

Analiza trendova u turizmu događaja: kako se razvijaju glazbeni i filmski festivali kao turističke atrakcije?

Dominković, Ivona

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:889376>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-20**



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT
U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
OPATIJA, HRVATSKA

Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



uniri DIGITALNA
KNJIŽNICA



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Sveučilišni diplomski studij

IVONA DOMINKOVIĆ

**Analiza trendova u turizmu događaja: kako se razvijaju glazbeni i
filmski festivali kao turističke atrakcije?**

**Analysis of trends in event tourism: how are music and film
festivals developing as tourist attractions?**

Diplomski rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Sveučilišni diplomski studij

Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu

Studijski smjer: Menadžment u turizmu

Analiza trendova u turizmu događaja: kako se razvijaju glazbeni i filmski festivali kao turističke atrakcije?

Analysis of trends in event tourism: how are music and film festivals developing as tourist attractions?

Diplomski rad

Kolegij:

Turizam događaja

Student:

Ivona Dominković

Mentor:

Prof. dr. sc. Daniela Gračan

Matični broj:

DS3728

Opatija, srpanj 2024.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Ivona Dominković

(ime i prezime studenta)

DS3728

(matični broj studenta)

Analiza trendova u turizmu događaja: kako se razvijaju glazbeni i filmski festivali kao turističke atrakcije? / Analysis of trends in event tourism: how are music and film festivals developing as tourist attractions?

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor završnog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa završnim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, _____

Potpis studenta

Sažetak

Turizam događaja, koji obuhvaća glazbene i filmske festivale, dinamičan je i unosan sektor turističke industrije. U ovom radu proučava se evolucija, utjecaj i budući trendovi turizma događaja, fokusirajući se na istaknute festivale kao što su Glastonbury, Coachella, TIFF, Cannes, Tomorrowland, Ultra Europe i Filmski festival u Puli. Ekonomske koristi glazbenih i filmskih festivala protežu se izvan prodaje ulaznica, obuhvaćajući prihode ostvarene smještajem, hranom i pićem, prijevozom i pratećim uslugama, ističući njihov značajan doprinos lokalnom gospodarstvu. Marketinške i promotivne strategije igraju ključnu ulogu u privlačenju posjetitelja na festivale, a gledajući unaprijed, budućnost turizma događaja oblikovana je tehnološkim inovacijama, promjenjivim preferencijama potrošača i globalnim trendovima kao što su virtualna i proširena stvarnost, predstavljajući i mogućnosti i izazove za organizatore festivala i menadžere destinacija.

Ključne riječi: turizam događaja, filmski festivali, glazbeni festivali, trendovi, marketing.

SADRŽAJ

Uvod	3
1. Definiranje turizma događaja	4
1.1. Podjela organiziranih događanja	5
1.2. Važnost turističkih događanja u suvremenom turizmu	7
1.3. Trenutni trendovi u turizmu događaja	9
1.4. Povijest glazbenih i filmskih festivala	11
2. Razvoj glazbenih festivala kao turističkih atrakcija	13
2.1. Utjecaj glazbenih festivala na turizam	14
2.2. Ekonomska korist i doprinos lokalnoj zajednici	16
2.3. Marketing i promocija glazbenih festivala	18
2.4. Društveni i kulturni utjecaj glazbenih događaja	20
3. Utjecaj filmskih festivala na turizam	22
3.1. Ekonomska korist i doprinos filmskih festivala lokalnoj zajednici	23
3.2. Marketing i promocija filmskih festivala	25
3.3. Društveni i kulturni utjecaj filmskih festivala	26
4. Analiza budućih trendova događaja – glazbeni i filmski festivali	29
5. Analiza odabranih glazbenih i filmskih festivala	34
5.1. Tomorrowland	34
5.1.1. Utjecaj Tommorowlanda na lokalni turizam	35
5.1.2. Strategije za poboljšanje festivala Tommorowland.....	36
5.2. Coachella Valley Music and Arts Festival	36
5.2.1. Utjecaj Coachelle na lokalni turizam.....	37
5.2.2. Strategije za poboljšanje Coachella Festivala	38
5.3. Ultra Europe - Split	39
5.3.1. Utjecaj Ulte na lokalni turizam	39
5.3.2. Strategije za poboljšanje Ulte u Splitu	41
5.4. Filmski festival u Cannesu	41
5.4.1. Utjecaj Cannesa na lokalni turizam	41
5.4.2. Strategije za poboljšanje Cannes Film Festivala	42
5.5. Međunarodni filmski festival u Torontu (TIFF)	43
5.5.1. Utjecaj TIFF-a na lokalni turizam	44
5.5.2. Strategije za poboljšanje TIFF-a	45
5.6. Filmski festival u Puli	46
5.6.1. Utjecaj festivala u Puli na lokalni turizam.....	46

<u>5.6.2. Strategije za poboljšanje festivala u Puli</u>	47
<u>Zaključak</u>	48
<u>Bibliografija</u>	50
<u>Popis ilustracija</u>	52

Uvod

Turizam je godinama evoluirao iz tradicionalnog razgledavanja i aktivnosti provedene u slobodno vrijeme u ispunjavanje želja posjetiocima koji traže nezaboravna iskustva koja odgovaraju njihovim interesima i strastima. Turizam događaja, karakteriziran posjećivanjem događanja i festivala kao primarne motivacije za putovanje, postao je sve popularniji među turistima koji traže autentična iskustva. Ovi događaji sežu od kulturnih proslava i sportskih turnira do glazbenih i filmskih festivala, a svaki nudi jedinstvenu priliku posjetiteljima da se uključe u lokalnu kulturu, umjetnost i zabavu. Turizam događaja pojavio se kao dinamičan i unosan segment unutar šire turističke industrije, osvajajući posjetitelje jedinstvenim iskustvima i kulturnim doživljajima. U tom segmentu, glazbeni i filmski festivali pojavili su se kao istaknute atrakcije, mameći turiste diljem svijeta svojom ponudom zabave, kulture i društvenog angažmana. U ovom radu proučit će se trendovi koji oblikuju i koji će oblikovati (re)voluciju glazbenih i filmskih festivala kao ključnih komponenti turizma događaja.

Turizam događaja obuhvaća raznoliku lepezu događanja i festivala koji privlače posjetitelje izbliza i izdaleka, značajno pridonoseći gospodarstvu destinacije i kulturnoj živosti, a glazbeni i filmski festivali zauzimaju istaknuto mjesto u svijetu turizma događanja, privlačeći milijune posjetitelja godišnje na odredišta diljem svijeta. Ovi festivali prikazuju bogatu raznolikost glazbenih i filmskih talenata, služeći kao platforme za umjetnike, filmaše i izvođače da predstave svoje radove globalnoj publici. Štoviše, glazbeni i filmski festivali nisu samo zabavni događaji, već i kulturni fenomeni koji slave kreativnost, inovativnost i umjetnički izričaj, što ih čini vrlo privlačnima turistima koji traže obogaćujuća iskustva.

U tom kontekstu, ovaj rad ima za cilj analizirati trendove u glazbenim i filmskim festivalima kao turističkim atrakcijama, istražujući čimbenike koji pridonose njihovom razvoju i evoluciji u kontekstu turizma događaja. U ovom radu koristit će se metode dedukcije, analize, sinteze i klasifikacije.

1. Definiranje turizma događaja

Turizam događaja, poznat i kao turizam događanja, pojavio se kao značajan i dinamičan sektor unutar šire turističke industrije. Ovaj dio istražuje koncept turizma događaja, njegovu povijest, te važnost njegovog suvremenog značaja i ispitujući njegove trendove u razvoju. Prema Getzu, turizam događaja odnosi se na "posjete primarno radi prisustvovanja planiranom događaju", naglašavajući središnju ulogu događaja u motiviranju putovanja i oblikovanju iskustava turista.¹ Ovi događaji variraju u veličini i opsegu, u rasponu od malih društvenih festivala do velikih međunarodnih spektakala, od kojih svaki nudi različite atrakcije i iskustva za sudionike. Dakle, turizam događaja odnosi se na putovanja motivirana prvenstveno željom da se prisustvuje ili sudjeluje u zakazanim događajima, u rasponu od festivala i konferencija do sportskih turnira i kulturnih proslava.² Za razliku od tradicionalnih oblika turizma usredotočenih na razgledavanje i opuštanje, turizam događaja stavlja događaje u prvi plan doživljaja putovanja, a posjetitelji traže impresivne i nezaboravne susrete koji su u skladu s njihovim interesima, strastima i životnim stilovima.³

Turizam događaja pokazuje nekoliko karakterističnih obilježja koje ga razlikuju od ostalih oblika turizma. Prvo, turizam događaja često karakterizira privremenost, s događajima koji se odvijaju u određenim vremenskim okvirima i na određenim lokacijama, stvarajući tako osjećaj bitnosti i ekskluzivnosti za njegove sudionike. Drugo, turizam događaja vrlo je raznolik i višestruk, obuhvaća širok raspon događaja koji obuhvaćaju različite teme, interese i kulturne kontekste. Od glazbenih festivala i filmskih premijera do sajмова hrane i vina, turizam događaja zadovoljava šarolik niz ukusa i preferencija. Treće, turizam događaja je primarno društven i participativan, potiče interakcije i veze među posjetiteljima, izvođačima, organizatorima i lokalnim zajednicama bilo to kroz zajednička iskustva, kolektivne rituale ili zajedničke svečanosti, događaji služe kao katalizatori društvene kohezije i kulturne razmjene.⁴

Korijeni turizma događanja mogu se pratiti unazad do drevnih civilizacija, gdje su festivali i okupljanja služili kao središnja mjesta za zajednička slavlja, vjerske obrede i kulturnu razmjenu. Od Olimpijskih igara u antičkoj Grčkoj do srednjovjekovnih sajмова i renesansnih karnevala, događaji su dugo igrali ključnu ulogu u oblikovanju obrazaca putovanja i kulturnih interakcija. Međutim, tek se u drugoj polovici 20. stoljeća turizam događaja počeo pojavljivati

¹ Getz, „Event management and event tourism“, 112.

² Dujmović, *Kultura turizma*, 98.

³ Benckendorff, *Attractions megatrends*. In D. Buhalis i C. Costa (Eds.), 200-210.

⁴ Kobašić I Senečić, *Marketing u turizmu*, 72.

kao zaseban i specijaliziran segment unutar turističke industrije. Evolucija turizma događaja može se pripisati spoju društvenih, ekonomskih, tehnoloških i kulturnih čimbenika. Porast masovnog prijevoza, napredak u komunikacijskim tehnologijama i promjene u preferencijama potrošača omogućili su rast turizma događanja, omogućujući pojedincima lakše putovanje i sudjelovanje u raznolikom nizu događanja diljem svijeta.⁵ Štoviše, globalizacija kulture i komocija slobodnog vremena pridonijeli su sve većem broju događaja kao što su turističke atrakcije, festivali, koncerti i sportski događaji koji služe kao magneti za putnike koji traže autentična i transformativna iskustva.

Zaključno, turizam događaja predstavlja dinamičan fenomen koji se razvija i nastavlja oblikovati ponašanje pri putovanju, razvoj destinacije i kulturnu razmjenu na globalnoj razini. Razumijevanjem povijesnih korijena, suvremenog značaja i definiranjem karakteristika turizma događanja, sudionici u turističkoj industriji mogu bolje iskoristiti njegov potencijal za poticanje gospodarskog rasta, poticanje kulturnog razumijevanja i poboljšanje cjelokupnog iskustva posjetitelja.

1.1. Podjela organiziranih događanja

Podjela organiziranih događaja odnosi se na geografsku rasprostranjenost i disperziju događaja po različitim lokacijama i odredištima. Također, organizirani događaji su često karakterizirani prema njihovoj veličini, formi i sadržaju.

Nekoliko čimbenika utječe na podjelu organiziranih događaja, uključujući zemljopisni položaj, potražnju na tržištu, infrastrukturu, dostupnost mjesta i attribute odredišta. Veliki gradovi i urbana središta često služe kao glavna središta događaja zbog svoje gustoće naseljenosti, prometne povezanosti i koncentracije sadržaja i objekata.⁶ Osim toga, karakteristike destinacije kao što su klima, prirodni krajolici, kulturna baština i socio-politička stabilnost mogu utjecati na atraktivnost lokacije za održavanje događaja. Nadalje, potražnja na tržištu i preferencije publike igraju ključnu ulogu u određivanju distribucije događaja, pri čemu organizatori često odabiru destinacije koje su u skladu s interesima, demografijom i obrascima potrošnje njihove ciljane publike.

⁵ Magaš, Vodeb I Zadel, *Menadžment turističke organizacije i destinacije*, 82.

⁶ Richards, *Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja*, 108.

Po veličini organizirani događaji dijele se na:⁷

- mega događaje
- regionalne događaje
- značajne događaje
- manje događaje.

Mega događaji su najveći organizirani događaji okrenuti uglavnom međunarodnom tržištu. Takvi događaji imaju izravan utjecaj na turizam, medijsku pozornost i gospodarstvo destinacije, a primjer mega događaja su Olimpijske igre i Svjetsko prvenstvo u nogometu. Regionalni događaji imaju za cilj povećati zanimanje turista za određenu regiju ili destinaciju. Primjerice, Riječki karneval privlači domaće i strane turiste te gradu donosi značajnu financijsku dobit i promociju. Značajni događaji bude veliko zanimanje zajednice i privlače veliki broj sudionika te stvaraju značajan prihod od turizma, a u tu kategoriju se svrstavaju veliki skupovi, sajmovi i kongresi. Manji događaji se događaju na godišnjoj razini, kao primjerice razni festivali, sajmovi i sportska događanja.⁸

Organizirani događaji se prema formi dijele na:

- kulturne proslave – festivali, koncerti, karnevali, komemoracije, vjerski događaji;
- politička i državna događanja – politički događaji, VIP posjete;
- poslovanje i trgovina – sastanci, konvencije, sajmovi;
- obrazovanje i znanost – konferencije, seminari;
- sportska natjecanja – amaterska/stručna, gledatelj/sudionik, rekreacijska, sportske igre i igre za zabavu;
- privatni događaji – vjenčanja, zabave.⁹

Organiziranje događaja u području turizma daje naslutiti da svaki organizirani događaj ima namjeru privući turiste u određenu turističku destinaciju i potaknuti njezin razvitak i izgraditi ju u turistički poželjnu destinaciju, organizirani događaj ima obilježje ograničenog trajanja ili je rijetka pojava, nudi nesvakidašnje sociološko-kulturološko iskustvo. Razvitkom organiziranja događaja redefiniraju se i upotpunjuju stare postavke turista - putnika za doživljajem odmora u turističkoj destinaciji.¹⁰

⁷ Van Der Wagen, Carlos I Brenda, *Event Management - Upravljanje događajima*, 4-8.

⁸ Ibid.

⁹ Getz, *Event tourism: Definition, evolution, and research*, 404.

¹⁰ Bowdin, Allen at.al, *Events Management*, 15.

1.2. Važnost turističkih događanja u suvremenom turizmu

Turistički događaji igraju ključnu ulogu u oblikovanju suvremenog turističkog krajolika, privlačeći milijune putnika diljem svijeta i značajno pridonoseći ekonomiji odredišta, kulturnoj vitalnosti i razvoju zajednice. Ovaj dio rada ispituje važnost turističkih događanja u suvremenom turizmu, istražujući njihovu ekonomsku, društveno-kulturnu, ekološku i promotivnu dimenziju.

Turistička događanja glavni su pokretači gospodarske aktivnosti te ostvaruju značajne prihode za odredišta domaćina kroz potrošnju posjetitelja, rezervacije smještaja i popratne usluge. Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO), turizam događaja čini značajan dio prihoda od globalnog turizma, a veliki događaji poput festivala, konferencija i sportskih turnira doprinose milijardama dolara lokalnom gospodarstvu svake godine.¹¹ Turistička događanja potiču i otvaranje radnih mjesta, razvoj infrastrukture i ulaganja u ugostiteljske i rekreacijske sadržaje, potičući tako održivi rast i prosperitet u zajednicama domaćinima.

Osim svojih gospodarskih doprinosa, turistička događanja igraju ključnu ulogu u poticanju kulturne razmjene, društvene kohezije i angažmana zajednice. Festivali posebno služe kao platforme za slavljenje kulturne baštine, promicanje različitosti i očuvanje nematerijalne tradicije i prakse. Prikazujući lokalnu umjetnost, kuhinju, glazbu i izvedbene umjetnosti, turistička događanja posjetiteljima nude prožimajuće i autentično iskustvo kulture destinacije, potičući međusobno razumijevanje i poštovanje među različitim populacijama.¹² Osim toga, događaji pružaju prilike za društvenu interakciju, umrežavanje i kolektivno slavlje, jačanje društvenih veza i jačanje osjećaja pripadnosti unutar zajednica.

¹¹ Senečić i Vukonić, *Marketing u turizmu*, 63.

¹² Preston, *Event marketing*, 75.

Tablica 1. Pozitivni i negativni učinci manifestacija

	Pozitivni učinci	Negativni učinci
SOCIJALNI	<ul style="list-style-type: none"> - Revitalizacija tradicije - Uključenost lokalne zajednice - Uvođenje novih izazova i ideja - Širenje kulturnih obzora - Dijeljenje iskustva - Rast stupnja ponosa i tolerancije u zajednici 	<ul style="list-style-type: none"> - Društvena neusklađenost i nejednakost - Uništavanje razvoja resursa - Negativna reputacija - Manipulacije lokalnom zajednicom
EKONOMSKI	<ul style="list-style-type: none"> - Veći profit - Poslovne prilike - Povećan/produžen boravak - Komercijalna aktivnost - Promocija destinacije - Veći broj posjetitelja - Nova radna mjesta 	<ul style="list-style-type: none"> - Deficit - Inflacija - Rast oportunitetnih troškova - Otpor lokalne zajednice prema turizmu
POLITIČKI	<ul style="list-style-type: none"> - Razvoj - Bolji imidž - Međunarodni prestiž - Društvena kohezija - Veća tolerancija 	<ul style="list-style-type: none"> - Gubitak vlasničke kontrole lokalnog stanovništva - Iseljena lokalnog stanovništva - Loša raspodjela javnih sredstava - rizik od lošeg uspjeha
EKOLOŠKI	<ul style="list-style-type: none"> - Obnova infrastrukture i suprastrukture - Rast ekološke svijesti - Zaštita okoliša - Urbana transformacija 	<ul style="list-style-type: none"> - Ekološke štete - Onečišćenje vode, zraka i tla - Buka i gužva u prometu - Uništavanje kulturnog naslijeđa i tradicije

Izvor: Izrada autorice prema - Pozitivni i negativni učinci manifestacija na turističku destinaciju i njezine dionike (Izvor: Richards, B., Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja – Kako ga primijeniti, Potecon, London 1997., str. 157.)

Iako turistička događanja nude brojne prednosti odredištima domaćinima, ona također predstavljaju izazove za okoliš, posebice u smislu potrošnje resursa, stvaranja otpada i ekološkog otiska. Događaji velikih razmjera, poput glazbenih festivala i sportskih turnira, mogu značajno opteretiti lokalne ekosustave, infrastrukturu i prirodne resurse, što dovodi do

degradacije okoliša i zagađenja ako se njima ne upravlja učinkovito.¹³ Kao takve, održive prakse upravljanja događajima, uključujući smanjenje otpada, očuvanje energije i ekološki prihvatljiv prijevoz, ključne su za ublažavanje utjecaja turističkih događaja na okoliš i osiguranje njihove dugoročne održivosti. Turistički događaji služe kao snažni promotivni alati za marketing i brendiranje destinacije, privlače medijsku pozornost i povećavaju vidljivost i ugled lokacija domaćina na globalnoj razini. Događaji visokog profila, kao što su Olimpijske igre, Svjetske izložbe i međunarodni filmski festivali, stvaraju opsežnu medijsku pokrivenost i publicitet, prikazujući atrakcije, sadržaje i kulturnu ponudu odredišta domaćina milijunima gledatelja i potencijalnih posjetitelja širom svijeta.¹⁴ Štoviše, događaji daju priliku dionicima destinacije za suradnju i inovacije, stvarajući jedinstvena i nezaboravna iskustva koja izdvajaju njihovu ponudu na konkurentnom turističkom tržištu.

Zaključno, turistička događanja igraju višestruku i nezamjenjivu ulogu u modernom turizmu, pokrećući gospodarski rast, potičući kulturnu razmjenu, promičući održivost i unapređujući konkurentnost destinacije. Prepoznavanjem važnosti turističkih događanja i usvajanjem pristupa strateškom planiranju i upravljanju, odredišna tijela, organizatori događanja i drugi dionici mogu iskoristiti puni potencijal turizma događanja kako bi stvorili pozitivne učinke za zajednice domaćine i posjetitelje.

1.3. Trenutni trendovi u turizmu događaja

Turizam događaja dinamičan je sektor koji se stalno razvija, pod utjecajem promjena preferencija potrošača, tehnološkog napretka i globalnih društveno-ekonomskih trendova. Ovaj dio rada pruža pregled aktualnih trendova koji oblikuju ponudu turizma događanja, od novih formata događanja i digitalnih inovacija do promjenjivog ponašanja potrošača i strategija odredišta.¹⁵

Jedan značajan trend u turizmu događaja je pojava novih formata događaja i koncepata koji zadovoljavaju ukuse i preferencije potrošača koji se mijenjaju. Osim tradicionalnih glazbenih i filmskih festivala, pojavio se raznolik niz događaja, u rasponu od nišnih kulturnih festivala i wellness utočišta do iskustvenih izložbi i imerzivnih pop-up aktivacija. Ovi događaji

¹³ Renko, *Strategije marketinga*, 136.

¹⁴ Detz, *Event management and event tourism*, 76.

¹⁵ Benckendorff, *Attractions megatrends*. In Buhalis i Costa (Eds.), *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*, 200-210.

nude sudionicima jedinstvena i personalizirana iskustva, potičući dublji angažman i emocionalnu povezanost s odredištem i njegovom ponudom.¹⁶

Sve veća ponuda i razvoj digitalnih tehnologija revolucionirala je način na koji se događaji planiraju, promoviraju i doživljavaju, što je dovelo do nove ere virtualnih i hibridnih događaja. Kao odgovor na pandemiju COVID-19, mnogi organizatori događaja usvojili su digitalne platforme i usluge strujanja kako bi pružili impresivna i interaktivna iskustva udaljenoj publici. Tehnologije virtualne stvarnosti (VR) i proširene stvarnosti (AR) također se sve više integriraju u dizajn događaja i marketinške strategije, omogućujući sudionicima da istražuju odredišta i bave se sadržajem na inovativne načine.

Održivost se podjednako pokazala kao ključni prioritet za organizatore događaja, odredišta i posjetitelje, potaknuti rastućom ekološkom sviješću i zabrinutošću o dugoročnom utjecaju događaja na lokalne zajednice i ekosustave. Prakse održivog upravljanja događajima, uključujući smanjenje otpada, očuvanje energije i kompenzaciju ugljika, postaju standardne industrijske prakse, a mnogi događaji traže certifikaciju i akreditaciju za svoje ekološke inicijative.¹⁷ Štoviše, sve je veći naglasak na promicanju odgovornog ponašanja u turizmu među sudionicima, potičući ih da minimiziraju svoj ekološki otisak i podržavaju lokalne zajednice tijekom svojih iskustava događaja.

Angažman zajednice i suradnja sudionika ključne su komponente uspješnih strategija turizma događaja, poticanja društvene uključenosti, kulturne autentičnosti i ekonomskog osnaživanja unutar zajednica domaćina. Događaji koji uključuju lokalno stanovništvo u svoj proces planiranja i izvođenja, kao što su festivali zajednice i lokalne inicijative, obično uživaju veću potporu i sudjelovanje stanovnika, što rezultira pozitivnim socio-ekonomskim učincima i trajnim nasljeđem za zajednicu. Štoviše, događaji koji uključuju elemente kulturne baštine i autohtone tradicije doprinose identitetu i autentičnosti destinacije, unaprjeđujući cjelokupno iskustvo posjetitelja i obogaćujući kulturni krajolik destinacije.¹⁸ Inkluzivnost i pristupačnost sve su važnija razmatranja u planiranju i upravljanju događajima, budući da organizatori nastoje osigurati da događaji budu dostupni pojedincima svih dobi, sposobnosti i podrijetla. To uključuje pružanje pristupa bez prepreka mjestima za događaje, ponudu specijaliziranih usluga i smještaja za sudionike s invaliditetom te implementaciju inkluzivnog programiranja i inicijativa za doseganje kako bi se zadovoljile različite demografske skupine publike. Dajući

¹⁶ Knešaurek i Carić, *Kulturni događaji i manifestacije u turizmu*, 51.

¹⁷ Newbord et. al., *Principles of Festival Management*, 47.

¹⁸ Pavičić i Aleksić, *Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti*, 78.

prioritet inkluzivnosti i pristupačnosti, organizatori događaja mogu stvoriti gostoljubiva i uključiva okruženja koja promiču društvenu jednakost i raznolikost unutar turističke industrije.¹⁹

Turizam događaja karakterizira dinamična međuigra novonastalih trendova i inovacija koje odražavaju promjenjive preferencije potrošača, tehnološki napredak i društvene vrijednosti. Prateći trenutne trendove i prihvaćajući strateško planiranje i pristupe upravljanju, odredišna tijela, organizatori događaja i drugi dionici mogu iskoristiti prilike koje nudi turizam događaja kako bi stvorili nezaboravna i dojmљiva iskustva za posjetitelje i zajednice.

1.4. Povijest glazbenih i filmskih festivala

Glazbeni i filmski festivali imaju bogatu i legendarnu povijest, koja seže stoljećima unatrag i razvila se u globalne fenomene koji privlače milijune posjetitelja svake godine. Ovaj dio rada bavi se podrijetlom i razvojem glazbenih i filmskih festivala, prateći njihov razvoj od skromnih početaka do sadašnjeg statusa velikih kulturnih događaja i turističkih atrakcija.

Korijeni glazbenih i filmskih festivala mogu se pratiti u davna vremena, gdje su zajednička okupljanja i proslave služile kao platforme za umjetničko izražavanje, zabavu i kulturnu razmjenu. U staroj Grčkoj, na primjer, Panhelenske igre sadržavale su glazbena natjecanja uz atletska natjecanja, pokazujući važnost glazbe u zajedničkim ritualima i svečanostima.²⁰ Slično tome, u srednjovjekovnoj Europi, festivali trubadura i nastupi ministranta pružali su priliku glazbenicima i izvođačima da pokažu svoje talente i zabave publiku na gradskim trgovima i kraljevskim dvorovima.

Moderni koncept glazbenih i filmskih festivala počeo se oblikovati u kasnom 19. i ranom 20. stoljeću, potaknut napretkom tehnologije, transporta i masovnih medija. Uspon industrijske revolucije i širenje željezničke mreže omogućili su okupljanja velikih razmjera, dok je izum fonografa i filmske kamere demokratizirao pristup glazbi i filmovima, postavljajući put javnim projekcijama i nastupima.

Jedan od najranijih zabilježenih glazbenih festivala datira iz 1897. godine, s inauguracijom Leeds Triennial Musical Festivala u Engleskoj. Ova manifestacija uključivala je izvedbe zborske i orkestralne glazbe, privlačeći glazbene entuzijaste iz cijele zemlje. Slično

¹⁹ Picard, *Festivals, Tourism and Social Change: Remaking Worlds*, 35.

²⁰ Getz, *Festival and event, tourism*, 1–4.

tome, Venecijanski filmski festival, utemeljen 1932., smatra se najstarijim svjetskim filmskim festivalom koji prikazuje najnovija kinematografska djela i pionirske inovacije u filmskom stvaralaštvu.²¹

Razdoblje nakon Drugog svjetskog rata svjedočilo je porastu popularnosti glazbenih i filmskih festivala, vođenih željom za poticanjem kulturne razmjene, umjetničkog eksperimentiranja i društvene kohezije nakon globalnog sukoba. Newport Jazz Festival, inauguriran 1954., odigrao je ključnu ulogu u popularizaciji jazz glazbe i promicanju rasne integracije u Sjedinjenim Državama. U međuvremenu, Cannes Film Festival, osnovan 1946., pojavio se kao prestižni izlog za međunarodnu kinematografiju, privlačeći filmaše, kritičare i filmofile iz cijelog svijeta.²²

U drugoj polovici 20. stoljeća glazbeni i filmski festivali prošli su kroz razdoblje brzog širenja i diversifikacije, potaknuti promjenom društvenih normi, tehnološkim inovacijama i pojavom kulture mladih. Woodstock, održan 1969., utjelovio je kontra-kulturni etos 1960-ih, privlačeći stotine tisuća posjetitelja u sjeverni dio New Yorka na vikend glazbe, mira i ljubavi. Slično tome, Sundance Film Festival, utemeljen 1978., revolucionizirao je nezavisnu kinematografiju pružajući platformu filmskim stvarateljima u usponu da pokažu svoj rad i izazovu mainstream narative.²³

Zaključno, povijest glazbenih i filmskih festivala svjedočanstvo je trajne moći umjetnosti, kulture i zajednice da nadiđu granice, ujedine raznoliku publiku i oblikuju kolektivna iskustva. Od drevnih rituala i srednjovjekovnih svečanosti do suvremenih spektakala i avangardnih eksperimenata, glazbeni i filmski festivali nastavljaju se razvijati i inovirati, odražavajući stalno promjenjiv krajolik ljudske kreativnosti i izražavanja.

²¹ Goldblatt, *Special Events*, 25.

²² Dobre, *Počela turizma*, 62.

²³ *Ibid.*

2. Razvoj glazbenih festivala kao turističkih atrakcija

Glazbeni festivali evoluirali su od kulturnih nišnih događaja do globalnih fenomena koji privlače milijune posjetitelja svake godine, nadilazeći geografske granice i kulturne barijere kako bi sami po sebi postali glavne turističke atrakcije. Ovaj dio rada istražuje razvoj glazbenih festivala kao turističkih atrakcija, prateći njihovu evoluciju od masovnih okupljanja do višednevnih spektakala koji privlače posjetitelje iz cijelog svijeta.

Porijeklo glazbenih festivala može se pratiti do davnih vremena kada su se zajednice okupljale kako bi proslavile sezonsku žetvu, vjerske rituale i kulturne tradicije kroz glazbu, ples i zajedničku gozbu. Međutim, tek su se sredinom 20. stoljeća glazbeni festivali počeli pojavljivati kao organizirani događaji s masovnom privlačnošću i komercijalnim potencijalom. Newport Jazz Festival, inauguriran 1954., često se smatra jednim od prvih modernih glazbenih festivala, koji prikazuje talente jazz glazbenika i privlači tisuće posjetitelja na obale Rhode Islanda.²⁴

1960-ih i 1970-ih svjedočilo se širenju glazbenih festivala diljem svijeta, potaknutih društvenim prevratima, političkim aktivizmom i usponom kulture mladih. Kulturni događaji poput Woodstocka, Monterey Pop Festivala i Isle of Wight Festivala postali su simboli kontra kulturnog etosa tog doba, privlačeći stotine tisuća posjetitelja na udaljena polja i mjesta na otvorenom na dane glazbe, mira i zajedničkog života. Ovi festivali nisu samo prikazivali revolucionarne glazbene izvedbe, već su i katalizirali društvene promjene i kulturnu revoluciju, izazivajući prevladavajuće norme i zalažući se za slobodu izražavanja i društvenu pravdu.²⁵

U 1980-im i 1990-im došlo je do komercijalizacije i globalizacije glazbenih festivala, jer su korporativni sponzori, medijski konglomerati i zabavne tvrtke počeli kapitalizirati popularnost i profitabilnost glazbenih događaja uživo. Etablirani festivali kao što su Glastonbury, Coachella i Lollapalooza proširili su svoj doseg i bazu publike, uključivši različite žanrove, umjetničke instalacije i impresivna iskustva kako bi privukli širu demografiju obožavatelja glazbe.²⁶ Pojava digitalnih tehnologija i društvenih medija dodatno je ubrzala rast i napredak glazbenih festivala, omogućivši organizatorima da promoviraju svoje događaje, prodaju ulaznice i komuniciraju s publikom u stvarnom vremenu na globalnoj razini.

²⁴ Ibid.

²⁵ Goldblatt, Special Events, 45.

²⁶ Ibid.

Posljednjih su godina glazbeni festivali postali sastavni dio marketinga odredišta i strategija promocije turizma, pri čemu gradovi i regije iskorištavaju svoja kulturna dobra i kreativne industrije kako bi privukli posjetitelje i stvorili ekonomske koristi. Glazbeni turizam, definiran kao putovanje motivirano željom za pohađanjem glazbenih događaja, pojavio se kao unosna tržišna niša, s turistima koji traže sveobuhvatna i autentična iskustva koja ih povezuju s lokalnom glazbenom scenom i kulturnom baštinom odredišta.²⁷ Glazbeni festivali stoga igraju ključnu ulogu u povećanju privlačnosti destinacije, poticanju potrošnje posjetitelja i produljenju turističke sezone izvan tradicionalnih špica.

Zaključno, razvoj glazbenih festivala kao turističkih atrakcija odražava konvergenciju kulturnih, društvenih, ekonomskih i tehnoloških sila koje su transformirale globalni turistički krajolik. Prateći evoluciju glazbenih festivala od njihovih skromnih početaka do trenutnog statusa velikih kulturnih događaja i pokretača gospodarstva, stječemo uvid u duboki utjecaj glazbe na turizam i trajnu privlačnost doživljaja glazbe uživo za putnike širom svijeta.

2.1. Utjecaj glazbenih festivala na turizam

Glazbeni festivali postali su značajni katalizatori turizma, privlačeći posjetitelje iz bliže i dalje okoline i potičući gospodarsku aktivnost u odredištima domaćinima.

Glazbeni festivali snažno privlače turiste, motivirajući ih da putuju kako bi imali priliku doživjeti glazbene nastupe uživo, uroniti u živopisnu festivalsku atmosferu i povezati se s pojedincima istomišljenika. Glazbeni festivali među glavnim su razlozima putovanja među glazbenim entuzijastima, pri čemu posjetitelji često planiraju svoj odmor oko određenih datuma festivala i postava. Štoviše, jedinstvena i prolazna priroda glazbenih festivala, s njihovom mješavinom žive glazbe, umjetnosti, kulture i zajednice, stvara osjećaj ekskluzivnosti koji tjera putnike da sudjeluju i uključe se u iskustvo događaja.²⁸

Održavanje glazbenih festivala može imati transformativne učinke na razvoj destinacije, potičući ulaganja u infrastrukturu, sadržaje i ugostiteljske objekte kako bi se prilagodio priljev posjetitelja i poboljšalo cjelokupno festivalsko iskustvo. Odredišta domaćini često koriste glazbene festivale kao priliku za predstavljanje svoje kulturne baštine, prirodne ljepote i jedinstvenih atrakcija, pozicionirajući se kao poželjna turistička odredišta i stvarajući

²⁷ Page i Connell, *Tourism: A Modern Synthesis*, 92.

²⁸ Jago, *Event Management in Leisure and Tourism*, 85.

dugoročne koristi za lokalne tvrtke i zajednice. Štoviše, održavanje glazbenih festivala može katalizirati napore urbane revitalizacije, udahnuti novi život zapuštenim četvrtima i potaknuti gospodarski rast u prethodno zanemarenim područjima.

Glazbeni festivali stvaraju značajne ekonomske koristi za odredišta domaćina, pridonoseći otvaranju radnih mjesta, stvaranju poreznih prihoda i rastu poslovanja u različitim sektorima lokalnog gospodarstva. Studije su pokazale da glazbeni festivali ubrizgavaju milijune dolara u zajednice domaćine kroz potrošnju posjetitelja na smještaj, restorane, prijevoz, maloprodaju i zabavu, dajući značajan poticaj malim tvrtkama i poduzećima povezanim s turizmom. Štoviše, uzburkani učinci festivalske potrošnje protežu se i izvan razdoblja neposrednog događanja, budući da sudionici često produžuju svoje boravke kako bi dalje istražili odredište, sudjelovali u pratećim aktivnostima ili se vraćali u buduće posjete, čime održavaju prihode od turizma tijekom cijele godine.

Osim svojih ekonomskih doprinosa, glazbeni festivali olakšavaju kulturnu razmjenu i međukulturalno razumijevanje okupljajući raznoliku publiku, umjetnike i izvođače iz različitih sredina i regija. Festivali služe kao platforme za predstavljanje lokalnih talenata, promicanje kulturne raznolikosti i poticanje međukulturalnog dijaloga, obogaćujući tako kulturni krajolik odredišta domaćina i promičući međusobno poštovanje i uvažavanje među posjetiteljima. Nadalje, glazbeni festivali često uključuju elemente kulturne baštine, folkloru i autohtonih tradicija, pružajući posjetiteljima priliku da upoznaju kulturni identitet i baštinu zajednice domaćina te da se uključe u njih.²⁹

Zaključno, utjecaj glazbenih festivala na turizam je dalekosežan i višestruk, obuhvaća ekonomsku, društvenu, kulturnu i ekološku dimenziju. Privlačenjem posjetitelja, poticanjem gospodarske aktivnosti, promicanjem kulturne razmjene i povećanjem privlačnosti destinacije, glazbeni festivali igraju ključnu ulogu u oblikovanju turističkog krajolika i doprinose održivom razvoju destinacija domaćina. Međutim, ključno je da dionici destinacije, organizatori događaja i kreatori politika uravnoteže prednosti glazbenih festivala s potrebom za ublažavanjem potencijalnih negativnih utjecaja, kao što su prenapučenost, degradacija okoliša i kulturna komodifikacija, kako bi se osigurala dugoročna održivost i održivost manifestacijskog turizma.

²⁹ Benckendorff, *Attractions megatrends*. In Buhalis i Costa (Eds.), *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*, 200-210.

2.2. Ekonomska korist i doprinos lokalnoj zajednici

Ekonomska korist i doprinos organiziranih događanja lokalnoj zajednici značajni su čimbenici u razvoju destinacije i planiranju manifestacijskog turizma. Događaji imaju potencijal za poticanje gospodarske aktivnosti, stvaranje prihoda, stvaranje prilika za zapošljavanje i poboljšanje općeg društveno-ekonomskog blagostanja zajednica domaćina. Ovaj dio rada istražuje ekonomski učinak organiziranih događaja, uključujući njihove izravne i neizravne doprinose lokalnom gospodarstvu, te ispituje strategije koje se koriste za maksimiziranje njihovih ekonomskih koristi uz istovremeno ublažavanje potencijalnih negativnih učinaka.

Organizirani događaji stvaraju izravan ekonomski učinak kroz potrošnju posjetitelja na smještaj, restorane, prijevoz, maloprodaju i zabavu. Sudionici često putuju izvan odredišta domaćina, pridonoseći lokalnom gospodarstvu izdacima za smještaj, obroke, suvenire i aktivnosti u slobodno vrijeme. Štoviše, organizatori događaja i prodavači također ostvaruju prihod od prodaje ulaznica, prodaje robe, sponzorskih ugovora i naknada dobavljačima, dodatno potičući gospodarsku aktivnost i podržavajući lokalna poduzeća. Izravni ekonomski učinak događaja je mjerljiv i mjerljiv, pružajući dionicima opipljive dokaze o ekonomskim koristima koje proizlaze iz organiziranja događaja.³⁰

Uz svoje izravne ekonomske doprinose, organizirani događaji ostvaruju neizravan ekonomski učinak kroz multiplikativne učinke, veze u opskrbnom lancu i potaknutu potrošnju. Priljev posjetitelja i aktivnosti povezanih s događajima stvara potražnju za robom i uslugama u različitim sektorima lokalnog gospodarstva, uključujući ugostiteljstvo, prijevoz, maloprodaju i usluge povezane s turizmom. Lokalne tvrtke, dobavljači i prodavači imaju koristi od povećane prodaje i poslovnih prilika, što dovodi do otvaranja radnih mjesta, stvaranja prihoda i širenja poslovanja. Štoviše, ekonomske koristi događaja protežu se izvan neposrednog razdoblja događaja, budući da se sudionici često vraćaju na odredište radi budućih posjeta, poslovnih prilika ili preseljenja, održavajući prihode od turizma i ekonomski rast tijekom dugoročnog razdoblja.³¹

Organizirani događaji značajni su pokretači zapošljavanja, stvaraju prilike za zapošljavanje i podržavaju egzistenciju za stanovnike zajednica domaćina. Zapošljavanje vezano uz događaje obuhvaća širok raspon uloga i zanimanja, uključujući upravljanje

³⁰ Getz, *Event Management and Event Tourism*. 84.

³¹ Page i Connell, *Tourism: A Modern Synthesis*, 54.

događajima, ugostiteljstvo, catering, prijevoz, sigurnost, marketing i maloprodaju. Lokalno stanovništvo zapošljava se na različitim poslovima, od osoblja za događaje i operacija do pružanja usluga i upravljanja opskrbnim lancem, čime se diverzificira lokalno tržište rada i smanjuju stope nezaposlenosti. Štoviše, organizirani događaji pružaju prilike za razvoj vještina, obuku i izgradnju kapaciteta, osnažujući lokalno stanovništvo da sudjeluje u turističkoj industriji i pridonese gospodarskom prosperitetu svojih zajednica.

Organizirani događaji ostvaruju prihode za lokalne vlasti putem oporezivanja, naknada za licence i naknada za dozvole, osiguravajući izvor financiranja za javne usluge, razvoj infrastrukture i inicijative zajednice. Odredišta domaćini često naplaćuju poreze i naknade na aktivnosti povezane s događajima, uključujući poreze na korištenje hotela, poreze na promet i naknade za najam prostora, kako bi uhvatili dio ekonomskih koristi koje generiraju događaji. Štoviše, događaji mogu privući dodatna sredstva i ulaganja iz javnih i privatnih izvora, uključujući sponzorstva, bespovratna sredstva i donacije, dodatno jačajući financijsku održivost zajednica domaćina i podržavajući inicijative koje povećavaju konkurentnost odredišta i kvalitetu života.

Osim svojih ekonomskih doprinosa, organizirani događaji potiču angažman zajednice, društvenu koheziju i kulturnu vitalnost unutar zajednica domaćina. Događaji pružaju mogućnosti građanima da sudjeluju u planiranju događaja, volontiranju i aktivnostima širenja zajednice, potičući osjećaj ponosa, vlasništva i pripadnosti među lokalnim dionicima. Štoviše, događaji slave kulturnu baštinu, promiču raznolikost i prikazuju lokalne talente, jačajući kulturni identitet i društveno tkivo odredišta domaćina. Okupljajući stanovnike i posjetitelje u zajedničkim iskustvima i zajedničkim slavljinama, organizirani događaji pridonose ukupnoj kvaliteti života i dobrobiti zajednica domaćina.³²

Zaključno, ekonomska korist i doprinos organiziranih događanja lokalnoj zajednici značajni su i višestрани, obuhvaćajući izravne i neizravne gospodarske učinke, stvaranje radnih mjesta, stvaranje prihoda i društvene koristi. Maksimiziranjem ekonomskog potencijala događaja uz istovremeno ublažavanje potencijalnih negativnih utjecaja, dionici destinacije mogu iskoristiti događaje kao katalizatore razvoja destinacije, gospodarskog rasta i prosperiteta zajednice. Štoviše, poticanje angažmana zajednice, društvene uključenosti i kulturnog obogaćivanja unutar zajednica domaćina ključno je za osiguranje dugoročne održivosti i nasljeđa organiziranih događaja u turističkoj industriji.

³² Prideaux, Factors Affecting Event Tourism: A Review of Recent Research, 774–783.

2.3. Marketing i promocija glazbenih festivala

Učinkovit marketing i promocija igraju ključnu ulogu u uspjehu i održivosti glazbenih festivala. U sve konkurentnijem i dinamičnijem turističkom krajoliku, destinacijski marketinški stručnjaci, organizatori događaja i dionici moraju primijeniti strateške marketinške strategije kako bi privukli posjetitelje, diferencirali njihovu ponudu i poboljšali cjelokupno festivalsko iskustvo. Ovaj odjeljak istražuje različite tehnike marketinga i promocije koje se koriste u planiranju, promociji i provedbi glazbenih festivala, uključujući digitalni marketing, brendiranje, sponzorstvo i angažman zajednice.

Digitalni marketing i društveni mediji revolucionirali su način na koji se glazbeni festivali promoviraju i plasiraju publici diljem svijeta. Organizatori događaja koriste digitalne platforme, uključujući web stranice, kanale društvenih medija, mobilne aplikacije i marketing e-poštom, kako bi dosegli ciljanu publiku, izgradili svijest o robnoj marki i povećali prodaju ulaznica. Platforme društvenih medija kao što su Facebook, Instagram, Twitter i TikTok pružaju prilike za angažman u stvarnom vremenu, sadržaj koji generiraju korisnici i viralne marketinške kampanje, omogućujući organizatorima da stvore buzz, potaknu uzbuđenje i potaknu zajednicu oko festivala. Isto tako, digitalna marketinška analitika i uvidi u podatke omogućuju organizatorima da prate ponašanje publike, mjere izvedbu kampanje i optimiziraju marketinške strategije za maksimalan učinak i povrat ulaganja.

Učinkovito brendiranje ključno je za uspostavljanje identiteta, imidža i ugleda glazbenih festivala u svijesti potrošača. Organizatori događaja ulažu u razvoj brenda i strategije pozicioniranja kako bi razlikovali svoje festivale, prenijeli svoju jedinstvenu ponudu vrijednosti i izazvali emocionalne veze sa svojom ciljanom publikom.³³ Elementi marke kao što su logotipi, slogani, boje i vizualni identitet pažljivo su odabrani kako bi odražavali osobnost, temu i etos festivala. Štoviše, partnerstva s brendovima i suradnje s umjetnicima, utjecajnim osobama i sponzorima mogu poboljšati vidljivost i vjerodostojnost brenda, proširujući doseg i utjecaj festivala na tržištu.³⁴

Sponzorstva i partnerstva igraju ključnu ulogu u financiranju i marketingu glazbenih festivala, osiguravajući organizatorima financijsku potporu, resurse i promotivne mogućnosti u zamjenu za izloženost brenda i povezanost s događajem. Sponzori i partneri mogu uključivati

³³ Prideaux, Factors Affecting Event Tourism: A Review of Recent Research, 774–783.

³⁴ Getz, Event Management and Event Tourism. 254.

korporativne brendove, medijske tvrtke, tvrtke za piće, ugostiteljske brendove i lokalne tvrtke koje žele uskladiti svoje vrijednosti brenda i doseći s ciljnom publikom festivala. Sponzorski paketi mogu uključivati natpise, mogućnosti brendiranja, iskustvene aktivacije, VIP gostoprimstvo i integraciju digitalnog marketinga, omogućujući sponzorima da se povežu sa sudionicima i poboljšaju festivalsko iskustvo uz maksimiziranje povrata ulaganja.³⁵

Angažman zajednice i marketing sastavni su dijelovi uspješne promocije glazbenog festivala, potičući lokalnu podršku, sudjelovanje i zagovaranje među stanovnicima, tvrtkama i dionicima. Organizatori festivala surađuju s lokalnim zajednicama, kulturnim organizacijama i skupinama iz susjedstva kako bi uključili stanovnike u proces planiranja, zatražili povratne informacije i riješili probleme, čime se gradi povjerenje i dobra volja unutar zajednice. Također, taktike lokalnog marketinga kao što su ulični timovi, gerila marketing i usmena preporuka mogu stvoriti buku, uzbuđenje i iščekivanje festivala među ciljanom publikom, stvarajući osjećaj iščekivanja i ekskluzivnosti oko događaja.³⁶

Glazbeni festivali služe kao moćni alati za marketing destinacije i turističku promociju, privlače posjetitelje, stvaraju medijsku pokrivenost i povećavaju vidljivost i ugled destinacija domaćina na globalnoj razini. Organizacije za marketing destinacije (DMO), kongresni uredi i turističke zajednice surađuju s organizatorima festivala kako bi integrirali festival u marketinške kampanje destinacije, prikazujući atrakcije destinacije, sadržaje i kulturnu ponudu potencijalnim posjetiteljima diljem svijeta. Štoviše, festivali pružaju priliku dionicima destinacije da pokažu svoju gostoljubivost, infrastrukturu i turističku infrastrukturu posjetiteljima događaja, utjecajnim osobama i predstavnicima medija, pozicionirajući destinaciju kao poželjnu turističku destinaciju i potičući ponovne posjete.³⁷

Zaključno, marketing i promocija glazbenih festivala ključni su za privlačenje posjetitelja, izgradnju vrijednosti robne marke i poboljšanje cjelokupnog festivalskog iskustva. Upotrebom strateških marketinških tehnika, uključujući digitalni marketing, brendiranje, sponzorstvo i angažman zajednice, organizatori festivala mogu stvoriti uzbuđenje, iščekivanje i angažman među ciljanom publikom, čime se povećava prodaja ulaznica, stvaranje prihoda i zadovoljstvo publike. Štoviše, festivali služe kao moćni alati za marketing destinacije i turističku promociju,

³⁵ Prideaux, Factors Affecting Event Tourism: A Review of Recent Research, 774–783.

³⁶ Getz, Event Management and Event Tourism. 257.

³⁷ Jago, Event Management in Leisure and Tourism, 41.

pokazujući posjetiteljima diljem svijeta jedinstvene atrakcije, kulturu i gostoprimstvo destinacija domaćina.

2.4. Društveni i kulturni utjecaj glazbenih događaja

Glazbeni događaji imaju dubok utjecaj na društvo i kulturu, služeći kao platforme za umjetničko izražavanje, kulturnu razmjenu i angažman zajednice. Osim zabave, glazbeni događaji igraju ključnu ulogu u oblikovanju društvenih normi, poticanju formiranja identiteta i promicanju kulturne raznolikosti. Ovaj dio istražuje društveni i kulturni utjecaj glazbenih događaja, ispitujući njihovu ulogu u promicanju društvene kohezije, očuvanju kulturne baštine i umjetničkim inovacijama.

Glazbeni događaji imaju moć okupiti ljude, nadilazeći društvene, kulturne i geografske granice kako bi stvorili zajednička iskustva i potaknuli osjećaj pripadnosti i zajednice. Bilo kroz velike glazbene festivale, intimne koncerte ili ulične nastupe, glazbeni događaji pojedincima pružaju prilike za povezivanje s drugima koji dijele njihove interese, strasti i vrijednosti. Stvaranjem prostora za društvenu interakciju, umrežavanje i kolektivno slavlje, glazbeni događaji promiču društvenu koheziju i solidarnost, jačaju društvene veze i premošćuju podjele unutar različitih zajednica.³⁸ Glazbeni događaji služe kao sredstva za slavljenje i očuvanje kulturne baštine, prikazujući tradicionalnu glazbu, ples i izvedbene umjetnosti iz različitih kultura i regija. Festivali posvećeni narodnoj glazbi, autohtonoj tradiciji i glazbi svijeta pružaju platforme za umjetnike i izvođače da podijele svoju kulturnu baštinu s publikom, čuvajući nematerijalne kulturne izričaje i promičući međukulturalni dijalog i razumijevanje. Štoviše, glazbeni događaji često uključuju elemente kulturnog identiteta, folklora i rituala, jačajući važnost kulturne baštine u suvremenom društvu i potičući ponos i poštovanje prema vlastitim kulturnim korijenima.

Glazbeni događaji igraju ključnu ulogu u njegovanju umjetničkog talenta, poticanju kreativnosti i podržavanju umjetničkih inovacija unutar glazbene industrije. Umjetnici u usponu, neovisni glazbenici i underground bendovi često koriste glazbene događaje kao priliku da pokažu svoje talente, steknu vidljivost i izgrade bazu obožavatelja, čime doprinose raznolikosti i živosti glazbene scene. Štoviše, glazbeni događaji pružaju platforme za

³⁸ Prideaux, Factors Affecting Event Tourism: A Review of Recent Research, 774–783.

eksperimentiranje, suradnju i unakrsno oprašivanje glazbenih žanrova, pomičući granice umjetničkog izražavanja i izazivajući konvencionalne norme i očekivanja.³⁹ Poticanjem kulture umjetničke slobode i eksperimentiranja, glazbeni događaji doprinose evoluciji i obogaćivanju glazbene industrije i kulturnog krajolika.

Glazbeni događaji imaju dugu povijest služenja kao katalizatora društvenih promjena i političkog aktivizma, mobiliziranja zajednica, podizanja svijesti i zagovaranja društvene pravde i jednakosti. Od pokreta za građanska prava do prosvjeda protiv rata, glazba je igrala središnju ulogu u poticanju društvenih pokreta i jačanju marginaliziranih glasova.⁴⁰ Glazbeni festivali, dobrotvorni koncerti i dobrotvorni događaji pružaju platforme umjetnicima i aktivistima za rješavanje hitnih društvenih pitanja, promicanje solidarnosti i poticanje kolektivne akcije među sudionicima. Štoviše, glazbeni događaji često uključuju elemente filantropije i društveno korisnog rada, prikupljanja sredstava i svijesti za dobrotvorne svrhe i društvene inicijative, čime se pridonosi pozitivnom društvenom utjecaju i razvoju zajednice.

Zaključno, društveni i kulturni utjecaj glazbenih događaja proteže se daleko izvan zabave, oblikovanja društvenih normi, poticanja očuvanja kulturne baštine, promicanja umjetničkih inovacija i kataliziranja društvenih promjena. Stvaranjem prostora za društvenu interakciju, slavlje i umjetničko izražavanje, glazbeni događaji igraju ključnu ulogu u promicanju društvene kohezije, kulturne raznolikosti i angažmana zajednice u društvu. Štoviše, glazbeni događaji služe kao platforme za umjetnike, izvođače i aktiviste da pojačaju svoje glasove, zagovaraju društvenu pravdu i inspiriraju pozitivne promjene, na taj način iskorištavajući transformativnu moć glazbe za stvaranje inkluzivnijeg, ravnopravnijeg i živahnijeg svijeta.

³⁹ Getz, *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*, 403–428.

⁴⁰ Smith, *Issues in Cultural Tourism Studies*, 78.

3. Utjecaj filmskih festivala na turizam

Filmski festivali nisu samo kulturni događaji nego i značajni pokretači turizma, koji privlače filmaše, profesionalce iz industrije i filmofile iz cijelog svijeta. Ovi događaji doprinose lokalnom gospodarstvu, povećavaju vidljivost odredišta i promiču kulturnu razmjenu.

Filmski festivali služe kao magneti za filmski turizam, privlačeći posjetitelje koji su željni istražiti lokacije prikazane u njihovim omiljenim filmovima i baviti se kinematografskom baštinom odredišta domaćina. Posjetitelji filmskih festivala često produžuju svoj boravak kako bi istražili gradske znamenitosti, posjetili filmske studije i sudjelovali u vođenim obilascima kulturnih filmskih scena.⁴¹ Ovaj fenomen, poznat kao filmski induciran turizam, stvara prihod lokalnim poduzećima, smještajnim kapacitetima i turoperatorima, dok također promiče svijest o odredištu i prepoznatljivost brenda među globalnom publikom. Filmski festivali olakšavaju kulturnu razmjenu i međukulturalno razumijevanje prikazivanjem filmova iz različitih žanrova, jezika i regija, izlažući tako publiku različitim perspektivama, narativima i kulturnim identitetima. Međunarodni filmski festivali posebno igraju ključnu ulogu u promicanju međukulturalnog dijaloga i njegovanju uzajamnog poštovanja i uvažavanja među posjetiteljima iz različitih zemalja i podrijetla. Slaveći kinematografsku raznolikost i umjetničku inovaciju, filmski festivali doprinose obogaćivanju kulturne baštine i promicanju globalne kulturne razmjene.⁴²

Filmski festivali igraju ključnu ulogu u brendiranju odredišta i poboljšanju imidža, pozicionirajući gradove i regije domaćine kao živahna kulturna središta i vrhunska odredišta za filmske entuzijaste i profesionalce u industriji. Gradovi poput Cannesa, Berlina i Toronta postali su sinonimi za svoje filmske festivale, privlačeći medijsku pokrivenost, viđenja slavni i međunarodnu pozornost. Povezanost s prestižnim filmskim festivalima povećava ugled destinacije, podiže njenu kulturnu vrijednost i razlikuje je od konkurentskih destinacija na globalnom turističkom tržištu, privlačeći tako posjetitelje i ulaganja te jačajući lokalna gospodarstva. Filmski festivali potiču rast kulturnih i kreativnih industrija pružajući platformu za filmaše, producente i umjetnike da pokažu svoje radove, umreže se s kolegama iz industrije i osiguraju ugovore o distribuciji.⁴³ Izloženost stečena na filmskim festivalima može pokrenuti karijere, stvoriti publicitet i privući sredstva za buduće projekte, pridonoseći tako vitalnosti i

⁴¹ Fyall, Garrod i Wang, *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*, 47.

⁴² Smith, *Issues in Cultural Tourism Studies*, 57.

⁴³ Getz, *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*, 403–428.

održivosti lokalnog filmskog ekosustava. Štoviše, filmski festivali često uključuju industrijske događaje, radionice i panele koji pružaju mogućnosti obrazovanja i profesionalnog razvoja talentima u usponu, potičući kulturu inovacije i izvrsnosti unutar kreativne zajednice.

Društveno-ekonomski učinak filmskih festivala nadilazi sam događaj, a koristi lokalnim tvrtkama, zajednicama i stanovnicima kroz povećanu potrošnju posjetitelja, otvaranje radnih mjesta i razvoj infrastrukture. Hoteli, restorani, trgovci na malo i pružatelji usluga prijevoza doživljavaju porast potražnje tijekom festivalskog razdoblja, stvarajući prihode i mogućnosti zapošljavanja za lokalno stanovništvo. Nadalje, kulturna živost i prestiž povezani s održavanjem filmskog festivala mogu privući ulaganja, talente i kulturne institucije u određite, čime se pridonosi dugoročnom gospodarskom rastu i razvoju zajednice.

3.1. Ekonomska korist i doprinos filmskih festivala lokalnoj zajednici

Filmski festivali ne samo da obogaćuju kulturni život, već i pružaju značajne ekonomske koristi domaćinima. Ovi događaji doprinose lokalnom gospodarstvu kroz potrošnju posjetitelja, otvaranje radnih mjesta i stvaranje prihoda za poduzeća i pružatelje usluga. Ovaj dio rada ispituje ekonomski učinak i doprinos filmskih festivala lokalnoj zajednici, uključujući njihovu ulogu u pokretanju turizma, potpori ugostiteljskoj industriji i poticanju gospodarskog rasta.

Filmski festivali privlače raznolik raspon posjetitelja, uključujući filmaše, profesionalce iz industrije, filmofile i turiste, koji pridonose lokalnom gospodarstvu trošenjem na smještaj, restorane, prijevoz, zabavu i maloprodaju. Sudionici često putuju izvan određita domaćina, odsjedaju u hotelima, privatnim kućama za odmor i pansionima te večeraju u lokalnim restoranima i kafićima, čime ostvaruju prihod za ugostiteljske tvrtke i turističke operatere. Štoviše, filmski induciran turizam, pri čemu posjetitelji istražuju lokacije snimanja i kulturne atrakcije povezane s igranim filmovima, dodatno potiče gospodarsku aktivnost i produljuje turističku sezonu izvan festivalskog razdoblja.

Filmski festivali stvaraju prilike za zapošljavanje i podržavaju egzistenciju lokalnog stanovništva kroz otvaranje radnih mjesta u različitim sektorima gospodarstva, uključujući ugostiteljstvo, turizam, zabavu i organizaciju događaja. Hoteli, restorani, barovi, kazališta i pružatelji usluga prijevoza suočavaju se s povećanom potražnjom za osobljem tijekom festivalskog razdoblja, što dovodi do prilika za privremeno zapošljavanje i stvaranja prihoda za

lokalne radnike. Štoviše, lanac opskrbe festivala, uključujući prodavače događaja, dobavljače i pružatelje usluga, također ima koristi od povećane poslovne aktivnosti, stvarajući dodatna radna mjesta i gospodarske prilike unutar lokalne zajednice.⁴⁴ Filmski festivali stvaraju prihod za lokalne tvrtke i poduzetnike kroz sponzorstva, oglašavanje i partnerstva s korporativnim sponzorima, medijskim tvrtkama i dionicima u industriji. Sponzorski ugovori, mogućnosti brendiranja i promotivna partnerstva lokalnim tvrtkama pružaju izloženost posjetiteljima festivala i profesionalcima u industriji, čime se povećava vidljivost brenda i angažman kupaca.⁴⁵ Također, filmski festivali često surađuju s lokalnim poduzećima, kulturnim institucijama i organizacijama zajednice kako bi ugostili projekcije, događaje i domjenke, dodatno potičući gospodarsku aktivnost i potičući suradnju i inovacije unutar lokalnog kreativnog gospodarstva.⁴⁶

Održavanje filmskih festivala može potaknuti razvoj infrastrukture i ulaganja u mjesta domaćina, što dovodi do poboljšanja objekata za događaje, prometnih mreža i kulturnih sadržaja. Lokalne vlasti i privatni investitori mogu ulagati u obnovu ili izgradnju prostora za događanja, kazališta i objekata za projekcije kako bi se prilagodili programiranju festivala i kapacitetu publike. Štoviše, poboljšanja infrastrukture, poput poboljšanja prijevoza, pješačke infrastrukture i javnih prostora, poboljšavaju cjelokupno iskustvo posjetitelja i pristupačnost destinacije, privlačeći tako buduće događaje i ulaganja u turizam.

Filmski festivali pridonose kulturnom naslijeđu i očuvanju baštine zajednica domaćina slaveći kinematografsko umijeće, promičući kulturnu raznolikost i prikazujući lokalni talent i tradiciju pripovijedanja. Festivali posvećeni regionalnoj kinematografiji, autohtonom filmskom stvaralaštvu i dokumentarnom filmskom stvaralaštvu pružaju platforme filmskim stvarateljima u usponu i nedovoljno zastupljenim glasovima da podijele svoje priče i perspektive s publikom, čime se čuva kulturna baština i promiče kulturna razmjena.⁴⁷ Također, filmski festivali često surađuju s lokalnim kulturnim institucijama, muzejima i arhivima kako bi organizirali projekcije, izložbe i obrazovne programe koji slave kinematografsku baštinu i umjetnička postignuća zajednice domaćina.

Zaključno, ekonomska korist i doprinos filmskih festivala lokalnoj zajednici značajni su i višestruki, uključujući potrošnju posjetitelja, otvaranje radnih mjesta, stvaranje prihoda, razvoj

⁴⁴ Prideaux, Factors Affecting Event Tourism: A Review of Recent Research, 774–783.

⁴⁵ Weaver, Sustainable Tourism: Theory and Practice. 125.

⁴⁶ Fyall, Garrod i Wang, Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach. 312.

⁴⁷ Connell Page, Tourism: A Modern Synthesis, 45.

infrastrukture i očuvanje kulturne baštine. Privlačenjem posjetitelja, poticanjem gospodarske aktivnosti i promicanjem kulturne razmjene, filmski festivali igraju ključnu ulogu u poboljšanju ukupne kvalitete života i prosperiteta zajednica domaćina. Štoviše, filmski festivali služe kao katalizatori kreativnosti, inovacija i suradnje unutar lokalnog kreativnog gospodarstva, potičući živahan i dinamičan kulturni krajolik koji obogaćuje kulturni identitet i društveno tkivo odredišta domaćina.

3.2. Marketing i promocija filmskih festivala

Učinkovit marketing i promocija ključni su za uspjeh i održivost filmskih festivala. U svijetu zabave koji je sve konkurentniji, organizatori festivala moraju primijeniti strateške marketinške strategije kako bi privukli filmaše, profesionalce iz industrije i publiku te istaknuli svoj događaj na globalnom tržištu.

Digitalni marketing i društveni mediji imaju središnju ulogu u promicanju filmskih festivala i privlačenju publike prije, tijekom i nakon događaja. Organizatori festivala koriste digitalne platforme kao što su web stranice, kanali društvenih medija, bilteni putem e-pošte i mobilne aplikacije za širenje informacija, najavu ažuriranja programa i interakciju sa sljedbenicima. Platforme društvenih medija kao što su Facebook, Instagram, Twitter i YouTube pružaju prilike za angažman u stvarnom vremenu, sadržaj koji generiraju korisnici i viralne marketinške kampanje, omogućujući organizatorima da stvore „buzz⁴⁸“, generiraju uzbuđenje i izgrade zajednicu oko festivala. Štoviše, digitalna marketinška analitika i uvidi u podatke omogućuju organizatorima da prate ponašanje publike, mjere izvedbu kampanje i optimiziraju marketinške strategije za maksimalan učinak i povrat ulaganja.⁴⁹

Učinkovito brendiranje ključno je za uspostavljanje identiteta, imidža i ugleda filmskih festivala u glavama filmaša, profesionalaca u industriji i publike. Organizatori festivala ulažu u razvoj brenda i strategije pozicioniranja kako bi istaknuli svoj događaj, prenijeli svoju jedinstvenu ponudu vrijednosti i izazvali emocionalne veze sa svojom ciljanom publikom. Elementi marke kao što su logotipi, slogani, boje i vizualni identitet pažljivo su odabrani kako bi odražavali osobnost, temu i etos festivala.⁵⁰ Partnerstva s brendovima i suradnje sa

⁴⁸ Buzz – pompu.

⁴⁹ Weaver, Sustainable Tourism: Theory and Practice. 242.

⁵⁰ Jago, Event Management in Leisure and Tourism, 124.

sponzorima, medijskim partnerima i zainteresiranim stranama u industriji mogu poboljšati vidljivost i vjerodostojnost brenda, proširujući doseg i utjecaj festivala na globalnom tržištu.

Angažman publike i širenje javnosti ključni su za privlačenje posjetitelja, stvaranje uzbuđenja i stvaranje očekivanja za festival. Organizatori festivala koriste različite taktike za interakciju s publikom, uključujući ciljane marketinške kampanje, promotivne događaje i mogućnosti interakcije s publikom. Pred festivalske aktivnosti kao što su teaser traileri, natjecanja na društvenim mrežama i dodjela ulaznica stvaraju buku i generiraju iščekivanje među potencijalnim posjetiteljima, dok post festivalske aktivnosti kao što su ankete publike, sesije s povratnim informacijama i naknadna komunikacija organizatorima pružaju priliku za prikupljanje povratnih informacija, ocijeniti izvedbu i ojačati odnose s polaznicima.⁵¹ Štoviše, organizatori festivala često surađuju s lokalnim poduzećima, kulturnim organizacijama i grupama zajednice kako bi ugostili projekcije, radionice i panel rasprave koje angažiraju publiku i promiču kulturnu razmjenu i dijalog.

Filmski festivali služe kao moćni alati za marketing destinacije i turističku promociju, privlače posjetitelje, stvaraju medijsku pokrivenost i povećavaju vidljivost i ugled destinacija domaćina na globalnoj razini. Organizacije za marketing destinacije (DMO), turističke zajednice i filmske komisije surađuju s organizatorima festivala kako bi integrirali festival u marketinške kampanje destinacije, prikazujući atrakcije, sadržaje i kulturnu ponudu destinacije potencijalnim posjetiteljima širom svijeta. Štoviše, filmski festivali pružaju priliku zainteresiranim stranama u destinaciji da pokažu svoje gostoprimstvo, infrastrukturu i turističku infrastrukturu profesionalcima iz industrije, filmašima i predstavnicima medija, pozicionirajući destinaciju kao poželjnu turističku destinaciju i potičući ponovne posjete.

3.3. Društveni i kulturni utjecaj filmskih festivala

Filmski festivali nisu samo platforme za prikazivanje filmske umjetnosti, već i utjecajni kulturni događaji koji oblikuju društveni diskurs, potiču umjetničke inovacije i promiču kulturnu razmjenu. Ovaj dio istražuje društveni i kulturni utjecaj filmskih festivala, ispitujući njihovu ulogu u oblikovanju kulturnog identiteta, promicanju različitosti i poticanju dijaloga i razumijevanja.

⁵¹ Getz, Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. 403–428.

Filmski festivali slave raznolikost i inkluziju prikazujući filmove iz različitih žanrova, jezika i regija, pružajući tako platformu za nedovoljno zastupljene glasove i perspektive da se čuju i prepoznaju. Festivali posvećeni promicanju različitosti, kao što su LGBTQ+ filmski festivali, festivali etničkog filma i festivali ženskog filma, ističu priče i iskustva koja izazivaju stereotipe, promiču empatiju i potiču razumijevanje među publikom. Slaveći bogatstvo i složenost ljudskog iskustva, filmski festivali promiču inkluzivnost i društvenu koheziju unutar različitih zajednica.⁵² Filmski festivali promiču kulturnu razmjenu i dijalog okupljajući filmaše, profesionalce iz industrije i publiku iz različitih zemalja, kultura i podrijetla kako bi podijelili svoje priče, iskustva i perspektive. Međunarodni filmski festivali služe kao forumi za međukulturalni dijalog, potičući međusobno poštovanje, empatiju i razumijevanje među posjetiteljima iz različitih kulturnih sredina. Štoviše, festivali često uključuju panel rasprave, sesije pitanja i odgovora i radionice koje stvarateljima filmova i publici pružaju priliku da se uključe u smisleni dijalog i razmijene ideje o društvenim, političkim i kulturnim temama prikazanim u filmovima.

Filmski festivali istražuju društvena pitanja i zagovaraju pozitivne društvene promjene prikazujući filmove koji se bave hitnim društvenim, političkim i ekološkim izazovima s kojima se društvo suočava. Dokumentarci posebno služe kao moćni alati za podizanje svijesti, nadahnuće na djelovanje i mobiliziranje potpore za društvenu pravdu i ljudska prava. Festivali posvećeni kinematografiji s društvenim utjecajem, poput ekoloških filmskih festivala, filmskih festivala o ljudskim pravima i filmskih festivala o socijalnoj pravdi, stvarateljima i aktivistima pružaju platforme za usmjeravanje pažnje na hitna pitanja i poticanje razgovora koji vode značajnim promjenama.⁵³

Filmski festivali služe kao katalizatori umjetničkih inovacija i kreativne suradnje pružajući platformu filmskim stvarateljima u usponu, nezavisnim producentima i eksperimentalnim umjetnicima da pokažu svoje radove, postanu izloženi i povežu se s profesionalcima iz industrije. Festivali često sadrže dijelove posvećene talentima u usponu, studentskim filmskim stvarateljima i eksperimentalnoj kinematografiji, pružajući priliku umjetnicima da eksperimentiraju s novim tehnikama, stilovima i pristupima pripovijedanja. Štoviše, festivali olakšavaju umrežavanje, suradnju i međusobno oprašivanje ideja među filmašima, piscima, glumcima i dionicima industrije, njegujući kulturu umjetničke izvrsnosti i inovacije unutar filmske zajednice. Filmski festivali angažiraju lokalne zajednice i obogaćuju

⁵² Jamal, *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. 251.

⁵³ *Ibid.*

kulturni život organiziranjem projekcija, događaja i aktivnosti koje okupljaju ljude kako bi slavili kinematografsku umjetnost i istraživali različite kulturne perspektive.⁵⁴ Festivali često surađuju s lokalnim kulturnim institucijama, muzejima i društvenim organizacijama kako bi ugostili projekcije, izložbe i obrazovne programe koji uključuju publiku svih dobi i podrijetla. Festivali često uključuju živu glazbu, nastupe i kulinarska iskustva koja prikazuju lokalni talent i naglašavaju kulturnu baštinu i kreativnu vitalnost zajednice domaćina.

Zaključno, društveni i kulturni utjecaj filmskih festivala proteže se daleko izvan ekrana, oblikujući kulturni identitet, potičući raznolikost i promičući dijalog i razumijevanje među publikom diljem svijeta. Slaveći različitost, istražujući društvena pitanja, potičući umjetničke inovacije i angažirajući se u lokalnim zajednicama, filmski festivali igraju ključnu ulogu u obogaćivanju kulturnog života, promicanju društvenih promjena i poticanju dubljeg cijenjenja transformativne moći kinematografije u oblikovanju društva i oblikovanju svijet.

⁵⁴ Getz, *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*, 403–428.

4. Analiza budućih trendova događaja – glazbeni i filmski festivali

Turizam događaja, koji obuhvaća širok raspon kulturnih, sportskih, zabavnih i poslovnih događanja, pojavio se kao značajan segment turističke industrije, pridonoseći gospodarskom rastu, brendiranju destinacije i kulturnom obogaćivanju. Među raznim vrstama događanja ističu se glazbeni i filmski festivali kao glavne atrakcije za turiste diljem svijeta. Ovaj odjeljak analizira trenutne trendove koji oblikuju turizam događaja, s fokusom na glazbene i filmske festivale, te ispituje njihove buduće izglede u turističkom krajoliku koji se razvija.⁵⁵

Turizam događaja doživio je eksponencijalni rast i globalizaciju posljednjih godina, potaknut povećanjem raspoloživih prihoda, napretkom u prijevozu i tehnologiji te rastućom željom za jedinstvenim i nezaboravnim iskustvima. Osobito glazbeni i filmski festivali postali su globalni fenomeni, privlačeći posjetitelje iz različitih zemalja, kultura i demografskih skupina.⁵⁶ Globalizacija turizma događaja dovela je do proliferacije festivala u raznim destinacijama, od velikih gradova do udaljenih ruralnih područja, i stvorila je prilike za kulturnu razmjenu, gospodarski razvoj i promociju destinacije na globalnoj razini.

Diverzifikacija festivalske ponude pojavila se kao ključni trend u turizmu događanja, pri čemu organizatori nastoje diferencirati svoje događaje i privući se tržišnim nišama i ciljnoj publici. Glazbeni i filmski festivali proširili su se izvan tradicionalnih žanrova i formata kako bi uključili širok raspon tema, žanrova i iskustava. Na primjer, glazbeni festivali sada zadovoljavaju različite glazbene ukuse, uključujući elektroničku, hip-hop, indie i svjetsku glazbu, dok filmski festivali prikazuju različite žanrove, uključujući dokumentarac, animaciju, eksperimentalnu i virtualnu stvarnost.⁵⁷ Festivali često uključuju elemente umjetnosti, hrane, mode i tehnologije kako bi stvorili impresivna i multidisciplinarna iskustva koja privlače širu publiku.

Integracija tehnologije i digitalnih inovacija promijenila je način na koji se glazbeni i filmski festivali planiraju, promoviraju i doživljavaju od strane sudionika. Organizatori festivala koriste digitalne platforme, uključujući web-stranice, mobilne aplikacije, kanale društvenih medija i platforme za strujanje, kako bi komunicirali s publikom, širili informacije i poboljšali cjelokupno festivalsko iskustvo. Tehnologija virtualne stvarnosti (VR), iskustva

⁵⁵ Fyall, Garrod i Wang, *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. 432.

⁵⁶ Getz, *Event Management and Event Tourism*. 75.

⁵⁷ Jamal i Robinson, *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. 312.

proširene stvarnosti (AR) i mogućnosti prijenosa uživo omogućuju festivalima da dopru do publike izvan fizičkog prostora događaja, čime se proširuje njihov doseg i pristupačnost. Štoviše, inicijative vođene tehnologijom kao što su sustavi bezgotovinskog plaćanja, RFID narukvice i interaktivne instalacije poboljšavaju operativnu učinkovitost, povećavaju sigurnost i pružaju dragocjene podatke za organizatore.

Održivost i ekološka svijest pojavile su se kao istaknute teme u turizmu događanja, a festivali nastoje smanjiti svoj ugljični otisak, minimizirati otpad i promovirati ekološki prihvatljive prakse. Glazbeni festivali i filmski festivali provode održive inicijative kao što su obnovljivi izvori energije, programi smanjenja otpada i recikliranja, mjere za očuvanje vode i sheme za kompenzaciju ugljika kako bi se ublažio njihov utjecaj na okoliš. Štoviše, festivali uključuju obrazovne programe, radionice i kampanje podizanja svijesti kako bi angažirali posjetitelje i promovirali održiva ponašanja, čime se potiče kultura odgovornosti prema okolišu i upravljanja unutar festivalske zajednice.

Glazbeni festivali i filmski festivali sve su više prepoznati po svom društvenom utjecaju i inicijativama za angažman zajednice, koje se protežu izvan samog događaja kako bi koristile lokalnom stanovništvu, tvrtkama i organizacijama. Festivali pridonose razvoju zajednice stvaranjem radnih mjesta, stvaranjem prihoda i ulaganjima u infrastrukturu, čime potiču gospodarski rast i poboljšavaju kvalitetu života stanovnika.⁵⁸ Festivali često surađuju s lokalnim dobrotvornim društvima, neprofitnim organizacijama i društvenim poduzećima kako bi podržali društvene ciljeve, promovirali različitost i inkluziju te rješavali goruće probleme zajednice kao što su beskućništvo, siromaštvo i mentalno zdravlje. Iskorištavanjem svoje platforme i resursa, festivali mogu pojačati društveni utjecaj i potaknuti pozitivne promjene unutar zajednica domaćina.

Kako se preferencije i ponašanja potrošača razvijaju, glazbeni i filmski festivali moraju se prilagođavati i inovirati kako bi ostali relevantni i konkurentni na tržištu turizma događaja. Organizatori prihvaćaju trendove kao što su iskustveni marketing, personalizirana iskustva i impresivno pripovijedanje kako bi stvorili jedinstvena i nezaboravna festivalska iskustva koja odjekuju kod moderne publike. Štoviše, festivali usvajaju fleksibilne opcije prodaje ulaznica, pakete smještaja i usluge putovanja kako bi zadovoljili različite potrebe i preferencije posjetitelja, uključujući solo putnike, obitelji i luksuzne putnike. Usklađujući se s promjenjivim potrošačkim trendovima i preferencijama, festivali mogu povećati svoju privlačnost, povećati

⁵⁸ Getz, *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*, 403–428.

posjećenost i potaknuti lojalnost svoje publike. Glazbeni festivali i filmski festivali predstavljaju dinamične i evoluirajuće komponente turizma događanja, koje karakteriziraju rast, diversifikacija, inovativnost i održivost. Analizirajući trenutne trendove i predviđajući budući razvoj događaja u turizmu događanja, organizatori festivala mogu prilagoditi svoje strategije, ponude i operacije kako bi zadovoljili rastuće potrebe i preferencije posjetitelja, istovremeno maksimizirajući društvene, kulturne i gospodarske koristi za odredišta domaćina i zajednice. Kako se turizam događaja nastavlja razvijati kao odgovor na tehnološki napredak, demografske promjene i globalne trendove, glazbeni festivali i filmski festivali spremni su ostati sastavni dijelovi turističke industrije, potičući konkurentnost odredišta, kulturnu razmjenu i društveno-ekonomski razvoj diljem svijeta.

Turizam događaja neprestano se razvija, a oblikovan je promjenjivim preferencijama potrošača, tehnološkim napretkom i globalnim trendovima. Dok se gleda u budućnost, bitno je razumjeti sile koje pokreću promjene u industriji i predvidjeti kako će ti trendovi utjecati na način na koji ljudi doživljavaju događaje i bave se njima. Jedan od najznačajnijih trendova u turizmu događaja je porast iskustvenih putovanja. Današnji putnici traže više od pukog pasivnog razgledavanja; žude za impresivnim iskustvima koja im omogućuju povezivanje s lokalnom kulturom, kuhinjom i zajednicama.⁵⁹ Kao rezultat toga, događanja koja nude autentična, praktična iskustva postaju sve popularnija, od festivala hrane i kulturnih proslava do pustolovnih sportskih natjecanja i wellness odmora. Ova iskustva ne samo da putnicima pružaju nezaboravne trenutke, već također pridonose diferencijaciji odredišta i odanosti brendu.

Još jedan ključni trend u turizmu događanja sve je veći naglasak na održivosti i odgovornoj turističkoj praksi. U svijetu današnjice, gdje dolazi do povećane ekološke svijesti, organizatori događaja sve više daju prednost ekološkim inicijativama, kao što su smanjenje otpada, programi recikliranja i mjere za smanjenje ugljika. Održivi događaji ne samo da minimiziraju svoj utjecaj na okoliš, nego i privlače društveno osviještene putnike koji traže etička i održiva iskustva putovanja. Kao takva, održivost je postala ključna razlika za događaje koji žele privući ekološki osviještene sudionike i uskladiti se s globalnim ciljevima održivosti.⁶⁰

Tehnologija također igra veliku ulogu u oblikovanju budućnosti turizma događaja. Proliferacija pametnih telefona, društvenih medija i virtualne stvarnosti revolucionirala je način na koji otkrivamo, planiramo i doživljavamo događaje. Organizatori događaja koriste

⁵⁹ Getz, *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*, 403–428.

⁶⁰ Richardson, *The Role of Tourism in Sustainable Development*, 45 – 58.

tehnologiju kako bi poboljšali iskustvo sudionika, od prodaje karata putem mobitela i bezgotovinskog plaćanja do iskustava proširene stvarnosti i prijenosa događaja uživo. Virtualni i hibridni događaji, koji spajaju osobne i digitalne komponente, također postaju sve češći, nudeći sudionicima fleksibilnost da sudjeluju na daljinu, a da se i dalje osjećaju povezani s iskustvom događaja.

Nadalje, pandemija COVID-19 ubrzala je usvajanje digitalnih tehnologija i duboko preoblikovala krajolik događaja. Prijelaz na rad na daljinu i mjere socijalnog distanciranja prisililo je organizatore događaja da preispitaju tradicionalne formate događaja i istraže inovativne načine za sigurno uključivanje sudionika. Virtualni događaji, internetske konferencije i nastupi uživo postali su nova norma, omogućujući organizatorima da dosegnu globalnu publiku uz pridržavanje zdravstvenih i sigurnosnih smjernica. Dok će se osobni događaji nedvojbeno vratiti kako ograničenja budu popuštala, pandemija je zauvijek promijenila način na koji pristupamo planiranju i provedbi događaja, s većim naglaskom na fleksibilnost, otpornost i prilagodljivost.

Gledajući unaprijed, nekoliko novih trendova spremno je oblikovati budućnost turizma događaja u nadolazećim godinama. Jedan takav trend je porast mikro-događaja i nišnih iskustava skrojenih prema specifičnim interesima i demografiji. Budući da putnici traže personalizirana i intimna iskustva, organizatori događaja morat će zadovoljiti tržišne niše i stvoriti prilagođena iskustva koja odjekuju kod njihove ciljane publike. Bilo da se radi o boutique glazbenom festivalu, kulinarskom obilasku ili wellnessu, mikro-događaji nude sudionicima priliku da se prepuste svojim strastima i povežu se s pojedincima istomišljenika u intimnijem okruženju.⁶¹

Još jedan trend u nastajanju je brisanje granica između fizičkih i digitalnih iskustava, potaknuto napretkom tehnologije i promjenjivim ponašanjem potrošača. Kako se tehnologije virtualne i proširene stvarnosti nastavljaju razvijati, organizatori događaja imat će priliku stvoriti impresivna digitalna iskustva koja se mogu mjeriti s uzbuđenjem i angažmanom događaja uživo. Koncerti virtualne stvarnosti, interaktivne izložbe i gamificirana iskustva samo su neki od primjera kako tehnologija mijenja krajolik događaja i proširuje mogućnosti za angažman posjetitelja.

⁶¹ Jamal i Robinson, *The SAGE Handbook of Tourism Studies*, 425.

Također, koncept "slobodnog vremena" putovanja, koji kombinira poslovne i slobodne aktivnosti, dobiva na snazi među modernim putnicima. Budući da profesionalci nastoje maksimalno iskoristiti svoje vrijeme i iskustva dok putuju zbog posla, organizatori događaja mogu iskoristiti ovaj trend uključivanjem slobodnih aktivnosti, kulturnih izleta i mogućnosti umrežavanja u svoje programe događaja. Nudeći spoj poslovnih i zabavnih iskustava, događaji mogu privući širu publiku i pružiti sudionicima dobro zaokruženo i obogaćujuće iskustvo putovanja.

Zaključno, budućnost turizma događanja je svijetla i puna mogućnosti za inovacije i rast. Prihvatanjem novih trendova kao što su iskustvena putovanja, održivost, tehnologija i posebna iskustva, organizatori događaja mogu stvoriti nezaboravne i dojmljive događaje koji zadovoljavaju rastuće potrebe i sklonosti današnjih putnika. Dok gledamo unaprijed, ključno je ostati agilni, prilagodljiv i napredan u našem pristupu planiranju i izvedbi događaja, osiguravajući da događaji nastave nadahnjivati, povezivati i oduševljavati posjetitelje u godinama koje dolaze.

5. Analiza odabranih glazbenih i filmskih festivala

U ovom dijelu rada istražit će se dinamičan svijet turizma događaja kroz četiri istaknuta festivala, dva glazbena i dva filmska festivala. Ovi festivali služe kao primjeri dubokog utjecaja koji kulturni događaji mogu imati na lokalni turizam, gospodarski razvoj i angažman zajednice. Kroz istraživanje njihovog podrijetla, značaja i utjecaja, otkrit će se jedinstvene karakteristike i doprinosi svakog festivala turizma događanja.

Prvo će se ispitati tri kulturna glazbena festivala: Coachella Valley Music and Arts Festival, Tomorrowland i Ultra Music Festival u Splitu. Ovi su festivali stekli međunarodno priznanje zbog svojih raznolikih postava te impresivnog kulturnog značaja, privlačeći tisuće posjetitelja iz cijelog svijeta svake godine. Od valovitih brežuljaka Somerseta u Engleskoj do pustinjskog krajolika India u Kaliforniji, ovi su festivali postali kulturna obilježja koja slave glazbu, umjetnost i kreativnost u velikim razmjerima.

Zatim slijedi razrada tri cijenjena filmska festivala: Cannes Film Festivala, Toronto International Film Festivala (TIFF) i Festivala u Puli. Održavaju se u slikovitom okruženju grada Cannesa u Francuskoj i živopisnog grada Toronta u Kanadi, a ovi su festivali cijenjeni zbog svojih premijera, glamura crvenog tepiha i kinematografske izvrsnosti. Sa svojim postavama prepunim zvijezda, prestižnim nagradama i globalnim dosegom, Cannes i TIFF stoje kao svjetionici kinematografskih inovacija i kulturne razmjene, privlačeći filmaše, profesionalce iz industrije i filmofile iz cijeloga svijeta.

Analizom ovih festivala istražit će se njihov utjecaj na lokalni turizam, gospodarski razvoj i kulturno obogaćivanje. Od učinka potrošnje povezane s festivalima do promicanja i brendiranja destinacije i kulturne diplomacije, svaki festival ima jedinstvenu ulogu u oblikovanju turističkog krajolika regije domaćina. Osim toga, identificirat će se strategije za povećanje utjecaja i održivosti ovih festivala.

5.1. Tomorrowland

Tomorrowland nije samo glazbeni festival; to je utopijski svijet u kojem se sudaraju mašta i stvarnost, a snovi postaju java. Od svog početka 2005. godine, Tomorrowland je zarobio srca i

maštu milijuna obožavatelja elektroničke glazbe diljem svijeta. Ovaj kulturni festival koji se svake godine održava u Boomu u Belgiji postao je sinonim za vrhunsku produkciju, impresivan dizajn pozornice i zapanjujuće izvedbe najvećih imena elektroničke plesne glazbe (EDM). Sa svojim nezemaljskim temama, pozornicama većim od života i živahnom atmosferom, Tomorrowland posjetiteljima nudi nezaboravno putovanje u carstvo elektronske glazbe i fantastije.⁶²

Slika 1. Tomorrowland



Izvor: <https://www.tomorrowland.com/en/festival/welcome> , pristupljeno: 07.03.2024.

5.1.1. Utjecaj Tomorrowlanda na lokalni turizam

Utjecaj Tomorrowlanda na lokalni turizam u Boomu i okolnoj regiji može se opisati kao ništa manje od izvanrednog. Svake godine festival privuče stotine tisuća posjetitelja iz više od 200 zemalja, pretvarajući gradić Boom u globalni epicentar glazbe, kulture i slavlja. Hoteli, restorani i tvrtke u tom području doživljavaju porast potražnje tijekom festivalskog razdoblja, s mnogim objektima koji zadovoljavaju potrebe posjetitelja festivala koji traže smještaj, restorane i suvenire.⁶³ Međunarodna privlačnost Tomorrowlanda baca svjetlo na Belgiju kao

⁶² O'Brien i Wilken, The 'Disneyland of Dance Music': Aesthetic and Experience at Tomorrowland, 111–126.

⁶³ Ibid.

vrhunsku turističku destinaciju, privlačeći posjetitelje iz cijelog svijeta koji dolaze iskusiti magiju Tomorrowlanda i istražiti bogatu kulturnu baštinu i kulinarske užitke zemlje.⁶⁴

5.1.2. Strategije za poboljšanje festivala Tommorowland

Kako bi dodatno unaprijedili iskustvo Tomorrowlanda i maksimizirali njegov utjecaj na lokalni turizam i zajednicu, organizatori bi mogli istražiti mogućnosti za proširenje ponude festivala i uključiti se u interakciju s posjetiteljima tijekom cijele godine. To bi moglo uključivati organiziranje događaja prije i nakon festivala, kao što su koncerti, radionice i kulturne aktivnosti, kako bi se proširilo festivalsko iskustvo i potaknulo posjetitelje da istražuju regiju izvan festivalskog prostora. Osim toga, Tomorrowland bi mogao iskoristiti digitalne tehnologije (iako je i ovo do sada korišteno vanserijsko i rijetko viđeno igdje) za poboljšanje festivalskog iskustva i dosezanje nove publike diljem svijeta. To bi moglo uključivati live streaming nastupa, interaktivna virtualna iskustva i digitalne marketinške kampanje koje prikazuju jedinstvenu atmosferu i atrakcije festivala.⁶⁵

Nadalje, Tomorrowland bi trebao davati prioritet održivosti i zaštiti okoliša provođenjem ekološki prihvatljivih inicijativa i promicanjem odgovorne turističke prakse. To bi moglo uključivati inicijative kao što su smanjenje otpada, programi recikliranja i mjere za kompenzaciju ugljika koje minimaliziraju ekološki otisak festivala i doprinose očuvanju prirodnog okoliša. Prihvaćanjem ovih strategija, Tomorrowland može dodatno učvrstiti svoju poziciju globalnog kulturnog fenomena i pridonijeti kontinuiranom rastu i prosperitetu Booma i okolne regije.

5.2. Coachella Valley Music and Arts Festival

Smješten u slikovitom pustinjском krajoliku Indija u Kaliforniji, festival glazbe i umjetnosti Coachella Valley predstavlja kulturni fenomen i slavlje kreativnosti, raznolikosti i izražavanja. Od svog početka 1999., Coachella se razvio u jedan od najvećih i najutjecajnijih glazbenih

⁶⁴ Rauschnabel, P. A., Krey, N., & Ivens, B. S. (2016). From Social Media to Social Customer Relationship Management: The Effect of Social Media Communication on Customer Relationship Management. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 10(2), 82–103.

⁶⁵ Rauschnabel, Krey i Ivens, From Social Media to Social Customer Relationship Management: The Effect of Social Media Communication on Customer Relationship Management, 82–103.

festivala na svijetu, privlačeći vrhunske umjetnike, slavne osobe i trendseterice iz cijelog svijeta. Tijekom dva vikenda u travnju, Coachella posjetiteljima nudi jedinstvenu mješavinu glazbenih izvedbi, umjetničkih instalacija i impresivnih iskustava koja osvajaju osjetila i raspaljuju maštu.⁶⁶

Slika 2. Coachella - 2023., spektakularne instalacije na festivalu



Izvor: <https://www.nbclosangeles.com/the-scene/coachella-just-unveiled-its-spectacular-2023-art-installations-as-the-desert-fest-begins/3134935/> , pristupljeno: 03.03.2024.

Od kulnog panoramskog kotača do nevjerojatnih umjetničkih instalacija razasutih po festivalskom području, Coachella je praznik za osjetila i igralište za kreativnost. Sudionici mogu istražiti raznoliku lepezu glazbenih žanrova, od rocka i hip-hopa do elektroničkih i indie, dok također otkrivaju interaktivne umjetničke izložbe, kulinarske užitke i pop-up iskustva koja prikazuju najbolje od suvremene kulture.

5.2.1. Utjecaj Coachelle na lokalni turizam

Utjecaj glazbenog i umjetničkog festivala Coachella Valley na lokalni turizam u regiji Coachella Valley u južnoj Kaliforniji je vrlo bitan. Svake godine festival privuče stotine tisuća posjetitelja iz Sjedinjenih Država i svijeta, što rezultira značajnim priljevom novca, tj. potrošnje

⁶⁶ Homan, Festivals, Fluid Identities, and the Post-Subcultural Celebrity DJ. 328–343.

i gospodarske aktivnosti povezane s turizmom. Hoteli, odmarališta i apartmani za odmor u okolici doživljavaju veliku potražnju tijekom festivalskih vikenda, a mnogi objekti postižu punu popunjenost mjesecima unaprijed. Lokalni restorani, barovi i trgovci na malo također imaju koristi od povećanog pokroviteljstva, budući da posjetitelji festivala traže mogućnosti objedovanja i zabave prije i poslije događaja.⁶⁷

Globalna reputacija Coachelle kao kulturnog događaja koji postavlja trendove povećava profil regije kao odredišta za umjetnost, glazbu i lifestyle iskustva, privlačeći posjetitelje tijekom cijele godine. Festival služi kao katalizator turističkog rasta i gospodarskog razvoja u regiji doline Coachella, dok također globalnoj publici promovira jedinstvene atrakcije, sadržaje i kulturnu ponudu tog područja.

5.2.2. Strategije za poboljšanje Coachella Festivala

Iako je glazbeni i umjetnički festival Coachella Valley postigao izniman uspjeh tijekom godina, postoji nekoliko strategija koje bi organizatori mogli razmotriti kako bi poboljšali festivalsko iskustvo i maksimalno povećali njegov utjecaj na lokalni turizam i zajednicu.

Festival glazbe i umjetnosti u dolini Coachella odavno je popularan diljem svijeta zbog svoje živahne atmosfere i raznolikog sastava. Međutim, kako bi dodatno unaprijedili festivalsko iskustvo i ojačali njegov utjecaj na lokalni turizam, organizatori bi mogli istražiti mogućnosti poboljšanja prometne infrastrukture i pristupačnosti mjestu festivala. To bi moglo uključivati ulaganje u usluge prijevoza, objekte za parkiranje i vožnju i alternativne mogućnosti prijevoza kako bi se smanjila gužva i olakšao pristup sudionicima. Osim toga, Coachella bi mogla proširiti svoje mogućnosti smještaja kako bi zadovoljila različite potrebe i preferencije posjetitelja festivala.⁶⁸ To bi moglo uključivati partnerstva s lokalnim hotelima, odmaralištima i kućama za odmor kako bi se ponudili ekskluzivni paketi i popusti za sudionike, kao i istraživanje alternativnih opcija smještaja kao što su objekti za kampiranje i glamping mjesta za smještaj sve većeg broja posjetitelja koji traže smještaj tijekom događaja.

Isto tako, Coachella bi mogla poboljšati svoje inicijative za uključivanje zajednice poticanjem partnerstva s lokalnim tvrtkama, organizacijama i umjetnicima. To bi moglo

⁶⁷ Larsen, *Festival Spaces and the Urban Imaginary: A Case Study of Coachella*. *City, Culture and Society*, 39–45.

⁶⁸ Homan, *Festivals, Fluid Identities, and the Post-Subcultural Celebrity DJ*, 328–343.

uključivati suradnju na projektima održivosti, programima za mlade i kulturnim razmjenama koje koriste lokalnoj zajednici i unapređuju nasljeđe festivala. Osim toga, Coachella bi također trebala staviti prioritet na ekološku održivost i društvenu odgovornost implementacijom inovativnih rješenja za smanjenje svog ekološkog otiska i promicanje ekološki prihvatljivih praksi. To bi moglo uključivati inicijative kao što su smanjenje otpada, programi recikliranja i projekti obnovljive energije koji su u skladu s festivalom koji promiče brige o okolišu i održivosti.⁶⁹

Primjenom ovih strategija, festival glazbe i umjetnosti Coachella Valley može dodatno učvrstiti svoju poziciju globalne kulturne destinacije i pridonijeti kontinuiranom rastu i prosperitetu regije Coachella Valley.

5.3. Ultra Europe - Split

Ultra Europe više je od glazbenog festivala; to je proslava kulture i zajednice elektroničke plesne glazbe (EDM), smještena u zadivljujućoj pozadini Splita. Od svog debija 2013. godine, Ultra Europe brzo je postao jedan od najvećih i najprestižnijih EDM festivala u Europi, privlačeći tisuće glazbenih entuzijasta iz cijeloga svijeta. Sa svojom postavom svjetske klase, naelektriziranom atmosferom i lokacijom uz more koja oduzima dah, Ultra Europe posjetiteljima nudi neusporedivo festivalsko iskustvo koje spaja najbolje od glazbe, kulture i avanture.⁷⁰

5.3.1. Utjecaj Ulte na lokalni turizam

Utjecaj Ultra Europe na lokalni turizam u Splitu i okolnoj dalmatinskoj obali je dubok i dalekosežan. Svake godine festival pretvara Split u živahno središte glazbe i slavlja, privlačeći desetke tisuća posjetitelja iz preko 100 zemalja. Hoteli, restorani i ugostiteljski objekti u tom području doživljavaju značajan uzlet u poslovanju tijekom festivalskog razdoblja, s mnogim objektima koji zadovoljavaju potrebe posjetitelja festivala koji traže smještaj, mogućnosti objedovanja i rekreacijske aktivnost, a međunarodna privlačnost Ultra Europe stavlja u središte

⁶⁹ Larsen, *Festival Spaces and the Urban Imaginary: A Case Study of Coachella*. City, 39–45.

⁷⁰ Bogetic, *Music Festivals and Tourist Behaviour: The Case of Ultra Europe in Split, Croatia*, 159–181.

pozornosti Hrvatsku kao vrhunsku turističku destinaciju, privlačeći posjetitelje iz cijelog svijeta koji dolaze iskusiti festival i istražiti bogatu povijest, kulturu i prirodne ljepote zemlje.⁷¹ U Strategiji razvoja urbane aglomeracije Split, prepoznata je važnost diversifikacije turističkih proizvoda kao jedne od ključnih aktivnosti razvoja turizma što podrazumijeva poticanje razvoja specifičnih oblika turizma i inovativnih turističkih proizvoda s ciljem podizanja kvalitete, raznolikosti i atraktivnosti turističke ponude, a sve u svrhu produljenja turističke sezone i ravnomjernijeg razvoja turizma.⁷²

Slika 3. Ultra Europe Split



Izvor: <https://dalmatinskiportal.hr/zivot/pocela-je-ultra-europe-groznica--poznati-su-prvi-zvezdani-izvodaci-koji-stizu-u-split/161905> , pristupljeno: 15.03.2024.

Potencijal i pozitivan utjecaj festivala „Ultra Europe“ na turističke i gospodarske rezultate, te imidž Hrvatske u svijetu je pozitivno prepoznat, a festival podržavaju Ministarstvo turizma, Hrvatska turistička zajednica i grad Split. Trajanje ugovora o održavanju festivala u Hrvatskoj je 2011. produljeno do 2022.godine, zbog čega je festival „Ultra Europe“ generirao 500 milijuna kuna dodatne potrošnje.⁷³

⁷¹ Rakić i Elliott, *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalization*. 116.

⁷² Grad Split, *Strategija razvoja urbane aglomeracije Split*, 195.

⁷³ Internetski članak, *Pratite Ultra festival ekskluzivno na tportal*, 1.

5.3.2. Strategije za poboljšanje Ultra u Splitu

Kako bi dodatno poboljšali iskustvo Ultra Europe i maksimizirali njen utjecaj na lokalni turizam i zajednicu, organizatori bi mogli istražiti mogućnosti za proširenje ponude festivala i interakciju s posjetiteljima tijekom cijele godine. To bi moglo uključivati organiziranje događaja prije i nakon festivala, kao što su zabave na plaži, krstarenja brodom i kulturni izleti, kako bi se proširilo iskustvo festivala i potaknulo posjetitelje da istražuju regiju izvan festivalskih terena. Uz to, Ultra Europe bi mogla iskoristiti digitalne tehnologije za poboljšanje festivalskog iskustva i doseganje nove publike diljem svijeta. To bi moglo uključivati live streaming nastupa, interaktivna virtualna iskustva i kampanje na društvenim mrežama koje prikazuju jedinstvenu atmosferu i atrakcije festivala.⁷⁴

Prihvatanjem ovih strategija, Ultra Europe može dodatno učvrstiti svoju poziciju vrhunske destinacije za EDM entuzijaste i pridonijeti kontinuiranom rastu i prosperitetu Splita i regije dalmatinske obale.

5.4. Filmski festival u Cannesu

Utemeljen 1946. godine, Cannes Film Festival postao je sinonim za glamur, prestiž i kinematografsku izvrsnost. Održava se svake godine u slikovitom okruženju Cannesa u Francuskoj, a ovaj cijenjeni festival privlači filmaše, profesionalce iz industrije i filmofile iz cijelog svijeta na slavlje kinematografije u svim njenim oblicima. Od premijera na crvenom tepihu prepunih svjetskih zvijezda do umjetničkih filmova koji potiču na razmišljanje, Cannes prikazuje raznolik izbor međunarodne kinematografije i služi kao platforma za promicanje kulturne razmjene, umjetničke inovacije i kreativnog izražavanja na globalnoj sceni.⁷⁵

5.4.1. Utjecaj Cannesa na lokalni turizam

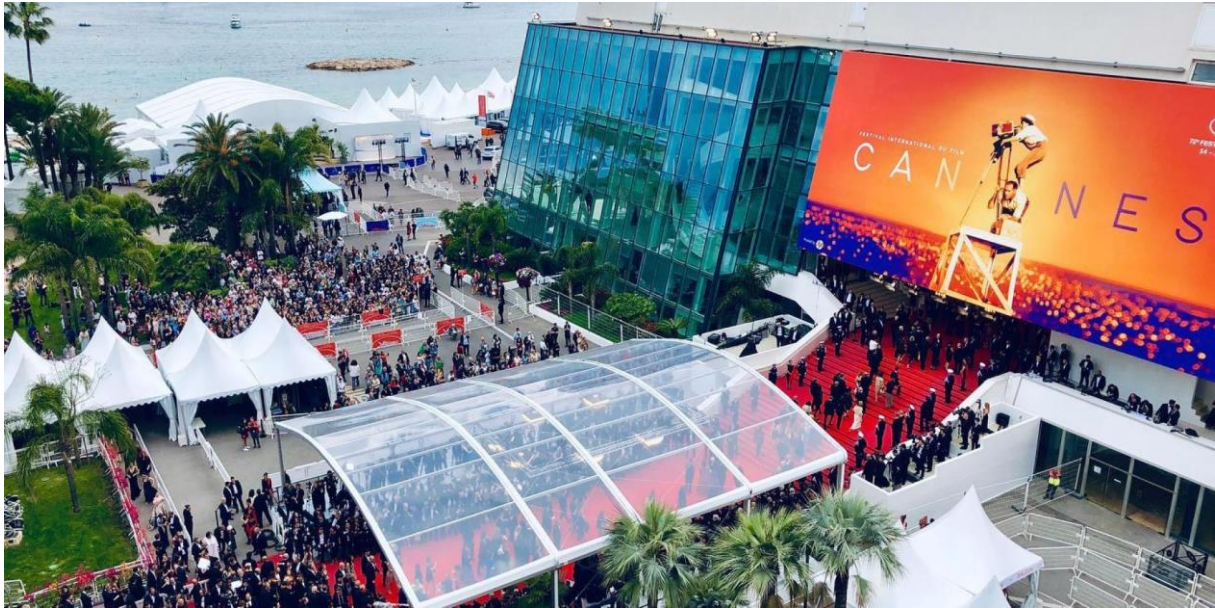
Utjecaj filmskog festivala u Cannesu na lokalni turizam u Cannesu i širu regiju Francuske rivijere je bitan i velik. Svake godine festival privuče desetke tisuća posjetitelja iz cijeloga

⁷⁴ Bogetic, Music Festivals and Tourist Behaviour: The Case of Ultra Europe in Split, Croatia, 159–181.

⁷⁵ Selby, Cannes: A Festival Virgin's Guide. 36.

svijeta, pretvarajući grad u užurbano središte aktivnosti i uzbuđenja. Hoteli, odmarališta i luksuzni butici u Cannesu doživljavaju povećanu potražnju tijekom festivalskog razdoblja, a mnogi objekti opskrbljuju vrhunsku klijentelu koja traži luksuzan smještaj i ekskluzivna iskustva.⁷⁶ Svjetska pomama i privlačnost festivala privlači posjetitelje da istražuju kulturnu baštinu regije, prirodne ljepote i kulinarske užitke, promičući tako turizam izvan festivalskog područja.

Slika 4. Cannes Film Festival



Izvor: „Le Festival de Cannes; Puts the spotlight on cinema and la Croisette“ , dostupno na: <https://en.palaisdesfestivals.com/palais-events/trade-shows-and-events/cannes-film-festival/> , pristupljeno: 12.03.2024.

5.4.2. Strategije za poboljšanje Cannes Film Festivala

Filmski festival u Cannesu dugo se smatra glavnim događajem kinematografske izvrsnosti i kulturne diplomacije. Međutim, kako bi dodatno pojačali njegov utjecaj na lokalni turizam i zajednicu, organizatori bi mogli istražiti mogućnosti jačanja partnerstva s lokalnim poduzećima, kulturnim institucijama i državnim agencijama. To bi moglo uključivati suradnju na marketinškim kampanjama odredišta, kulturnim događajima i ugostiteljskim inicijativama koje prikazuju Cannes kao vrhunsko turističko odredište i promiču prakse održivog turizma. Uz

⁷⁶ Palmer, Brigitte Bardot and the Lolita Syndrome: A Cannes Retrospective, 64–70.

to, Cannes bi mogao iskoristiti digitalne inovacije i tehnologiju kako bi poboljšao festivalsko iskustvo i dosegnuo novu publiku diljem svijeta.⁷⁷ To bi moglo uključivati live streaming projekcije, interaktivne virtualne događaje i digitalne marketinške kampanje koje povezuju filmske entuzijaste i promoviraju Cannes kao globalno središte filma, umjetnosti i kulture.

Isto tako, Cannes bi mogao nastaviti promicati ekološku održivost i društvenu odgovornost primjenom ekološki prihvatljivih praksi i inicijativa. To bi moglo uključivati inicijative kao što su smanjenje otpada, programi recikliranja i projekti obnovljive energije koji minimaliziraju utjecaj festivala na okoliš i promiču ekološki prihvatljivi turizam u regiji. Prihvatanjem ovih strategija, Cannes Film Festival može dodatno učvrstiti svoju poziciju vodeće kulturne destinacije i pridonijeti kontinuiranom rastu i prosperitetu C.annesa i regije Francuske rivijere.

5.5. Međunarodni filmski festival u Torontu (TIFF)

Osnovan 1976. godine, Međunarodni filmski festival u Torontu (TIFF) izrastao je u jedan od najvećih i najutjecajnijih filmskih festivala u svijetu. Održava se svake godine u gradu Torontu u Kanadi, a TIFF prikazuje raznolik izbor međunarodne kinematografije, od holivudskih blockbustera do nezavisnih filmova, dokumentaraca i avangardnih djela. Sa svojim premijerama na crvenom tepihu punim zvijezda, industrijskim panelima i zapanjujućim kulturnim događajima, TIFF nudi posjetiteljima jedinstvenu priliku da dožive čaroliju kinematografije i druže se s filmašima, glumcima i profesionalcima iz industrije iz cijelog svijeta.⁷⁸

⁷⁷ Selby, Cannes: A Festival Virgin's Guide. 42.

⁷⁸ Bigger, Big Time: TIFF, Toronto, and Transformative Tourism. In Stewart, Film Festivals: History, Theory, Method, Practice, 83–99.

Slika 5. Međunarodni filmski festival u Torontu (TIFF)



Izvor: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-49600155> , pristupljeno: 04.03.2024.

5.5.1. Utjecaj TIFF-a na lokalni turizam

Utjecaj Međunarodnog filmskog festivala u Torontu na lokalni turizam u Torontu i širem području Toronta vrlo je značajan. Svake godine festival privuče stotine tisuća posjetitelja iz cijele Kanade i cijeloga svijeta, stvarajući porast potrošnje i gospodarske aktivnosti povezane s turizmom. Hoteli, restorani i atrakcije u središtu Toronta doživljavaju povećanu potražnju tijekom festivalskog razdoblja, s mnogim objektima koji poslužuju filmske entuzijaste, poznavatelje industrije i slavne goste.⁷⁹ Reputacija TIFF-a kao platforme međunarodne kinematografije koja služi i za promicanje kanadskih talenata poboljšava profil Toronta kao globalnog kulturnog središta, privlačeći posjetitelje zainteresirane za film, umjetnost i kulturu tijekom cijele godine.

⁷⁹ Vipond, *An Eventful Life: Toronto International Film Festival and the Power of Representation*. 19–36.

5.5.2. Strategije za poboljšanje TIFF-a

Iako je Međunarodni filmski festival u Torontu postigao izniman uspjeh tijekom godina, postoji nekoliko strategija koje bi organizatori mogli razmotriti kako bi poboljšali festivalsko iskustvo i maksimalno povećali njegov utjecaj na lokalni turizam i zajednicu.

TIFF bi mogao istražiti mogućnosti jačanja partnerstva s lokalnim poduzećima te kulturnim institucijama za promicanje Toronta kao vrhunske turističke destinacije i poticanje suradnje na marketinškim kampanjama odredišta, kulturnim događajima i ugostiteljskim inicijativama. To bi moglo uključivati predstavljanje raznolikih četvrti Toronta, atrakcija i kulinarske scene posjetiteljima festivala i promicanje turističkih iskustava izvan festivalskih terena.

Osim toga, TIFF bi mogao iskoristiti digitalne inovacije i tehnologiju za poboljšanje festivalskog iskustva i dosezanje nove publike diljem svijeta. To bi moglo uključivati live streaming projekcija, interaktivne virtualne događaje i digitalne marketinške kampanje koje povezuju filmske entuzijaste i promoviraju Toronto kao globalno središte filma, umjetnosti i kulture.

Nadalje, TIFF bi mogao nastaviti davati prioritet raznolikosti i uključivanju u festivalsko programiranje, širenje i predstavljanje prikazujući filmove različitih filmaša, pripovjedača i perspektiva koje odražavaju kanadski multikulturalni identitet. To bi moglo uključivati inicijative poput programa za razvoj talenata, mogućnosti mentorstva i industrijskih panela koji podupiru nove filmaše i promiču ekskluzivnost u filmskoj industriji. Štoviše, TIFF bi mogao istražiti načine za suradnju s lokalnim zajednicama i promicanje društvene odgovornosti kroz inicijative kao što su filmski obrazovni programi, projekcije u zajednici i događaji za širenje javnosti koji potiču dijalog, kulturnu razmjenu i građanski angažman.⁸⁰

Prihvatanjem ovih strategija, Toronto International Film Festival može dodatno učvrstiti svoju poziciju vodeće kulturne destinacije i doprinijeti kontinuiranom rastu i prosperitetu Toronta i GTA regije.

⁸⁰ Ibid. 88-89.

5.6. Filmski festival u Puli

Filmski festival u Puli proslava je kinematografske izvrsnosti i kulturne baštine, koji se godišnje održava u povijesnom gradu Puli. Od svog osnutka 1954. godine, Festival je predstavio najbolje od hrvatskog i međunarodnog kina, privlačeći filmaše, glumce i cinefile iz cijelog svijeta. Sa svojim slikovitim morskim postavkama, drevnim rimskim amfiteatrom i raznolikim izborom filmova, filmski festival Pula nudi sudionicima jedinstvenu priliku da dožive magiju kina u uistinu spektakularnom okruženju.⁸¹

Slika 6. Filmski festival u Puli



Izvor: <https://pulafilmfestival.hr/novosti/>, pristupljeno: 15.03.2024.

5.6.1. Utjecaj festivala u Puli na lokalni turizam

Utjecaj Filmskog festivala u Puli na lokalni turizam Pule i okolne Istre značajan je i višestruk. Svake godine festival pretvara Pulu u kulturno središte, privlačeći tisuće posjetitelja iz cijele

⁸¹ Jelavić, *Experiencing Film Tourism: Authenticity and Identity in Tourist Encounters with Croatian Film Locations*, 148–167.

Hrvatske i šire. Hoteli, restorani i tvrtke u tom području doživljavaju porast poslovanja tijekom festivalskog razdoblja, s mnogim objektima koji zadovoljavaju potrebe posjetitelja festivala koji traže smještaj, restorane i zabavu. Štoviše, međunarodna reputacija festivala stavlja u središte pozornosti Pulu kao vrhunsku turističku destinaciju, privlačeći posjetitelje iz cijelog svijeta koji dolaze iskusiti festival i istražiti bogatu povijest, kulturu i arhitektonske znamenitosti grada.⁸²

5.6.2. Strategije za poboljšanje festivala u Puli

Kako bi dodatno unaprijedili Filmski festival u Puli i maksimalno povećali njegov utjecaj na lokalni turizam i zajednicu, organizatori bi mogli istražiti mogućnosti za proširenje ponude festivala i interakciju sa posjetiteljima tijekom cijele godine. To bi moglo uključivati organiziranje cjelogodišnjih filmskih projekcija, radionica i kulturnih događaja koji slave hrvatsku kinematografiju i potiču dijalog među filmašima, profesionalcima iz industrije i publikom. Osim toga, festival bi mogao iskoristiti digitalne tehnologije za poboljšanje festivalskog iskustva i dosezanje nove publike diljem svijeta.⁸³ To bi moglo uključivati live streaming projekcija, interaktivna virtualna iskustva i kampanje na društvenim mrežama koje prikazuju jedinstvenu atmosferu i atrakcije festivala.

Nadalje, Filmski festival u Puli mogao bi nastaviti jačati svoja partnerstva s lokalnim poduzećima, kulturnim institucijama i vladinim agencijama kako bi promovirao Pulu kao vrhunsku kulturnu destinaciju i poticao suradnju na marketinškim kampanjama destinacije, projektima očuvanja baštine i inicijativama za uključivanje zajednice. Prihvaćanjem ovih strategija, Filmski festival u Puli može dodatno učvrstiti svoju poziciju vodećeg kulturnog događaja te pridonijeti daljnjem rastu i prosperitetu Pule i istarske regije.⁸⁴

⁸² Šarić, Exploring Film Tourism: From Image to Experience – The Case of Pula Film Festival, 477–490.

⁸³ Jelavić, Experiencing Film Tourism: Authenticity and Identity in Tourist Encounters with Croatian Film Locations, 148–167.

⁸⁴ Šarić, Exploring Film Tourism: From Image to Experience – The Case of Pula Film Festival, 477–490.

Zaključak

Istraživanje glazbenih i filmskih festivala kao ključnih pokretača turizma događaja rasvijetlilo je višestruku prirodu ovih kulturnih fenomena i njihov utjecaj na lokalna gospodarstva, zajednice i globalnu publiku. Kroz dubinsku analizu kulturnih festivala kao što su Glastonbury, Coachella, Cannes i TIFF, otkriveni su različiti načini na koje ti događaji oblikuju turizam, potiču kulturnu razmjenu i doprinose društveno-ekonomskom razvoju.

Glazbeni festivali, sa svojim nastupima u kojima je uloženo puno novca, impresivnim iskustvima i živopisnom atmosferom, postali su snažni magneti za turizam, privlačeći tisuće posjetitelja iz svih dijelova svijeta da se prepuste slavlju glazbe, umjetnosti i kulture. Studije slučaja Glastonburyja i Coachelle pokazale su transformativni učinak ovih festivala na lokalni turizam, jer sudionici hrle u regije domaćine, ulijevajući im energiju, prihode i kulturnu dinamiku. Od povećanja hotelskih rezervacija i pokroviteljstva restorana do promicanja i brendiranja destinacije i kulturnog identiteta, glazbeni festivali postali su sastavni dijelovi turističkog ekosustava, potičući gospodarski rast i poboljšavajući iskustvo posjetitelja.

Slično tome, filmski festivali su zauzeli bitno mjesto u svijetu turizma događaja, osvajajući publiku filmskim remek-djelima, viđenjima slavni i glamurom crvenog tepiha. Filmski festival u Cannesu i TIFF poznati su festivali kinematografske izvrsnosti, privlačeći filmaše, profesionalce iz industrije i filmofile iz cijelog svijeta da slave umjetnost snimanja filmova i uključe se u dijalog o snazi pripovijedanja. Kroz svoje premijere, projekcije i industrijske događaje, filmski festivali nisu samo prikazali najbolje u međunarodnoj kinematografiji, već su potaknuli i kulturnu razmjenu, umjetničku inovaciju i međukulturalni dijalog. Štoviše, njihov utjecaj na lokalni turizam ne može se precijeniti, budući da dovode val posjetitelja u svoje gradove domaćine, stvarajući prihod za lokalne tvrtke, podižući profil destinacije i obogaćujući kulturno tkivo zajednice.

Dok razmišljamo o značaju glazbenih i filmskih festivala u kontekstu turizma događaja, postaje jasno da su ti događaji više od pukog spektakla; oni su katalizatori promjena, katalizatori rasta i katalizatori povezivanja. Oni zbližavaju ljude, potiču kreativnost i ostavljaju trajan dojam na sve posjetitelje. Bilo da se radi o pulsirajućim ritmovima glazbenog festivala ili dirljivom pripovijedanju filmskog festivala, ovi događaji imaju moć nadahnuti, zabaviti i ujediniti ljude iz svih društvenih slojeva. Gledajući unaprijed, budućnost turizma događanja ima golema obećanja, s glazbenim i filmskim festivalima spremnima da nastave svoju evoluciju kao

globalni kulturni fenomeni. Kako tehnologija napreduje i preferencije potrošača se razvijaju, festivali će se morati prilagoditi i inovirati kako bi ostali relevantni u sve konkurentnijem okruženju. To može uključivati prihvaćanje digitalnih platformi, istraživanje novih formata i poboljšanje praksi održivosti kako bi se zadovoljili zahtjevi svijeta koji se mijenja. Štoviše, festivali će morati dati prioritet inkluzivnosti, raznolikosti i angažmanu zajednice kako bi osigurali da ostanu dostupni i dobrodošli svima.

Na kraju, glazbeni i filmski festivali više su od pukih događaja; to su iskustva koja nadilaze granice, potiču maštu i ostavljaju trajno nasljeđe. Dok se slavi njihov utjecaj na turizam događaja, prepoznaje se i njihova uloga u oblikovanju kolektivnog identiteta ljudske populacije, poticanju kulturne razmjene i obogaćivanju ljudskih života na načine koji su nezaboravni.

Bibliografija

- Benckendorff, Pierre. (2006). „Attractions megatrends.“ In Buhalis, Dimitrios i Costa, Carlos (Eds.), *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry* (pp. 200-210). Oxford: Elsevier.
- Dujmović, Marin. (2016). *Kultura turizma*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
- Getz, Donald. (2005). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Magaš, Damir, Vodeb, Krešimir, & Zadel, Zdenko. (2018). *Menadžment turističke organizacije i destinacije*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
- Preston, Cheryl A. (2012). *Event marketing* (2nd ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Richards, Barry. (1997). *Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja – Kako ga primijeniti*. London: Potecon.
- Van Der Wagen, Lynn, Carlos, Robert, & Brenda. (2008). *Event Management Upravljanje događajima*. Zagreb: Mate.
- Bowdin, Glenn, Allen, Johnny, et al. (2006). *Events Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Fyall, Alan, Garrod, Brian, & Wang, Ying. (2012). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. London: Routledge.
- Goldblatt, Joe. (2001). *Special Events*. London: Wiley Books.
- Jamal, Tazim, & Robinson, Mike. (Eds.). (2014). *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. London: SAGE Publications.
- Jago, Leo K. (2010). *Event Management in Leisure and Tourism*. London: Routledge.
- Knešaurek, Josip, & Carić, Hrvoje. (2018). *Kulturni događaji i manifestacije u turizmu*. Zagreb: Hrvatsko društvo glazbenih umjetnika.
- Newbord, Chris, et al. (2019). *Principles of Festival Management*. London: Gopal Management Series.
- Page, Stephen J., & Connell, Joanne. (2006). *Tourism: A Modern Synthesis*. London: Thomson Learning.
- Picard, David. (2006). *Festivals, Tourism and Social Change: Remaking Worlds*. New York: Channel View Publications.
- Prideaux, Bruce. (2009). „Factors Affecting Event Tourism: A Review of Recent Research.“ *Tourism Management*, 30(5), 774–783.
- Renko, Nataša. (2009). *Strategije marketinga* (2nd ed.). Zagreb: Naklada Ljevak.
- Richardson, Robert. (2021). „The Role of Tourism in Sustainable Development.“ *Environmental Science*, 13(7), 45–58.
- Selby, Amanda. (2015). *Cannes: A Festival Virgin's Guide*. London: Cinemagine Media Publishing.

Weaver, David B. (2015). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Internetski članak, *Pratite Ultra festival ekskluzivno na tportalu*, <https://www.tportal.hr/magazin/clanak/pratite-ultra-festival-ekskluzivno-na-tportalu20150515> , (pristupljeno 10. ožujka 2024.)

Internetski članak , *Pet gradova želi Olimpijske igre 2024. godine* <https://www.olimpijci.hr/novosti/detaljnije/pet-gradova-zheli-olimpijske-igre-2024> (pristupljeno 15. veljače 2024.)

Službena stranica, *Tomorrowland* <https://www.tomorrowland.com/en/festival/welcome> (pristupljeno 07. ožujka 2024.)

Internetski članak, *Coachella Just Unveiled its Spectacular 2023 Art Installations as the Desert Fest Begins* <https://www.nbclosangeles.com/the-scene/coachella-just-unveiled-its-spectacular-2023-art-installations-as-the-desert-fest-begins/3134935/> (pristupljeno 03. ožujka 2024.)

Internetski članak, *Počela je ULTRA Europe groznica: Poznati su prvi zvjezdani izvođači koji stižu u Split* <https://dalmatinskiportal.hr/zivot/pocela-je-ultra-europe-groznica--poznati-su-prvi-zvjezdani-izvodaci-koji-stizu-u-split/161905> (pristupljeno 15.ožujka 2024.)

Internetski članak, *Le Festival de Cannes; Puts the spotlight on cinema and la Croisette*“ <https://en.palaisdesfestivals.com/palais-events/trade-shows-and-events/cannes-film-festival/> , (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

Internetski članak, *Toronto 2019: The talking points of the film festival* <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-49600155> (pristupljeno 04. ožujka 2024.)

Službena stranica, *Pula film festival* <https://pulafilmfestival.hr/novosti/> (pristupljeno 15. ožujka 2024.)

Popis ilustracija

Slika 1. Tommorowland	35
Slika 2. Coachella - 2023., spektakularne instalacije na festivalu	37
Slika 3. Ultra Europe Split	40
Slika 4. Cannes Film Festival	42
Slika 5. Međunarodni filmski festival u Torontu (TIFF)	44
Slika 6. Filmski festival u Puli	46
Tablica 1. Pozitivni i negativni učinci manifestacija	8