eclipse.global*. Dostupno na <https://eclipse.global/make-your-festivals-environmentally-friendly/> (pristupljeno 04.05.2024.)

<sup>122</sup> Wootton, Liz. (2019.). "The 8 Best Sustainable Festivals in the World." *Eco-Age*. Dostupno na <https://eco-age.com/resources/the-best-sustainable-festivals-in-the-world> (pristupljeno 04.05.2024.)

<sup>123</sup> Ibid.

obnovu i recikliranje materijala i proizvoda.<sup>124</sup> Sredstva prikupljena od festivala često se ulažu u poboljšanje lokalne infrastrukture, poput cesta, javnog prijevoza, parkova i drugih javnih površina. To ne samo da poboljšava kvalitetu života lokalnog stanovništva, već također čini zajednicu privlačnijom za posjetitelje.

#### ✓ Društvena održivost

Društvena održivost ključan je aspekt za stvaranje inkluzivnog, sigurnog i ugodnog okruženja za sve sudionike, osoblje i umjetnike na festivalu. To se postiže kroz niz mjera koje uključuju osiguravanje pristupa zdravstvenim uslugama, uspostavljanje sigurnih prostora za sve osobe te promicanje kulture međusobnog poštovanja i zajedništva. Osiguravanje zdravstvenih usluga i sigurnih prostora podrazumijeva postavljanje medicinskih stanica i prisustvo obučenog medicinskog osoblja koje je dostupno za hitne slučajeve. Također, važno je osigurati prostorije za odmor i rekreaciju gdje se sudionici mogu opustiti i osjećati sigurno. Kulturno osjetljive radionice i edukativni programi mogu pomoći u promicanju međusobnog poštovanja i razumijevanja među sudionicima. Također, implementacija politika protiv diskriminacije i nasilja, kao i osiguravanje vidljivosti i podrške za marginalizirane skupine pomaže u stvaranju pozitivnog i uključivog festivala. Očuvanje lokalne kulture važan je aspekt održivog upravljanja festivalom. Uključivanje lokalnih umjetnika, izvođača i obrtnika ne samo da obogaćuje festivalski program, već i osigurava očuvanje i promociju kulturne baštine. Ovo također stvara platformu za lokalnu zajednicu da predstavi svoje talente i tradiciju široj publici. Uključivanjem lokalne zajednice u festivalske aktivnosti potiče se osjećaj ponosa i vlasništva nad događajem. To može uključivati lokalne radionice, izložbe, koncerte i sajmove na kojima se prikazuju tradicionalni zanati, umjetnost i glazba. Time se ne samo doprinosi očuvanju kulture, već se i podržava lokalno gospodarstvo. Društvena održivost festivala doprinosi dugoročnom uspjehu događaja i osigurava da svi sudionici, osoblje i umjetnici imaju pozitivno i sigurno iskustvo. Kroz uključivanje zdravstvenih usluga, stvaranje sigurnih prostora, promicanje kulture poštovanja i zajedništva te očuvanje

---

<sup>124</sup> Khushi, S. (2023.): "21 Innovative Strategies for Achieving Sustainability in Events." *Eventible Real Event Reviews*. Dostupno na <https://www.eventible.com/learning/sustainability-in-events/> (pristupljeno 04.05.2024.)



lokalne kulture, festival može postati model za društveno odgovorno i održivo događanje.

✓ Kulturna održivost

Nadodat ćemo i kulturnu održivost festivala koja obuhvaća širi spektar dimenzija od ekološke održivosti i uključuje očuvanje, promociju i razvoj kulturnih elemenata unutar festivalskih događanja. Ova vrsta održivosti naglašava važnost zadržavanja kulturne autentičnosti, jačanje identiteta zajednice te omogućavanje kulturne razmjene i razumijevanja među sudionicima. Kulturna održivost festivala može se razmotriti kroz nekoliko ključnih aspekata: očuvanje i promociju lokalne kulture, jačanje identiteta zajednice, kulturna razmjena i međusobno razumijevanje, održavanje kulturne relevantnosti i inovacije.<sup>125</sup> Festivali pružaju platformu za prezentaciju lokalnih tradicija, običaja, umjetnosti i jezika. Održavanjem takvih događaja, zajednice mogu očuvati svoje kulturno naslijeđe i prenijeti ga na mlađe generacije. Kroz zajedničko slavlje i sudjelovanje u kulturnim aktivnostima, članovi zajednice osjećaju veću povezanost i ponos prema svom identitetu. Festivali okupljaju ljude iz različitih kulturnih pozadina, omogućujući im da dijele svoja iskustva, običaje i tradicije. Ova razmjena doprinosi boljem međusobnom razumijevanju i poštovanju različitih kultura, smanjujući predrasude i potičući inkluzivnost. Festivali moraju kontinuirano inovirati i prilagođavati se kako bi ostali relevantni i privukli nove posjetitelje. To uključuje integraciju suvremenih kulturnih trendova i tehnologija, dok se istovremeno poštuju i očuvaju tradicionalne vrijednosti.

U nastavku se razmatraju tri primjera pionira u održivosti među glazbenim festivalima *Glastonbury*, *Bonnaroo* i *Coachella*.<sup>126</sup> Odabir ovih festivala je na temelju izraženih održivih paradigmi. Ovi festivali se pozicioniraju kao društveno odgovorne organizacije koje prepoznaju važnost zaštite okoliša i podrške lokalnoj zajednici kao integralnog dijela njihove strategije. Te inicijative odražavaju trend sve veće osviještenosti i zahtjeva publike za održivim praksama u događajnom sektoru.

---

<sup>125</sup> Negruša, A., Toader, V., Rus, R., Cosma, S. (2016.). "Study of Perceptions on Cultural Events' Sustainability." *Sustainability* 8 (12): 1269. Dostupno na <https://www.mdpi.com/2071-1050/8/12/1269> (pristupljeno 6.05.2024.)

<sup>126</sup> "Revolutionizing Music Festivals with Sustainability." (2021.) *Flux Magazine*. Dostupno na <https://www.fluxmagazine.com/revolutionizing-music-festivals-sustainability/> (pristupljeno 6.05.2024.)

## 1. *Glastonbury* festival

Poznat kao jedan od najvećih glazbenih festivala na svijetu, *Glastonbury* je poduzeo značajne korake u održivosti. Festival je 2019. godine zabranio prodaju plastičnih boca za jednokratnu upotrebu, čime je spriječio upotrebu više od milijun plastičnih boca.<sup>127</sup> Osim toga, koristi 100% električne energije iz obnovljivih izvora, uključujući solarnu energiju i biogoriva. Festival koristi samo višekratne tanjure, pribor za jelo i slamke. Na licu mjesta postoji vlastita reciklažna stanica koja omogućuje ručno razvrstavanje otpada za reciklažu. Također, koristi 1.200 ekoloških kompostnih toaleta koji proizvode bogat hortikulturni kompost svake godine.<sup>128</sup> Također, ima više od 10.000 zasađenih autohtonih stabala i živica kako bi podržao lokalnu floru i faunu. Voda na festivalu dolazi iz glavnog vodovoda *Bristol Water*, a posjetitelji se potiču da koriste vodu odgovorno i da ne zagađuju lokalne vodene tokove. Kroz podršku lokalnim proizvođačima i pružateljima usluga, festival pomaže u stvaranju radnih mjesta i povećanju lokalne potrošnje. Isto tako financira mnoge lokalne projekte kroz suradnju s organizacijama poput *Greenpeacea*, *Oxfama* i *WaterAida*. Osim financijske podrške, festival osigurava resurse za zaštitu okoliša i promovira ekološku svijest među posjetiteljima. Njihova inicijativa "*Love Worthy Farm – Leave No Trace*" naglašava važnost očuvanja okoliša i minimiziranja utjecaja na lokalnu zajednicu.

## 2. Festival glazbe i umjetnosti *Bonnaroo*, SAD

*Bonnaroo* je uveo niz zelenih inicijativa kako bi smanjio svoj utjecaj na okoliš i promovirao održivost među posjetiteljima. Dvije glavne inicijative su program "*Refill Revolution*" i područje "*Planet Roo*".<sup>129</sup> Program "*Refill Revolution*" potiče posjetitelje da koriste boce za vodu koje se mogu ponovno puniti umjesto jednokratnih plastičnih boca. Na festivalu su dostupne brojne stanice za punjenje vode, koje omogućuju posjetiteljima da lako napune svoje boce tijekom događanja. Osim toga, festival

---

<sup>127</sup> "Glastonbury Festival - Sustainability." (2024.)

Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/information/sustainability/> (pristupljeno 24.06.2024.)

<sup>128</sup> Ibid.

<sup>129</sup> Hollman, R. (2024.): "Bonnaroo 2024: Lineup Drop and Sustainability Initiatives." *Festival Squad*. <https://festivalsquad.com/2024/01/bonnaroo-2024-lineup-drop-and-sustainability-initiatives/> (pristupljeno 24.06.2024.)

suraduje s brandom *Liquid Death*, koji pruža vodu u potpuno recikliranim limenkama, naglašavajući potrebu za smanjenjem upotrebe plastike. S druge strane, "*Planet Roo*" je prostor posvećen održivosti i globalnoj svijesti, gdje posjetitelji mogu sudjelovati u radionicama i raspravama o ekološkim pitanjima.<sup>130</sup> Ovaj prostor uključuje solarno napajanu pozornicu "*HOW Stage*", zajednički vrt gdje posjetitelji mogu naučiti kako uzgajati vlastitu hranu, te različite izložbene štandove neprofitnih organizacija koje promiču ekološke inicijative. *Bonnaroo* pruža podršku lokalnoj zajednici kroz razne inicijative. Na primjer, *Bonnaroo Works Fund* (BWF) financira umjetničke, obrazovne i održive projekte. Osim toga, festival plaća ili nadoknađuje troškove gradu, okrugu i državi za dodatne resurse potrebne za podršku događaju. Planet Roo pruža prostor za obrazovanje o održivosti i globalnoj svijesti, dok *BonnaROOTS* večere promoviraju lokalnu poljoprivredu i podržavaju "grassroots" organizacije kao što su *Oxfam America* i *Eat for Equity*.<sup>131</sup> Ove inicijative pokazuju kako *Bonnaroo* ne samo da zabavlja, već i pozitivno utječe na lokalnu ekonomiju i zajednicu.

### 3. Festival glazbe i umjetnosti *Coachella Valley*, SAD

*Coachella* je uvela program recikliranja i poticaje za zajedničko korištenje kako bi smanjila svoj ugljični otisak. Festival također uključuje umjetničke instalacije izrađene od recikliranih materijala, promičući ekološku svijest kroz kreativno izražavanje. Strategija upravljanja otpadom na Coachelli usmjerena je na preusmjeravanje otpada s odlagališta kroz opsežne napore recikliranja i kompostiranja. Godine 2023., festival je kompostirao i reciklirao gotovo 299 tona materijala, uključujući karton, staklo, metal i biorazgradivu ambalažu.<sup>132</sup> Prodavači hrane na festivalu koriste biorazgradive tanjure i pribor za jelo, a višak hrane donira se lokalnim organizacijama. Festival promiče zajedničko korištenje automobila kroz program "*Carpoolchella*", koji potiče posjetitelje da putuju u grupama od četiri ili više osoba.<sup>133</sup> *Coachella* prikazuje brojne umjetničke instalacije izrađene od recikliranih materijala. Ova djela služe za podizanje ekološke svijesti i inspiraciju posjetiteljima festivala da cijene ljepotu i korisnost recikliranja.

---

<sup>130</sup> Ibid.

<sup>131</sup> Ibid.

<sup>132</sup> "Coachella Valley Music and Arts Festival" (2025.): *Sustainability*. Dostupno na <https://coachella.com/sustainability/> (pristupljeno 25.06.2024.)

<sup>133</sup> Ibid.

Programi poput "Art of Recycling" omogućuju umjetnicima da transformiraju kante za reciklažu u umjetnička djela koja su izložena po cijelom festivalskom prostoru.<sup>134</sup>

U nastavku slijedi slika 1. koja prikazuje djela umjetnika na kantama za otpad kao prateće infrastrukture festivala.

**Slika 1. Čista Coachella**



Izvor: Operacije događaja u kontekstu – čista Coachella (2012.) Dostupno na <https://leighfrancis.wordpress.com/2012/12/06/2/> (pristupljeno 25.06.2024.)

Coachella je u partnerstvu s neprofitnom organizacijom *Global Inheritance* pokrenula razne interaktivne edukativne programe usmjerene na promicanje održivosti. To uključuje *Energy Playground*, gdje se kinetička energija koristi za punjenje mobitela, i *Oasis Water Bar*, koji educira posjetitelje o očuvanju vode kroz interaktivna iskustva.

Održivi festivali, kao što su *Glastonbury*, *Bonnaroo* i *Coachella*, demonstriraju kako veliki događaji mogu promicati ekološku svijest i održive prakse. Analizom njihovih inicijativa, vidljivo je da održivost može biti integrirani dio zabave, pružajući model za druge festivale širom svijeta. Edukacija posjetitelja kroz praktične primjere i aktivno sudjelovanje u ekološkim programima može imati dugoročno pozitivan utjecaj na globalnu svijest i ponašanje prema okolišu, ali i društvu. Uspjeh gornjeg primjera pokazuje da je održivost ne samo moguća, već i ključna za budućnost masovnih događaja.

---

<sup>134</sup> Ibid.

Naredno poglavlje analizira studije slučaja koja istražuje odabrane međunarodne festivale koristeći raznolik uzorak događaja koji su značajni na globalnoj razini. Analiza uključuje pregled međunarodnog značaja i kronologije razvoja festivala, odabrane kategorije analize ponude, te analizu motiva, zadovoljstva i ponašanja posjetitelja. Fokus istraživanja je na međunarodno afirmiranim festivalima kao što su *Burning Man*, *Glastonbury* i *Las Fallas*.

## 5. MEĐUNARODNI FESTIVALI - STUDIJE SLUČAJA

Poglavlje analizira ključna obilježja međunarodnih festivala, fokusirajući se na *Burning Man*, *Glastonbury* i *Las Fallas*, kako bi se razumjeli njihovi utjecaji, razvoj i percepcija među posjetiteljima. Poglavlje je strukturirano tako da prvo pruža detaljan opis uzorka odabranih festivala, zatim analizira njihov međunarodni značaj i kronologiju razvoja, a potom istražuje specifične kategorije ponude i motive koji utječu na posjetitelje. Na kraju, će se detaljnije opisati međunarodno afirmirani festivali.

### 5.1. Opis uzorka

U studiju su uključeni festivali koji su međunarodno prepoznati i imaju dugogodišnju tradiciju okupljanja posjetitelja. Navedeni festivali su poznati po visokoj kvaliteti programa, raznolikosti sadržaja i jedinstvenim doživljajima koja pružaju. Njihova popularnost, medijska pažnja te brojni vjerni posjetitelji koji se svake godine vraćaju potvrđuju značaj istih. Zbog svoje reputacije, festivali privlače posjetitelje iz raznih zemalja, što ih čini važnim za proučavanje njihovog međunarodnog utjecaja. Odabrani su festivali iz Sjeverne Amerike, i dijelova Europe (UK i Španjolska), čime se osigurava analiza raznolikih vrsta festivala, kao što su glazbeni, kulturni i umjetnički festivali. Tu raznolikost potvrđuje broj ljudi koje festival privlači, što je važan indikator njegovog dosega i popularnosti. Na primjer, glazbeni festivali često privlače mlađu publiku s naglaskom na zabavu i društveno umrežavanje, dok kulturni i umjetnički festivali mogu privući širu publiku zainteresiranu za kulturna i umjetnička iskustva. Odabrani festivali imaju značajan ekonomski utjecaj na lokalnu zajednicu i šire kroz poticanje zapošljavanja, porast prihoda, poboljšanje infrastrukture destinacija i sl. Također, promiču kulturnu raznolikost, očuvanje tradicije te umjetničke i kulturne izraze. Osim toga, imaju sposobnost okupljati zajednice, promicati kulturno nasljeđe i poticati kulturnu razmjenu.

U današnje vrijeme, festivali postaju važna mjesta gdje se ljudi okupljaju i gdje se obogaćuje kultura života zajednica diljem svijeta. Bez obzira na to jesu li usmjereni na umjetnost, glazbu, tradiciju ili kombinaciju različitih elemenata, festivali privlače tisuće posjetitelja kojima stvaraju nezaboravne doživljaje. Kako bi se bolje razumjelo različite aspekte odabranih događanja, u tablici koja slijedi, prikazani su ključni podaci o

odabranim festivalima, uključujući tipologiju, broj posjetitelja, razine interakcija dionika, značaj lokacije i regionalni utjecaj. Podaci za opis uzorka prikupljeni su korištenjem sekundarnih podataka kako bi se osigurala sveobuhvatnost i točnost. Analizirali su se podaci iz stručne publikacije, medijski izvori te internet resursi.

**Tablica 3. Zajednička obilježja uzorka festivala**

Naziv festivala	Tipologija	Broj posjetitelja (2023.)	Razine interakcija dionika	Značaj lokacije	Regionalni utjecaj
<b>Burning Man</b>	Spektakl participativne umjetnosti i zajednice	73000 (veliki, značajan)	Suradničke interakcije (fokus na zajedništvu i kolaboraciji)	Presudan – "transformativan"	Mozaik atrakcija
<b>Glastonbury</b>	Glazbeni i umjetnički spektakl	Iznad 210 000 (masovan, utjecajan)	Komercijalne interakcije (fokus na glazbenoj industriji)	Povijesno značajan	Kulturna raznolikost
<b>Las Fallas</b>	Kulturni i tradicijski spektakl	2.mil (globalno prepoznat)	Tradicionalne interakcije (fokus na očuvanju kulturne baštine)	Esencijalan (nezamjenjiv)	Tradicionalna proslava

Izvor: samostalna izrada autorice prema službenim web stranicama triju festivala

*Burning Man* je jedinstven festival koji se svake godine održava u *Black Rock* pustinji u Nevadi, SAD. Poznat je po svojoj participativnoj umjetnosti i stvaranju privremene zajednice. To je vrsta umjetnosti koja zahtijeva aktivno sudjelovanje publike. Predstavljaju umjetničke radove koje sudionici mogu istraživati, dodirivati, mijenjati ili na drugi način sudjelovati u njima. Isto tako, sudionici rade zajedno na velikim projektima poput izgradnja skulptura i sl. Prepoznatljivost je stekao svojim živopisnim izrazima kreativnosti i samoizražavanja. Festival okuplja oko 73,000 posjetitelja u

2023. godini,<sup>135</sup> koji sudjeluju u stvaranju umjetničkih instalacija, performansa i interaktivnih iskustava. Ta brojka, koja se svake godine povećava, ključna je za uspjeh i održivost festivala, jer osigurava raznolikost ideja, financijsku podršku i globalni utjecaj zajednice sudionika. Suradničke interakcije među sudionicima ključni su element festivala. Interakcije nisu samo površinske; one uključuju duboku participaciju u umjetničkim projektima i zajedničkim aktivnostima. U izgradnju uključeni su sami organizatori (*Burning Man Project*) i volonteri koji su važni za izgradnju, održavanje i razmontiranje *Black Rock Cityja*. Sudionici preuzimaju zajedničku odgovornost za održavanje čistoće i sigurnosti prostora, dijele resurse poput hrane i vode, te aktivno sudjeluju u edukativnim radionicama i tematskim kampovima. Ove interakcije rezultiraju stvaranjem trajnih prijateljstava i mreža koje se protežu izvan granica festivala. Zatim su tu izvođači i umjetnici. Specifičnost festivala je bez komercijalnih sponzora, financiraju se isključivo putem prodaja ulaznica i donacija. Lokacija festivala ima značajnu transformativnu vrijednost, kako kulturno tako i osobno za sudionike. Izoliranost i surovost pustinje čine je savršenim mjestom za stvaranje privremene zajednice koja se temelji na principima radikalne uključenosti (bez ograničenja ili diskriminacije), suradnje i neposrednosti. Smješten u udaljenoj pustinji, festival pruža priliku za bijeg iz urbanih sredina i svakodnevnih rutina. Neposredna okolina pustinje, s ekstremnim vremenskim uvjetima, zahtijeva od sudionika pripremljenost i prilagodljivost. Lokacija u pustinji oživljava samodostatnosti, jer sudionici moraju donijeti sve potrebne zalihe i biti samostalni tijekom trajanja festivala. Festival ima značajan regionalni utjecaj, stvarajući mozaik atrakcija koji privlači posjetitelje željne drugačijih iskustava i dubokog sudjelovanja u umjetničkim i kulturnim aktivnostima.

Festival nudi tematske kampove koji su srce događanja, velike umjetničke instalacije, *mutant vehicles*, performanse i glazbu, te ikone poput *The Man* i *The Temple*.

---

<sup>135</sup> Meyer, I. (2024.): „Burning Man Art - A Vibrant and Surreal World of Creativity.“ *Art in Context*. Dostupno na <https://artincontext.org/burning-man-art/> (pristupljeno 05.05.2024.)



*Glastonbury* festival je jedan od najvećih i najpoznatijih glazbenih i scenskih festivala na svijetu, koji se održava u *Piltonu, Somerset*, Engleska. Poznat je po raznolikoj postavi izvođača, od legendarnih imena do novih nada, kao i po brojnim umjetničkim instalacijama i performansima. Isto tako prepoznat je po interaktivnoj prirodi što znači da posjetitelji nisu samo pasivni promatrači već aktivno sudjeluju u različitim aktivnostima i događanjima, čime se stvara jedinstveno iskustvo za sve posjetitelje." U 2023. privukao je oko 210,000 posjetitelja.<sup>136</sup> S čime se potvrdio kao masovan događaj s globalnim utjecajem na glazbenu scenu i šire. Festival uključuje radionice (ples, yoge, umjetničko stvaralaštvo, zanatstvo), tematske zone (*The Green Fields, Shangri-La, Arcadia*). Unatoč svojoj reputaciji *anti-establishment* događaja, predstavlja značajan komercijalni pothvat s velikim utjecajem na glazbenu industriju. Festival ostvaruje prihode od prodaje ulaznica, sponzorstava velikih brendova, prodaje robe i ugostiteljskih usluga, što ga čini važnom platformom za promociju glazbenika, prodaju albuma i rast popularnosti. Dionici festivala jesu organizatori, izvođači, volonteri i posjetitelji. Razvijajući se u najveći glazbeni i umjetnički festival na otvorenom na svijetu, festival nudi raznolik raspon sadržaja. Održava se na farmi *Worthy Farm* u blizini sela *Pilton*, koje je dio šire ovlasti *Vale of Avalon* koja ima duboku ukorijenjenu mitološku i povijesnu važnost, što dodatno pridonosi atmosferi festivala. Ova lokacija često se povezuje s legendama poput kralja *Arthura* i Josipa iz Arimateje,<sup>137</sup> čime se dodaje sloj mistike i kulturnog naslijeđa festivalu. Kulturološki, *Glastonbury* je *melting pot*, odnosno mjesto gdje se susreću i miješaju različite kulture, ideje i ljudi. Festival promiče kulturnu razmjenu i uvažavanje, što doprinosi njegovom ugledu kao globalnog kulturnog fenomena.

---

<sup>136</sup> Malloy, T. (2023.): Glastonbury Festival 2023 capacity: "How many people attend the world-famous Somerset event?" - *Somerset Live*. Dostupno na <https://www.somersetlive.co.uk/whats-on/music-nightlife/glastonbury-festival-2023-capacity-how-8348640> (pristupljeno 07.05.2024.)

<sup>137</sup> Glastonbury Festival. (2022.): "Glastonbury Festival - Introduction to Glastonbury." Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/Information/an-introduction-to-glastonbury-festival/> (pristupljeno 07.05.2024.)

Zatim, *Las Fallas* festival jedan od najvećih i najvažnijih događaja u regiji, ali i šire. Predstavlja kulturni i tradicijski spektakl koji svake godine privlači oko 2 milijuna posjetitelja.<sup>138</sup> Ovaj festival uključuje niz događanja koja obuhvaćaju cijeli grad Valenciju. Grad Valencija, sa svojom bogatom poviješću i kulturnim naslijeđem, ima esencijalnu ulogu za festivala. Naime, lokacija je povezana s katoličkom svetkovinom svetog Josipa, zaštitnika stolara, što dodatno povezuje festival s povijesnim zanatima i lokalnim tradicijama. Ova povezanost daje festivalu duboku povijesnu i kulturnu dimenziju. Festival uključuje mnoge tradicionalne aktivnosti koje angažiraju posjetitelje i povezuju ih s lokalnim stanovništvom. Posjetitelji također mogu sudjelovati u glazbenim i plesnim priredbama, vatrometima i gastronomskoj ponudi koja nudi lokalne specijalitete. Festival ima dubok utjecaj na regiju Valencije, ne samo kao turistička atrakcija, već i kao živa manifestacija lokalnog identiteta i tradicije. Festival ima važnu ulogu u očuvanju kulturne baštine.

## 5.2. Međunarodni značaj i kronologija razvoja

Potpoglavlje je posvećeno istraživanju međunarodnog značaja i kronologije razvoja odabranih festivala. Kronologija razvoja pokazuje kako su festivali rasli i mijenjali se tijekom vremena, od svojih skromnih početaka do današnjeg statusa jednih od najprestižnijih događanja u svijetu. Istovremeno, međunarodni značaj festivala ističe nam kako su globalni događaji, umjetnici i publika oblikovali i bili oblikovani ovim festivalima.

*Burning Man* postao je međunarodno prepoznatljiv i međunarodno značajan zbog svojih izuzetno specifičnih karakteristika koje ga izdvajaju od ostalih festivala. U kamp dolaze sudionici iz cijelog svijeta uključujući Irske, Engleske, Južne Afrike, Australije, Japana, Kanade i Njemačke. To nam govori o globalnom utjecaju i izuzetnoj reputaciji festivala, jer privlači ljude iz različitih kultura i krajeva svijeta. Ovaj široki međunarodni odaziv također ukazuje na to da festival nije samo regionalni događaj, već svjetski

---

<sup>138</sup> University of Valencia (2016.): "How Many People Visit Valencia in Fallas? A Question That Could Have an Answer Thanks to Big Data." Master's Degree in Data Science. Dostupno na <https://www.uv.es/uvweb/master-data-science/en/blog/how-many-people-visit-valencia-fallas-a-question-could-have-an-answer-thanks-big-data-1285954557964/GasetaRecerca.html?id=1285961636806> (pristupljeno 25.06.2024.)

fenomen koji okuplja ljude s raznolikim pozadinama i interesima. Možemo reći da ovaj festival, nije samo događaj već globalni pokret s dubokim utjecajem na umjetnost, kulturu i društvene zajednice. Neki od razloga međunarodne prepoznatljivosti festivala svakako jesu jedinstveni principi, tj. 10 principa na kojima se temelji festival uključujući radikalnu samoizražavanje, radikalnu uključenost, zajedničku ekonomiju dijeljenja (*gifting*), i ostavljanje bez traga.<sup>139</sup> Ekonomija dijeljenja na festivalu odnosi se na način funkcioniranja gdje sudionici donose darove i resurse koje nesebično dijele s drugima, bez očekivanja direktnog uzvratnog darivanja ili novčane nadoknade. Ova praksa promiče kulturu zajedništva, uzajamne podrške i bezuvjetne razmjene, potičući ljude da cijene ne-materijalne vrijednosti i međuljudske odnose iznad tržišnih principa. Principi stvaraju jedinstvenu kulturu koja privlači ljude koji traže alternativne načine života i izražavanja. Postoji preko 80 regionalnih događaja širom svijeta, „kao što su *AfrikaBurn* u Južnoj Africi i *Milburn* u Izraelu.“<sup>140</sup> Događaji, inspirirani originalnim *Burning Manom*, proširuju njegovu filozofiju i principe na globalnu razinu, stvarajući međunarodnu mrežu ljudi koji dijele iste vrijednosti. U nastavku je prikazana slika 1., *AfrikaBurn* festival. Slika prikazuje atmosferu sličnu onoj na prethodno opisanom: otvoreni prostor pustinje, umjetničke instalacije i ljudi koji sudjeluju u performansima.

**Slika 2. AfrikaBurn festival**



Izvor: AfrikaBurn Tickets (2025.): "AfrikaBurn 2024 Tickets - VIAGOGO IS a SCAM!"

Dostupno na <https://tickets.afrikaburn.org/> (pristupljeno 10.05.2024.)

---

<sup>139</sup> Menjivar, A. (2023.): "Burning Man Location: Where Exactly Does the Festival Take Place?" Dostupno na <https://a-z-animals.com/blog/burning-man-location-where-exactly-does-the-festival-take-place/> (pristupljeno 7.05.2024.)

<sup>140</sup> "Burning Man Festival, Nevada, United States." *Encyclopedia Britannica*. Dostupno na <https://www.britannica.com/art/Burning-Man> (pristupljeno 10.05.2024.)

Sudionici iz cijelog svijeta dolaze pokazati svoje radove, a mnoge od tih instalacija putuju i na druge međunarodne izložbe, promičući avangardni stil i kreativnost festivala. Također, *Burning Man* je predmet brojnih članaka, dokumentaraca i medijskih izvještaja.<sup>141</sup> Medijska pokrivenost pomaže u širenju svijesti koji promiče festival i privlačeći ljude koji su zainteresirani na sudjelovanje. Također, postao je popularan među ljudima iz tehnološkog sektora, uključujući mnoge iz Silicijske doline. Utjecaj dovodi do kreativne sinergije između festivala i tehnološke zajednice, što dodatno povećava njegovu globalnu prepoznatljivost. Razvoj festivala je započeo godine 1986. kada su Larry Harvey i Jerry James izgradili drvenu figuru visoku 2,4 metra i zapalili je na plaži *Baker* u San Franciscu kao spontani umjetnički čin i ritual oslobađanja. Nisu imali konkretan plan ili dugoročnu viziju, već su željeli stvoriti događaj. Željeli su stvoriti nešto drugačije, nešto što će im omogućiti da se izraze izvan okvira tradicionalne umjetnosti. Pozvali su prijatelje i poznanike da im se pridruže, stvarajući osjećaj zajedništva i dijeljenog iskustva. Spaljivanje figure simboliziralo je oslobađanje od okova društvenih normi i očekivanja. Taj prvi događaj, iako skroman u usporedbi s današnjim, postavio je temelje za ono što će festival postati. Primjer kako izgleda divovska figura prikazana je na slici 2., koja se nalazi na povišenom mjestu. Godine 1990., događaj se preselio u pustinju *Black Rock*, koja je pružila prostraniji i privatniji prostor za sve veći broj sudionika. Te godine uvedena je veća figura, visoka otprilike 12 metara. Premještanje u pustinju omogućilo je sudionicima veće slobode u izražavanju i stvaranju umjetničkih instalacija. Godine 1991., događaj je dobio prvu dozvolu od Ureda za upravljanje zemljištem (*Bureau of Land Management*), što je formaliziralo događaj i omogućilo njegov rast u smislu organizacije i opsega. Dobivanje dozvole bilo je ključno za daljnji razvoj i osiguranje sigurnosti sudionika. Rastuća popularnost festivala sredinom 1990-ih donijela je i nove izazove. Sve veći broj sudionika u pustinji *Black Rock* stvorio je potrebu za jasnijim smjernicama i organizacijom kako bi se osigurala sigurnost i minimizirao utjecaj na okoliš. Godine 1996., naglašeni su principi "ne ostavljaj trag" i "radikalna samostalnost" zbog sigurnosnih i ekoloških razloga. Princip "ne ostavljaj trag" postao je ključan za očuvanje

---

<sup>141</sup> Kuta, S. (2023.). "The Extraordinary History of Burning Man." *Farandwide*. Dostupno na <https://www.farandwide.com/s/burning-man-history-6325fb09d8644613> (pristupljeno 10.05.2024.)

krhkog pustinjskog ekosustava, dok je princip "radikalne samostalnosti" poticao sudionike da budu što samodostatniji tijekom festivala. To je značilo da su trebali ponijeti sve što im je potrebno za preživljavanje u pustinji, uključujući hranu, vodu, sklonište. Od 1997. do 1999., provedene su značajne organizacijske promjene, uključujući osnivanje tvrtke *Black Rock City LLC* za nadzor logistike i pravnih aspekata događaja. Uvedene su teme kako bi se usmjerio kreativni pravac svake godine. Rast sudioničke umjetnosti postao je jedna od ključnih karakteristika festivala. Umjetnici su sve više stvarali interaktivna djela koja su poticala sudionike da postanu aktivni sudionici, a ne samo pasivni promatrači. Tijekom 2000-tih, festival nastavlja evoluirati s uvođenjem deset principa, koji su artikulirali temeljnu etiku zajednice, uključujući radikalnu inkluzivnost, darivanje i građansku odgovornost. Principi su postali vodič za ponašanje sudionika i oblikovanje kulture događaja. Godine 2011. dolazi do nove prekretnice osnivanjem neprofitne organizacije *Burning Man Project*, koja preuzima organizaciju događaja od *Black Rock City LLC*. Ovaj potez odražavao je želju za širenjem utjecaja i misije *Burning Mana* izvan okvira samog festivala, kroz podršku umjetnosti, obrazovanju i društveno korisnim projektima tijekom cijele godine. Pandemija COVID-19 2020. godine donijela je neočekivani izazov, prisiljavajući otkazivanje fizičkog događaja. Međutim, zajednica se brzo prilagodila, organizirajući virtualni. Ovaj online događaj omogućio je globalnoj zajednici da se poveže i podijeli kreativnost, dokazujući da duh *Burning Mana* nadilazi fizičke granice. Posljednjih godina, festival se vratio na fizičko okupljanje u pustinji *Black Rock*, zadržavajući fokus na održivosti, zajedništvu i kreativnosti.

### Slika 3. Visual Culture - Burning Man



Izvor: Palumbo, J. (2019.): "Richard Misrach's Photos of Burning Man's Early Years." *Artsy*. Dostupno na <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-richard-misrachs-rarely-seen-photos-capture-burning-mans-early-experimental-years>

Poznati fotograf Richarda Misrach izjavio je jednom prilikom: "šarm ranijih slika koje sam snimio je u tome što tada nisam siguran da bi ljudi bili zainteresirani."<sup>142</sup> Zabilježio je neke od najranijih slika *Burning Mana*, dokumentirajući njegove skromne početke i transformaciju u veliki kulturni fenomen. U svojoj seriji "*Desert Cantos*," Misrach je fotografirao festival u *Black Rock Desertu*, prikazujući rane eksperimentalne godine kada su se male grupe umjetnika okupljale kako bi stvarale i spaljivale umjetnost u golemom, praznom krajoliku. Njegove slike uključuju razbacane šatore, jednostavne umjetničke instalacije i rane verzije drvene figure. Prikazana slika 4., prikazuje rane početke festivala; razbacane šatore i umjetničke instalacije u surovom, pustinjaškom krajoliku, s planinama koje se naziru u daljini.

---

<sup>142</sup> Palumbo, J. (2019.): "Richard Misrach's Photos of Burning Man's Early Years." *Artsy*. Dostupno na <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-richard-misrachs-rarely-seen-photos-capture-burning-mans-early-experimental-years> (pristupljeno 10.05.2024.)

#### Slika 4. Visual Culture - Burning Man



Izvor: Palumbo, J. (2019.): "Richard Misrach's Photos of Burning Man's Early Years." *Artsy*. Dostupno na <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-richard-misrachs-rarely-seen-photos-capture-burning-mans-early-experimental-years>

(pristupljeno 14.05.2024.)

*Glastonbury Festival* suvremenih izvedbenih umjetnosti, često poznat samo kao *Glastonbury*, zauzima značajno mjesto na međunarodnoj glazbenoj i izvedbenoj sceni. Poznat je po raznovrsnim izvođačima iz cijelog svijeta, uključujući glazbene legende; Davida Bowi, Beyoncé, Paula McCartneyj i *Radiohead*. Ova raznolikost privlači međunarodnu publiku i umjetnike, što festival čini globalnim središtem glazbene i kulturne razmjene.<sup>143</sup> Festival je među prvima počeo prenositi svoje događaje uživo na televiziji, omogućivši milijunima ljudi diljem svijeta da dožive festival iz svojih domova. Ovo je proširilo njegov doseg daleko izvan fizičkih granica *Worthy Farma* i postavilo standarde za druge glazbene festivale. Festival promovira inkluzivnosti i prihvaćanje, stvarajući zajednicu u kojoj se ljudi iz različitih pozadina, kultura i dobnih skupina osjećaju dobrodošlo. Poznat je i po predanosti očuvanju okoliša i podršci humanitarnim organizacijama, poput *Oxfama*, *Greenpeacea* i *WaterAida*, čime dodatno povećava svoj međunarodni ugled. Prvi festival, *Pilton Pop, Folk & Blues Festival*, održan je 19. rujna 1970., dan nakon smrti Jimija Hendrixa, jednog od najutjecajnijih gitarista u povijesti rocka.<sup>144</sup> Osnivač festivala bio je Michael Eavis, ujedno i vlasnik farme *Worthy Farm u Piltonu, Somerset*. Andrew Kerr i Arabella Churchill pridružili su se organizaciji

---

<sup>143</sup> Glastonbury Festival (2024.): "British Music Festival" *Britannica*. Dostupno na <https://www.britannica.com/art/Glastonbury-Festival> (pristupljeno 12.05.2024.)

<sup>144</sup> Ibid.

festivala 1971. godine, kada su zajednički osmislili i organizirali *Glastonbury Fair*.<sup>145</sup> Andrew Kerr je bio glavni vizionar iza *Glastonbury Fair*. Imao je viziju stvaranja nekomercijalnog festivala inspiriranog ekologijom i duhovnošću. Arabella Churchill, unuka Winstona Churchilla, pridružila se organizaciji festivala kao suorganizatorica. Ona je bila ključna figura u logističkom planiranju i organizaciji događaja. Njezin rad na festivalu također je imao humanitarni aspekt, što je dovelo do kasnijeg osnivanja dobrotvorne organizacije *Children's World*. Rad na festivalu zahtijevao je intenzivnu suradnju i povjerenje, što je dodatno ojačalo njihove veze. Provođenje mnogo vremena zajedno u planiranju i realizaciji festivala pridonijelo je stvaranju dubljih prijateljskih odnosa. Festival je bio zamišljen kao mjesto okupljanja ljubitelja glazbe i alternativne kulture gdje su nastupali Tyrannosaurus Rex (kasnije T. Rex). Na slici 5., ispod prikazana je gradnja prve piramidalne pozornice, koja je obilježila početak festivala. Ova pozornica, izrađena od skela i prekrivena plastičnom folijom, postala je simbol festivala i važan dio njegove povijesti. Cijena ulaznica na samom početku razvoja festivala bila je £1 i uključivala je besplatno mlijeko i kampiranje.<sup>146</sup> Godine 1971., festival mijenja ime u *Glastonbury Fayre*, postaje besplatan i uvodi ikoničnu "*Pyramid Stage*", repliku Velike piramide u Gizi. Ovaj raniji period obilježen je nekonvencionalnim umjetničkim izrazima i alternativnim životnim stilovima. Nakon razdoblja neodržavanja, festival je oživljen 1979., s humanitarnim ciljem podrške UN-ovoj Godini djeteta. Michael Eavis preuzeo je potpunu kontrolu nad organizacijom 1981. godine i povezo festival s kampanjom za nuklearno razoružanje (CND). Tijekom 1980-ih, festival je postao prepoznatljiv po svojoj raznolikosti i kreativnosti, uključujući nastupe poznatih bendova i izvođača poput The Smiths i Elvise Costella. Godine 1990., festival dobiva službeni naziv "*Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts*." Ovo desetljeće donosi eksploziju popularnosti s pojavom Britpop scene, s bendovima kao što su *Oasis* i *Blur*, te prijenosom festivala na televiziji. Godine 1994. Channel 4 prvi put prenosi festival uživo, a nova *Pyramid Stage* brzo je izgrađena nakon što je originalna izgorjela samo tjedan dana prije početka festivala. Uvođenjem nove *Pyramid Stage* 2000. godine i poboljšanjem sigurnosnih mjera 2002. godine, festival je nastavio rasti i inovirati. Godine 2003., karte su se prvi put rasprodale u 24 sata, a festival je postao poznat po raznolikosti izvođača i inovativnim područjima poput *The Park* i

---

<sup>145</sup> Glastonbury Festival (2020.): "Glastonbury Festival - 1971."

Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/history/history-1971/> (pristupljeno 12.05.2024.)

<sup>146</sup> Ibid.



*Block9*. Nakon 2010., festival se nastavlja širiti, dosežući kapacitet od 203,500 posjetitelja, s novim područjima kao što su "*The Common*" i "*Unfairground*". Pandemija COVID-19 uzrokovala je otkazivanje festivala 2020. i 2021. godine, ali su organizirani virtualni događaji kako bi se održala povezanost s publikom. U 2023. godini nakon pandemije COVIDA-19 festival se vraća uživo s izvođačima kao što su Arctic Monkeys, Guns N' Roses i Elton John, potvrđujući svoj kontinuirani rast i značaj.

**Slika 5. The history of Glastonbury festival (1971.)**



Izvor: Glastonbury Festival. (2019.): "Glastonbury Festival - History." Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/history/> (pristupljeno 13.05.2024)

Festival *Las Fallas*, koji se svake godine održava u Valenciji, Španjolska, ima međunarodni značaj iz nekoliko razloga. UNESCO ga je 2016. godine priznao kao nematerijalnu kulturnu baštinu čovječanstva.<sup>147</sup> Ovaj status prepoznaje kulturni, povijesni i društveni značaj festivala, ističući njegovu važnost na globalnoj razini. Kao jedan od najpoznatijih festivala u Španjolskoj, pomaže u promociji španjolske kulture na međunarodnoj sceni. Međunarodni značaj festivala može se promatrati kroz nekoliko aspekata. Prvo, služi kao platforma za kulturnu razmjenu, omogućujući posjetiteljima iz različitih zemalja da dožive španjolsku tradiciju i kulturu. Festival potiče međukulturni dijalog i razumijevanje, doprinoseći globalnom kulturnom nasljeđu. Kroz

---

<sup>147</sup> Zaragoza, J. (2016.): "UNESCO - Valencia Fallas Festival" *Intangible Cultural Heritage*. Dostupno na <https://ich.unesco.org/en/RL/valencia-fallas-festivity-00859> (pristupljeno 13.05.2024.)

svoje bogate i raznolike manifestacije, festival prenosi priče, običaje i vrijednosti koje nadilaze nacionalne granice. Drugo, značajna je turistička atrakcija koja privlači stotine tisuća turista iz cijelog svijeta, značajno doprinoseći lokalnoj ekonomiji. Posjetitelji dolaze ne samo iz Europe, već i iz Azije, Amerike i drugih kontinenata, čime se Valencia pozicionira kao važna turistička destinacija. Treće, medijska pokrivenost festivala je izuzetno značajna. *Las Fallas* dobiva značajnu medijsku pažnju, kako domaću tako i međunarodnu. Reportaže, dokumentarci i prijenosi uživo doprinose globalnoj prepoznatljivosti festivala, čineći ga poznatim diljem svijeta. Festival je jedan od najspektakularnijih i najbučnijih festivala u Španjolskoj, s bogatom i složenom poviješću koja traje stoljećima. Podrijetlo festivala može se pratiti do drevne tradicije valencijskih stolara koji su spaljivali drvene ostatke i stare predmete na večer uoči Dana svetog Josipa, obilježavajući dolazak proljeća. Tijekom 17. stoljeća, susjedi su počeli prikazivati karikature i satirične prizore popularnih likova i događaja. U 18. stoljeću, ove svečanosti postaju organiziranije, a susjedi počinju izrađivati satirične i burleskne *cadafale*, platforme s likovima koji su često izrađeni s humorističnim i kritičkim tonom prema društvenim događanjima. Sredinom 18. stoljeća, praksa stvaranja "ninota," malih satiričnih figura, postaje sastavni dio festivala. Kraj 18. stoljeća donosi veće i složenije proslave, s većim uključivanjem lokalne zajednice i obrtnika, što festivalu daje današnji oblik. Na slici 5., iz 1906. godine, vidimo grupu ljudi okupljenih oko jedne takve skulpture. Skulptura prikazuje likove u dramatičnoj sceni sunca u pozadini, a ljudi oko nje su odjeveni u tradicionalnu odjeću tog vremena. Slika pruža vrijedan povijesni uvid u kulturne običaje i društvene aktivnosti tog razdoblja u Valenciji. U 20. stoljeću, razvija se industrija izrade *falla* struktura, a uvode se *Fallera Major de Valencia* i *Tjedan Fallera*.

Slika 6. Festival Las Fallas (1906.)



Izvor: "Historia Federacion Fallas Especial." *Federación de Fallas de Especial*. Dostupno na <https://fallasdeespecial.com/history-federacion-fallas-especial/?lang=en> (pristupljeno 14.05.2024.)

Godine 1934. započinje tradicija biranja i spašavanja jedne figure (*ninot*) koja postaje dio *Muzeja Fallero*, čime se dodatno ističe umjetnički i kulturni značaj festivala. Kroz svoju povijest, festival je evoluirao iz lokalne tradicije u globalno priznati festival koji simbolizira duh zajedništva, kreativnosti i kulturnog bogatstva. Njegov međunarodni značaj ne leži samo u brojnosti posjetitelja, već i u sposobnosti da povezuje ljude različitih kultura kroz zajedničko slavlje i umjetnički izraz. Festival sa svojim spektakularnim prikazima i bogatom poviješću, nastavlja inspirirati i očaravati svijet, čineći Valenciju središtem kulturne razmjene i inovacije.

### 5.3. Analiza ponude – odabrane kategorije

U ovom dijelu analizirat će se odabrane kategorije kako bi se razumjela ponuda festivala. Fokusirat ćemo se na ključne aspekte koji oblikuju identitet i privlačnost festivala, te istražiti kako svaki od njih doprinosi jedinstvenom iskustvu posjetitelja i uspjehu manifestacije.

#### ✓ Atrakcijska osnova festivala

Atrakcijska osnova festivala predstavlja kompleksnu kombinaciju elemenata koji kolektivno doprinose privlačenju posjetilaca i stvaranju jedinstvenog identiteta festivala. To je skup karakteristika koje definiraju festival i čine ga prepoznatljivim i poželjnim za određenu ciljnu grupu. Čavlek i sur., (2011.) definira da „svaka destinacija ili turistička regija posjeduje neku određenu atrakciju koja pridonosi njezinoj privlačnosti. Turističke atrakcije predstavljaju glavne turističke resurse svake turističke destinacije koji određuju njezinu turističku ponudu i razvoj turizma. One se očituju kroz turističke motive, potrebe i aktivnosti. Sve turističke atrakcije karakterizira snažna prostorna obilježnost, neovisno o tome da li one same pripadaju nekom prostoru ili je njihova pojava strogo prostorno određena. One se također mogu interpretirati i kao žarišta rekreacije i obrazovne aktivnosti izletnika i turista koje dijele s lokalnim stanovništvom.“<sup>148</sup> Kulturni resursi igraju ključnu ulogu u stvaranju atraktivne osnove za festivale i turističke destinacije. Festivali pružaju platformu za predstavljanje nematerijalne kulturne baštine destinacije, lokalne tradicije, etničkog podrijetla i kulturnog krajolika te postupno postaju važne turističke atrakcije za promociju destinacije.<sup>149</sup> Festivali često koriste kulturne resurse kako bi stvorili jedinstvena i nezaboravna iskustva za posjetitelje. Festivalaska turistička atrakcija usredotočena je na festivalski krajolik, koji je fizički okoliš koji uključuje i opipljive čimbenike i ambijent za aktivnosti.<sup>150</sup> Na primjer, Pulski Filmski Festival koristi drevnu Arenu kao

---

<sup>148</sup> Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., i sur. (2011.): “Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav.“ Školska knjiga, str.468

<sup>149</sup> Jing, L., Gouxiong, Y., (2023.): “Constructing the Festival Tourist Attraction from the Perspective of Peircean Semiotics: The Case of Guangzhou, China.” Edited by Vincenzo Basile. *PLOS ONE* 18 (2): e0282102. Dostupno na <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9942963/> (pristupljeno 13.05.2024.)

<sup>150</sup> Ibid.

veličanstvenu pozadinu za prikazivanje filmova, spajajući prošlost i sadašnjost na jedinstven način.

#### ✓ Transformacije

Transformacija je važan dio analize ponude festivala jer suvremeni festivali često nude iskustva koja idu dalje od same zabave, pružajući priliku za osobni i kolektivni razvoj. Transformacijski festival je „festival kontrakulture koji podržava etiku izgradnje zajednice i sustav vrijednosti koji slavi život, osobni rast, društvenu odgovornost, zdrav život i kreativno izražavanje.“<sup>151</sup> Sve veći broj posjetitelja ne traži samo kratkotrajni bijeg od rutine, već i priliku za dublje, transformativno iskustvo koje će im obogatiti život i ostaviti trajan utisak. Festivali, kao privremene autonomne zone, nude plodno tlo za osobni i kolektivni rast. Izolirani od svakodnevice, uronjeni u atmosferu kreativnosti, otvorenosti i zajedništva, posjetitelji se oslobađaju društvenih normi i otvaraju novim perspektivama.

#### ✓ Prepoznatljivost (međunarodna scena i brendiranje)

Prepoznatljivost na međunarodnoj sceni ključna je za uspjeh festivala kao važnog dijela kulturne ponude. Strategije brendiranja igraju ključnu ulogu u stvaranju identiteta festivala koji će ga izdvojiti među globalnom konkurencijom. Prvo, festivalski organizatori trebaju pažljivo definirati što njihov festival predstavlja. To uključuje isticanje jedinstvenih atributa koji ga čine posebnim, bilo da je riječ o specifičnom glazbenom programu, jedinstvenoj atmosferi ili angažmanu s lokalnom kulturom. Ovaj identitet treba biti jasno komuniciran kroz sve aspekte festivala, od promotivnih materijala do festivalskog iskustva samo po sebi. Usklađivanje s globalnim kulturnim tokovima također je ključno. Festivali koji prate trenutne društvene i kulturne trendove imaju veću vjerojatnost da će privući internacionalnu publiku i postati prepoznatljivi širom svijeta. To može uključivati suradnje s popularnim umjetnicima, aktivno praćenje glazbenih i umjetničkih trendova i promociju vrijednosti koje su relevantne na globalnoj razini, poput održivosti ili društvene odgovornosti. Vizualna privlačnost i online prisutnost također su ključni faktori. Kvalitetno dizajnirani vizualni identitet festivala koji

---

<sup>151</sup> “Transformational Festival.” *Wikipedia, the free encyclopedia*. Dostupno na [https://en.wikipedia.org/wiki/Transformational\\_festival](https://en.wikipedia.org/wiki/Transformational_festival) (pristupljeno 14.05.2024.)

se ističe, kao i aktivna prisutnost na društvenim mrežama i online platformama, pomažu u širenju svijesti o festivalu i privlačenju publike iz različitih dijelova svijeta. Efektivna upotreba influencera koji imaju veliki doseg na društvenim mrežama može dodatno pojačati vidljivost festivala i privući nove posjetitelje.

#### ✓ Uključenost sudionika

Uključenost sudionika predstavlja srž festivalnog iskustva jer transformira pasivno sudjelovanje u aktivno sudjelovanje, čime se stvara dinamična interakcija između organizatora i publike. Kroz aktivnosti poput radionica, interaktivnih instalacija ili participativnih umjetničkih performansa, posjetitelji postaju kreatori festivala. Ova interaktivnost ne samo da obogaćuje atmosferu događaja već i dublje povezuje publiku s festivalom, čineći ih osjećajnim vlasnicima zajedničkog iskustva. Osim toga, povratne informacije koje organizatori dobiju od sudionika igraju ključnu ulogu u kontinuiranom unaprjeđenju festivala. Kroz analizu ovih povratnih informacija, organizatori mogu bolje razumjeti što publika želi i očekuje te prilagoditi buduće događaje kako bi bolje zadovoljili potrebe svoje ciljne skupine. Personalizacija iskustava dodatno jača vezu između posjetitelja i festivala, potičući dugoročnu lojalnost i ponovno sudjelovanje. Konačno, uključenost sudionika nije samo o stvaranju privlačne atmosfere nego i o izgradnji zajednice koja dijeli zajedničke vrijednosti i interese. To stvara osjećaj pripadnosti i zajedništva među posjetiteljima, čime festival postaje više od jednostavne zabave - postaje prostor za međusobno povezivanje i razmjenu ideja, stvarajući trajne uspomene i iskustva koja obogaćuju život.

#### ✓ Inicijative održivosti

Održivi festivali postaju sve važniji u suvremenom kontekstu ekoloških izazova, što ih čini ključnim zaštitarima okoliša. Inicijative održivosti uključuju smanjenje otpada, korištenje obnovljivih izvora energije, promicanje reciklaže te poticanje ekološki odgovornog ponašanja među sudionicima.<sup>152</sup> Ujedno, aktivno promiču ekološki odgovorno ponašanje među sudionicima. Ovaj holistički pristup ne samo da smanjuje negativne utjecaje na okoliš već i privlači ekološki osviještene posjetitelje, unapređujući ugled festivala kao zaštitnika prirode. Implementacija održivih praksi može ići dalje od osnovnih mjera, uključujući uspostavu partnerstava s lokalnim ekološkim organizacijama kako bi se poduprle lokalne inicijative za zaštitu okoliša. Korištenje

---

<sup>152</sup> Ibid.

biorazgradivih materijala nije samo ekološki prihvatljivo rješenje, već i poticaj za industriju da se preorijentira prema održivim materijalima. Također, edukacija posjetitelja o važnosti održivosti ključna je u stvaranju svijesti i poticanju na konkretno djelovanje za zaštitu okoliša.

Zaključak analize festivalskih elemenata uključuje važnost kompleksne kombinacije atrakcija, transformacija, prepoznatljivosti, uključenosti sudionika i inicijativa održivosti za uspješnost i privlačnost festivala. Svaki od ovih elemenata doprinosi stvaranju jedinstvenog identiteta festivala i njegovoj sposobnosti da privuče i zadrži posjetitelje. Transformacija, osobito, postaje ključna, jer posjetitelji traže dublja iskustva koja im mogu donijeti brojne promjene na osobnoj, ali i kolektivnoj razini. Uz to, uključenost sudionika i inicijative održivosti sve su važnije u kontekstu društvene odgovornosti i ekološke osviještenosti. Brendiranje i prepoznatljivost na međunarodnoj razini također su ključni za dugoročni uspjeh festivala. Kombinacija svih ovih faktora čini festival ne samo atraktivnim za posjetitelje već i održivim i relevantnim u suvremenom kontekstu.

#### **5.4. Analiza motiva, zadovoljstva i ponašanja posjetitelja**

Raznolikost festivala odražava i oblikuje bogatstvo ljudskih interesa i težnji te služi kao snažan katalizator za društveni i kulturni razvoj. U ovom će poglavlju biti provedena detaljna analiza motiva koji utječu potražnju za nekim od triju odabranih festivala. Razumijevanje motiva iza posjećivanja festivala ključno je za osmišljavanje strategija koje destinacijama omogućuju diferenciranje i izgradnju identiteta kroz specifične festivalske doživljaje. Zadovoljstvo posjetitelja nije samo odraz kvalitete festivala, nego i pokazatelj dubljeg razumijevanja faktora koji utječu na njihove odabire. Takvo razumijevanje omogućava organizatorima festivala i destinacijama da prilagode svoje ponude, poboljšaju iskustvo posjetitelja i dugoročno osiguraju razvoj festivala.

**Tablica 4. Analiza motiva, zadovoljstva i ponašanja posjetitelja festivala**

<b>Festival</b>	<b>Lokacija</b>	<b>Tema festivala</b>	<b>Motiv</b>
<b>Burning Man</b>	Nevada, SAD (izolacija)	“Walking Dreams“ (sanjarenje, moći snova – 2022.), <i>animalia</i> (slavlje životinjskog svijeta i postojanje u njemu – 2023.), Zanimljiviji i Zanimljiviji (zagonetke, iracionalno i apsurd- 2024.)	Sloboda, kreativnost, inspiracija (osobna transformacija) - scena umjetnosti - kultura darivanja - <i>networking</i> event
<b>Glastonbury</b>	Pilton, Somerset, engleska (ruralno okruženje)	Razni umjetnički izrazi (glazba, ples, cirkus i dr. performansi), <i>line up</i> i specifični sadržaji se godišnje izmjenjuju	Promicanje raznolikosti, - kulturno obogaćivanje, - različita područja festivala (interesi i strasti) - glazbeno uživanje
<b>Lass Fallas</b>	Valencija, Španjolska (gradske prostore)	Satirične ili duhovite teme (trenutna društvena i politička pitanja)	Kulturna tradicija - vizualni spektakl, slavlje i zabava, zajednički duh

Izvor: samostalna izrada autorice prema službenim stranicama festivala

*Burning Man* je vrsta festivala koju je teško kategorizirati, ali svakako izlazi iz okvira tradicionalnih festivala. Poznat je po svojim godišnjim temama koje postavljaju okvir i inspiraciju za djela sudionika. Na primjer, tema "*Walking Dreams*" (2022.) pozivala je na istraživanje snova, maštovitosti i kolektivne podsvijesti kroz umjetnost i zajednička iskustva, pružajući mogućnost da se "prošeta" po snovima i kreira stvarnost kao odraz najdivljijih maštanja. Tema "*Animalia*" (2023.) slavila je životinjsko carstvo i postojanje unutar njega, ohrabrujući sudionike da stvaraju umjetnička djela i gradove inspirirane raznolikošću života i našom povezanošću sa svim bićima. Za 2024. godinu, *Burning Man* najavljuje temu "*Curioser and Curioser*", koja će biti usmjerena na zagonetke, iracionalno i apsurd. Ova tema će posjetitelje i umjetnike potaknuti na igru s paradoksima i nerazrješivim enigmama, potaknuvši stvaranje umjetničkih djela i



doživljaja koji preispituju granice logike i potiču na promišljanje o nestalnim, često neobjašnjivim aspektima ljudskog iskustva. Posjetitelji su najčešće motivirani pojmom da mogu biti što god požele; ne postoji granica za njihovu slobodu, kreativnost i neograničenost za razne inspiracije. Ljudi koji posjećuju festival često traže bijeg od svakodnevnice rutine i priliku za sudjelovanje u nečem većem od njih samih, nešto što može potaknuti osobnu transformaciju. Jedan od motiva koji se posebno ističe i koji karakterizira festival kao drugačiji je kultura darivanja, gdje nema novčane razmjene niti reklamiranja brendova. Posjetitelji mogu nuditi hranu, piće ili masaže drugima, sve u zamjenu za neku drugu uslugu ili stvar. Festivalu sve više prisustvuju i poznate osobe iz tehnološkog svijeta, čineći ga ključnim mjestom za umrežavanje unutar svjetske zajednice *startupa* i tehnološkog sektora u širem smislu. Festival posjeduje brojne odlike koje idu u korak s poduzetništvom i tehnološkom scenom, poput kreativnosti, inovativnosti i održivosti. No, suština festivala je umjetnost, prikazana kroz veličanstvene umjetničke kreacije (*Gigant art*), koje su mamac za posjetitelje iz cijelog svijeta. One su simbol beskrajne ljudske imaginacije i sposobnosti da preobrazu prostor u očaravajuću galeriju pod otvorenim nebom, potičući međuljudsku diskusiju i spajanje ljudi. *Glastonbury* je poznat po svom raznolikom i impresivnom *line-up* sustavu, koji uključuje ne samo glazbene nastupe iz različitih žanrova – od rocka i popa, preko elektroničke glazbe, do folka i jaza – već i širok spektar drugih umjetničkih izraza.<sup>153</sup> Plesne predstave, cirkuski nastupi, kazališni komadi, komedija i mnoge druge vrste performansa dio su bogatog programa koji se svake godine prilagođava i osvježava, donoseći posjetiteljima nova i uzbudljiva iskustva. Ova raznolikost sadržaja svakako motivira posjetitelje da dođu na festival. Festival se ne oslanja samo na trenutno popularne izvođače, već teži stvaranju iskustva koje je duboko ukorijenjeno u kulturnoj tradiciji. Festival slavi raznolikost i inovativnost i pridonosi sustavnoj podršci umjetničkoj zajednici i kreativnim izričajima. Tematska raznolikost festivala omogućuje posjetiteljima da istraže različite kulture i iskustva kroz brojne radionice, predavanja i umjetničke instalacije. Time postaje više od glazbenog festivala – to je mjesto gdje se umjetnost i zajedništvo prožimaju, stvarajući jedinstveni kulturološki fenomen. Festival nudi različita područja kako bi zadovoljio raznovrsne interese posjetitelja. Na primjer,

---

<sup>153</sup> "Glastonbury Festival: A Celebration of Music and Culture." *Yellowbrick*. Dostupno na <https://www.yellowbrick.co/blog/music/glastonbury-festival-a-spectacular-celebration-of-music-and-culture> (pristupljeno 16.05.2024.)

zelena polja posvećena su održivosti, zaštiti okoliša i duhovnosti, dok polja iscjeljivanja nude holistički pristup zdravlju. Obiteljsko područje *The Kidz Field* pruža aktivnosti prilagođene djeci, dok *Shangri-La* oduševljava živopisnim umjetničkim instalacijama.<sup>154</sup> Park područje kombinira glazbu, umjetnost i predstave, a tu su i *Block9*, *The Common* i mnogi drugi prostori koji nude jedinstvena iskustva. Iskustvo na festivalu kao što je Glastonbury obogaćuje bogatom kulturom zajedništva, pružajući priliku za istinsko uranjanje u svijet kreativnosti i zabave. Promicanje raznolikosti i kulturno obogaćivanje ključni su aspekti festivala. Različita područja festivala omogućuju posjetiteljima da istraže i zadovolje svoje različite interese i strasti, bilo da su oni vezani uz glazbu, umjetnost, ekologiju ili obitelj. Motivi odlaska na festival uključuje glazbeno uživanje, kulturno obogaćivanje i sudjelovanje u zajedništvu. Posjetitelji dolaze zbog prilike da dožive širok spektar umjetničkih izraza i da budu dio dinamične i inkluzivne zajednice. Takva raznolikost sadržaja i iskustava potiče ljude da se vraćaju svake godine, prepoznajući festival kao događaj koji zadovoljava njihove interese i omogućuje im da se osjećaju dijelom nečega većeg. Tako, festival ne samo da privlači posjetitelje, već i oblikuje njihovo ponašanje i motivaciju kroz jedinstvenu ponudu sadržaja i doživljaja. *Las Fallas de Valencia* je godišnji jednotjedni festival prepoznatljiv po svojoj tematici koja se često oslanja na satiru i duhovitost, kroz velike skulpture nazvane '*fallas*', koje ističu i kritiziraju trenutna društvena i politička događanja. Iskustvo na festivalu nudi jedinstvenu mješavinu kulturne tradicije i suvremene kreativnosti. Vizualni spektakl ogromnih i maštovitih skulptura, koje često prikazuju satirične i duhovite komentare na društvena i politička pitanja, ostavlja posjetitelje u nevjerici te služi kao snažan podsjetnik na stalnu potrebu za društvenom introspekcijom i samokritikom. Slavlje i zabava prožimaju festival, s brojnim aktivnostima poput parada, vatrometa, glazbenih nastupa i ulične hrane, koje potiču osjećaj veselja i opuštenosti. Ovi aspekti festivala često su glavni motivi dolaska posjetitelja. Festival pridonosi kolektivnom duhu zajednice, okupljajući ljude različitih dobi i pozadina kako bi uživali u zajedničkom iskustvu, proslavili kreativnost i solidarnost. Kombinacija tradicije, umjetnosti, kritičkog promišljanja i zajedničke radosti čini posjet festivalu nezaboravnim doživljajem, gdje posjetitelji postaju dio nečega većeg od sebe, povezani kroz kolektivnu čaroliju festivala. Satirične i duhovite teme festivala, koje se bave trenutnim društvenim i političkim pitanjima, privlače posjetitelje koji cijene

---

<sup>154</sup> Ibid.

kritički promišljenu umjetnost. Kulturna tradicija i vizualni spektakl ogromnih skulptura čine festival izuzetno atraktivnim za sve koji žele doživjeti nešto jedinstveno i autentično. Slavlje i zabava kroz parade, vatromete i glazbene nastupe osiguravaju da svaki posjetitelj pronađe nešto što će ga zaintrigirati i razveseliti. Motivi odlaska na *Las Fallas* uključuju želju za sudjelovanjem u živopisnoj i dinamičnoj proslavi, uživanje u satiričnoj umjetnosti koja potiče na razmišljanje, te iskustvo bogate kulturne tradicije. Zadovoljstvo posjetitelja proizlazi iz mogućnosti da budu dio velikog kolektivnog događaja koji spaja umjetnost, društvenu kritiku i zajedničku radost. Ova jedinstvena kombinacija čini festival nezaboravnim događajem koji ostavlja trajan dojam na sve posjetitelje. Važno je uzeti u obzir i samu lokaciju koja često može biti privlačan motiv za posjetu nekom festivalu. Lokacija festivala značajno doprinosi ukupnom iskustvu. *Burning Man* pruža izolaciju i jedinstveno okruženje pustinje, *Glastonbury* nudi idilično ruralno okruženje, dok *Las Fallas* koristi gradske prostore bogate povijesti i kulture. Svaki festival pruža jedinstvenu atmosferu koja oblikuje doživljaj posjetitelja. Od spiritualne i kreativne atmosfere *Burning Mana*, preko glazbeno-kulturnog spektakla *Glastonburyja*, do vatrenog i slavljelog ambijenta *Las Fallasa*. Doživljaj posjetitelja je individualnog karaktera, no ovakav jedan splet faktora zapravo vodi do pozitivnog ponašanja posjetitelja u pogledu ponovnog vraćanja na festivale u narednim godinama, ispunjenja i sreće, kao i preporuke ti istih događaja svojim prijateljima i obitelji.

## **5.5. Međunarodno afirmirani festivali**

Međunarodno afirmirani festivali su događanja s globalnom reputacijom, koja privlače posjetitelje i umjetnike iz cijelog svijeta i često su prepoznata kao značajna kulturna i društvena događanja. Afirmirani festival stekao je ugled i široko priznanje na međunarodnoj sceni. To je događanje koje je poznato i priznato ne samo u lokalnom i nacionalnom kontekstu, već je pridobilo značajan interes i ugled na svjetskoj razini. U nastavku ćemo se fokusirati na tri međunarodno afirmirana festivala koja su jednim dijelom razrađena u prethodnih poglavljima, kako bi se pružio uvid u specifičnosti, no u ovom poglavlju bit će detaljnije opisani.

### 5.5.1. *Burning Man Festival*

*Burning Man* festival je godišnji događaj koji se održava u *Black Rock* pustinji na sjeveru Nevade krajem ljeta. Festival je svakako izvrstan primjer transformacijskog festivala gdje transformativno iskustvo potiče osobni rast, kreativnost i zajedništvo. Poznat je po svojoj jedinstvenoj kombinaciji socijalnog eksperimenta, umjetničkih performansa i pustinjske utrke izdržljivosti. Sudionici, poznati kao "*burneri*", stvaraju privremeni grad pod nazivom *Black Rock City*. Većim dijelom sudionici dolaze iz Kalifornije i Nevade, ali i iz cijelog svijeta. Grad se svega izgradi u samo nekoliko dana, a kad završi nestane kao da nikad nije ni postojao. Na slici 6., vidi se ogroman, polukružni kamp sastavljen od brojnih vozila, šatora i improviziranih struktura, raspoređenih u koncentričnim krugovima. Centralni dio ostaje otvoren za umjetničke instalacije i performanse. Prostire se na 15 četvornih metara, te ima sve elemente grada kao što je ulična mreža, urbanizam, informacijske usluge, kampove, *Black Rock Rangerse*, DMV (*Department of Mutant Vehicles*), hitne službe, mjesta s vodom i čuvanje hrane i dr. Na festivalu mogu se pronaći raznorazne kreativne skulpture, interaktivne instalacije, privremeni hramovi, tematski kampovi, umjetnički preoblikovani automobili i sl. Središte događaja je spaljivanje "*Man*" koji se izdiže nad *playom*. Svake godine je drugačije strukture i veličine s raznoraznim dodacima.

**Slika 7. Lokacija Burning Man**



Izvor: The clubber (2017.): "BURNING MAN OSTAJE BEZ LOKACIJE 2019.?" Dostupno na <https://www.clubber.rs/vesti/burning-man-ostaje-bez-lokacije-2019-godine/> (pristupljeno

16.05.2024.)

Neki od prepoznatih primjera umjetničkih instalacija jesu "The Man", "Temple of Tears" i "Embrace". Spaljivanje drvene figure čovjeka, koja se obično naziva "The Man", središnji je događaj Burning Mana i simbol je prolaznosti, transformacije i oslobađanja. Zatim, veliki drveni hram, izgrađen 2000. godine, bio je posvećen tuzi, gubitku i iscjeljenju. Posjetitelji su mogli ostavljati poruke, fotografije i druge uspomene na izgubljene voljene osobe. Monumentalna skulptura "Embrace", visoka preko 24 metra, prikazivala je dva para ruku koji se grle. Simbolizirala je ljubav, povezanost i ljudsku potrebu za dodirima. Na festivalu se slijedi deset principa uključuju radikalnu uključenost, samoizražavanje i zajedništvo. Građani "Burneri" kao dio "svjetonazora da je *Burning Man* sveprisutan i može se susresti bilo gdje," tako se definiraju.<sup>155</sup> Kultura *Burning Man Projecta* usvaja 10 jedinstvenih vodećih principa koji generiraju aspekte zajednice i zajedničkog iskustva koji daju potrebnu energiju za transformaciju sebe - sve to dok su uronjeni u jedinstveno kulturno okruženje. Njihovi principi opisani su kao;<sup>156</sup> radikalno uključivanje gdje svatko može biti dio *Burning Mana*. Ne postoje preduvjeti za sudjelovanje u zajednici. Darivanje je dio *Burning Man* koji je posvećen činovima darivanja. Vrijednost dara je bezuvjetna. Darivanje ne razmatra povrat ili zamjenu za nešto jednake vrijednosti. Zatim, dekomodifikacije, kako bi se očuvao duh darivanja, nastoji stvoriti društvena okruženja koja nisu posredovana komercijalnim sponzorstvima, transakcijama ili oglašavanjem. Dionici festivala su spremni zaštititi kulturu od iskorištavanja. Radikalna samodostatnost, potiče pojedinca da otkrije, vježba i oslanja se na svoje unutarnje resurse. Radikalno samoizražavanje, proizlazi iz jedinstvenih darova pojedinca. Nitko osim pojedinca ili surađujuće grupe ne može odrediti njegov sadržaj. Dar se nudi kao izraz slobodne volje i poštovanja prema primatelju. U tom duhu, darivatelj treba poštovati prava i slobode primatelja. Zajednički napor zajednica da cijeni kreativnu suradnju i kolaboraciju. Nastoje proizvesti, promovirati i zaštititi društvene mreže, javne prostore, umjetnička djela i metode komunikacije koje podržavaju takvu interakciju. Građanska odgovornost gdje se cijeni civilno društvo. Članovi zajednice koji organiziraju događaje trebaju preuzeti odgovornost za javnu dobrobit i nastojati komunicirati građanske odgovornosti

---

<sup>155</sup> Duane Hoover, J., Giambatista, R., Curl Hoover, S. (2018.): "Burning Man Values Examined: Gratitude as a Culturally-Driven and Value-Based Organizational Mainstay" *The Journal of Values - Based Leadership* 11(1). Dostupno na <https://scholar.valpo.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1208&context=jvbl> (pristupljno 16.05.2024.)

<sup>156</sup> "Burning Man Project" Dostupno na <https://burningman.org/> (pristupljeno 16.05.2024.)

sudionicima. Također moraju preuzeti odgovornost za provođenje događaja u skladu s lokalnim, državnim i saveznim zakonima. Posvećeni su tome da ne ostavljaju fizičke tragove svojih aktivnosti gdje god se okupljaju. Održavaju čistoću i nastoje ostaviti mjesta u boljem stanju nego što su ih našli. Njihova zajednica prakticira radikalnu etiku sudjelovanja, vjerujući da se transformativna promjena događa kroz osobno sudjelovanje. Svi su pozvani raditi i igrati se, stvarajući stvarni svijet kroz radnje koje otvaraju srce. Neposredno iskustvo smatra se najvažnijim dodirnim kamenom njihovih vrijednosti. Nastoje prevladati barijere između sebe i prepoznavanja svojih unutarnjih ja, stvarnosti onih oko sebe, sudjelovanja u društvu i kontakta s prirodnim svijetom. Niti jedna ideja ne može zamijeniti to iskustvo. Vizija festivala stvorila je novi kulturni entitet koja je godišnje putovanje u *Black Rock Desert* pretvorila u globalnu zajednicu. Sudionici nakon povratka često razmišljaju kako primijeniti naučene lekcije u svakodnevnom životu, povezujući se s drugim sudionicima koji cijene suradnju više od natjecanja. Posjetitelji prepoznaju duhovne vrijednosti koje se temelje na neposrednom iskustvu i koje se ne smiju komodificirati. Može se reći da ovakvo jedno prisustvo transformira pojedince. Festival je opisan kao „*new-age apokaliptičan*“, kombinacija *Mad Maxa i Disneyland Light Parade*, internet koji je oživio, spoj *Super Bowla i Mardi Grasa*, te „*Disneyland okrenut iznutra*.“<sup>157</sup> Također je nazvan „*najdubljom i najsubverzivnijom idejom koja se pojavila desetljećima*.“<sup>158</sup> Bez obzira na te opise, *Burning Man* se ne može u potpunosti opisati riječima – to je iskustvo koje se mora doživjeti osobno i internalizirati na individualnoj razini.

### 5.5.2. *Glastonbury festival of contemporary performing arts*

*Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts*, poznatiji kao *Glastonbury*, igra ključnu ulogu u britanskoj i globalnoj festivalskoj sceni. Jedan je od najpoznatijih i najistaknutijih muzičkih i umjetničkih festivala na svijetu. Održavajući se u pastoralnom okruženju farme *Worthy* u *Piltonu, Somerset*, festival s vremenom je narastao iz svojih skromnih početaka 1970. godine postavši masivna proslava različitih glazbenih žanrova i umjetnosti. Festival slavi različitost kreativnog izražavanja, privlačeći vodeće glazbenike, bendove i umjetničke izvođače iz cijelog svijeta. Festival

---

<sup>157</sup> Ibid.

<sup>158</sup> Ibid.

je poznat po svom eklektičnom sastavu, koji uključuje rock, pop, elektroniku, folk, jazz, i mnoge druge glazbene stilove, kao i kazalište, cirkus, kabaret i druge izvedbene umjetnosti. Festival često sadrži aktivizam i kampanje za društvene promjene, ostajući vjeran svojim korijenima iz hipi ere, s naglaskom na održivost, mir i ljubav. Festival je postao poznat ne samo po glazbi, već i po svojoj jedinstvenoj atmosferi, zajedništvu i privremenim gradskim zajednicama koje se formiraju tijekom festivala, često s kampovima i živopisnim tržnicama. Festival koristi umjetnost kao medij za spajanje ljudi različitih kultura i pozadina, čineći *Glastonbury* predvodnikom u svijetu festivala i kulture. Sa svojom sposobnošću da se prilagodi i evoluiraju, festival nastavlja biti jedan od najinovativnijih i najutjecajnijih festivala, privlačeći posjetitelje iz cijelog svijeta i često postavljajući standarde za kulturne događaje. Festival iako je globalno poznat po nevjerojatnim glazbenim nastupima, također se ističe drugim kulturnim aktivnostima, uključujući pozornicu, ples, komediju, umjetnost, radionice, predavanja i film. Ove različite komponente omogućavaju posjetiteljima da dožive širok spektar kreativnih izraza i potiču participaciju u širem spektru kulturnih iskustava. Održivost je još jedna ključna vrijednost s brojnim inicijativama usmjerenima na smanjenje utjecaja festivala na okoliš. Festival promiče korištenje obnovljivih izvora energije, recikliranje, upotrebu biorazgradivih materijala i potiče posjetitelje da "ostave samo tragove stopala". Kroz svaki aspekt svog postojanja, od glazbe i umjetnosti do ekologije i aktivizma, *Glastonbury* predstavlja više od festivala; to je pokret, proslava raznolikost i inkluzivnosti. Kulturni fenomen *Glastonbury* često se naziva i duhovnom domovinom moderne festivalske kulture. Svojom poviješću i kontinuiranom tradicijom postao je nezaobilazan događaj u kalendarima mnogih ljudi. Osim zabave, festival služi kao platforma za obrazovanje posjetitelja o različitim društvenim i političkim pitanjima. Radionice, predavanja i panel-diskusije su redovni dio programa, inspirirajući posjetitelje da razmisle i djeluju po pitanjima kao što su klimatske promjene, socijalna jednakost i ljudska prava. *Glastonbury* promiče osjećaj zajednice i kolektivnog duha. Kampiranje na festivalu i dijeljenje iskustava s drugim posjetiteljima stvara snažan osjećaj zajedništva, a za mnoge se pretvorio u godišnju tradiciju i priliku za ponovno povezivanje s prijateljima. Iako se obično održava svake godine, povremeno uzima 'fallow year', tj. godinu pauze kako bi se zemlja oporavila i kako bi se dala prilika stanovnicima i infrastrukturi oko *Piltona* da 'predahnu'. Pandemija COVID-19 utjecala je na održavanje festivala, uzrokujući otkazivanje izdanja za 2020. i 2021. godinu. To je primjer kako vanjski faktori mogu utjecati na održavanje festivala i kako su potrebne

agilnost i prilagodljivost u planiranju. Konstantno integrira nove tehnologije kako bi poboljšao iskustvo posjetitelja i proširio svoj doseg. Na primjer, *livestreaming* nastupa omogućava onima koji nisu mogli prisustvovati da dožive dijelove festivala online. Utjecaj festivala proteže se daleko izvan festivala. Mnogi su umjetnici i bendovi postali globalno prepoznati nakon nastupa na festivalu, a snimke s festivala često postaju legendarni dijelovi glazbene povijesti. Festival također promiče i podupire lokalne umjetnike i izvođače, dajući im priliku da se predstave široj publici. Festival nije samo manifestacija glazbe i umjetnosti, već i dio britanskog kulturnog identiteta. On simbolizira britansku tradiciju festivala i otvoreno je polje za izražavanje kreativnosti i slobode.

*Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts* je važna institucija koja se fokusira na stvaranje dubokih i trajnih kulturnih iskustava. Iako je temeljno glazbeni event, njezin utjecaj na društvene promjene, obrazovanje i kulturno nasljeđe je nemjerljiv. Bez obzira na to što se svijet oko njega mijenja, festival uspijeva ostati simbolom inovacije, zajedništva i kulture.

### 5.5.3. Festival *Las Fallas*

“*Las Fallas*“ je tradicionalni španjolski festival koji se svake godine održava u Valenciji, Španjolska. Podrijetlo od “*Las Fallas*“ u Valenciji dolazi do starih stolarskih tradicija, kada se slavio dolazak proljeća na 19.03., tako što su se palili komadi drveta korišteni tijekom zime.<sup>159</sup> Glavni događaji festivala obično se odvijaju između 15. i 19. ožujka, kulminirajući na svetog Josipa, zaštitnika stolara, koji se obilježava 19. ožujka. Festival je poznat po svojoj bučnoj i živahnoj atmosferi. To je jedan od najistaknutijih i najuzbudljivijih festivala u Španjolskoj, koji privlači posjetitelje iz cijeloga svijeta. Na slici 7., vidimo povorku festivala; centralni dio slike prikazuje veliki trg okružen zgradama, s impresivnom skulpturom lava u sredini. Nebo je ispunjeno vatrometom i dimom, stvarajući veselu i uzbudljivu atmosferu.

---

<sup>159</sup> Travelina. (2020.): “*Fallas u Valenciji – najvažniji dani u godini u Valenciji • Travelina.*” *Travelina*. Dostupno na <https://travelina.com.hr/fallas-u-valenciji-najvazniji-dani-u-godini-u-valenciji/> (pristupljeno 15.05.2024.)



### Slika 8. Las Fallas povorka



Izvor: "4,752 Las Fallas Festival in Valencia Stock Photos, High-Res Pictures, and Images - Getty Images." Dostupno na <https://www.gettyimages.com/photos/las-fallas-festival-in-valencia> (pristupljeno 15.05.2024.)

Tijekom festivala podižu se velike i izuzetno detaljne skulpture, poznate kao "ninots", izrađene od kartona, drva i *papier-mâché*.<sup>160</sup> Te skulpture su često satirične i prikazuju javne figure i društvene događaje. Tijekom festivala, održavaju se mnogi drugi događaji kao što su "*La Plantà*,"<sup>161</sup> koja označava početak festivala kad se "fallas", koje su velike skulpture, postavljaju na razne lokacije po cijelom gradu. Ovo je trenutak kada se svaki kvart u Valenciji pretvara u izložbenu galeriju na otvorenom, a "fallas" postaju središnji element dekoracije i svečanosti. Zatim, "*La Ofrenda*" emocionalni događaj kada tisuće *Falleras* i *Falleros*, odjeveni u tradicionalne kostime prolaze u povorci kroz grad do *Plaza de la Virgen* kako bi donijeli bukete cvijeća Djevici od Bezgrešne Začeca. Cvijeće se zatim koristi za izradu veličanstvenog cvjetnog mantila koji krasi statu Djevice, što je pokazatelj duboke pobožnosti i poštovanja prema zaštitnici grada. Slijedi ga, "*Mascletà*" dnevni vatromet koji je poseban po svojoj glasnoći i intenzitetu. Obično se održava na gradskom trgu *Plaça de l'Ajuntament*, gdje mase ljudi svakodnevno okupljaju kako bi uživali u impresivnom displayu pirotehničkih vještina i glasnih eksplozija koje stvaraju jedinstven ritmički šum. "La noche de la Cremà" je završni dio festivala "*Las Fallas*" koji dolazi nakon svih ostalih događaja.

<sup>160</sup> Visit Valencia (2024.): " Fallas Festival Ninot Exhibition" *Events agenda in Valencia*. Dostupno na <https://www.visitvalencia.com/en/events-valencia/exhibition-ninot-fallas> (pristupljeno 15.05.2024)

<sup>161</sup> Travelina. (2020.): "Fallas u Valenciji – najvažniji dani u godini u Valenciji • Travelina." *Travelina*. Dostupno na <https://travelina.com.hr/fallas-u-valenciji-najvazniji-dani-u-godini-u-valenciji/> (pristupljeno 15.05.2024.)

"*La Cremà*", što bi u prijevodu značilo "Spaljivanje", je vrhunac i završni čin festivala koji se obično odvija 19. ožujka. Tijekom "*La Cremà*", sve skulpture "*fallas*" se spaljuju u veličanstvenim plamenovima, što je događaj pun emocija i simbolika. To označava kraj festivala i simbolizira obnovu i preporod, a također se smatra čišćenjem i otjerivanjem zlih duhova. Festival je zaista prijelomni događaj koji ima značajan sociokulturni i ekonomski utjecaj na Valenciju. Budući da je festival prepoznat kao UNESCO-va nematerijalna kulturna baština, festival je postao jedan od ključnih događaja u kalendaru kulturnih manifestacija te ima duge povijesne korijene koji se istražuju i slave svake godine. Umjetnici, majstori i graditelji (*falleros*) ulažu mnogo truda, vremena i resursa u stvaranje skulptura s nadom da će biti nagrađene kao najbolje. Neki umjetnici čak žive od toga posla, pa rade na skulpturama tijekom cijele godine, konstantno težeći inovacijama i kreativnosti kako bi impresionirali publiku i suce. Festival zaista utjelovljuje mnoge aspekte društvenog i kulturnog identiteta Valencije. Festival nije samo prilika za demonstraciju umjetničkih vještina kroz stvaranje i izložbu skulptura, već i platforma za glazbu, ples, gastronomiju i druge oblike zajedničkog izražavanja. Glazba igra centralnu ulogu u stvaranju veselog i svečanog okruženja tijekom festivala. Bendovi i glazbenici izvode širok spektar glazbe koja nadopunjuje šarenilo i radost događanja. Koncerti i nastupi DJ-eva donose modernu vibraciju festivalu, dok tradicionalni bendovi sviraju tijekom povorki, dodajući svojevrsni lokalni šarm. Festival je kompleksan i višedimenzionalan događaj koji privlači posjetitelje iz više razloga, od kojih svaki pruža uvid u različite aspekte španjolske i valencijske kulture. Vizualni doživljaj, kao što su velike i detaljne skulpture prava su umjetnička djela koja se svake godine natječu u kreativnosti i porukama. Zatim, pirotehnika, kao što je dnevni događaj "*Mascletà*" koja stvara jedinstvenu harmoniju zvuka i ritma eksplozija, dok noćni vatrometi ("*castillos*") oduševljavaju posjetitelje igrom boja na nebu. Gastronomija je također ključna komponenta tog festivala. Ulični prodavači i štandovi služe tipičnu valencijsku hranu, kao što je *paella*, omogućujući posjetiteljima da dožive lokalne okuse i kulinarske tradicije. Obroci poput "*buñuelos*" (prženi slatki kolači), "*churros*" i drugi lokalni specijaliteti često se konzumiraju tijekom festivala, što pruža gastronomsko iskustvo koje je jednako bogato kao i vizualni i umjetnički aspekti. Osim zabave i kulinarstva, festival pruža društvenu i kulturnu dimenziju koja reflektira vrijednosti i povijest zajednice. To je vrijeme kada se odaje počast tradiciji, ali također kada se iznose i stavovi i mišljenja o suvremenim temama putem satiričnih prikaza na skulpturama. Festival stoga služi kao snažan

Podsjetnik na važnost festivala u održavanju i jačanju lokalne kulture, identiteta i zajednice, istovremeno pružajući ekonomsku korist kroz turizam i lokalni razvoj. Festival nudi i osjećaj zajedništva i sudjelovanja koji mnogi posjetitelji cijene. Oni se mogu pridružiti okolnim stanovnicima u proslavama, sudjelovati u ritualima i osjetiti duh zajedništva koji festival podržava. Ovo stvara atmosferu inkluzivnosti i interaktivnosti koja je rijetko vidljiva na drugim mjestima. Festival također nudi edukativnu vrijednost, pružajući dublji uvid u umjetnost izrade, koje u sebi često sadrže političke i društvene komentare. Posjetitelji se izlažu ovom aspektu španjolske kulture dok razmišljaju o porukama koje skulpture prenose. Ovo može potaknuti diskusiju i razmišljanje o aktualnim temama, odražavajući festivalsku sposobnost da odražava društveno stanje umjetničkim putem. Osim toga, festival pruža priliku za interkulturalno povezivanje. Ljudi različitih nacionalnosti susreću se, razmjenjuju iskustva i stvaraju međunarodne veze. Ovakvi događaji promiču razumijevanje i toleranciju među kulturama, što je posebice važno u globaliziranom svijetu. Za sve sudionike, od lokalnih stanovnika do međunarodnih putnika, festival je prilika da se predstavi valencijski identitet, koji se gradi na zajedničkim vrijednostima poput zajedništva, radosti i tradicije. Posjetitelji se ne samo zabavljaju, već postaju svjedoci i sudionici u očuvanju i prenošenju kulturnih praksi koje su dio španjolske i svjetske kulturne baštine. Na kraju, festival je prilika za opuštanje i bijeg od svakodnevnog života. Festival nudi nešto za svakoga - od umjetnosti i spektakla do gastronomije i zajedništva. To je prilika da se zaista *'disconnecta'* i uroni u svijet koji je pun boja, zvuka i veselja. Zajedno, ovi elementi čine festival privlačnim za širok spektar ljudi, od obitelji koje traže kulturno iskustvo, do mladih ljudi koji traže živahnu i energičnu atmosferu. Na kraju, festival predstavlja sintezu umjetnosti, kulture i zajedničkog duha koji odjekuje daleko izvan njegovih granica, čineći ga ne samo blagdanom za stanovnike Valencije, već i privlačnom destinacijom za međunarodne posjetitelje željne istraživanja, doživljaja i razumijevanja svjetske kulturne raznolikosti.

## 5.6. Zajednička obilježja i razvojne specifičnosti

Festivali poput *Burning Man*, *Glastonbury* i *Las Fallas* dijele transformativnu moć koja proizlazi iz njihove sposobnosti da potiču zajedništvo, kreativnost i osobni rast. Unatoč jedinstvenim kulturnim i geografskim kontekstima, ovi festivali pokazuju zajednička obilježja i razvojne trendove koji doprinose njihovoj globalnoj privlačnosti i trajnoj važnosti. Osim zajedničkih obilježja, razmotrit će se i njihove specifičnosti koje ih izdvajaju.

Kroz zajednicu i pripadnost svi festivali naglašavaju izgradnju zajednice. *Burning Man* stvara privremeni grad *Black Rock City*, gdje sudionici, poznati kao "burneri", surađuju kako bi stvorili funkcionalnu zajednicu iz ničega. Razlikuje ih specifičnost gdje se sudionici oslanjaju na vlastite resurse, a trgovina i komercijalizam su izostavljeni, čime se potiče darivanje i razmjena. *Glastonbury* nudi vibrantne privremena naselja koja okupljaju posjetitelje iz cijelog svijeta. Festival uključuje elemente aktivizma i održivosti, te je ukorijenjen u britanskoj tradiciji festivala. Njegova kombinacija modernih i tradicionalnih vrijednosti čini ga simbolom kulturne evolucije. Dok *Las Fallas* slavi kvartovske proslave koje uključuju cijelu zajednicu Valencije i svih posjetitelja koji dođu. Sudionici se duboko povezuju s okolinom i drugim posjetiteljima, stvarajući veze koje nadilaze trajanje festivala. Ističe se po svojoj povijesnoj i kulturnoj važnosti unutar Valencije. Festival je duboko povezan s lokalnim tradicijama i obredima. Osjećaj pripadnosti važan je za stvaranje trajnih uspomena i poticanje ponovnih posjeta. *Burning Man* je poznat po inovativnim umjetničkim instalacijama i performansima, uključujući spektakularno spaljivanje središnje skulpture "Man". *Glastonbury* prikazuje raznovrsne glazbene i umjetničke izvedbe, privlačeci vodeće glazbenike i izvođače iz cijelog svijeta, dok *Las Fallas* sadrži detaljne "ninots" skulpture koje prikazuju umjetničke vještine i društvene komentare. Navedeni festivali pružaju platforme za umjetnike da eksperimentiraju i za sudionike da iskuse umjetnost na imerzivne i interaktivne načine. Svi festivali nude transformativna iskustva koja potiču promišljanja, slobodu izražavanja, veselje i sl. *Burning Man*ova načela radikalnog samoizražavanja i samodostatnosti potiču sudionike da istraže i prošire svoje sposobnosti. *Glastonburyjev* eklektični miks izvedbi i aktivnosti izaziva posjetitelje da prihvate različite kulturne izraze koji se mijenjaju. Ritualno spaljivanje ninots skulptura na *Las Fallas* simbolizira obnovu i promjene, pružajući katarzično iskustvo za sudionike. Inkluzivnost i raznolikost su ključni za ove festivale. *Burning Man*ova radikalna

inkluzivnost osigurava da su svi dobrodošli, stvarajući raznoliku zajednicu bez preduvjeta za sudjelovanje. *Glastonbury* privlači širok raspon izvođača i publike, slaveći razne glazbene žanrove i kulturne pozadine što pridonosi i dolaskom različitih dobnim skupina i interesa. *Las Fallas* uključuje sve četvrti u svojim proslavama, prikazujući niz umjetničkih izraza i zajedničkog sudjelovanja. Festivali obogaćuju kulturni pejzaž kroz raznolike sudionike i aktivnosti. Održivost je sve važnija za festivale. *Burning Man* načelo "Ne ostavljamo tragove" promiče ekološku odgovornost, potičući sudionike da minimaliziraju svoj ekološki otisak. *Glastonbury* naglašava obnovljive izvore energije, recikliranje i smanjenje otpada kako bi ublažio svoj ekološki utjecaj. *Las Fallas*, iako tradicionalno uključuje spaljivanje materijala, sve više pazi na svoje ekološke posljedice, istražujući održivije prakse, pogotovo u vidu korištenja ekoloških materijala za izradu skulptura. Ove inicijative pokazuju predanost festivala očuvanju okoliša. Ekonomski i društveni utjecaj ovih festivala je značajan. *Burning Man* doprinosi lokalnoj ekonomiji Nevade, dok *Glastonbury* generira značajan prihod za UK kroz turizam i povezane industrije. *Las Fallas* povećava ekonomiju i kulturnu vidljivost Valencije. Također, ovi festivali služe kao platforme za društveni i politički diskurs, koristeći umjetnost i performanse za adresiranje suvremenih problema i inspiriranje promjena. Zajednička obilježja, kao što je kreativnost, transformativna iskustva, inkluzivnosti, održivosti i socio-ekonomski utjecaji naglašavaju važnost festivala. Navedeni elementi doprinose njihovoj trajnoj privlačnosti i sposobnosti prilagodbe promjenjivim društvenim kontekstima. Potičući osjećaj pripadnosti i potičući umjetnički izraz, ovi festivali ne samo da slave kulturnu raznolikost već pružaju obogaćene doživljaje koja odjekuju među sudionicima dugo nakon završetka događanja. Različite specifičnosti svakog festivala dodatno obogaćuju njihovu jedinstvenost i važnost unutar globalnog festivalskog pokreta.

U narednom poglavlju, analiziraju se čimbenici ponude i potražnje kako bi se dobio dublji uvid u dinamiku tržišta. Pored toga, bit će razmotreni izazovi upravljanja atrakcijom, s posebnim naglaskom na prijedlog modela ravnoteže interesa između ponude i potražnje. Ova analiza pružit će ključne uvide za optimalno upravljanje i uvid u održivost atrakcije.

## **6. ANALIZA OBRAĐENIH PRIMJERA**

Na temelju sakupljenih i obrađenih podataka u prethodnom poglavlju, ovo poglavlje se usmjerava na izgradnju dubokog razumijevanja dinamike između onoga što festivali nude i onoga što posjetitelji traže. Analiziranjem ovih faktora, stječemo vrijedne uvide u procese koji oblikuju iskustvo posjetitelja i doprinose uspjehu festivala. Naposljetku, raspravljamo o izazovima s kojima se organizatori festivala suočavaju u upravljanju ovim složenim događajima, uključujući održivost, sigurnost i sl., i identificirajući prilike za inovacije i unapređenje prakse.

### **6.1. Usporedna analiza utjecaja ponude**

U ovom dijelu istraživanja predstavljena je usporedna analiza utjecaja različitih festivala na temelju nekoliko ključnih izabranih kriterija. Fokusirali smo se na nekoliko važnih aspekata kako bismo razumjeli širi kontekst i značaj ovih događaja. Analiza obuhvaća atrakcije koje svaki festival nudi kao svoju glavnu privlačnost, transformacije koje donose promjene na razini mjesta održavanja, načine na koje se festivali integriraju s lokalnom kulturom i tradicijom, uključenost sudionika kao važnog dijela povezivanja s festivalom, te inicijative održivosti koje osiguravaju dugoročni pozitivni utjecaj na zajednicu i okoliš.

**Tablica 5. Usporedna analiza utjecaja ponude (Burning Man, Glastonbury i Las Fallas)**

<b>Festivali</b>	<b>Atrakcije</b>	<b>Transformacije</b>	<b>Integracije</b>	<b>Uključenost sudionika</b>	<b>Inicijative održivosti</b>
<b>Burning man</b>	Nekomercijalna kultura (interaktivni art projekti)	Privremeno - eksperimentalna zajednica	Kulturni pokret - princip samoodrživosti i samoizražaj	Posjetitelji (aktivni sudionici na volonterskoj bazi)	Utjecaj na suvremenu umjetnost i kontrakulturu "Leave No Trace"
<b>Glastonbury</b>	Kulturni sadržaj (ples, kazalište, cirkuske predstave)	Privremena autonomna zona (kolektivni identitet)	Jedinstveni društveno-kulturni događaj u svijetu	Uključenost i podupiranje lokalne zajednice, raznovrsnost interesa	"zeleno područje", educiranja
<b>Las falls</b>	Privremena umjetnička djela (složeni spomenici, živopisne svečanosti)	Grad Valencija-umjetnički muzej kipova na otvorenom ("žive galerije promjene",)	Festival međunarodnog i turističkog interesa i nematerijalne kulturne baštine čovječanstva	Lokalne zajednice kulturne organizacije, turističke organizacije	Kolektivna kreativnost i očuvanje tradicionalnih umjetnosti i obrta

Izvor: samostalna obrada autorice prema web službenim stranicama festivala

Navedeni festivali, nude jedinstvene kulturne i umjetničke doživljaje, svaki s vlastitim pristupom privlačnosti, transformaciji, prepoznatljivosti i održivosti. *Burning Man* je poznat po nekomercijalnoj kulturi koja se manifestira kroz umjetničke instalacije i tematske kampove. Fokus se ne stavlja na kupovinu proizvoda ili ulaznica za događaje, već o sudjelovanju u kreiranju iskustava. Glavna atrakcija je sama privremena, eksperimentalna zajednica gdje sudionici stvaraju umjetnost i grade infrastrukturu. Festival se transformira u kulturni pokret koji naglašava samoodrživost i samoizražavanje, pojedinci imaju neograničenu slobodu. Ovaj festival prepoznatljiv je po svojoj jedinstvenoj filozofiji i pristupu koji uključuje radikalnu inkluzivnost i suverenost. Sudionici su aktivni i volonterski doprinose događaju, što stvara osjećaj

zajedništva i osobnog angažmana. Princip “*Leave No Trace*” potiče sudionike da ne ostavljaju trag u prirodi, što čini ovaj događaj ekološki prihvatljivim, ali i atraktivnijim. Festival se transformira u privremenu autonomnu zonu, gdje sudionici dijele kolektivni identitet i osjećaj zajedništva. Festival je jedinstveni društveno-kulturni događaj koji privlači posjetitelje iz cijelog svijeta zbog svog raznolikog programa. Prepoznatljivost je stekao kao jedan od najvećih i najraznovrsnijih glazbenih festivala u svijetu s brojnim poznatim imenima glazbene scene. Uključuje i podržava lokalnu zajednicu te potiče raznolikost interesa među sudionicima. *Glastonbury* ima “zeleno područje” koje promiče ekološku svijest i održive prakse među posjetiteljima, ujedno je i među prvima započeo uvođenjem zelenih praksi. *Las Fallas* u Valenciji privlači posjetitelje složenim spomenicima i živopisnim svečanostima, pretvarajući grad u umjetnički muzej na otvorenom. Festival je priznat kao međunarodni turistički događaj i nematerijalna kulturna baština čovječanstva zbog svoje jedinstvene kombinacije umjetnosti, tradicije i zajedništva. Fokus na kolektivnu kreativnost i očuvanje tradicionalnih umjetnosti i obrta dodatno ističe njegovu održivost kroz očuvanje kulturne baštine, a sudionici uključuju lokalne zanatlije i umjetnike koji stvaraju impresivne skulpture.

Na temelju ponuda i specifičnih karakteristika ovih festivala, zaključujemo da svaki festival ima jedinstveni pristup u stvaranju i održavanju svoje zajednice, kulturnih sadržaja i održivosti. Ovi festivali ne samo da pružaju zabavu, već također potiču kulturno izražavanje, zajedništvo i ekološku svijest. *Burning Man* je idealan za one koji traže slobodnu kreativnost i aktivno sudjelovanje u zajednici. *Glastonbury* privlači ljubitelje bogatog kulturnog sadržaja i glazbe, s naglaskom na inkluzivnost i ekološku osviještenost. S druge strane, *Las Fallas* nudi duboko uranjanje u lokalnu kulturu i tradiciju, idealno za one koji cijene umjetnost i zanatstvo.



## 6.2. Analiza utjecaja na potražnju

Analiza turističke potražnje za festivalima potrebna je za razumijevanje utjecaja koji utječu na odluku posjetitelja o sudjelovanju. Različiti utjecaji, poput socio-kulturnih, ekonomskih, tehnoloških i sezonskih faktora, imaju presudnu ulogu u oblikovanju potražnje za festivalima. Socio-kulturni utjecaji kao što je kulturna raznolikost i društvene vrijednosti koje festival predstavlja mogu značajno povećati interes i sudjelovanje. Pristupačnost festivala u smislu troškova može povećati broj posjetitelja, dok visoki troškovi mogu ograničiti sudjelovanje i smanjiti potražnju. Dostupnost informacija putem interneta, mogućnost online kupovine ulaznica i korištenje mobilnih aplikacija ili nekih drugih oblika tehnoloških inovacija u digitaliziranom i naprednom okruženju za planiranje na festivalima, također značajno utječu na posjetitelje. Vrijeme održavanja festivala, poput godišnjih odmora ili praznika, kao i povoljni vremenski uvjeti, mogu biti presudni za odlazak na putovanje. U nastavku su detaljno analizirani utjecaji na potražnju za odabranim festivalima, prikazani pojedinačno u tablicama.

**Tablica 6. Analiza utjecaja - Burning Man**

Vrste utjecaja	Opis
<b>Socio-kulturni</b>	Posvećenost duhu zajednice, individualnost, samoodrživost, međusobno pomaganje,
<b>Ekonomski</b>	Višeslojni sustav cijena ulaznica s opcijama za osobe s niskim prihodima; podržan prodajom ulaznica i donacijama
<b>Tehnološki</b>	Snažna online prisutnost i angažman zajednice putem društvenih medija i službene web stranice
<b>Sezonski</b>	Vrijeme održavanja krajem ljeta; povoljni vremenski uvjeti; planiranje odmora oko festivala

Izvor: samostalna izrada autorice prema službenoj stranici, Burning Man Project. (2019.): "Burning Man - Welcome Home." Dostupno na <https://burningman.org/> (pristupljeno 23.05.2024.)

Razumijevanje socio-kulturnih čimbenika potražnje posjetitelja je ključno, pogotovo za odabir festivala. *Burning Man* nije samo događaj, već društveni pokret koji privlače pojedince koji traže duboka društvena i umjetnička iskustva koja se ne mogu pronaći u tradicionalnim festivalima. Socio-kulturni čimbenici, poput naglaska na sudjelovanju

i doprinosu, osiguravaju da svaki sudionik aktivno doprinosi stvaranju festivala. Ovo stvara osjećaj pripadnosti i zajedništva, samoodrživosti, međusobnom pomaganju, individualnosti što je jak motiv za sudionike da se vraćaju svake godine. Socio-kulturni čimbenici osiguravaju da festival ostane vjeran svojim temeljnim principima, što je ključ za održavanje autentičnosti festivala. Sudionici cijene ovo autentično iskustvo koje se temelji na zajedničkim vrijednostima, a ne na komercijalnim interesima. Festival potiče sudionike na kreativnost i inovaciju kroz umjetničke projekte i performanse. To ne samo da obogaćuje iskustvo sudionika, već doprinosi i razvoju novih ideja i koncepata koji mogu imati širi društveni utjecaj. S ekonomskog promatranja, jesu cijene ulaznica i samoj pristupačnosti. Smanjenje raspoloživog dohotka među potencijalnim sudionicima može smanjiti potražnju. Festival odgovara fleksibilnim cijenama ulaznica i promicanjem podrške zajednice i volonterstva kako bi održao angažman. *Burning Man* ima višeslojni sustav cijena ulaznica, uključujući opcije za osobe s niskim prihodima, što ga čini pristupačnim široj publici. Proračun festivala podržavaju prodaja ulaznica i donacije, osiguravajući njegovu nekomercijalnu etiku dok pokriva operative troškove. Festival nudi razne razine cijena ulaznica, uključujući: *FOMO Sale* ulaznice po cijeni od \$ 1,500 i \$ 2,500 plus primjenjive naknade i porezi, zatim *stewards* prodaja po \$ 575, *Ticket Aid Program* od \$225 za osobe s niskim prihodima i na kraju *Main Sale* i *OMG Sale* po cijeni od \$575.<sup>162</sup> Osim toga, postoje i troškovi za vozila, porezi, i naknade za obradu plaćanja. Prihodi koje festival ostvaruje ne dolaze samo od prodaje ulaznica, već i od donacija i drugih oblika financijske potpore. Godišnji prihodi festivala prelaze 8 milijuna dolara, što uključuje prodaju ulaznica, donacije i druge izvore prihoda.<sup>163</sup> Sva vozila koja ulaze u *Black Rock City* moraju imati važeću propusnicu za vozila. Festival uspostavlja snažnu online prisutnost i angažman zajednice putem raznih platformi i metoda. Službena web stranica festivala je središnje mjesto gdje sudionici, poznati kao “burneri”, mogu pronaći detaljne informacije o događajima, volonterskim prilikama i smjernicama zajednice. Stranica nudi opsežne resurse, uključujući *Burning Man Journal* koji objavljuje članke i ažuriranja o festivalu i povezanim aktivnostima. Burning Man također intenzivno koristi društvene medije. Facebook stranica *Burning Man Projecta* omogućuje Burnerima da dijele fotografije,

---

<sup>162</sup> Burning Man (2024.): “Burning Man Tickets.” Dostupno na <https://tickets.burningman.org/> (pristupljeno 20.05.2024.)

<sup>163</sup> Burning Man Project (2024.): “What Is Burning Man?” Dostupno na <https://burningman.org/about/about-us/press-media/press-kit/> (pristupljeno 25.05.2024.)

videozapise i priče te se povezuju tijekom cijele godine. Isto tako, festival održava Twitter račun (@burningman) koji pruža ažuriranja i angažira zajednicu tijekom cijele godine. Forum *ePlaya* je još jedna značajna platforma gdje Burneri mogu međusobno komunicirati, dijeliti iskustva i planirati buduće događaje. Za one koji su zainteresirani za strukturiraniju suradnju, *Spark* sustav olakšava projektne suradnje povezivanjem osoba sličnih interesa. Osim toga, festival promiče cjelogodišnji angažman zajednice kroz inicijative poput *Burners Without Borders*, koja organizira volonterske napore u pomoći kod katastrofa i građanskih projekata, odražavajući *Burning Manove* principe građanske odgovornosti i zajedničkog truda. Ove višestruke online interakcije osiguravaju da zajednica *Burning Mana* ostaje živahna i povezana i izvan godišnjeg događaja u *Black Rock Cityju*, ali istodobno omogućava širenje informacija i povezanost sudionika iz cijelog svijeta. Udaljeno i teško pustinjskog okruženje *Burning Man* festivala predstavlja izazov, ali i posebnost koja privlači mnoge sudionike. Ovi okolišni uvjeti zahtijevaju temeljitu pripremu i prilagodbu, što doprinosi jedinstvenom iskustvu i osjećaju postignuća. Potencijalni posjetitelji moraju biti spremni na ekstremne temperature, jake vjetrove i obilje prašine. Ovaj izazov može biti privlačan avanturistima i onima koji žele testirati svoje granice u neobičnim uvjetima. Ekološka održivost je također ključan aspekt koji privlači ekološki osviještene posjetitelje. Princip "*Leave No Trace*" i naponi festivala u postizanju ciljeva održivosti do 2030. godine, uključujući smanjenje upotrebe fosilnih goriva, privlače one koji su posvećeni očuvanju okoliša i održivom načinu života.<sup>164</sup> Vrijeme održavanja je krajem osmog mjeseca, što je idealno i atraktivno vrijeme ne samo zbog meteoroloških uvjeta otvorenog prostora, već i zbog perioda godišnjih odmora. Nekim posjetiteljima kraj ljeta može imati posebnu simboliku ili biti u skladu s njihovim osobnim ili profesionalnim promjenama, dodajući tako festivalu određeni sentimentalni značaj. Stabilno i suho vrijeme tijekom dana i ugodne temperature noću omogućavaju sudionicima da se potpuno posvete događaju bez brige o ekstremnim vremenskim uvjetima. Ovaj vremenski okvir također omogućava sudionicima da iskoriste svoje godišnje odmore, često kombinirajući odlazak na festival s dužim putovanjima. To čini festival privlačnim za one koji traže jedinstveni način za provesti svoj godišnji odmor, integrirajući avanturu, umjetnost i zajednicu u jednom događaju. Slijedi tablica 7., analiza utjecaja na festival *Glastonbury*.

---

<sup>164</sup> Ibid.

**Tablica 7. Analiza utjecaja - Glastonbury festival**

Vrste utjecaja	Opis
<b>Socio-kulturni</b>	Promovira multikulturalizam i socijalnu koheziju, osjećaj zajedništva i pripadnosti, platforma za društvene i političke rasprave
<b>Ekonomski</b>	Značajan financijski doprinos lokalnoj i nacionalnoj ekonomiji, zapošljavanje lokalne radne snage, utjecaj cijena ulaznica na posjećenost i ukupne prihode festivala,
<b>Tehnološki</b>	Globalna vidljivost, angažman publike putem digitalnih platformi, efikasnost prodaje ulaznica i robe, <i>streaming</i> performansa
<b>Sezonski</b>	sezonski porast broja posjetitelja i turističkih aktivnosti (ljetno, ugodna atmosfera)

Izvor: samostalna obrada autorice prema službenoj stranici, Glastonbury festival (2021.): "Glastonbury Festival - Home." Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/> (pristupljeno 23.05.2024.)

*Glastonbury* Festival okuplja ljude različitih kulturnih i društvenih pozadina. Posjetitelji festivala dolaze iz cijelog svijeta, donoseći sa sobom raznolike tradicije, jezike i običaje. Ova raznolikost doprinosi bogatom kulturnom iskustvu za sve sudionike, promičući razumijevanje i poštovanje među različitim zajednicama. Festival također služi kao platforma za isticanje važnih društvenih i političkih pitanja. Tijekom godina, festival je bio domaćin brojnih panela, diskusija i radionica koje se bave temama kao što su rasa, spol, klasa, klimatske promjene i ljudska prava.<sup>165</sup> Ove aktivnosti potiču svijest i angažman posjetitelja, te ih potiču na razmišljanje i djelovanje u svojim zajednicama. Festival nije samo glazbeni festival, već i prostor za razne oblike umjetničkog izraza. Festival uključuje performanse iz područja kazališta, plesa, vizualnih umjetnosti i književnosti, što stvara bogato i raznoliko kulturno iskustvo za posjetitelje. Ova raznolikost doprinosi jedinstvenosti festivala i privlači široku publiku. Tehnološki napreci igraju ključnu ulogu u organiziranju festivala, poboljšavajući iskustvo posjetitelja, povećavajući održivost i proširujući doseg festivala. Različite platforme prenose festival uživo, omogućujući milijunima ljudi diljem svijeta da dožive

<sup>165</sup> Galo, G. (2023.): "The Latest Glastonbury Festival Facts & Stats | Truly Experiences." Truly Experiences Blog. Dostupno na <https://trulyexperiences.com/blog/glastonbury-festival-facts-trends-statistics-for-2022-and-2023/> (pristupljeno 25.05.2024.)

festival online. Ovi prijenosi povećavaju globalnu vidljivost festivala i privlače nove posjetitelje, koji možda ne bi mogli prisustvovati događaju uživo, ali su motivirani doći zbog atraktivnosti i kvalitete iskustva koje su vidjeli online.<sup>166</sup> Festival ima mobilnu aplikaciju koja posjetiteljima pomaže u navigaciji, pronalaženju informacija o izvođačima i planiranju njihovog iskustva. Društvene mreže omogućuju dijeljenje iskustava u stvarnom vremenu, čime se povećava angažman i interes publike. Napredni sustavi za online rezervaciju ulaznica uključuju sigurnosne mjere poput potvrde identiteta kako bi se osigurala sigurnost transakcija. Ovaj sustav smanjuje poteškoće u kupnji ulaznica i povećava povjerenje posjetitelja u organizaciju festivala.<sup>167</sup> Korištenje ovih tehnologija ne samo da poboljšava operativnu učinkovitost festivala, već i povećava zadovoljstvo posjetitelja, što u konačnici dovodi do veće potražnje za sudjelovanjem. Ekonomski čimbenici povezani s prodajom ulaznica i financijskim utjecajem festivala značajno doprinose lokalnoj i nacionalnoj ekonomiji. U 2023. godini prodaja ulaznica za festival bila je izuzetno uspješna, s oko 142.000 prodanih ulaznica.<sup>168</sup> Cijena ulaznice iznosila je £335 plus £5 naknade za rezervaciju, što predstavlja značajan porast u odnosu na prethodne godine. Sve ulaznice za standardni ulaz prodane su unutar 61 minute, unatoč tehničkim problemima na web stranici. Festival nudi nekoliko vrsta ulaznica koje se mogu kupiti, a svaka vrsta ima svoje specifičnosti i pogodnosti. To su, između ostalog, ulaznice za djecu, nedjeljne ulaznice, ulaznice za lokalno stanovništvo te ulaznice s uključenim putovanjem autobusom. Različiti tipovi ulaznica osiguravaju da svi zainteresirani mogu pronaći odgovarajuću opciju za sudjelovanje na Glastonbury Festivalu, bilo da su lokalni stanovnici, dolaze autobusom ili planiraju prisustvovati cijelom vikendu. Ukupni ekonomski utjecaj festivala u 2023. procijenjen je na £168 milijuna, od čega je £32 milijuna generirano za lokalne tvrtke u *Somersetu*. Troškovi organizacije festivala iznosili su £62 milijuna, od čega je gotovo £12 milijuna uplaćeno tvrtkama. Posjetitelji festivala potrošili su dodatnih £1.6 milijuna u lokalnoj zajednici, uključujući hranu, piće i druge potrepštine.<sup>169</sup> Lokalne tvrtke, uključujući hotele, B&B-ove i trgovine, značajno

---

<sup>166</sup> Ibid.

<sup>167</sup> Glastonbury festival (2023.): "Glastonbury Festival - Tickets." Digital, Pretty Good. Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/Information/tickets/> (pristupljeno 22.05.2024.)

<sup>168</sup> Glastonbury festival (2023.): "Glastonbury Festival - Economic Impact Summary 2023." Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/information/educational-resources/economic-impact-summary-2023/> (pristupljeno 23.05.2024.)

<sup>169</sup> Ibid.

profitiraju tijekom festivala. Oko 900 posjetitelja ostaje u lokalnim smještajima, trošeći ukupno £450,000. <sup>170</sup> Također, oko 4.000 posjetitelja boravi u privatnim kampovima, što donosi dodatnih £6.5 milijuna lokalnoj ekonomiji. Festival direktno i indirektno podržava preko 1.100 radnih mjesta u UK-u, od kojih je 325 u Somersetu. Festival također zapošljava oko 80 ljudi za rad u uredu tijekom cijele godine i dodatnih 1.750 radnika tijekom samog događaja.<sup>171</sup> Vrijeme održavanja festivala, koji se svake godine održava krajem lipnja, značajno utječe na potražnju među posjetiteljima. Prednosti ljetnih vremenskih uvjeta pogodni za događaje na otvorenom. Ljetno razdoblje pruža stabilnije i toplije vremenske uvjete, idealne za održavanje festivala na otvorenom. Posjetitelji su skloniji prisustvovati događajima na otvorenom kada je vrijeme ugodno, što povećava privlačnost i potražnju za festivalom. Na kraju, slijedi i zadnja tablica 8., analiza utjecaja potražnje na festival *Las Fallas*.

**Tablica 8. Analiza utjecaja - *Las Fallas***

Vrste utjecaja	Opis
<b>Socio-kulturni</b>	Promovira kulturni identitet Valencije, socijalnu koheziju, zajedništvo i platformu za kulturne i tradicionalne izraze
<b>Ekonomski</b>	Značajan financijski doprinos lokalnoj ekonomiji, rast prihoda iz turizma, zapošljavanje lokalne radne snage, razvoj lokalne infrastrukture,
<b>Tehnički</b>	Globalna vidljivost, angažman publike putem digitalnih platformi, efikasnost prodaje ulaznica i robe, <i>streaming</i> performansa
<b>Sezonski</b>	Tradicionalna proslava proljeća (ožujak – održavanja prije početka glavne sezone), potencijalni godišnji kraći odmori, školski praznici, povoljni vremenski uvjeti

Izvor: samostalna izrada autorice prema službenoj stranici, Travelina (2020.): "Fallas U Valenciji – Najvažniji Dani U Godini U Valenciji • Travelina." *Travelina*. Dostupno na <https://travelina.com.hr/fallas-u-valenciji-najvazniji-dani-u-godini-u-valenciji/> (pristupljeno 24.05.2024.)

<sup>170</sup> Ibid.

<sup>171</sup> Ibid.

*Las Fallas* okuplja zajednice iz cijele Valencije i šire, promovirajući multikulturalizam i socijalnu koheziju. Multikulturalni aspekt festivala dodatno se ističe kroz sudjelovanje međunarodnih posjetitelja i zajednica koje donose svoje kulturne elemente, stvarajući bogatu i dinamičnu atmosferu. Koncerti, ulične zabave i razne gastronomske ponude dodatno obogaćuju iskustvo, omogućujući posjetiteljima da urone u raznolikost okusa i zvukova Valencije. Festival ne samo da promiče kulturni identitet i tradiciju Valencije, već i potiče dijalog i razmjenu između različitih kultura, čime doprinosi globalnom razumijevanju i toleranciji. Ova jedinstvena kombinacija umjetnosti, kulture, zajedništva i zabave čini festival jednim od najpoznatijih festivala na svijetu, čija popularnost i potražnja neprestano rastu. Festival ima značajan ekonomski utjecaj na regiju, te je 2023. godine generirao ekonomski učinak od oko 732 milijuna eura i stvorio približno 6.500 radnih mjesta.<sup>172</sup> Cijene ulaznica variraju ovisno o događaju i pristupu. Na primjer, vaučeri za pristup specijalnoj sekciji *Fallas*, koji posjetiteljima omogućuju ulaz u ograđena područja oko glavnih falla, koštaju oko 15 eura i vrijede od 16. do 19. ožujka.<sup>173</sup> Ovi vaučeri često se brzo rasprodaju. Vođene ture *Fallas*, dostupne ujutro, poslijepodne i navečer, koštaju oko 18 eura svaka, ali su također obično unaprijed rasprodane.<sup>174</sup> Ekonomske koristi festivala nadilaze izravnu potrošnju. Festival poboljšava imidž grada i doprinosi društvenoj koheziji i kulturnom ponosu, iako su ove nematerijalne koristi teže kvantificirati. Festival se održava u ožujku, kada su vremenski uvjeti u Valenciji obično blagi, što je idealno za ovaj spektakularni događaj. Održavanje festivala prije početka glavne turističke sezone omogućava lokalnoj zajednici da privuče posjetitelje u vrijeme kada su smještaj i putovanja još uvijek pristupačniji. Proletni termini festivala također omogućavaju potencijalne kraće godišnje odmore i školske praznike, što dodatno povećava broj posjetitelja. Obitelji s djecom mogu iskoristiti ovaj period za zajednički odmor i uživanje u festivalu. Vremenski uvjeti u ožujku obično su povoljni, s blagim temperaturama koje omogućavaju ugodan boravak na otvorenom. To je važno jer se mnoge aktivnosti odvijaju vani, uključujući paradu, vatromete i spektakularne krijesove.

---

<sup>172</sup> Moisés, D. (2024.). "Las Fallas de València Ya Conocen Su Impacto Económico: Es El 0,14 Por Ciento Del PIB Valenciano." *Levante-EMV*. Dostupno na <https://www.levante-emv.com/fallas/2024/03/06/fallas-conocen-impacto-economico-0-99081127.html> (pristupljeno 27.05.2024.)

<sup>173</sup> Visit Valencia (2024.). "Tickets to the Fallas of Special Section | Visit Valencia." Dostupno na <https://www.visitvalencia.com/en/shop/fallas/tickets-special-section-fallas> (pristupljeno 27.05.2024.)

<sup>174</sup> Ibid.

### 6.3. Izazovi upravljanja atrakcijama

Upravljanje turističkim atrakcijama suočava se s brojnim izazovima koji zahtijevaju pažljivo planiranje i implementaciju strategija kako bi se održala održivost i kvaliteta iskustva posjetitelja. Izazovi uključuju prilagodbu na brze promjene u turističkim trendovima i očekivanjima, upravljanje utjecajem na okoliš i lokalnu zajednicu, te osiguravanje sigurnosti i zadovoljstva posjetitelja u svim aspektima. Osim toga, atrakcije moraju kontinuirano inovirati i unapređivati svoju ponudu kako bi ostale konkurentne i privlačne u sve zahtjevnijem globalnom tržištu. Prvi veliki izazov je održivost, posebice u kontekstu ekološke svijesti. Festivali su pod pritiskom da minimiziraju svoj utjecaj na okoliš, što uključuje upravljanje otpadom, smanjenje upotrebe jednokratnih materijala, implementaciju obnovljivih izvora energije i zaštitu lokalnih resursa. Osim toga, postoji i sve veća potreba za transparentnim prikazivanjem ekoloških napora kako bi se privukli posjetitelji i sponzori koji vrednuju održive prakse. Drugi izazov je uključivanje lokalne zajednice. Festivali često stvaraju pritisak na lokalne resurse, dovodeći do povećanja cijena, buke, i gužvi, što može negativno utjecati na lokalno stanovništvo. Stoga je ključno da festivali surađuju s lokalnim poduzetnicima, zapošljavaju lokalne radnike, i vraćaju zajednici kroz društvene projekte kako bi se osigurala podrška i održivost. Sigurnost posjetitelja je postala primarni fokus, pogotovo u svjetlu globalnih sigurnosnih izazova i zdravstvenih kriza kao što je pandemija COVID-19. Festivali moraju implementirati mjere koje osiguravaju fizičku, zdravstvenu, i digitalnu sigurnost, uključujući napredne protokole za provjeru ulaznica, sanitarne mjere, i zaštitu osobnih podataka posjetitelja. Tu je i tehnološka integracija koja također igra ključnu ulogu. Posjetitelji očekuju glatko i personalizirano iskustvo, što se može postići kroz mobilne aplikacije, RFID tehnologiju, virtualnu stvarnost, i *streaming* uživo za one koji ne mogu prisustvovati osobno. Konačno, postoji snažan pritisak na festivalima da budu društveno odgovorni, što uključuje osiguravanje inkluzivnosti, pristupačnosti, i poštivanje etičkih standarda. Odgovaranje na ove trendove i izazove nije samo ključno za zadovoljstvo posjetitelja i održivost festivala, već i za njihovu sposobnost da ostvare pozitivan utjecaj na društvo i okoliš. Organizatori moraju biti proaktivni i inovativni u svojim pristupima kako bi osigurali dugoročni uspjeh svojih događanja. Kroz ovaj pristup, festivali ne samo da odgovaraju na trenutne potrebe i očekivanja, već i postavljaju temelje za buduću uspješnost i značaj u sve dinamičnijem i zahtjevnijem globalnom tržištu. No, osim



navedenog, usredotočit ćemo se i na specifične izazove s kojima se svaki pojedinačno festival suočava. Razumijevanje ovih jedinstvenih izazova omogućit će nam dublje uvide u potrebe i strategije koje su ključne za uspjeh svakog festivala posebno. U nastavku slijedi opis izazova sa rješenjima.

Upravljanje atrakcijama festivala *Burning Man* predstavlja izazove zbog prirode ovog velikog događaja. Jedan značajan izazov je oslanjanje na veliki volonterski rad. *Burning Man* se gotovo u potpunosti gradi od strane volontera i to brojkom od 7000 ljudi, uz podršku malog broja cjelogodišnjeg osoblja i sezonskih radnika koji je oko 1700 ljudi.<sup>175</sup> Osiguravanje dobrobiti i motivacije tih volontera je ključno. To uključuje pružanje kvalitetnog iskustva i poticanje osjećaja zajedništva i predanosti među novim i povratničkim sudionicima kako bi se grad uspješno izgradio. Još jedan veliki izazov je surovo pustinjско okruženje. Sudionici moraju brzo naučiti kako se samoorganizirati i upravljati svojim resursima, budući da su zalihe ograničene. Arhitektonski projekti, koje često preuzimaju studenti sveučilišta, suočavaju se s poteškoćama zbog ekstremnih uvjeta i potrebe za inovativnim rješavanjem problema.<sup>176</sup> Balansiranje inkluzivnosti s visokim cijenama ulaznica i upravljanje priljevom imućnih sudionika koji možda neće u potpunosti poštivati ove principe predstavlja trajne izazove. Festival se zalaže za nepostojanje komercijalnih sponzora, transakcija ili oglašavanja, no kako događaj privlači sve više imućnih sudionika, postoji rizik da se taj princip erodira. Imućni sudionici ponekad donose luksuzne kampove i resurse koji nisu dostupni većini, čime se stvara socijalna neravnoteža i narušava duh zajedničkog napora i radikalne samodostatnosti.<sup>177</sup> Također, jedan od izazova je zastarjela infrastruktura. Kako festival postaje sve složeniji, infrastruktura koja podržava događaj također se mora prilagoditi i održavati. To uključuje korištenje kontejnera, dizalica i drugih fizičkih objekata koji se moraju redovito održavati i u koje se mora ulagati kako bi se osigurao njihov siguran i učinkovit rad.<sup>178</sup> Održavanje i obnavljanje infrastrukture ključno je za osiguranje da svi sudionici mogu imati sigurno i ugodno iskustvo. Kako festival postaje

---

<sup>175</sup> Palumbo, J. (2019.): "Richard Misrach's Photos of Burning Man's Early Years." *Artsy*. Dostupno na <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-richard-misrachs-rarely-seen-photos-capture-burning-mans-early-experimental-years> (pristupljeno 28.05.2024.)

<sup>176</sup> Ibid.

<sup>177</sup> McCaffrey, J. (2010.): "Burning Man: Transforming Community through countercultural ritual process" *Centre for sensory studies* Concordia University. Dostupno na <https://centreforsensorystudies.org/burning-man-transforming-community-through-countercultural-ritual-process/> (pristupljeno 28.05.2024.)

<sup>178</sup> Ibid.

sve veći, infrastruktura se mora prilagođavati sve većem broju ljudi i sve složenijim potrebama. Osim toga, s obzirom na surove uvjete u pustinji, oprema i strukture se brže troše i oštećuju, što dodatno otežava održavanje infrastrukture. Potrebno je stalno ulaganje i inovacije kako bi se osiguralo da svi dijelovi infrastrukture mogu izdržati teške uvjete i zahtjeve festivala.

Upravljanje dolaskom i odlaskom oko 135,000 posjetitelja Glastonbury festivala zahtijeva detaljno planiranje.<sup>179</sup> Potrebno je osigurati učinkovit prometni tok kako bi se izbjegle gužve i kašnjenja, što uključuje koordinaciju javnog prijevoza, parkirališta i sigurnosnih mjera, a preko 10 pozornica i stotinama izvođača, organizacija zahtijeva preciznu koordinaciju vremena nastupa, postavljanja i demontiranja opreme te koordinaciju tehničkih timova. Upravljanje prometom i gužvom (SRL), isporučio je integrirano rješenje za događaje kao podršku planu upravljanje prometom. To je najveći proizvođač i dobavljač mobilnih ITS-a (inteligentnih transportnih sustava). Glasnogovornik tima festivala izjavio je kako je SRL (*Traffic Management Solutions*)<sup>180</sup> stvorio „sophisticirano, praktično rješenje kao potpora cjelokupnom planu upravljanja prometom osmišljenim da sigurno, učinkovito i održivo pomogne u upravljanju prometom do i unutar mjesta, dok se ne-festivalski promet održava dobrim protokom u okolnom području. Ovo je ključni dio iskustva posjetitelja i zaista smo zadovoljni poslom koji je tvrtka dovršila.“<sup>181</sup> Festivalu Glastonbury je isporučio niz rješenja za upravljanje prometom, što je uključilo VMS, CCTV i ANPR kamere i zaštitne barijere za radnu zonu – kao podršku svom prometnom planu.<sup>182</sup> Veliki broj ljudi na jednom mjestu dovodi i do povećane količine otpada. Glastonbury festival naglašava održivost kroz upotrebu obnovljivih izvora energije, zabranu jednokratne plastike i poticanje reciklaže. Festival ima vlastiti pogon za reciklažu i koristi kompostne toalete za smanjenje otpada. Također, postavljene su solarne ploče i bioplinska postrojenja kako

---

<sup>179</sup> Scott, D. (2024.): “How Many People Will Attend Glastonbury Festival 2024?” *Metro*. Dostupno na <https://metro.co.uk/2024/06/25/many-people-will-attend-glastonbury-festival-2024-21098834/> (pristupljeno 25.06.2024.)

<sup>180</sup> “SRL Traffic Systems.” Dostupno na <https://www.srl.co.uk/> (pristupljeno 28.06.2024.)

<sup>181</sup> Davis, A. (2023.): “Glastonbury Festival Relies on SRL Traffic Management Solutions.” *Highways Today*. Dostupno na <https://highways.today/2023/06/29/glastonbury-srl/> (pristupljeno 22.05.2024.)

<sup>182</sup> Stone, T. (2023.): “SRL Celebrates Successful Traffic and Crowd Management at Glastonbury Festival.” *Traffic Technology Today*. Dostupno na <https://www.traffictotechnologytoday.com/news/event-news/srl-celebrates-successful-traffic-and-crowd-management-at-glastonbury-festival.html> (pristupljeno 30.05.2024.)

bi se smanjila upotreba fosilnih goriva.<sup>183</sup> Potiču ljude da na festival dolaze s javnim prijevozom, aktivno koriste društvene mreže i web stranicu za pobuđivanje svijesti o otpadu i snažno promiču poruku “Voli farmu, ne ostavljaj tragove“ te provode inicijative poput *Black2Nature* koja povezuje obitelji i djecu s prirodnim svijetom. Lokalno stanovništvo ima miješane osjećaje prema *Glastonbury* festivalu. S jedne strane, festival donosi značajne ekonomske koristi kroz povećanje prodaje u lokalnim trgovinama, rezervacija smještaja i zapošljavanje lokalnog stanovništva tijekom događaja. S druge strane, festival stvara negativne učinke poput buke, gužve i narušavanja svakodnevnog života. Festival generira visoku razinu buke koja može ometati svakodnevni život lokalnih stanovnika. Osim toga, veliki broj posjetitelja stvara prometne gužve, što može biti frustrirajuće za lokalne vozače i stanovnike. Organizatori festivala rade na smanjenju ovih negativnih utjecaja kroz različite mjere. Aktivno surađuju s lokalnim vlastima i zajednicama kako bi se osiguralo da ekonomske koristi nadmašuju negativne učinke. To uključuje redovite sastanke s lokalnim vlastima, transparentno planiranje i brzo rješavanje problema koji se pojave. Festival implementira različite mjere kako bi smanjio buku i gužve. To uključuje kontrolu glasnoće zvuka na pozornicama, usmjeravanje prometa putem signalizacije i nadzor prometa pomoću CCTV kamera.<sup>184</sup> Također, festival potiče korištenje javnog prijevoza kako bi smanjio prometno opterećenje na lokalnim cestama. Neke od financijskih izazova, jesu povezani s troškovima održivosti pošto se festival zalaže za održivost, što uključuje značajna ulaganja u obnovljive izvore energije i reciklažne programe. Na primjer, festival koristi solarne panele i bioplinska postrojenja za smanjenje upotrebe fosilnih goriva,<sup>185</sup> što dodatno povećava troškove, ali dugoročno doprinosi smanjenju ekološkog otiska. Ove inicijative, iako skupe, ključne su za očuvanje okoliša i smanjenje emisija CO<sub>2</sub>.

---

<sup>183</sup> Glastonbury festival: “Glastonbury Festival - Impact Summary.” Digital, *Pretty Good*. Dostupno na <https://cdn.glastonburyfestivals.co.uk/information/sustainability/impact-summary/> (pristupljeno 30.05.2024.)

<sup>184</sup> Ibid.

<sup>185</sup> Glastonbury festival: “Glastonbury Festival - Energy Policy.” Digital, *Pretty Good*. Dostupno na <https://cdn.glastonburyfestivals.co.uk/information/sustainability/our-green-policies/energy-policy/> (pristupljeno 30.05.2024.)

*Las Fallas*, suočava se s visokim financijskim opterećenjima, posebice zbog troškova izrade *fallasa* (velikih skulptura koje se na kraju festivala spaljuju). Izrada jedne *fallase* može koštati od nekoliko tisuća do nekoliko stotina tisuća eura, ovisno o veličini i kompleksnosti skulpture. Mnoga lokalna poduzeća, međunarodne tvrtke i pojedinci sudjeluju u sponzoriranju festivala kako bi pomogli u pokrivanju troškova. Ova sponzorstva pomažu smanjiti financijski pritisak (članove *fallas* udruženja) koji su odgovorni za izradu skulptura.<sup>186</sup> Dok je pristup festivalu besplatan, prodaja ulaznica za posebne događaje, vodiče, suvenire i druge promocijske materijale također pridonosi financiranju festivala. Skulpture su izrađene od drva, kartona, i papira, što zahtijeva značajna financijska ulaganja. Izrada skulptura uključuje rad brojnih umjetnika i obrtnika. Članovi udruženja često dobrovoljno rade, ali stručnjaci za izradu skulptura i vatromet često zahtijevaju profesionalne naknade. Značajan dio radne snage festivala čine volonteri iz lokalnih zajednica. Ovi volonteri doprinose svojim vremenom i vještinama izradi i ukrašavanju skulptura, organiziranju parada i upravljanju događanjima. Ovo sudjelovanje zajednice smanjuje troškove rada i potiče snažan osjećaj pripadnosti i ponosa među stanovnicima. Kroz cijelu godinu, udruženja organiziraju događaje za prikupljanje sredstava kao što su večere, tombole i aukcije. Osim toga, prodaja festivalskih suvenira, uključujući tradicionalne kostime, suvenire i publikacije, generira prihod koji podržava aktivnosti i troškove festivala. Kombiniranjem javnog i privatnog financiranja, angažmana zajednice i učinkovitog upravljanja resursima, festival uspijeva održati svoje živopisne i raskošne proslave dok se suočava sa značajnim financijskim zahtjevima festivala. Suočava se i s brojnim sigurnosnim izazovima zbog opsežne upotrebe vatrometa i lomača. Ovi izazovi zahtijevaju pažljivo planiranje sigurnosnih mjera i uključivanje vatrogasnih brigada kako bi se osigurala sigurnost sudionika i posjetitelja. Tijekom festivala, vatrogasne službe diljem grada, osobito tijekom *La Cremà* (završnog spaljivanja skulptura), kada je rizik od požara najveći. Vatrogasci prate spaljivanje svake skulpture kako bi osigurali da se požari ne prošire na okolne zgrade. Također koriste vodene šmrkove za kontrolu plamena i zaštitu okoline. Iako su vatrometi važan dio festivala, sigurnosne mjere uključuju ograničenja u pogledu količine i vrste vatrometa koji se mogu koristiti. Vatrometi su regulirani i nadzirani od strane stručnih pirotehničara kako bi se smanjio rizik od

---

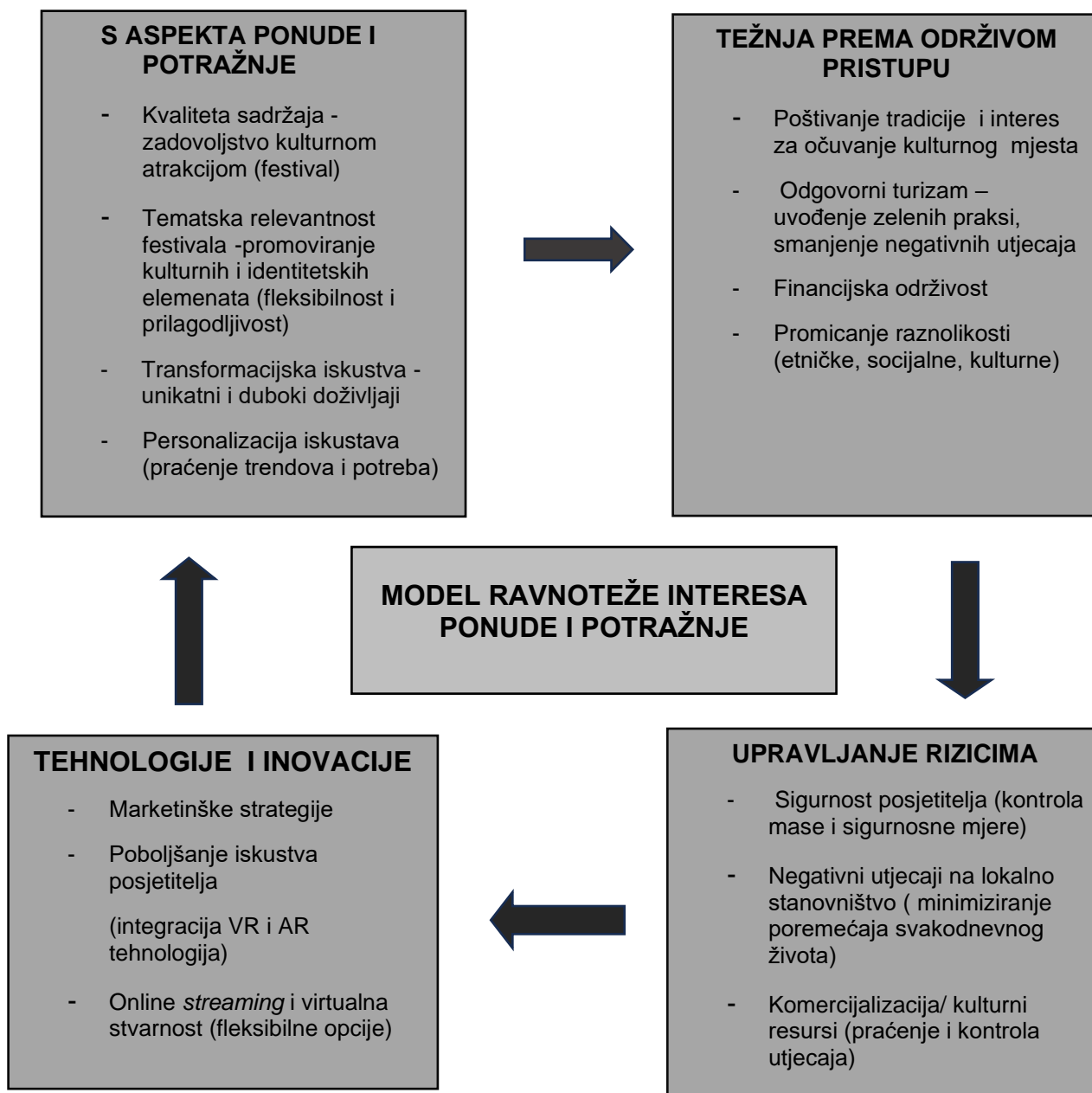
<sup>186</sup> Gomez, T. (2020.). "Everything You Need to Know about Las Fallas Festival in Valencia, Spain." *Brogan Abroad*. Dostupno na <https://broganabroad.com/fallas-festival-valencia-guide/> (pristupljeno 31.05.2024.)

nezgoda. Na primjer, glavni vatrometi, poput *Mascletà* i *Nit del Foc*, održavaju se na za to predviđenim mjestima i pod strogim nadzorom. Organizatori festivala provode kampanje za podizanje svijesti među sudionicima i posjetiteljima o sigurnosnim pravilima i ponašanju. Ovo uključuje upute o sigurnom rukovanju vatrometom, izbjegavanju pretrpanih područja i poštivanju sigurnosnih zona. Spaljivanje *fallasa* doprinosi zagađenju zraka i degradaciji okoliša. Skulpture se sve više izrađuju od recikliranih materijala kako bi se smanjila količina otpada. Upotreba biorazgradivih materijala poput određenih vrsta papira i ljepila smanjuje štetne emisije. Upravljanje velikim posjetima, otpadom i opterećenjem lokalne infrastrukture tijekom festivala je jedan od izazova s kojim se suočavaju. Festivalu prisustvuje veliki broj ljudi, zato su se pobrinuli da uvođenje dodatnih autobusa i biciklističkih staza za vrijeme trajanja festivala smanjuje prometne gužve i opterećenje lokalnih prometnica. Kao i postavljanjem sigurnosnih zona i ograničavanjem broja ljudi na kritičnim mjestima kako bi se smanjile gužve. Što se tiče kulturnog integriteta, balansiranje tradicionalnih aspekata s pritiscima komercijalizacije kako festival stječe međunarodnu slavu. Pružanje platforme lokalnim umjetnicima i obrtnicima za prikazivanje njihovih radova, čime se potiče očuvanje kulturnog naslijeđa i osigurava da tradicionalni elementi festivala ostanu istaknuti unatoč komercijalnim pritiscima.

#### **6.4. Prijedlog modela ravnoteže interesa ponude i potražnje**

Organizacija uspješnog festivala zahtijeva pažljivo balansiranje interesa ponude i potražnje kako bi se postigla optimalna ravnoteža koja zadovoljava sve uključene strane. U ovom poglavlju predstaviti ćemo prijedlog modela ravnoteže interesa ponude i potražnje specifično prilagođeno festivalima. Cilj ovog modela je pružiti alat organizatorima koji će im pomoći u postizanju uspjeha kroz optimalnu alokaciju resursa, efikasno planiranje i zadovoljstvo publike.

**Shema 4. Prijedlog modela ravnoteže interesa ponude i potražnje**



Izvor: samostalna izrada autorice

Upravljanje festivalima predstavlja složen zadatak koji zahtijeva pažljivo balansiranje različitih utjecaja kako bi se osigurala uspješnost, kontinuitet i očuvanje kulturnih vrijednosti festivala te postizanje pozitivnih reakcija kod posjetitelja. Kvaliteta sadržaja presudna je za zadovoljstvo i prepoznatljivost festivala. Organizatori trebaju osigurati visokokvalitetne umjetničke performanse kako bi privukli publiku i zadržali njihov interes. Pored toga, mjesto održavanja, vrijeme i svi dodatni elementi igraju ključnu

ulogu u ukupnom doživljaju publike. Pažljivo odabrana lokacija može pridonijeti atmosferi događaja, dok pravovremeno održavanje performansa omogućava bolju posjećenost i veću uključenost publike. Dodatni elementi poput rasvjete, ozvučenja i scenskih rekvizita značajno utječu na percepciju i zadovoljstvo gledatelja. Tematska relevantnost festivala važna je u promoviranju kulturnih i identitetskih elemenata, omogućavajući festivalima da ostanu fleksibilni i prilagodljivi potrebama i interesima publike. Fleksibilni programi omogućuju prilagodbu sadržaja prema trenutačnim kulturnim trendovima i interesima publike, čineći festivale dinamičnim i relevantnim. Efikasno korištenje digitalnih i tradicionalnih marketinških kanala može povećati vidljivost festivala, što i je jedan od važnih ciljeva. Promocija treba isticati autentičnost i različitost, no istovremeno mora biti pažljivo osmišljena kako ne bi dovela do gubitka njihove izvorne vrijednosti. Ključno je zadržati suštinu festivala koja ih čini drugačijima. Transformacijska iskustva na festivalima promatraju se kroz unikatne i duboke doživljaje koji mogu imati dugotrajan utjecaj na sudionike, ali je važno razmotriti kako se takva iskustva stvaraju i održavaju, a da se pritom ne naruši njihov integritet kroz površnu izvedbu ili pretjeranu komercijalizaciju. Rješenje je stvoriti preduvjete da komercijalni aspekti ne nadvladaju suštinu i misiju festivala, omogućujući sudionicima da se istinski povežu, zabave i ostvare osobno ispunjenje. Festivali često imaju značajan utjecaj na lokalnu zajednicu, donoseći ekonomske i socijalne koristi. Kada su cijene ulaznica pristupačne, veći broj posjetitelja može doprinijeti lokalnoj ekonomiji putem potrošnje na smještaj, hranu i druge usluge. Festivali koji uspijevaju postići dobar balans između prihoda i troškova mogu dugoročno opstati i razvijati se. Cjenovna dostupnost može osigurati stabilan priljev posjetitelja, što je ključno za financijsku održivost događanja. Organizatori festivala koji se trude održati cijene ulaznica pristupačnim često stječu veću publiku. Održivi pristup festivalima nije samo trend, već nužnost za dugoročno očuvanje kulturnih i ekoloških resursa. Poštivanje lokalne kulture i tradicije, implementacija zelenih praksi ključni su elementi za postizanje dugoročnih ciljeva. Uspješan festival zadovoljava posjetitelje ispunjavanjem njihovih očekivanja, podržava lokalne zajednice, minimizira negativne utjecaje na okoliš i stvara dugoročnu vrijednost za sve uključene strane. Raznoliki festivalski programi koji uključuju različite etničke, socijalne i kulturne skupine privlače širu publiku i stvaraju inkluzivno okruženje. Raznolikost doprinosi bogatstvu iskustava i omogućava posjetiteljima da se upoznaju s različitim kulturama i običajima. To ne samo da obogaćuje festival, već i promiče toleranciju, razumijevanje i međukulturalni

dijalog. Uključivanjem raznovrsnih elemenata u festivalski program, organizatori mogu osigurati da se svi posjetitelji osjećaju dobrodošlo i uključeno, čime se povećava ukupno zadovoljstvo i pozitivna iskustva. Postizanje balansa između održivosti i uspjeha festivala u budućnosti će zahtijevati integraciju naprednih tehnologija, inovativnih pristupa i holističkog planiranja. Tehnologije i inovacije poput marketinških strategija baziranih na integraciji VR i AR tehnologija i online *streaminga* važne su u oblikovanju budućnosti festivala. Ove tehnologije omogućavaju personalizaciju, interaktivnost i globalni doseg, dok istovremeno donose izazove vezane uz troškove, tehničke zahtjeve i očuvanje autentičnosti. Ovo nam opet dovodi do pitanja ravnoteže između navedenih potreba i izazova uvođenja što će zahtijevat kontinuirano praćenje i traženje novih optimalnih rješenja. No, uspješan balans između elemenata omogućit će festivalima da zadovolje sve veće zahtjeve modernih posjetitelja, podrže održive prakse i stvore dugoročnu vrijednost za sve uključene strane. Upravljanje rizicima na festivalima budućnosti zahtijeva holistički pristup koji integrira sigurnosne mjere, smanjenje negativnih utjecaja na štetu lokalnog stanovništva i kontrolu komercijalizacije kako bi se očuvali kulturni resursi mjesta održavanja. Efikasna kontrola mase s jasno razrađenim planom odgovornog upravljanja prometom, bukom i otpadom pomoći će u postizanju sigurnog i ugodnog okruženja. Praćenje i kontrola komercijalizacije koja je ranije spomenuta u tekstu zahtijevaju održavanje autentičnosti, etičko sponzorstvo i kontinuirano praćenje utjecaja da osiguraju festivale da ostanu kulturno relevantni, stvarajući smisleno iskustvo za posjetitelje i zajednicu. Festivali analizirani u ranijim poglavljima pružaju primjere nadolazećim festivalima i onima u fazama promjena, pokazujući kako se mogu razvijati i pratiti različite trendove u personalizaciji iskustva i upravljanju organizacijom, a da pritom ne gube na svojoj prepoznatljivosti i kontinuitetu održavanja.



## 6.5. Kritički osvrt

Festivalski turizam, kroz razvojne strategije, ostaje relevantan i privlačan interesnim skupinama, istovremeno osiguravajući održivost, sigurnost i kvalitetno iskustvo za sve posjetitelje. Suočeni s globalnim promjenama i budućim izazovima, ključno je da se festivalski turizam razvija na održiv i inkluzivan način kako bi zadržao svoju važnost i pozitivan utjecaj na društvo. Uspješni festivali budućnosti bit će oni koji uspješno balansiraju inovacije s očuvanjem autentičnosti i održivosti, pružajući vrijednost kroz visoku kvalitetu.

Festivali imaju moć transformacije pojedinaca na načine koje je teško kvantificirati. Oni su mjesta gdje se brišu granice među ljudima, gdje se stvara osjećaj zajedništva i kulturološke razlike slave kroz umjetnost, glazbu i zajedničke aktivnosti. Festivali mogu biti prekretnice osjećaja i uzrok dobrog raspoloženja u razumijevanju društvenih vrijednosti i poboljšane socijalizacije. Tada možemo govoriti o transformativnom festivalskom turizmu. Međutim, važno je kritički promisliti o potencijalnim izazovima, kao što su komercijalizacija kulturnih resursa festivala, što može dovesti do gubitka autentičnosti i isključenja lokalne zajednice. Također, masovni turizam povezan s festivalima može izazvati negativne ekološke i socijalne posljedice ako se ne upravlja odgovorno. U tom kontekstu, ključ je razvijati strategije koje balansiraju ekonomske koristi s očuvanjem kulturne baštine i održivim praksama, osiguravajući da festivali ostanu inkluzivni i relevantni za sve sudionike.

U budućnosti, bi se trebao prepoznati i proširiti društveni potencijal koji festivali mogu ostvariti ujedno uložiti napore ka stvaranju događaja koji ne samo da zabavljaju, već i educiraju, inspiriraju i potiču na promišljanje. Integracija tehnologije također može unaprijediti festivalski doživljaj, omogućujući posjetiteljima pristup dodatnim informacijama, interaktivnim sadržajima i virtualnim događajima. Na taj način, festivali mogu proširiti svoj doseg i uključiti širu publiku, uključujući one koji nisu u mogućnosti fizički prisustvovati događaju. Uvođenjem digitalnih inovacija, organizatori festivala mogu prikupljati i analizirati podatke o posjetiteljima, što im omogućava bolje razumijevanje njihovih potreba i preferencija te prilagodbu sadržaja i usluga kako bi osigurali optimalno iskustvo za sve sudionike. Međutim, važno je da se na kraju ne izgubi lokalni karakter i autentičnost festivala. Važno je također, osigurati da festivali ostanu pristupačni i uključivi za sve društvene skupine. To uključuje pružanje

adekvatne infrastrukture i usluga za osobe s invaliditetom, stvaranje sigurnog i dobrodošlog okruženja za sve posjetitelje te promoviranje raznolikosti i inkluzije u svim aspektima festivalskog programa, kao i cjenovne dostupnosti.

Festivali će nastaviti biti ogledalo društvenih promjena, promicatelji kulturne raznolikosti i katalizatori ekonomskog razvoja. Kroz strateške inovacije, održive prakse, praćenje trendova i inkluzivni pristup, festivalski turizam može nastaviti obogaćivati živote posjetitelja i pozitivno pridonijeti lokalnim zajednicama, stvarajući mostove među ljudima i kulturama, promovirajući zajedničke vrijednosti i razumijevanje. S obzirom na sve prethodno navedeno, dolazim do zaključka kako *su festivali doista praznici života koji oslikavaju slavlje i kulturnu raznolikost našeg svijeta (autorska misao,2024.)*. Njihova sposobnost da povežu ljude, promiču održivost i pružaju nezaboravna iskustva čini ih neizostavnim dijelom društvene i kulturne dinamike.

## 7. ZAKLJUČAK

Rezultati ovog istraživanja jasno su povezani s ciljevima postavljenim u uvodu. Prvenstveno, istraživanje je identificiralo ključne utjecaje koji motiviraju ljude na sudjelovanje u festivalskim događanjima, što se može vidjeti kroz detaljnu analizu motiva posjetitelja. Nadalje, istraživanje je pokazalo kako festivalska iskustva utječu na zadovoljstvo posjetitelja, ističući važnost kvalitetne organizacije i raznolikosti sadržaja u postizanju visokog stupnja zadovoljstva. Identificirani modeli ponašanja posjetitelja pružaju vrijedne uvide u njihove preferencije i očekivanja, što može pomoći organizatorima u prilagodbi ponude kako bi bolje zadovoljili potrebe posjetitelja. Istraživanje se također bavilo transformacijama u festivalskom sektoru, analizirajući promjene u organizaciji i upravljanju festivalima kako bi se bolje odgovorilo na suvremene izazove i potrebe posjetitelja.

Sa aspekta promatranja festivala u Hrvatskoj govorimo o važnom segmentu kulturnog turizma, s rastućim brojem događanja na godišnjoj razini koja privlače lokalne i međunarodne posjetitelje. Iako su mnogi festivali već prepoznati na međunarodnoj razini, kao što je glazbeni festival Ultra Europe ili Poreč Open Air Festival kulturnog i zabavnog sadržaja uvijek postoji prostor za unapređenje i inovacije. Istraživanje ovog rada donosi značajne koristi za buduća potencijalna razmatranja razvoja hrvatskih festivala i njihove dionike. Identificirajući ključne trendove koji omogućuju uvođenje novih i atraktivnih programa poput interaktivnih radionica i digitalnih elemenata, čime se privlače različite demografske skupine i zadovoljava njihova potražnja vrlo su važni u samom početku razvoja festivala ili unapređenje postojećeg. Povećana suradnja među lokalnim vlastima, turističkim organizacijama i sponzorima rezultira učinkovitijim planiranjem i promocijom festivala te većim financijskim i logističkim resursima. Promocija autentičnih kulturnih sadržaja kroz festivale jača kulturni identitet i turizam, privlačeći posjetitelje zainteresirane za lokalnu tradiciju i gastronomiju. Unapređenje brenda festivala kroz dosljednu vizualnu identifikaciju i komunikaciju vrijednosti povećava njihovu prepoznatljivost i privlačnost. Osim toga, identifikacija ključnih aspekata usluge poboljšava zadovoljstvo i lojalnost posjetitelja, što je vitalno za dugoročni uspjeh festivala. Sve ove koristi mogu omogućiti da festivali postanu konkurentniji, privlačniji i održiviji, pružajući bolje iskustvo za posjetitelje i doprinoseći razvoju lokalnih zajednica.

Teorijski dio rada uspješno je integriran s praktičnim primjerima kroz istraživanje. Koncepti motivacije, zadovoljstva i ponašanja posjetitelja potkrijepljeni su analizama studija slučaja tri međunarodno afirmirana festivala. Na primjer, teorijska razmatranja o motivaciji posjetitelja potvrđena su kroz analize ponude stvarnih događanja na trima festivalima, uključujući njihove jedinstvene karakteristike i specifične uvjete. Ovo omogućuje dublje razumijevanje i primjenu teorijskih spoznaja u praksi. Isto tako, kroz studije slučaja, istraživanje je pokazalo kako transformacijska prilagodba novih tehnologija, održivih praksi i inovativnih sadržaja može značajno poboljšati posjetiteljsko iskustvo i ukupni uspjeh festivala na primjerima konkretnih festivala.

Ograničenja ovog istraživanja uključuju ograničen broj analiziranih festivala i fokus na određene vrste festivala, što može utjecati na generalizaciju rezultata. Budući istraživači trebali bi razmotriti širu geografsku pokrivenost i uključivanje različitih tipova festivala kako bi se dobili reprezentativniji podaci. Također, potreba za korištenje kombinacije kvantitativnih i kvalitativnih metoda za dublje razumijevanje motivacije i ponašanja posjetitelja. Domicilni istraživači trebali bi uvažiti specifičnosti lokalnog konteksta, uključujući kulturne i socijalne faktore koji mogu utjecati na festivalsko iskustvo. Također, potreba za novim teorijskim okvirima također se ističe kao važan aspekt za buduća istraživanja. Postojeći teorijski koncepti motivacije posjetitelja festivala mogu biti ograničeni u obuhvaćanju dinamičnosti i promjena u motivima tijekom vremena. Razvoj novih teorijskih modela koji će bolje odgovarati ovim promjenama mogao bi doprinijeti dubljem razumijevanju ponašanja posjetitelja tijekom festivalskih događaja. Nadalje, budućnost istraživanja ostavlja prostor za analizu utjecaja digitalnih interakcija na ponašanje posjetitelja, kao i međunarodnu komparaciju motiva posjetitelja kako bi se identificirale univerzalne i specifične karakteristike festivalskog iskustva.

Rad se temelji na velikom broju znanstvenih članaka kako bi se dobio širi uvid u problematiku kroz kronološki pregled doprinosa, ali su korišteni i stručni izvori i stranice poput *Event* kako bi se uvidjeli profesionalni naponi. Dostupnost literature na hrvatskom jeziku predstavljala je određeno ograničenje u istraživanju, prvenstveno zbog potrebe za podacima novijeg datuma. Ipak, kombinacijom dostupnih domaćih izvora i relevantnih stranih studija, osiguran je sveobuhvatan pregled i analiza festivala u turizmu.

## LITERATURA

### a) Knjige:

- 1.) Benckendorff, P. (2006.): "Attractions megatrends." In D. Buhalis i C. Costa (Eds.), *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*, Oxford: Elsevier.
- 2.) Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., i sur. (2011.): "Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav." *Školska knjiga*.
- 3.) Dujmović, M. (2016.): "Kultura turizma", Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
- 4.) Getz, D. (1997.): "Event Management & Event Tourism." *Cognizant Communication*, New York.
- 6.) Iso – ahola, S.E.. (1980.): "The social psychology of leisure and recreation." Dubuque IA: Wm. C. Brown.
- 7.) Kelemen, P., Škrbić Alempijević, N. (2012.): Grad kakav bi trebao biti: etnološki i kulturno antropološki osvrti na festivale. *Naklada Jesenski i Turk*. Zagreb.

### b) Znanstveni članci

- 1.) Anić, A., Ivičić. "Velika svjetska izložba 1851. godine (pogled na englesko društvo 19. stoljeća)." *ROSTRA*. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/250381> (pristupljeno 14.03.2024.)
- 2.) Ayah, H., Bochen, J. (2022.): "How Virtual Reality Technology Has Changed Our Lives: An Overview of the Current and Potential Applications and Limitations." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19(18). Dostupno na <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9517547/> (pristupljeno 28.04.2024)
- 3.) Asvanyi, K., Jaszberenyi, M. (2017.): "THE EFFECTS OF THE FESTIVALS IN THE LIGHT OF SUSTAINABILITY." *Pannon Management Review* 3-4(6):101-102. Dostupno na [https://pmr.uni-pannon.hu/articles/6\\_3-4\\_asvanyi-jaszberenyi.pdf](https://pmr.uni-pannon.hu/articles/6_3-4_asvanyi-jaszberenyi.pdf) (pristupljeno 4.05.2024.)

- 4.) Brunsko, Z. (2020.): "Turistička motivacija." *Stručni članak*. Zagreb, str. 70-75. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/307070> (pristupljeno 28.03.2024.)
- 5.) Barber, Nelson A., Young H, K., Sean, B. (2014.): "The Importance of Recycling to U.S. Festival Visitors: A Preliminary Study." *Journal of Hospitality Marketing & Management* 23 (6): 601–25. Dostupno na <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19368623.2014.844661> (pristupljeno 15.04.2024.)
- 6.) Bitner, Mary J. (1992.): "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees." *Journal of Marketing* 56 (2): 57–71. Dostupno na <https://www.jstor.org/stable/1252042> (pristupljeno 19.04.2024.)
- 7.) Beth, P., Ager, L., Sitas, R. (2019.): "Cultural Heritage Entanglements: Festivals as Integrative Sites for Sustainable Urban Development." *International Journal of Heritage Studies* 26 (6): 1–16. Dostupno na <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13527258.2019.1578987> (pristupljeno 25.04.2024.)
- 8.) Cudny, W., Korec, P., Rouba, R. (2012.): "Resident's Perception of Festivals - a Case Study of Łódź." *Sociológia* 44 (6): 704–28. Dostupno na <https://www.sav.sk/journals/uploads/011012462012%20Cundy%20-%20OK.pdf> (pristupljeno 18.03.2024.)
- 9.) Course Sidekick (2020.): "The Authenticity Dilemmas Associated with Festival Tourism" *Kenyatta University*, str.10. Dostupno na <https://www.coursesidekick.com/arts-humanities/13408012> (pristupljeno 22.03.2024.)
- 10.) Cudny,W. (2016.): "Festivalisation of Urban Spaces : Factors, Processes and Effects." *Cham: Springer International Publishing*. Dostupno na [https://www.academia.edu/25911214/Festivalisation\\_of\\_Urban\\_Spaces\\_Factors\\_Processes\\_and\\_Effects\\_Springer\\_Geography\\_Series\\_Springer\\_Cham](https://www.academia.edu/25911214/Festivalisation_of_Urban_Spaces_Factors_Processes_and_Effects_Springer_Geography_Series_Springer_Cham) (pristupljeno 25.03.2024.)

- 11.) CULTURAL FESTIVALS FUNDING PROGRAM (2023-2024): "APPLICATION GUIDELINES" Toronto, str 2. Dostupno na <https://www.toronto.ca/wp-content/uploads/2023/10/8db0-2024-Cultural-Festivals-Funding-Program-Application-Guidelines.pdf> (pristupljeno 27.03.2024.)
- 12.) Chang, J. (2006.): "Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: An example in the Rukai tribal area, Taiwan" *Tourism Management* 27(6):1224-1234. Dostupno na <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517705000816?via%3Dihub> (pristupljeno 09.04.2024.)
- 13.) D, Martins. (2023.): "The Fascinating History and Cultural Significance of Ancient Festivals and Celebrations." *Medium*. Dostupno na <https://medium.com/@madtarget44/the-fascinating-history-and-cultural-significance-of-ancient-festivals-and-celebrations-4452100081bb> (pristupljeno 10.03.2024.)
- 14.) Dikmen, F. (2021.): "Motivations for Attendance at Community Festivals." *İletişim Çalışmaları Dergisi*, (2):43-75. Dostupno na <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/369772> (pristupljeno 01.04.2024.)
- 15.) Duane Hoover, J., Giambatista, R., Curl Hoover, S. (2018.): "Burning Man Values Examined: Gratitude as a Culturally-Driven and Value-Based Organizational Mainstay" *The Journal of Values -Based Leadership* 11(1) Dostupno na <https://scholar.valpo.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1208&context=jvbl> (pristupljeno 16.05.2024.)
- 16.) Deci, Edward L., Ryan, Richard M. (2000.): "The 'What' and 'Why' of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior." *Psychological Inquiry* 11 (4): 227–68. Dostupno na [https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000\\_DeciRyan\\_PIWhatWhy.pdf](https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000_DeciRyan_PIWhatWhy.pdf) (pristupljeno 30.06.2024.)
- 17.) Duffy, M. (2014): "The Emotional Ecologies of Festivals." In A. ; W. Bennett I. ; Taylor, J. (Ed.), *Festivalisation of Culture: Identity, Culture and Politics*. Ashgate str. 229–250. Dostupno na [https://www.researchgate.net/publication/281204465\\_The\\_emotional\\_ecologies\\_of\\_festivals](https://www.researchgate.net/publication/281204465_The_emotional_ecologies_of_festivals) (pristupljeno 02.07.2024.)

18.) Ende, Leonore van den. (2022.): "Festival Co-Creation and Transformation: The Case of Tribal Gathering in Panama." *Festival Cultures*. VU Research Portal.

Dostupno na

[https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/219043285/Festival Co Creation and Transformation.pdf](https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/219043285/Festival_Co_Creation_and_Transformation.pdf) (pristupljeno 26.04.2024.)

19.) Festival (2017.): "Etymology, Origin and Meaning of Festival." *Etymonline*.

Dostupno na <https://www.etymonline.com/word/festival> (pristupljeno 10.03.2024.)

20.) Falassi, A. (1987.): "Festival: Definition and Morphology." In: Falassi, A., Ed., Time out of Time, University of New Mexico Press, *Albuquerque*. Dostupno na

[https://www.brown.edu/Departments/Joukowsky\\_Institute/courses/cityandfestival09/files/9722047.PDF](https://www.brown.edu/Departments/Joukowsky_Institute/courses/cityandfestival09/files/9722047.PDF) (pristupljeno 10.03.2024.)

21.) Huan,S., Shaofeng,W., Yanning, L., Guangquan, D. (2019.): "Tourist-To-Tourist Interaction at Festivals: A Grounded Theory Approach." *Sustainability* 11 (15): 4030.

Dostupno na <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/15/4030> (pristupljeno 17.03.2024.)

22.) Hae Yeong, M., Yu Jang, H., Michelle, J., Li., (2016.): "A Critical Review of the Motivational Factors for Festival Attendance Based on Meta-Analysis." *Tourism Management Perspectives* 17:16-25. Dostupno na

[https://www.academia.edu/22141004/A critical review of the motivational factors for festival attendance based on meta analysis](https://www.academia.edu/22141004/A_critical_review_of_the_motivational_factors_for_festival_attendance_based_on_meta_analysis) (pristupljeno 03.04.2024.)

23.) Hung-Lee,T.,Chang, C.,-J.,Chang, P.,-S. (2015.): "The Support of Attendees for Tourism Development: Evidence from Religious Festivals, Taiwan." *Tourism Geographies* 17(2):223-243. Dostupno na

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616688.2014.997280> (pristupljeno 19.04.2024.)

24.) Hede, Anne-Marie.,Kellett, P. (2012.): "Building Online Brand Communities." *Journal of Vacation Marketing* 18 (3): 239–50. Dostupno na

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1356766712449370> (pristupljeno 28.04.2024.)



- 25.) Ihnensehien, Orobosa A., Chukwuyem, Joel A. (2023.): "Abraham Maslow's Hierarchy of Needs and Frederick Herzberg's Two-Factor Motivation Theories: Implications for Organizational Performance" *The Romanian Economic Journal*, 26(85):32-49. Dostupno na [https://www.researchgate.net/publication/371935369\\_Abraham\\_Maslow's\\_Hierarchy\\_of\\_Needs\\_and\\_Frederick\\_Herzberg's\\_Two-Factor\\_Motivation\\_Theories\\_Implications\\_for\\_Organizational\\_Performance](https://www.researchgate.net/publication/371935369_Abraham_Maslow's_Hierarchy_of_Needs_and_Frederick_Herzberg's_Two-Factor_Motivation_Theories_Implications_for_Organizational_Performance) (pristupljen 30.06.2024.)
- 26.) Grozdanović Pranjčić, A. (2004.): "Mit o Dionizu i Arijadni." *Foo2rama*. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/396305> (pristupljeno 13.03.2024.)
- 27.) Getz, D. (2010.): "THE NATURE AND SCOPE OF FESTIVAL STUDIES" *International Journal of Event Management Research*, 5(1):2. Dostupno na [https://www.academia.edu/32851060/THE\\_NATURE\\_AND\\_SCOPE\\_OF\\_FESTIVAL\\_STUDIES](https://www.academia.edu/32851060/THE_NATURE_AND_SCOPE_OF_FESTIVAL_STUDIES) (pristupljeno 22.03.2024.)
- 28.) Getz, D. (2008.): "Event tourism: definition, evolution, and research." *Tourism Management* 29(3):403-428. Dostupno na <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517707001719> (pristupljeno 28.03.2024.)
- 29.) Gössling, S. (2020.): "Technology, ICT and Tourism: From Big Data to the Big Picture." *Journal of Sustainable Tourism*. Dostupno na <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2020.1865387> (pristupljeno 29.04.2024.)
- 30.) Getz, D. (2001.): "Festivalska mjesta: Usporedba Europe i Sjeverne Amerike." *Tourism and Hospitality management*, str. 3 -18. University of Calgary, Calgary, Kanada.
- 31.) Jani, D., John R. M., Philemon. (2016.): "Comparison of Local and International Festival Attendees' Motives and Perception of Festival Impacts: Case of Sauti Za Busara." *Event Management* 20(3): 341-51. Dostupno na <https://www.ingentaconnect.com/content/cog/em/2016/00000020/00000003/art00004;jsessionid=4mhn1emi56bki.x-ic-live-02> (pristupljeno 16.04.2024.)

- 32.) Jæger, K. (2019.): "Tourists and Communities in Rural Festival Encounters: A Mutually Beneficial Relationship?" *Sport in Society* 23 (1): 40–55. Dostupno na [https://www.academia.edu/83824261/Tourists\\_and\\_Communities\\_in\\_Rural\\_Festival\\_Encounters\\_A\\_mutually\\_beneficial\\_relationship?email\\_work\\_card=thumbnail](https://www.academia.edu/83824261/Tourists_and_Communities_in_Rural_Festival_Encounters_A_mutually_beneficial_relationship?email_work_card=thumbnail) (pristupljeno 17.04.2024.)
- 33.) Jing, L., Gouxiong, Y., (2023.): "Constructing the Festival Tourist Attraction from the Perspective of Peircean Semiotics: The Case of Guangzhou, China." Vincenzo Basile (ed.) *PLOS ONE* 18 (2): e0282102. Dostupno na <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9942963/> (pristupljeno 13.05.2024.)
- 34.) Kitterlin, M., Yoo, M. (2014.): "Festival Motivation and Loyalty Factors." *Tourism & Management Studies* 10(1):119-126. Dostupno na <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743881017.pdf> (pristupljeno 17.03.2024.)
- 35.) Krstinić, M., Pauković, M. (2020.): "Ekstrinzična i intrinzična motivacija za učenje stranog jezika u poslovnom okruženju" *Obrazovanje za poduzetništvo*, 10(1):76-83. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/239702> (pristupljeno 09.04.2024.)
- 36.) Kamil-Anil, N. (2012.): "Festival Visitors' Satisfaction and Loyalty: An Example of Small, Local, and Municipality Organized Festival." *Tourism*, 60(3): 255-271. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/136902> (pristupljeno 15.04.2024.)
- 37.) Li, J., G, Yu. (2023.): "Constructing the Festival Tourist Attraction from the Perspective of Peircean Semiotics: The Case of Guangzhou, China." Basile, Vincenzo (ed.). *PLOS ONE* 18 (2):e0282102. Dostupno na <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0282102> (pristupljeno 23.03.2024.)
- 38.) Lo, May-Chiun., Abang, Azlan, M., Chee-Hua, C., Ramayah, T. (2017.): "THE IMPACT of NATURAL RESOURCES, CULTURAL HERITAGE, and SPECIAL EVENTS on TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS: THE MODERATING ROLE of COMMUNITY SUPPORT Abang Azlan Mohamad." *International Journal of Business and Society* 18: 763–74. Dostupno na <https://www.ijbs.unimas.my/images/repository/pdf/Vol18-s4-paper14.pdf> (pristupljeno 23.04.2024.)

- 39.) MINIKAR. "Povijest venecijanskog karnevala: od Saturnalija do danas. Venecijanski karneval i njegova povijest gdje se karneval održava u Veneciji." *Minikar.ru*. Dostupno na <https://minikar.ru/bs/fashion-and-beauty/istoriya-venecianskogo-karnaval-a-ot-saturnalii-do-sovremenosti-venecianskii/> (pristupljeno 12.03.2024.)
- 40.) Mair, J., Weber, K. (2019.): "Event and festival research: a review and research directions", *International Journal of Event and Festival Management*, 10(3):209-216. Dostupno na <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJEFM-10-2019-080/full/html> (pristupljeno 12.04.2024.)
- 41.) Molina-Gómez, J., Mercadé-Melé, P., Almeida-García, F., Ruiz-Berrón, R. (2021.): "New Perspectives on Satisfaction and Loyalty in Festival Tourism: The Function of Tangible and Intangible Attributes." Dejan Dragan (ed.) *PLOS ONE* 16 (2): e0246562. Dostupno na <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0246562> (pristupljeno 13.04.2024.)
- 42.) Marković, S. (2019.): "Istraživanje Zadovoljstva Posjetitelja Zaštićenih Područja Istarske Županije." *Journal of Applied Health Sciences* 5 (2): 265–75. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/330058> (pristupljeno 18.04.2024.)
- 43.) Načinović, I., Braje, A., Aleksić, L., Babok. (2019.): VAŽNOST INTRINZIČNIH I EKSTRINZIČNIH MOTIVATORA KOD ODABIRA PRVOG POSLODAVCA, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 7(1):95-10. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/321149> (pristupljeno 11.04.2024.)
- 44.) Neuhofer, B., Egger, R., Yu, J., Celuch, K. (2021.): "Designing Experiences in the Age of Human Transformation: An Analysis of Burning Man." *Annals of Tourism Research* 91. Dostupno na <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738321001882?via%3Dihub> (pristupljeno 27.04.2024.)
- 45.) Negrușă, A., Toader, V., Rus, R., Cosma, S. (2016.): "Study of Perceptions on Cultural Events' Sustainability." *Sustainability* 8 (12): 1269. Dostupno na <https://www.mdpi.com/2071-1050/8/12/1269> (pristupljeno 6.05.2024.)

- 46.) Oliver, Richard L. (1999.): "Whence Consumer Loyalty?" *Journal of Marketing* 63 (4): 33–44. Dostupno na <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00222429990634s105> (pristupljeno 28.06.2024.)
- 47.) Prentice, R., Andersen, V. (2003.): "Festival as Creative Destination." *Annals of Tourism Research* 30 (1): 7–30. Dostupno na <http://www.art-lectures.de/edinburghfestival.pdf> (pristupljeno 22.03.2024.)
- 48.) Prosperous, N., Lakavath, M. (2019.): "Factors That Motivate Tourists in Visiting the Cultural Festivals: A Study of Meghalaya Region Festivals." *Turizam* 23 (4): 166–77. Dostupno na <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1450-6661/2019/1450-66611904166N.pdf> (pristupljeno 01.04.2024.)
- 49.) Peterson, M. (2020.): "25 Guatemalan Festivals and Celebrations for Your Bucket List"; A Taste for Travel. *Culinary Travel Blog*. Dostupno na <https://www.atastefortravel.ca/10835-guatemala-festivals-celebrations/> (pristupljeno 22.04.2024.)
- 50.) Rahim, N. Z. A., Nasaruddin, N. I. S., Shah, N. B. A., Halim, F. H., Samah, K. A. F. A., Saman, F. I., Rum, S. F. M. (2021.): "Aftermath of Pandemic Covid-19 on Tourism Industry: A Review on Virtual Tourism Platform." *PROCEEDINGS of 8TH INTERNATIONAL CONFERENCE on ADVANCED MATERIALS ENGINEERING & TECHNOLOGY (ICAMET 2020)* 2347(1). Dostupno na <https://pubs.aip.org/aip/acp/article-abstract/2347/1/020173/779750/Aftermath-of-pandemic-Covid-19-on-tourism-industry?redirectedFrom=fulltext> (pristupljeno 29.04.2024.)
- 51.) "Saturnalije - Hrvatska Enciklopedija." *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža*, 2013. – 2024. Dostupno na <https://www.enciklopedija.hr/clanak/saturnalije> (pristupljeno 13.03.2024.)
- 52.) Stipanović, C., Rudan, E., Peršin, P. (2015.): "Festival tourism in the repositioning of Croatian tourism destinations." *Third international scientific conference tourism in Southern and Eastern Europe*, 3:355-367. Dostupno na [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2637371](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2637371) (pristupljeno 22.03.2024.)

- 53.) Singh, S. (2023.): "The role of emotions in tourist decision- making and behaviour," *The Times of India*. Dostupno na <https://timesofindia.indiatimes.com/readersblog/shailendra/the-role-of-emotions-in-tourist-decision-making-and-behaviour-51931/> (pristupljeno 12.04.2024.)
- 54.) Sekhar,C., Patro., K, Madhu, Kishore, Raghunath. (2018.): "Emotional Branding as a Strategy in Promoting Customer Loyalty" Driving Customer Appeal Through the Use of Emotional Branding. *ReserchGate*, str.225-246. Dostupno na [https://www.researchgate.net/publication/345699980 Emotional Branding as a Strategy in Promoting Customer Loyalty](https://www.researchgate.net/publication/345699980_Emotional_Branding_as_a_Strategy_in_Promoting_Customer_Loyalty) (pristupljeno 15.04.2024.)
- 55.) Skoko, I. (2009.): "Pojam I Definicije Kulture." *Hum : Časopis Filozofskog Fakulteta Sveučilišta U Mostaru* 5 (5): 365–70. Dostupno na <https://hrcak.srce.hr/clanak/334344> (pristupljeno 22.04.2024.)
- 56.) Schmidt, L. (2023.): "Addressing the Impacts of Concerts and Music Festivals on the Environment." *WMEAC(Eco-Journalism and Blogging Intern)*. Dostupno na <https://wmeac.org/2023/05/addressing-the-impacts-of-concerts-and-music-festivals-on-the-environment/> (pristupljeno 23.04.2024.)
- 57.) Suharato, B., Jamali, M. (2023.): "Sustainable Festival Practices: Addressing Community Issues And Promoting Wellbeing" *Journal of Law and Sustainable Development* 11(12): 2316. Dostupno na [https://www.researchgate.net/publication/376769219 Sustainable Festival Practices Addressing Community Issues And Promoting Wellbeing](https://www.researchgate.net/publication/376769219_Sustainable_Festival_Practices_Addressing_Community_Issues_And_Promoting_Wellbeing) (pristupljeno 2.05.2024.)
- 58.) Schmitt, B. (1999.): "Experiential Marketing." *Journal of Marketing Management* 15 (1-3): 53–67. Dostupno na [https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1362/026725799784870496?casa\\_token=5x](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1362/026725799784870496?casa_token=5x) ( pristupljeno 30.06.2024.)
- 59.) "Transitioning Melodies (2023.): How Concerts and Festivals Shift towards Sustainability." Dostupno na <https://www.bsigroup.com/en-US/blog/sustainability-blog/transitioning-melodies-how-concerts-and-festivals-shift-towards-sustainability/> *BSI Blog* (pristupljeno 04.05.2024.)

- 60.) Uriarte, Yesim T., Antognozzi, T. (2018.): "Investigating Tourism Impacts of Festivals: An Exploratory Case Study of a Big Scale Comic-Con." *Event Management*. Dostupno na [https://www.academia.edu/36978363/Investigating\\_Tourism\\_Impacts\\_of\\_Festivals\\_An\\_exploratory\\_case\\_study\\_of\\_a\\_big\\_scale\\_comic\\_con?email\\_work\\_card=thumbnail](https://www.academia.edu/36978363/Investigating_Tourism_Impacts_of_Festivals_An_exploratory_case_study_of_a_big_scale_comic_con?email_work_card=thumbnail) (pristupljeno 19.04.2024.)
- 61.) Viljoen, A. (2023.): "Beyond a Tug-of-War: Motivation-Based Segmentation of Visitors to a National Arts Festival." *Journal of Convention & Event Tourism*, 1–25. Dostupno na <https://typeset.io/papers/beyond-a-tug-of-war-motivation-based-segmentation-of-1xdziu1x> (pristupljeno 28.06.2024.)
- 62.) World History Edu (2024.): "The Ancient Persian City of Persepolis: History, Architectural Marvel, & Major Facts - World History Edu." *World History Edu*. Dostupno na <https://worldhistoryedu.com/the-ancient-persian-city-of-persepolis-history-architectural-marvel-major-facts/> (pristupljeno 10.03.2024.)
- 63.) Zifkos, G. (2015.): "Sustainability Everywhere: Problematising the 'Sustainable Festival' Phenomenon." *Tourism Planning & Development* 12 (1): 6–19. Dostupno na [https://web.archive.org/web/20170921235900id\\_/http://eprints.leedsbeckett.ac.uk/343/8/sustainability\\_ZIFKOS.pdf](https://web.archive.org/web/20170921235900id_/http://eprints.leedsbeckett.ac.uk/343/8/sustainability_ZIFKOS.pdf) (pristupljeno 2.05.2024.)
- 64.) "Woodstock" *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža*, 2013. – 2024. Dostupno na <https://enciklopedija.hr/clanak/woodstock> (pristupljeno 18.03.2024.)
- 65.) W, Cudny. (2013.): "Festival Tourism - the Concept, Key Functions and Dysfunctions in the Context of Tourism Geography Studies." *GEOGRAPHICAL JOURNAL* , 65(2):105-118. Dostupno na [https://www.researchgate.net/publication/287956579\\_Festival\\_tourism\\_-\\_The\\_concept\\_key\\_functions\\_and\\_dysfunctions\\_in\\_the\\_context\\_of\\_tourism\\_geography\\_studies](https://www.researchgate.net/publication/287956579_Festival_tourism_-_The_concept_key_functions_and_dysfunctions_in_the_context_of_tourism_geography_studies) (pristupljeno 22.04.2024.)
- 66.) Yunyao, Z., Keun-Soo, P., HakJun, S., (2021.): "Tourists' Motivation, Place Attachment, Satisfaction and Support Behavior for Festivals in the Migrant Region of China." *Sustainability* 13(9): 5210. Dostupno na <https://typeset.io/papers/tourists-motivation-place-attachment-satisfaction-and-392gotqos0> (pristupljeno 28.06.2024.)

67.) Ye, Yu (John)., Su, Ching-Hui (Joan)., Tsai, Chin-Hsun (Ken)., Hung, Jui-Long. (2020.): "Motivators of Attendance at Eco-Friendly Events." *Journal of Convention & Event Tourism* 21 (5): 417–37. Dostupno na <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15470148.2020.1776656> (pristupljeno 10.04.2024.)

### c.) Internetski izvori

1.) "Burning Man Festival, Nevada, United States." Encyclopedia Britannica. Dostupno na <https://www.britannica.com/art/Burning-Man> (pristupljeno 10.05.2024.)

2.) "Burning Man Project" Dostupno na <https://burningman.org/> (pristupljeno 16.05.2024.)

3.) Burning Man (2024.): "Burning Man Tickets." Dostupno na <https://tickets.burningman.org/> (pristupljeno 20.05.2024.)

4.) Burning Man Project (2024.): "What Is Burning Man?" Dostupno na <https://burningman.org/about/about-us/press-media/press-kit/> (pristupljeno 25.05.2024.)

5.) Charles, D. (2023.): "10 Ways You Can Make Your Festivals More Environmentally Friendly." *Eclipse.global*. Dostupno na <https://eclipse.global/make-your-festivals-environmentally-friendly/> (pristupljeno 04.05.2024.)

6.) "Coachella Valley Music and Arts Festival" (2025.): Sustainability. Dostupno na <https://coachella.com/sustainability/> (pristupljeno 25.06.2024.)

7.) Davis, A. (2023.): "Glastonbury Festival Relies on SRL Traffic Management Solutions." *Highways Today*. Dostupno na <https://highways.today/2023/06/29/glastonbury-srl/> (pristupljeno 22.05.2024.)

8.) Event Management Body of Knowledge. EMBOK. Dostupno na <https://www.proquest.com/openview/6384868da1ab19d68f32ede14d3aaf55/1?pq-origsite=gscholar&cbl=6339620> (pristupljeno 28.03.2024.)

9.) Eventbrite (2013.): "New Trends Impacting Festival and Consumer Events." Dostupno na

[https://eventbrites3.s3.amazonaws.com/marketing/britepapers/Britepaper\\_6newtrends\\_webVersion.pdf](https://eventbrites3.s3.amazonaws.com/marketing/britepapers/Britepaper_6newtrends_webVersion.pdf) (pristupljeno 27.04.2024.)

10.) "Essentials for a Sustainable Festival Season 2024." EcoBlvd. Dostupno na <https://www.ecoblvd.com/blogs/news/essentials-for-a-sustainable-festival-season> (pristupljeno 3.05.2024.)

11.) "Glastonbury Festival - Sustainability." (2024.) Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/information/sustainability/> (pristupljeno 24.06.2024.)

12.) Glastonbury Festival. (2022.): "Glastonbury Festival - Introduction to Glastonbury." Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/Information/an-introduction-to-glastonbury-festival/> (pristupljeno 07.05.2024.)

13.) Glastonbury Festival (2024.): "British Music Festival" Britannica. Dostupno na <https://www.britannica.com/art/Glastonbury-Festival> (pristupljeno 12.05.2024.)

14.) Glastonbury Festival (2020.): "Glastonbury Festival - 1971." Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/history/history-1971/> (pristupljeno 12.05.2024.)

15.) "Glastonbury Festival: A Celebration of Music and Culture." Yellowbrick. Dostupno na <https://www.yellowbrick.co/blog/music/glastonbury-festival-a-spectacular-celebration-of-music-and-culture> (pristupljeno 16.05.2024.)

16.) Galo, G, (2023.): "The Latest Glastonbury Festival Facts & Stats | Truly Experiences." Truly Experiences Blog. Dostupno na <https://trulyexperiences.com/blog/glastonbury-festival-facts-trends-statistics-for-2022-and-2023/> (pristupljeno 25.05.2024.)

17.) Glastonbury festival (2023.): "Glastonbury Festival - Tickets." Digital, Pretty Good. Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/Information/tickets/> (pristupljeno 22.05.2024.)

18.) Glastonbury festival (2023.): "Glastonbury Festival - Economic Impact Summary 2023." Dostupno na <https://www.glastonburyfestivals.co.uk/information/educational-resources/economic-impact-summary-2023/> (pristupljeno 23.05.2024.)



- 19.) Glastonbury Festival." Traffic Technology Today. Dostupno na <https://www.trafficechnologytoday.com/news/event-news/srl-celebrates-successful-traffic-and-crowd-management-at-glastonbury-festival.html> (pristupljeno 30.05.2024.)
- 20.) Glastonbury festival: "Glastonbury Festival - Impact Summary." Digital, Pretty Good. Dostupno na <https://cdn.glastonburyfestivals.co.uk/information/sustainability/impact-summary/> (pristupljeno 30.05.2024.)
- 21.) Glastonbury festival: "Glastonbury Festival - Energy Policy." Digital, Pretty Good. Dostupno na <https://cdn.glastonburyfestivals.co.uk/information/sustainability/our-green-policies/energy-policy/> (pristupljeno 30.05.2024.)
- 22.) Gomez, T. (2020.): "Everything You Need to Know about Las Fallas Festival in Valencia, Spain." Brogan Abroad. Dostupno na <https://broganabroad.com/fallas-festival-valencia-guide/> (pristupljeno 31.05.2024.)
- 23.) *Heb-Sed - Egyptian Feast*, Encyclopedia Britannica. Dostupno na <https://www.britannica.com/topic/Heb-Sed> (pristupljeno 11.03.2024.)
- 24.) Hollman, R. (2024.): "Bonnaroo 2024: Lineup Drop and Sustainability Initiatives." *Festival Squad*. <https://festivalsquad.com/2024/01/bonnaroo-2024-lineup-drop-and-sustainability-initiatives/> (pristupljeno 24.06.2024.)
- 25.) jk@artofimpact.com. (2023.): "Embracing the Future: Top 5 Global Festival Trends for 2024." Art of Impact. Dostupno na <https://www.artofimpact.com/top-5-festival-trends-2024/> (pristupljeno 27.04.2024.)
- 26.) Kuta, S., (2023.): "The Extraordinary History of Burning Man." Farandwide. Dostupno na <https://www.farandwide.com/s/burning-man-history-6325fb09d8644613> (pristupljeno 10.05.2024.)
- 27.) Khushi, S. (2023.): "21 Innovative Strategies for Achieving Sustainability in Events." Eventible Real Event Reviews. Dostupno na <https://www.eventible.com/learning/sustainability-in-events/> (pristupljeno 04.05.2024.)

- 28.) Meyer, I. (2024.): „Burning Man Art - A Vibrant and Surreal World of Creativity.“Art in Context. Dostupno na <https://artincontext.org/burning-man-art/> (pristupljeno 05.05.2024.)
- 29.) Malloy, T. (2023.):Glastonbury Festival 2023 capacity: “How many people attend the world-famous Somerset event?” - Somerset Live. Dostupno na <https://www.somersetlive.co.uk/whats-on/music-nightlife/glastonbury-festival-2023-capacity-how-8348640> (pristupljeno 07.05.2024.)
- 30.) Menjivar, A., (2023.): “ Burning Man Location: Where Exactly Does the Festival Take Place?” Dostupno na <https://a-z-animals.com/blog/burning-man-location-where-exactly-does-the-festival-take-place/> (pristupljeno 7.05.2024.)
- 31.) Moisés, D. (2024.): “Las Fallas de València Ya Conocen Su Impacto Económico: Es El 0,14 Por Ciento Del PIB Valenciano.” Levante-EMV. Dostupno na <https://www.levante-emv.com/fallas/2024/03/06/fallas-conocen-impacto-economico-0-99081127.html> (pristupljeno 27.05.2024.)
- 32.) McCaffrey, J. (2010.): “Burning Man: Transforming Community through countercultural ritual process“Centre for sensory studies“ Concordia University. Dostupno na <https://centreforsensorystudies.org/burning-man-transforming-community-through-countercultural-ritual-process/> (pristupljeno 28.05.2024.)
- 33.) Palumbo, J., (2019.): “Richard Misrach’s Photos of Burning Man’s Early Years.” Artsy. Dostupno na <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-richard-misrachs-rarely-seen-photos-capture-burning-mans-early-experimental-years> (pristupljeno 10.05.2024.)
- 34.) “Revolutionizing Music Festivals with Sustainability.” (2021.) *Flux Magazine*. Dostupno na <https://www.fluxmagazine.com/revolutionizing-music-festivals-sustainability/> (pristupljeno 6.05.2024.)
- 35.) Scott, D. (2024.): “How Many People Will Attend Glastonbury Festival 2024?” Metro. Dostupno na <https://metro.co.uk/2024/06/25/many-people-will-attend-glastonbury-festival-2024-21098834/> (pristupljeno 25.06.2024.)

- 36.) SRL Traffic Systems.” Dostupno na <https://www.srl.co.uk/> (pristupljeno 28.06.2024.)
- 37.) Stone, T. (2023.): “SRL Celebrates Successful Traffic and Crowd Management at Glastonbury Festival.” Traffic Technology Today. Dostupno na <https://www.trafficechnologytoday.com/news/event-news/srl-celebrates-successful-traffic-and-crowd-management-at-glastonbury-festival.html> (pristupljeno 30.05.2024.)
- 38.) Thesaurus Results for festival. Merriam- Webster. Dostupno na <https://www.merriamwebster.com/thesaurus/festival#:~:text=Synonyms%20for%20FESTIVAL%3A%20celebration%2C%20festivity%2C%20fiesta%2C,carnival%2C%20ubilee%2C%20gala%2C%20fest%2C%20f%C3%AAte%2C%20fete%2C%20exhibition> (pristupljeno 20.03.2024.)
- 39.) The Editors of Encyclopaedia Britannica (2019.): “Arnold van Gennepe | French Anthropologist.” In Encyclopædia Britannica. Dostupno na <https://www.britannica.com/biography/Arnold-van-Gennepe> (pristupljeno 25.05.2024.)
- 40.) “Transformational Festival.” Wikipedia, the free encyclopedia. Dostupno na [https://en.wikipedia.org/wiki/Transformational\\_festival](https://en.wikipedia.org/wiki/Transformational_festival) (pristupljeno 14.05.2024.)
- 41.) Travelina. (2020.): “Fallas u Valenciji – najvažniji dani u godini u Valenciji • Travelina.” Travelina. Dostupno na <https://travelina.com.hr/fallas-u-valenciji-najvazniji-dani-u-godini-u-valenciji/> (pristupljeno 15.05.2024.)
- 42.) Travelina. (2020.): “Fallas u Valenciji – najvažniji dani u godini u Valenciji • Travelina.” Travelina. Dostupno na <https://travelina.com.hr/fallas-u-valenciji-najvazniji-dani-u-godini-u-valenciji/> (pristupljeno 15.05.2024.)
- 43.) UNESCO (2021.): Cutting Edge | All Aboard! Culture and social inclusion. Dostupno na <https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-all-aboard-culture-and-social-inclusion> (pristupljeno 18.04.2024.)
- 44.) University of Valencia (2016.): “How Many People Visit Valencia in Fallas? A Question That Could Have an Answer Thanks to Big Data.” Master' s Degree in Data Science. Dostupno na <https://www.uv.es/uvweb/master-data-science/en/blog/how-many-people-visit-valencia-fallas-a-question-could-have-an-answer-thanks-big-data->

[1285954557964/GasetaRecerca.html?id=1285961636806](https://www.gasetarecerca.com/1285954557964/GasetaRecerca.html?id=1285961636806) (pristupljeno 25.06.2024.)

45.) Visit Valencia (2024.): “ Fallas Festival Ninot Exhibition“ Events agenda in Valencia. Dostupno na <https://www.visitvalencia.com/en/events-valencia/exhibition-ninot-fallas> (pristupljeno 15.05.2024)

46.) Visit Valencia (2024.): “Tickets to the Fallas of Special Section | Visit Valencia.” Dostupno na <https://www.visitvalencia.com/en/shop/fallas/tickets-special-section-fallas> (pristupljeno 27.05.2024.)

47.) Zaragoza, J., (2016.): “UNESCO - Valencia Fallas Festival“ Intangible Cultural Heritage. Dostupno na <https://ich.unesco.org/en/RL/valencia-fallas-festivity-00859> (pristupljeno 13.05.2024.)

48.) Wootton, Liz. (2019.): “The 8 Best Sustainable Festivals in the World.” *Eco-Age*. Dostupno na <https://eco-age.com/resources/the-best-sustainable-festivals-in-the-world> (pristupljeno 04.05.2024.)

## SAŽETAK

Ovaj diplomski rad istražuje motivacijske faktore koji potiču posjetitelje na sudjelovanje u festivalima, te analizira kako kvaliteta festivala utječe na zadovoljstvo posjetitelja i njihovo buduće ponašanje. Cilj je dublje razumjeti elemente koji čine festivale privlačnim, te kako kvaliteta iskustva može oblikovati percepciju i odluke posjetitelja u vezi s prisustvovanjem sličnim događajima u budućnosti. Posebna naglasak stavljen je na transformacije i njihov utjecaj na posjetitelje. Digitalna transformacija kroz mobilne aplikacije i virtualnu stvarnost omogućuje bogatija iskustva, dok održive prakse povećavaju ekološku svijest i privlačnost festivala. Također, festivali uspijevaju potaknuti promjene kod ljudi, poboljšavajući njihovo zadovoljstvo, potičući osobni razvoj i mijenjajući njihove buduće percepcije i ponašanje u vezi s prisustvovanjem sličnim događajima. Uzimajući u obzir nekoliko odabranih međunarodno afirmiranih festivala kao što su Burning Man, Glastonbury i Las Fallas, dolazimo do raznolikih sadržaja koji stvaraju jedinstvena iskustva za posjetitelje. Ovi festivali se usredotočuju na pojedince, nudeći personalizirana i interaktivna iskustva koja zadovoljavaju različite interese i potrebe. Osim toga, primjenjuju održive prakse i integriraju napredne tehnologije kako bi poboljšali organizaciju i doživljaj festivala. Njihova kontinuirana evolucija i sposobnost prilagođavanja novim trendovima i tehnologijama omogućuju im da ostanu relevantni i privlačni širokoj publici, čime značajno utječu na globalnu festivalsku scenu

*Ključne riječi:* međunarodni festivali, festivalski turizam, posjetitelji, motivacija, zadovoljstvo, ponašanje, transformacije.

## SUMMARY

This thesis explores the motivational factors that drive visitors to participate in festivals and analyzes how the quality of festivals affects visitor satisfaction and their future behavior. The aim is to gain a deeper understanding of the elements that make festivals attractive and how the quality of the experience can shape visitors' perceptions and decisions regarding attendance at similar events in the future. Special emphasis is placed on transformations and their impact on visitors. Digital transformation through mobile applications and virtual reality enables richer experiences, while sustainable practices increase environmental awareness and the attractiveness of festivals. Additionally, festivals succeed in promoting changes in people, enhancing their satisfaction, encouraging personal development, and altering their future perceptions and behavior regarding attendance at similar events. Considering several internationally renowned festivals such as Burning Man, Glastonbury, and Las Fallas, we encounter diverse content that creates unique experiences for visitors. These festivals focus on individuals, offering personalized and interactive experiences that cater to various interests and needs. Furthermore, they apply sustainable practices and integrate advanced technologies to improve the organization and experience of the festival. Their continuous evolution and ability to adapt to new trends and technologies enable them to remain relevant and attractive to a broad audience, significantly impacting the global festival scene.

*Keywords:* international festivals, festival tourism, motivations, visitors, satisfaction, behavior, transformations.

## **POPIS ILUSTRACIJA**

### **POPIS SLIKA**

**Slika 1. Čista Coachella (str.68)**

**Slika 2. AfrikaBurn festival (str.75)**

**Slika 3. Visual Culture- Burning Man (str.77)**

**Slika 4. Visual Culture- Burning Man (str.78)**

**Slika 5. The history of Glastonbury festival (1971.) (str.80)**

**Slika 6. Festival Las Fallas (1906.) (str.82)**

**Slika 7. Lokacija Burning Man (str.91)**

**Slika 8. Las Fallas povorka (str.96)**

### **POPIS TABLICA**

**Tablica 1. Odnos između iskustava i atributa prema vrsti festivala (str.36)**

**Tablica 2. Glavne funkcije i disfunkcije festivalskog turizma u kontekstu elemenata turističkog prostora (str.46)**

**Tablica 3. Zajednička obilježja uzorka festivala (str.71)**

**Tablica 4. Analiza motiva, zadovoljstva i ponašanja posjetitelja festivala (str.87)**

**Tablica 5. Uposredna analiza čimbenika ponude (Burning Man, Glastonbury i Las Fallas) (str.102)**

**Tablica 6. Analiza utjecaja- Burning Man (str.104)**

**Tablica 7. Analiza utjecaja- Glastonbury (str.107)**

**Tablica 8. Analiza utjecaja Las Fallas (str.109)**

## **POPIS SHEMA**

**Shema 1. Okvir semiotičke analize festivalske turističke atrakcije (str.13.)**

**Shema 2. Model međuodnosa između percipirane kvalitete, zadovoljstva i ponašanja (str. 44.)**

**Shema 3. Učinci festivala u svjetlu održivosti (str.62.)**

**Shema 4. Prijedlog modela interesa ponude i potražnje (str.118)**