

Primljeno/Submitted: 16.04.2023.
Prihvaćeno/Accepted: 05.07.2023.

Stručni rad
Professional paper
JEL Classification: Z32

MEĐUNARODNI DJEČJI FESTIVAL U KONTEKSTU KULTURNOG TURIZMA GRADA ŠIBENIKA

INTERNATIONAL CHILDREN'S FESTIVAL IN THE CONTEXT OF CULTURAL TOURISM IN THE CITY OF ŠIBENIK

Sandra Mrvica Mađarac*
Ivana Malarić**

SAŽETAK

Kulturni turizam je selektivni oblik turizma koji se razlikuje od ostalih oblika turizma prema motivu putovanja koji je usmjeren prema kulturnom doživljaju. Putovanja motivirana kulturom uključuju posjet različitim kulturnim manifestacijama, festivalima, koncertima, povijesnim lokalitetima s ciljem proučavanja i sudjelovanja u kulturnim sadržajima i atrakcijama. Međunarodni dječji festival se održava u Šibeniku od 1958. godine, a utemeljen je na tri komponente: djetetu, gradu i festivalskim zbivanjima. Festival je mjesto gdje djeca mogu kroz razne aktivnosti i igre pokazati i razvijati svoju kreativnost i različita umjetnička stvaralaštva. Oblici umjetnosti u kojoj djeca sudjeluju su: lutkarska, filmska, dramska, likovna, glazbeno-scenska te literarna. Za vrijeme festivala grad Šibenik se pretvori u veliku dječju igraonicu punu igre, mašte i iluzije. Važnost ovog festivala su prepoznale i svjetske organizacije. Na festivalu sudjeluju djeca sa različitih kontinenata kroz različita stvaralaštva. Za potrebe rada je provedeno istraživanje putem anketnog upitnika o preferencijama ispitanika prema kulturnom turizmu, informiranosti ispitanika o djelovanju Međunarodnog dječjeg festivala te sudjelovanju ispitanika na festivalu.

Ključne riječi: kulturni turizam, Međunarodni festival djeteta, istraživanje

ABSTRACT

Cultural tourism is a selective form of tourism that differs from other forms of tourism according to the motive of the trip, which is directed towards a cultural experience. Culturally motivated trips include visiting various cultural manifestations, festivals, concerts, and historical sites with the aim of studying and participating in cultural content and attractions.

* Prof. stuč. stud. Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru, e-mail: smrvica@vevu.hr

** Studentica Studija trgovine, Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru, e-mail: malaricivana07@gmail.com

The International Children's Festival has been held in Šibenik since 1958, and is based on three components: the child, the city and the festival events. The festival is a place where children can show and develop their creativity and various artistic creations through various activities and games. The forms of art in which children participate are: puppetry, film, drama, painting, music and literature. During the festival, the city of Šibenik turns into a large children's playground full of games, imagination and illusion. The importance of this festival has also been recognized by world organizations. Children from different continents participate in the festival through different creative works. For the purposes of this paper, research was conducted through a survey questionnaire on respondents' preferences for cultural tourism, respondents' awareness of the activities of the International Children's Festival, and respondents' participation in the festival.

Keywords: Cultural tourism, The International Children's Festival, research

UVOD

Republika Hrvatska je poznata po svojoj kulturnoj baštini od kojih je upisana trideset i jedna nepokretna i nematerijalna kulturna baština na UNESCO-ov popis. Kako su festivali ubrojani u kulturni sadržaj nekog mjesta, a Međunarodni dječji festival se održava uzastopno još od 1958. godine, može ga se smatrati kulturnim događajem grada Šibenika. Dječji festival u Šibeniku je nastao kao realizacija angažmana i inicijative nekoliko zaljubljenika u dječju umjetnost, a ubrzo je izrastao u veliki i složen festivalski mehanizam međunarodnog značaja. Festival predstavlja posebnost hrvatske kulture i svojevrsni zaštitni znak grada Šibenika više od pedeset godina, a u svijetu je jedinstvena i afirmirana hrvatska kulturna manifestacija.

Cilj rada je istražiti koliko ispitanika planira putovanje koje je motivirano posjetom neke kulturne manifestacije ili sadržaja i imaju li potrebu za posjetom kulturnih manifestacija i sadržaja te koliko je Međunarodni dječji festival poznat među ispitanicima. U radu se istražuje povijest dječjeg festivala u Šibeniku, njegove karakteristike, programe koje nudi festival, kulturni turizam općenito, a na kraju su analizirani rezultati provedenog istraživanja.

1. POJAM KULTURNOG TURIZMA

Turisti imaju raznovrsne i uvijek nove potrebe stoga se njihovi motivi za putovanjem i očekivanja neprestalno mijenjaju. Poznavanje motiva koje ljude pokreću na turistička putovanja od posebne su važnosti za sve pružatelje usluga u turizmu jer im to omogućava da svoje proizvode oblikuju prema interesima turističkih potrošača. Svi čimbenici koji potenciraju potrebu za uključivanjem u turistička kretanja i omogućavaju zadovoljenje turističkih potreba utječu na turizam i daju mu karakteristiku izrazite društveno-ekonomske aktivnosti koja je prerasla u najjaču „industriju“ na svijetu (Čavlek i sur., 2011). Brojne su definicije kulturnog turizma. Svjetska turistička organizacija je definirala kulturni turizam kao putovanja motivirana kulturom što uključuje festivale i slična događanja, posjete povijesnim lokalitetima i spomenicima kako bi se proučavali folklor ili umjetnost. Ključni

element ove vrste turizma je motivacija turista u kojoj prevladavaju kulturni sadržaji (UNWTO, 2023). “Jedan od najaktivnijih teoretičara kulturnog turizma Greg Richards kulturu definira kao kompleksnu cjelinu koja se temelji na organizacijskom konceptu širokog spektra 'načina života“ . Svi stručnjaci koji proučavaju pojam kulturnog turizma dijele istu odgovornost, a to je da upoznaju turista s onim što neki grad, regiju ili državu čini posebnom, drugačijom i zanimljivijom od ostalih država. To povijest, kultura i te komponente zajedno (Jelinčić, 2009). Kulturni turizam se može definirati kao zabavno i edukativno iskustvo koje se sastoji od kombinacije umjetnosti prirode, društvene baštine i povijesti. Kulturni turizam u fokus stavlja kulturne atrakcije i aktivnosti kao glavne motivatore za turističko putovanje (Robotić, 2013). Europa je uvijek bila važna destinacija za one turiste kojima je kultura motiv putovanja još od razdoblja Rimskog carstva, srednjovjekovnih hodočašća, Grand toura do novijih kretanja u kulturnom turizmu. Promjene koje se događaju u novijem razdoblju se odnose na širinu potrošnje te na oblike prema kojima se kultura koristi za gospodarske i turističke ciljeve.

Kulturni i gradski turizam postaju sve važniji u gospodarskom smislu pa ih mnoge europske zemlje strateški planiraju u sklopu razvoja turizma (Pančić Kombol, 2006). Kulturno naslijeđe daje određenu autentičnost destinaciji, čini je prepoznatljivom i na njemu se često temelji konkurentna prednost u odnosu prema drugim turističkim destinacijama. Danas je kultura komercijalan „proizvod“ koji se nudi turistima koji traže odmor i iskustvo. U mnogim turističkim destinacijama takvi su resursi nužno potreban dodatak osnovnim elementima turističke ponude (Vrtiprah, 2006). Za poznavanje pojma kulturnog turizma se moraju poznavati različiti tipovi turista i njihova motivacija za putovanje. Kulturni turizam podrazumijeva putovanja ljudi izvan njihova mjesta stalnog boravka motivirana u cijelosti ili djelomično interesom za povijest, baštinu, umjetnost te stil života lokalnih stanovnika, regije i zemlje. Kultura obuhvaća i materijalnu dimenziju: kazališta, muzeje, spomenike, koncerte ili festivale, galerije i povijesne lokalitete te nematerijalnu dimenziju – tradiciju, običaj, vještine i drugo.

Veliku ulogu u razvoju kulturnog turizma su imale međunarodne organizacije. Iznimna je važnost UNECO-a kako bi se očuvala kulturna baština, kako bi se kreirali i provodili kulturno-turistička politika i projekti te se provodile edukacijske i istraživačke aktivnosti (Jelinčić, 2008). Razvoj menadžmenta kulturnih resursa i politika razvoja kulturnog turizma obuhvaćaju potrebu korištenja kulture kroz podupiranje razvoja kulturnog i umjetničkog stvaralaštva, korištenje umjetnosti i kulture kao sredstva postizanja izvan kulturnih ciljeva i oblikovanja politika da se kultura shvaća kao široki i prilagodljiv resurs koji se odnosi na važne čimbenike kao što su imidž države i lokaliteta, stvaranje dobrobiti lokalne zajednice i zaštita kulturnih resursa određivanjem kapaciteta održivosti (Pančić Kombol, 2006). Područja i privlačnosti za koje se smatra da mogu postati dijelom turističke ponude u kulturnom turizmu su (Richards, 1996): arheološka područja, muzeji, umjetnost, galerije, festivali, arhitektura, glazba i ples, kazalište, filmovi, jezične i književne studije, vjerska slavlja, hodočašća, narodna kultura i supkultura.

Kulturni turizam se može promatrati prema stupnju motivacije (Jelinčić, 2009):

- a) primarna motivacija – je kada turist posjećuje određenu destinaciju s namjerom da sudjeluje u njezinu kulturnom životu

- b) usputna motivacija – je kada se turist odlazi na određenu destinaciju s nekim drugim primarnim motivom, a kulturno upoznavanje sekundarnog je značenja
- c) slučajna motivacija – je kada turist nema namjeru upoznati se s kulturom destinacije, ali tijekom svog boravka ulazi u kontakt s lokalnim stanovništvom te na taj način upoznaje njihovu kulturu.

Uz povećanje kvalitete primjene kulturnih atrakcija te stvaranje atmosfere u revitaliziranim starogradskim jezgrama preporuča se umrežavanje atrakcija i kulturnih događaja u tematske kulturne rute koje omogućavaju širenje u vremenu i prostoru, ali i povezivanje kulturnog i kreativnog potencijala turističke destinacije u kulturne i kreativne četvrti (Golja, 2016). Kulturni resursi su kao turistička ponuda oblikovani i prezentirani na tri načina (Gratton, Richards, 1996):

- a) kulturnim aktivnostima (obilazak i sudjelovanje u razgledima povijesnih područja, gradova, muzeja, galerija, kazališta, koncerata, izložbi, događaja)
- b) mehanički (u emisijama i kinima)
- c) u oblicima koji se prodaju (knjige, slike, rukotvorine).

Međusobni odnos kulture i turizma se može promatrati u različitim oblicima kao na primjer kultura turista, kultura njihovih „domaćina“, a u cjelini se mogu promatrati kao turistička kultura. Kultura turista predstavlja kulturu zemlje iz koje turisti dolaze, oni kada posjećuju drugu zemlju nose sa sobom svoju kulturu ili tzv. „kulturnu prtljagu“. Dok se kultura „domaćina“ odnosi na kulturnu destinaciju odnosno na zajednicu s kojom turisti dolaze u kontakt. Turistička kultura se odnosi na ponašanje svih sudionika u turističkom procesu; od turista do onih koji im pružaju usluge (Robotić, 2013). Kako bi se potaknuo interes turista za kulturne atrakcije one se moraju održavati, oblikovati i isticati u kontekstu ponude turističke destinacije zajedno sa ostalim uslugama. Važno je osigurati djelotvoran marketinški menadžment kulturnog turizma i kombinirati različita područja interesa u oblikovanju turističke ponude te u isto vrijeme turistima osigurati različite pogodnosti, privlačnosti i usluge (Keller, 2000).

2. DJELOVANJE MEĐUNARODNOG DJEČJEG FESTIVALA

Za festival se može reći da je izraz ljudske aktivnosti koji doprinosi društvenoj i kulturnoj zajednici. Festivali su počeli uveliko biti povezani s turizmom kako bi se ostvarile poslovne aktivnosti i prihodi za lokalne zajednice. Manifestacije se mogu razlikovati po veličini; postoje mega event, značajni event (hallmark events), glavni event i lokalni ili društveni event. Najčešće vrste festivala su umjetnički festivali, a oni obuhvaćaju razne umjetničke aktivnosti. Festivali su postali značaj našeg kulturnog krajolika (Bowdin, Allen, Otoole, Harris, McDonnell, 2006). Šibenik je najstariji samorodni hrvatski grad na Jadranu i u njemu se stoljećima stvarala hrvatska i europska kultura, a danas je značajna turistička destinacija u Republici Hrvatskoj.

Posjetitelji tijekom svog posjeta Međunarodnom dječjem festivalu mogu vidjeti kulturnu baštinu grada, a to su: Hrvatsko narodno kazalište, Gradska knjižnica Juraja Šižgorića, tvrđava Sv. Nikole, katedrala Sv. Jakova, Dvostruki bedem, tvrđava Sv. Ivana, šetnica u kanalu Sv. Ante, stara gradsku jezgru, tvrđava Sv. Mihovila, Aquarium Šibenik,

tvrđava Barone, samostanski mediteranski vrt Sv. Lovrei brojne druge kulturno-povijesne znamenitosti (Turistička zajednica grada Šibenika, 2023). Međunarodni dječji festival je osnovan u Šibeniku 1958. godine kao „kazališno-poetska“ manifestacija, a osnovalo ga je nekoliko zaljubljenika u dječju umjetnost. Festival je namijenjen promicanjem umjetničkog stvaralaštva za djecu, a ubrzo nakon osnivanja je postao veliki festivalski događaj s međunarodnim značajem (Međunarodni dječji festival, 2023).

Festivalje tijekom povijesti mijenjao svoj naziv i pravni status. Kao samostalna ustanova festival djeteta je djelovao do 1966. godine, a te se godine udružio sa Centrom za kulturu. Festival djeteta Šibenik je 1965. godine promijenio naziv u Jugoslavenski festival djeteta (JFD) te od 1991. godine do danas nosi naziv Međunarodni dječji festival (Državni arhiv u Šibeniku, 2023). Od 1958. godine festival se održavao gotovo svake godine. U početku je bio dogovor da se festival održava svake druge godine, a od 1963. godine festival se tradicionalno održavao svake godine tijekom mjeseca lipnja i srpnja kroz četrnaest dana. Šest izvođačkih grupa kroz plesne, glazbene, lutkarske i dramske aktivnosti nastupile su na prvom Međunarodnom dječjem festivalu. 1963. godine prvi put nastupaju izvođači iz inozemstva. Do danasna pozornici festivalasu sudjelovali izvođači svih kontinenata, a neke od država su: Alžir, Brazil, Danska, Egipat, Indija, Japan, Kanada, Meksiko, Portugal, SAD, Rusija, Švedska (Međunarodni dječji festival, 2023).

Međunarodni dječji festival je član Međunarodnih udruga festivala: UNIMA (Union Internationale des Marionnettes), ASSITEJ (Association internationale du theatre pour l'enfance et la jeunesse). 19. festival koji je održan 1979. godine je obilježilo pokroviteljstvo UNESCO-a. Za ovaj festivalse može reći da je manifestacija koja je posvećena unaprjeđenju estetskog odgoja djece te razvija dječju kreativnost. Festival se održava kroz različite oblike dječje umjetnosti i dječjeg stvaralaštva kao što su: likovna, literarna, dramska, filmska, lutkarska i glazbeno-scenska. Tri osnovna sadržaja festivala su održavanje godišnje smotre ansambala domaćeg i inozemnog stvaralaštva za djecu, radionički program (neposredno uključivanje djece u stvaralaštvo kao edukativni trening) i organiziranje simpozija s temom umjetničke kreativnosti te estetskog odgojadjece (Međunarodni dječji festival, 2023). Ovaj festival se može smatrati i hallmark eventom jer je prepoznatljiv događaj te događaj kojim se identificira duh mjesta, grada ili regije i postaje sinonim za ime mjesta koje steče široko priznanje. Hallmark eventi ne služe samo za privlačenje posjetitelja, već pomažu u stvaranju imidža i brenda odredišta.

Hallmark evente se može definirati kao jednokratne ili ponavljajuće događaje s ograničenim trajanjem, a razvili su se primarno radi povećanja svijesti, privlačnosti mjesta te profitabilnosti destinacije (Bowdin i sur., 2006.) Međunarodni dječji festival je oblik i kulturnog događajajer se održava već godinama te pridonosi društvenom i kulturnom životu grada Šibenika. Festival je povezan s turizmomjer su organizatori osmislili da se festival u Šibeniku odvija u značajnim dijelovima i kulturnim baštinama grada, što znači da kada ljudi iz drugih država dolaze na festival u Šibenik običi će grad i upoznati se sa turističkim potencijalima grada Šibenika.

Festival uključuje likovni, literarni, dramski, filmski, lutkarski i glazbeno-scenski program. Za vrijeme festivalskih dana grad Šibenik je mjesto susreta pjesnika i djece, isto tako i otvorena kinodvorana na starim goričkim skalinama, kao i učionica za kiparstvo,

novinarstvo, strip, arhitekturu i graditeljstvo, filmsko i video snimanje, pjesništvo, dizajn, slikarstvo, lutkarstvo, informatičko oblikovanje te glazbe i pokreta. Proteklih četrdeset godina ispred stare šibenske vijećnice na otvorenoj pozornici i u kazalištusu nastupali su najbolji domaći i inozemni dramski ansambli. Za vrijeme festivala grad Šibenik je pretvoren u veliku igraonicu. Za vrijeme pedeset festivala su izvedene 340 dramske predstave. Glazba je programska sastavnica svih održanih festivala, a lutkarske predstave pretvaraju grad u veliku dječju igraonicu. Posebnu vrijednost programu daje likovna umjetnost, a filmski program je postao sastavnica festivala od 1977. godine i cilj mu je upoznavati djecu sa klasičnim djelima filmske industrije (Međunarodni dječji festival, 2023).

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

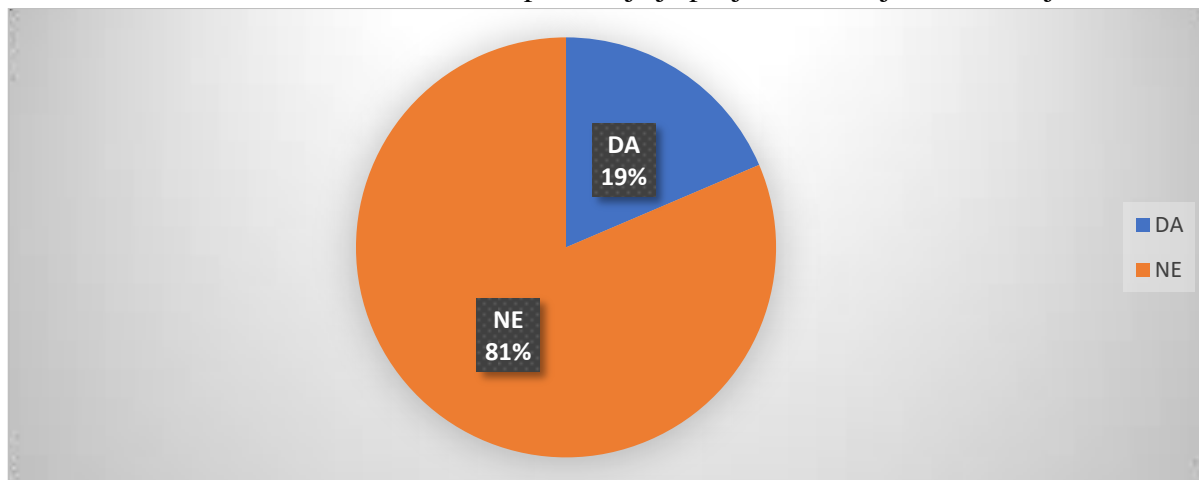
Za potrebne rada je provedeno istraživanje putem anketnog upitnika sa 15 pitanja. Prvi dio pitanja je vezan uz demografske karakteristike ispitanika: dob, spol, radni status, bračni status i stručnu spremu. Drugi dio pitanja je vezan uz kulturni turizam i koliko su ispitanici upoznati sa Međunarodnim dječjim festivalom u Šibeniku, a pitanja su pretežito bila zatvorenog tipa sa odgovorima „Da“ i „Ne“. Istraživanje je provedeno putem Google obrasca te su ispitanici u uvodnom djelu bili upoznati sa svrhom istraživanja. Istraživanje je bilo provedeno od 03.02. – 15.02.2023. godine, a u njemu je sudjelovalo 85 ispitanika. Cilj istraživanja je bio utvrditi koliko ispitanika ima potrebu za kulturnim turizmom, motiviranost putovanja kulturnim sadržajima te koliko su ispitanici upoznati s Međunarodnim dječjim festivalom u Šibeniku.

Rezultati istraživanja su analizirani deskriptivnom statistikom i prikazani su pomoću grafičkih prikaza. U skladu se teorijsko-metodološkim pristupom postavljaju se hipoteze:
H₁ – Ispitanicima je glavni motiv putovanja kulturni sadržaj turističke destinacije.
H₂ - Ispitanici nisu upoznati sa djelovanjem Međunarodnog dječjeg festivala u Šibeniku.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Rezultati istraživanja pokazuju da je u istraživanju sudjelovalo: 47,1% ispitanika je između 18 - 25 godina, od 26 – 35 godina je 21,2% ispitanika, 21,2% ispitanika je između 36 – 45 godina, od 46 – 55 godina je 9,4% ispitanika, od 56 – 65 godina je bilo 1,2% ispitanika. Anketni upitnik je ispunilo 70,6% osoba ženskog spola i 29,4% osoba muškog spola. 58,8% ispitanika su zaposleni, a 5,9% nezaposlenih, 40% ispitanika su studenti/ce, umirovljenih ispitanika kao i domaćica nije bilo niti jednog. Većina ispitanika je neoženjena/neudana njih 58,8%, oženjenih/udanih ispitanika je 34,1%, niti jedan ispitanik nije udovac/udovica te 7,1% ispitanika je razvedeno. 1,2% ispitanika ima završenu osnovnu školu, 67,1% ispitanika ima srednju stručnu spremu; VSS, odnosno stručni studij ima 12,9% ispitanika, 11,8% ispitanika ima VSS / sveučilišni studij te 8,2% ispitanika ima titulu Mr. sc./ Dr.sc.

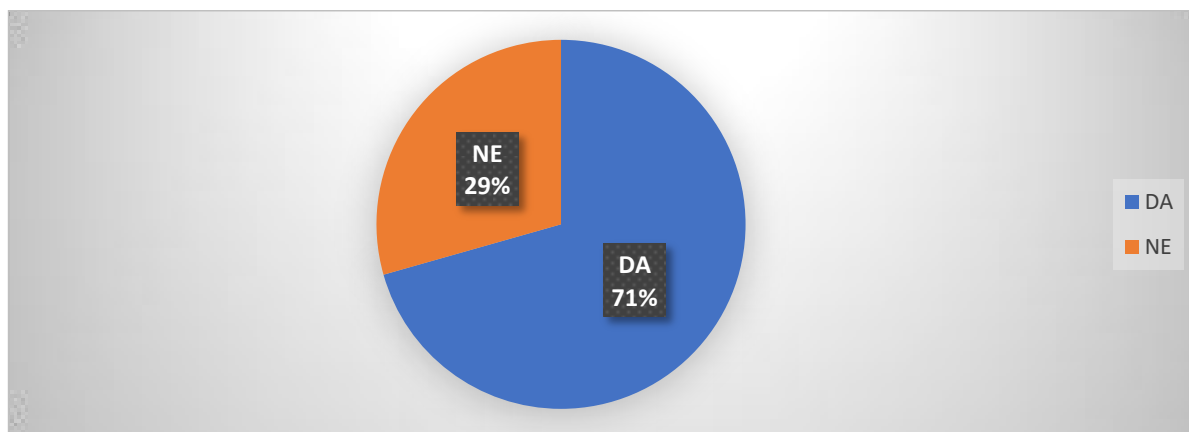
Grafikon 1. Glavni motiv za putovanje je posjet kulturnoj manifestaciji



Izvor: izrada autorica rada, 2023.

Na pitanje: „Da li Vam je posjet nekoj kulturnoj manifestaciji glavni motiv za odlazak na putovanje?“ 18,8% ispitanika je odgovorilo da im je posjet nekoj kulturnoj manifestaciji glavni motiv za odlazak na putovanje, a 82,4% ispitanika odgovorilo im posjet kulturnoj manifestaciji nije glavni motiv za odlazak na putovanje.

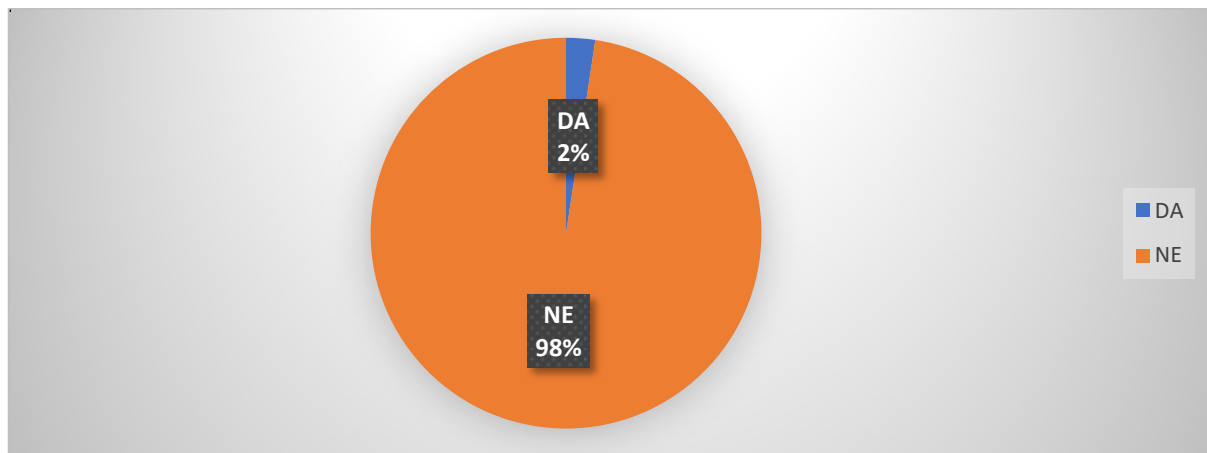
Grafikon 2. Posjećivanje kulturnih manifestacija i sadržaja za vrijeme turističkog putovanja



Izvor: izrada autorica rada, 2023.

Na pitanje: „Posjećujete li u sklopu svog turističkog boravka manifestacije i sadržaje (muzeje, izložbe, festivale, kazalište...)?“ 70,6 % ispitanika je odgovorilo da posjećuje, a 29,4 % ispitanika je odgovorilo da ne posjećuje manifestacije i druge sadržaje.

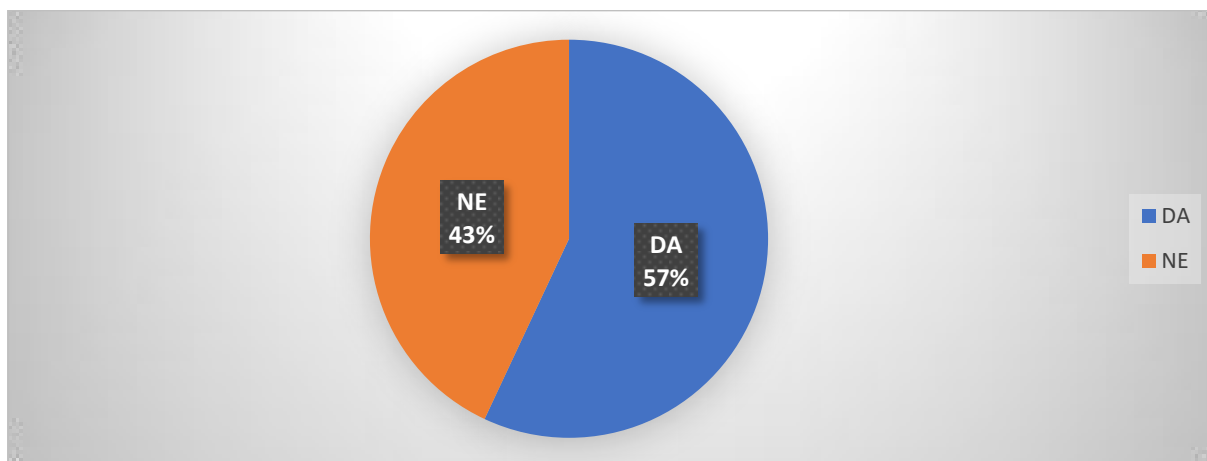
Grafikon 3. Volontiranje u kulturnim manifestacijama u sklopu turističkog putovanja



Izvor: izrada autorica rada, 2023.

Na pitanje: „Jeste li u sklopu svog turističkog putovanja volontirali u kulturnim manifestacijama?“ 2,4 % ispitanika je odgovorilo da nije volontiralo, a 97,6 % ispitanika je odgovorilo da nisu nikada volontirali tijekom turističkog putovanja u nekim kulturnim manifestacijama.

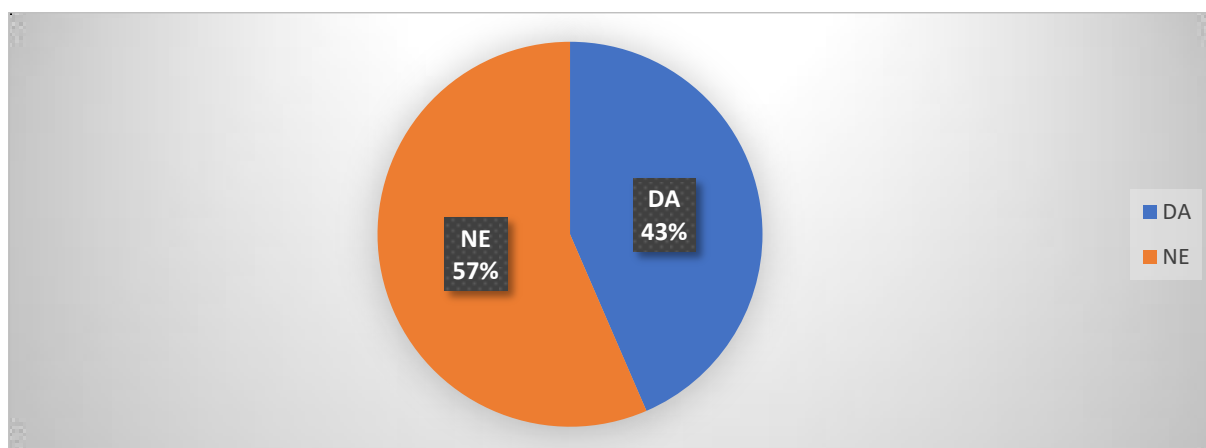
Grafikon 4. Planiraju li ispitanici u budućnosti putovanje motivirano kulturnim sadržajima



Izvor: izrada autorica rada, 2023.

Na pitanje: „Planirate li u budućnosti putovanje motivirano kulturnim atrakcijama i manifestacijama?“ 57,6 % ispitanika je odgovorilo da planira putovanje koje je motivirano kulturnim manifestacijama i atrakcijama, a 43,5 % ispitanika je odgovorilo da ne planira.

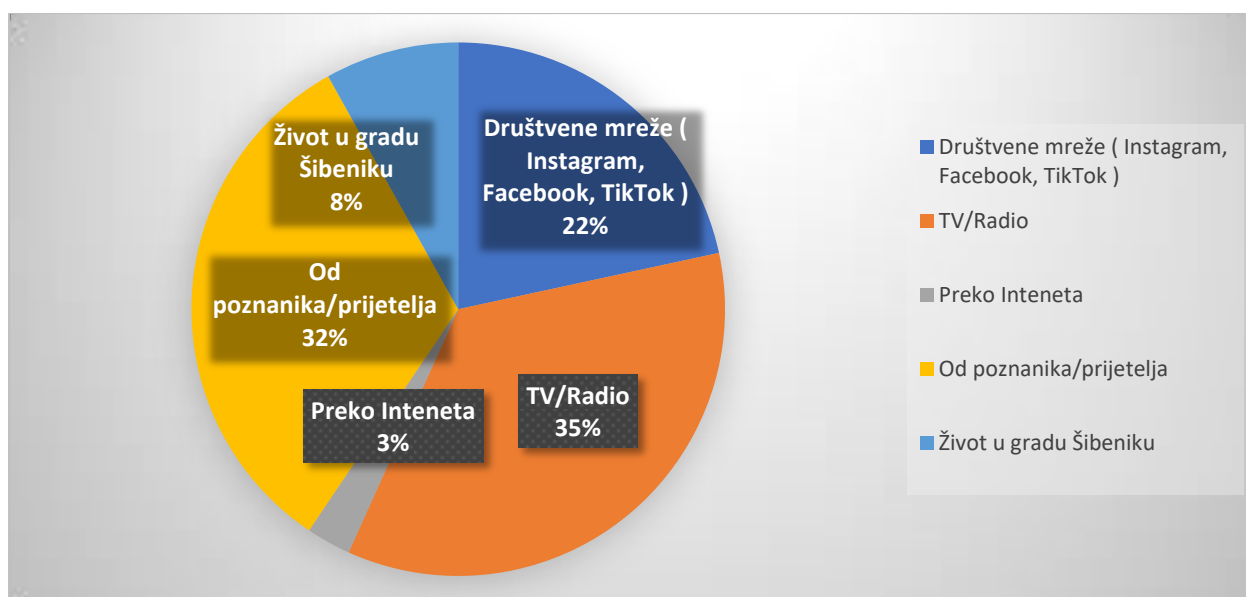
Grafikon 5. Jesu li ispitanici čuli za Međunarodni dječji festival u Šibeniku



Izvor: izrada autorica rada, 2023.

Na pitanje: „Jeste li čuli za Međunarodni dječji festival u Šibeniku?“ njih 43,5% je odgovorilo da su čuli, a 56,5% ispitanika je odgovorilo da nisu čuli za MDF u Šibeniku. Na ostatak pitanja odgovarali su ispitanici koji su čuli za ovaj festival u Šibeniku njih 43,5% od ukupnog broja ispitanika.

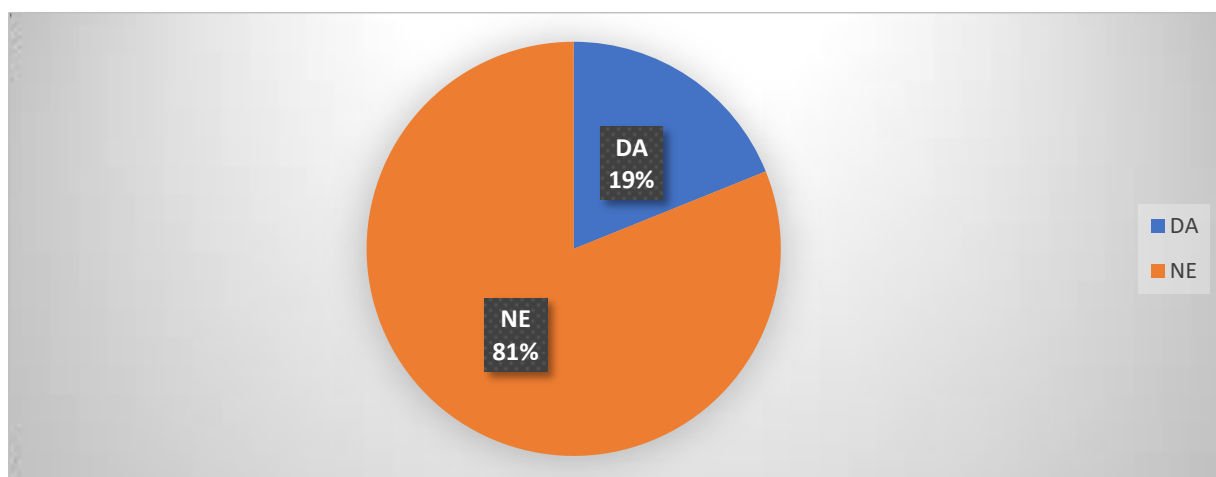
Grafikon 6. Na koji način su ispitanici čuli za Međunarodni dječji festival u Šibeniku



Izvor: izrada autorica rada, 2023.

Na pitanje: „Kako su ispitanici čuli za Međunarodni dječji festival?“ ispitanici su odgovorili sa 35,1% da su čuli preko TV/ Radija, od poznanika/prijatelja je čulo 32% ispitanika, 21,6% ispitanika je čulo preko društvenih mreža Instagrama, Facebooka ili TikToka, 8 % ispitanika živi u gradu Šibeniku te tako znaju za njega i 2,7% ispitanika je čulo preko Interneta.

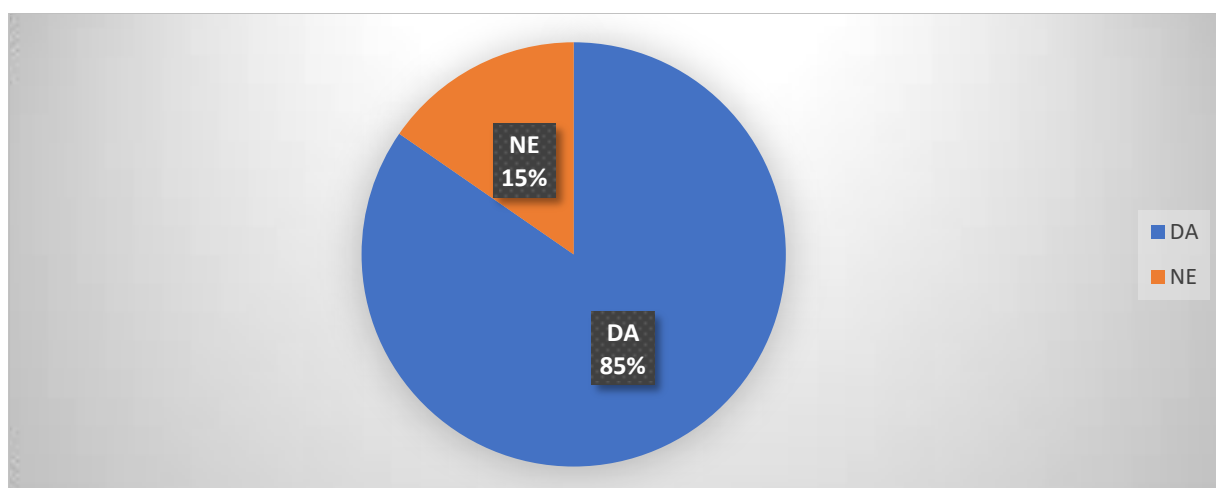
Grafikon 7. Posjetitelji Međunarodnog dječjeg festivala



Izvor: izradile autorice rada, 2023.

18,9% ispitanika je bilo posjetitelj Međunarodnog dječjeg festivala u Šibeniku, a 81,1% ispitanika nisu bili posjetitelji festivala.

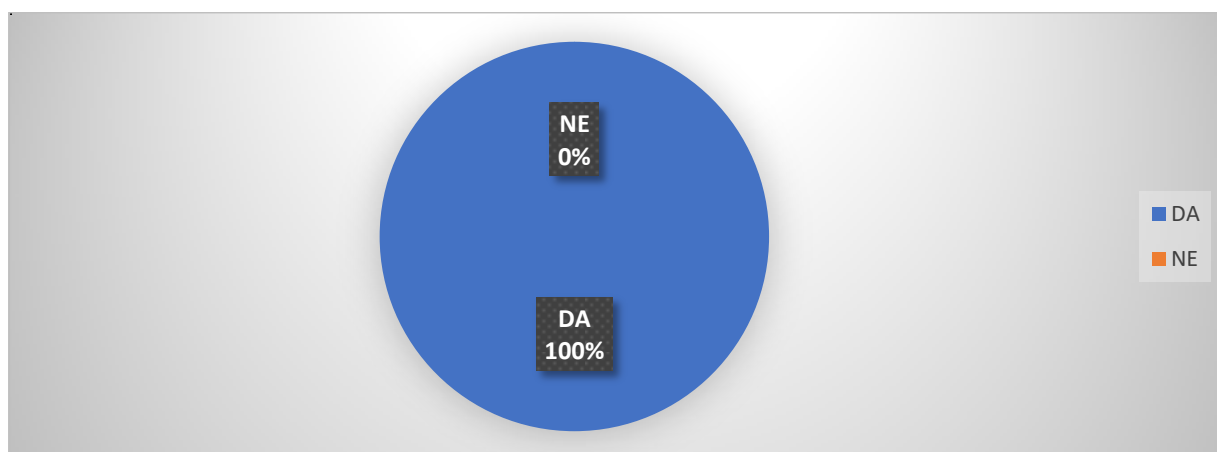
Grafikon 8. Žele li ispitanici posjetiti Međunarodni dječji festival



Izvor: izrada autorica rada, 20203.

Većina ispitanika je odgovorilo da bi htjelo posjetiti opet ili po prvi put Međunarodni dječji festival u Šibeniku njih 89,2%, dok 16,2% ispitanika ne bi željelo opet ili po prvi puta posjetiti festival.

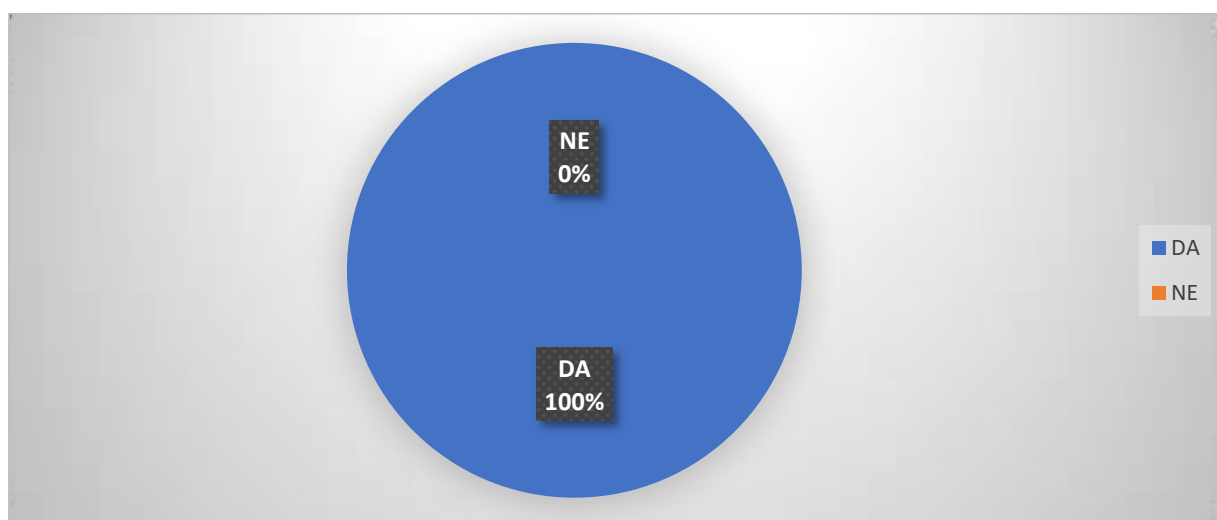
Grafikon 9. Međunarodni festival djeteta pozitivno utječe na djecu



Izvor: izrada autorica rada, 2023.

Svi ispitanici su odgovorili kako smatraju da manifestacija kao što je Međunarodni dječji festival u Šibeniku pozitivno utječe na djecu.

Grafikon 10. Međunarodni dječji festival promovira grad Šibenik



Izvor: izradile autorice rada, 2023.

Svi su ispitanici na pitanje „Smatrate li da se Međunarodni dječji festival promovira grad Šibenik?“ odgovorili da smatraju.

ZAKLJUČAK

Međunarodni dječji festival u Šibeniku je jedinstvena manifestacija s tematikom dječjeg stvaralaštva i stvaralaštva za djecu. Festival se održava od 1958. godine i od velikog je značaja za Republiku Hrvatsku i grad Šibenik. Festival je utemeljen na tri komponente: djetetu, festivalskom zbivanju i gradu, a osim toga je multimedijalna kulturna manifestacija temeljena na stvaralaštvu za djecu i dječjem stvaralaštvu. Festival unaprjeđuje estetski odgoj djece i razvija umjetničke oblike dječje kreativnosti. Budući da se održava već godinama može se reći da je festival od kulturnog značaja, a predstavlja kulturu, stil života i vrijednosti samog grada Šibenika. Održavanje festivala na glavnim kulturnim odredištima i na ulicama grada Šibenika omogućuje posjetiteljima da se uz svu zabavu i razna stvaralaštva upoznaju i sa kulturnom baštinom grada. Osim što posjetitelji drugih država dolaze upoznati našu kulturu, građani Republike Hrvatske koji sudjeluju na festivalu imaju mogućnost upoznavanja upravo kultura tih inozemnih sudionika. Postoje različiti programi festivala koji djeci omogućuju da maksimalno koriste svoju maštu i kreativnost. Svako dijete može sudjelovati u onome što ga zanima, a grad se u tom razdoblju pretvara u veliku dječju igraonicu punu različitog stvaralaštva.

Za potrebe rada je provedeno istraživanje putem anketnog upitnika, a cilj je bio istražiti koliko ispitanike kulturna baština, kulturni događaji i ostali kulturni resursi motiviraju da posjete određenu destinaciju i koliko su ispitanici u Republici Hrvatskoj upoznati sa djelovanjem Međunarodnog dječjeg festivala. Hipoteza H1 - Ispitanicima je glavni motiv putovanja kulturni sadržaj turističke destinacije nije potvrđena zbog toga što 82,4% ispitanika je odgovorilo da im nije posjet nekoj kulturnoj manifestaciji glavni motiv putovanja, ali većina ispitanika njih 70,6% posjećuje kulturne manifestacije i sadržaje (muzeje, izložbe, festivale, kazališta...). Hipoteza H2 –Ispitanici nisu upoznati sa djelovanjem Međunarodnog dječjeg festivala u Šibeniku je potvrđena jer 56,5% ispitanika nije čulo za festival, a od onih koji su čuli njih 8% ispitanika je iz grada Šibenika, što smanjuje postotak ispitanika koji su upoznati s djelovanjem Međunarodnog dječjeg festivala. Stoga, u cilju bolje posjećenosti festivala je potrebno povećati promocijske aktivnosti kako bi što više potencijalnih posjetitelja bilo upoznato sa djelovanjem Međunarodnog dječjeg festivala.

LITERATURA

1. Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnel, I. (2006). Events management. London: Routledge.
2. Čavlek, N. i sur. (2011). Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Školska knjiga.
3. Državni arhiv u Šibeniku, www.dasi.hr (pristupljeno 12.02.2023.)
4. Golja, T. (2016). Menadžment u kulturi i turizmu. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile
5. Gratton, C., Richards, G. (1996). The economic context of Cultural Tourism. London: CAB International
6. Jelinčić, D.A. (2009). Abeceda kulturnog turizma. Zagreb: Meandarmedia.
7. Keller, P. (2000). Tourism and Culture: Managing Change. St. Galen: AIEST.
8. Međunarodni dječji festival, www.mdf-sibenik.com (pristupljeno 09.02.2023.)
9. Pančić Kombol, T. (2006). Kulturno naslijeđe i turizam. Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin. Br. 16-17. str. 211-226.
10. Richards, G. (1996). Culture and Tourism in Europe. London: CAB International
11. Robotić, B.(2013). Selektivni oblici turizma. Beograd:
12. Tomljenović, R., Bornaić – Živoder, S. (2015). Akcijski plan razvoja kulturnog turizma. Zagreb: Institut za turizam.
13. Turistička zajednica grada Šibenika, www.sibenik-tourism.hr (pristupljeno 07.02.2023.)
14. Vrtiprah, V. (2006). Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću. Ekonomska misao i praksa. Br. 2. str. 279-296.
15. World Tourism Organization, www.unwto.org (pristupljeno 05.02.2023.)