

UNIVERZITET U NOVOM SADU  
PRIRODNO-MATEMATIČKI FAKULTET  
DEPARTMAN ZA GEOGRAFIJU, TURIZAM I HOTELIJERSTVO

## UPRAVLJANJE KULTURNIM DOGAĐAJIMA

Festivalizacija – prevod 12. poglavlja

Student:  
Dragana Samardžija 293 m/17

Profesor:  
dr Tatjana Pivac

Asistent:  
Sanja Božić

NOVI SAD, 2018.

## **Razvrstavanje i parametri autonomnih zona**

Postoji mnogo različitih vrsta festivala, ekonomska i kulturna raznolikost društva odraz je raznolikosti i različitosti festivala. Postoje alternativni / umetnički / karnevali / komedije / kulturni / elektronika / folk / hip-hop / R & B / Indie / muzički / Pop / Reggae / Rock / Ska / pozorište / duhovni / Shamanistic / poezija / Femi / New Age / religiozni / politički / eko / Rainbow / Fringe i niz drugih vrsta festivala. Wikipedija ističe festivale ptica, religiozne festivale, festivale umetnosti, festivale hrane i pića, sezonske festivale i festivale žetve. No, tu su i festivali za hakere, swingere, bicikliste, veterane i homoseksualce. Zapravo, gotovo svaka grupa i podgrupa u društvu ima festivale, okupljanja, praznike ili sastanke.

### **Ogledalo raznolikosti**

U nameri da se klasifikuje i prepozna trend u svetu festivala, posebno bum iz proteklih decenija nastoji se stoga uporediti s analizom i razumevanjem društva, i kao takav predstavlja popriličan napor.

Takvo poredjenje je preopširno za obim ove knjige, pa će naglasak biti na razumevanju razlika, a ne na sličnostima, s naglaskom na festivale koji nude izrazito drugačiji režim i neku autonomiju, takozvane TAZ-vrste događaja.

Nije sporno da su normalani socijalni i ekonomski modeli primenjivi, međutim ovde je svrha da se dođe do drugačijeg pristupa razumevanja modela festivala.

Zato bismo trebali gledati izvan ustaljenih modela. Kao što već rečeno, veliki muzički festivali, sa izuzetkom poput Boom, Fusion (Berlin) i Burning Man, obično su prilično komercijalizovani i ne nude stvarnu autonomnu zonu iskustva. No, ono što čini TAZ ili autonomnu zajednicu atraktivnom, osim čvrstih parametara autonomije poput fizičke prisutnosti, ekonomske održivosti, vlastite snage, granice sa spoljašnjim svetom i različitih pravila i morala. Zašto ljudi vole da posećuju Ruigoord, Christiania ili da odu u pustinju kao Burning Man, šta ih to emotivno privlači? Odgovor bi mogao biti da su ta mesta drugačija, alternativna, uzbudljiva, ali možemo li naći način da sagledamo i uporedimo šta to oni nude?

Parametri koji su važni nisu sasvim nematerijalni i nisu zaista nezavisnih dimenzija, već su deo osobe, oblik mesta. Možda su iluzorni, samo slika koja je stigla do javnosti ili plemena, ali dozvolite mi da vam predstavim radni okvir. Ograničavam faktore ili parametre na samo tri, zanemarujući veličinu parametra kako se ispostavilo, da je čak i veoma veliki događaji mogu ponuditi odlično TAZ iskustvo, ako je to prioritet.

### **Učešće, doprinos**

Čak i na malim zabavama primećujemo da ima ljudi koji doprinose (davaoci, doprinosioci), dok su drugi samo potrošači (uzimaoci). Naša procena u ovome je često projekcija, mi procenjujemo druge kao ogledala nas samih, ali opšta ideja je jasna. Festivali takođe imaju davaoce i uzimaocce, i naravno, pojedinac plaća ono što je konzumirao u toku festivala, ali nude i načine da učestvuju, a ne samo navijaju i aplaudiraju, i to je ono što razlikuje festival.

Biti deo onoga što se dešava, doprinoseći više od samog plaćanja naknade za ulaznicu ili manžetnu je ono što stimuliše ljude i daje im smisao. To se može ostvariti učestvovanjem

poput volontiranja, ali postoji mnogo mogućnosti za stvaranje participacije, angažovati posetioce, podsticati razmenu i pomagati drugim ljudima. Kao volonter, kao neplaćeni izvršilac, pomoć na svim nivoima u organizaciji i na „terenu“ je ono što mnogi ljudi vole kada su u pitanju participativni događaji.

Opcije volontiranja su cenjene, pomažu u povećanju raznolikosti i apeluju na osećaj zajednice. Pomaže da drugi važan parametar, identifikacija, čini da se osećate kao partner i kreator. Takođe je sjajan način za uspostavljanje kontakata, osećaj važnosti i uštedu novca. Nivo ponuđenog i mogućeg učešća obično je dobar pokazatelj otvorenosti proizvođača i produkcije. Volonteri ili saradnici takođe su jaka osnova za promociju, fan-zajednicu i šireći „poruku“ organizacije za koju volontiraju postaju 'ambasadori'.

## **Identifikacija**

Jedan događaj treba identitet kako bi se sprovela identifikacija. Nije dovoljno imati samo majice, dugmad ili web stranicu. Identitet je zaslužen i važan faktor u emotivnom povezivanju događaja i prisutnih. Može potrajati neko vreme, zahtevati iskustvo i izgradnju poverenja, jer identifikacija znači i posvećenost. Da bismo se ponašali ponosno poput "plamenika", kao deo scene, pleme ili događaj pridonosi osećanjima na emotivnom nivou, osećaju značenja, pripadnosti.

Za ljude je osećaj povezanosti sa događajem dragocen, ali je nevidljivi kapital prava vrednost događaja. Identifikovanje i učešće omogućuju određeno rangiranje festivala.

## **Realizacija**

Kognitivna realizacija je takođe važna, naši umovi su tamo gde će sve emotivne i telesne informacije na kraju završiti. Da shvatimo šta se dešava i to integrišemo u naše planove za budućnost je ono što će učiniti bilo kakvu transformaciju efikasnom.

Kao što je ranije objašnjeno, tri komponente, telo, um i srce (emocije) su ono što nas pokreće, naravno, u zavisnosti od ličnosti i situacije, ali zajedno mogu dovesti do transformacije, promene. Kako bi došlo do toga, rezonanca između tri aspekta mora se ostvariti da bi se i transformacija dogodila.

## **Unutrašnja transformacija i spoljna kreativnost**

Da li ljudi idu na festivale radi transformacije? Mnogi posetioци to neće priznati, ali tu je potajna nada, da će sresti svoju srodnu dušu, pronaći samospoznaju, proći kroz unutarnju transformaciju koristeći neke supstance, pronaći 'sopstvenog' učitelja ili gurua.

Mnogi alternativni festivali imaju eksplicitne ciljeve menjanja sveta, ostvarenja ekologije, ljudskog stanja ili širenja sistema verovanja. Promovišu promenu, a to može rezonirati i onima koji traže odmor u svojoj rutini, novi početak, promenu.

Menjanje sveta ili nas samih, oboje znače promenu, uzročnost, novi pogled na stvarnost. Oboje su kreativni procesi, a kreativnost u tom smislu se približava transformaciji. Festivali koji promovišu umetnost, eksperimentisanje u programu i okruženju obično su bliski ličnom razvoju, ponuditi angažovane radionice, kontaktne mogućnosti i neophodnost nekakve

autonomije da to uradi je očigledno. Kako grupna postavka pomaže transformaciji, pružanju podrške i određenoj sigurnosti, prilike za kontakt su važan deo toga.

Postoje rizici poput neplaniranih situacija kada se iznerviramo, kada nas „izbace iz takta“ na putovanju, razočaranja u nove prijatelje, kao i nepoštovanja naših ideja ili napora od strane ostalih članova grupe. Stvari mogu krenuti naopako, ali bez rizika i pokušaja... Kreativni procesi u postavljanju događaja, izgradnji zajednice ili čineći sebe ranjivima često su neverovatni a rezultati fantastični, ali ne uvek održivi ili ekonomski i ekološki čvrsti. Međutim, zahvaljujući eksperimentisanju učimo i inoviramo.

Festival koji je ozbiljan u ponudi transformacije privući će ljude istinski zainteresovane, voljni da hodaju i milju, ali će, takođe, uplašiti ljude koji žele ostati sami, potrošače koji samo traže zabavu.

S druge strane, transformacija, eksperimenti, grandiozni rituali i konstrukcije na kraju će takođe privući turiste. To se događa s uspešnim događajem kao što je Burning Man, "novinari" su manje zainteresovani za transformaciju, dolaze da vide "zoološki vrt", ne bi li se iznenadili umetnošću i raznolikošću, ali ustvari ne doprinose, samo posetioci koji plaćaju.

### **Parametri zajednice**

Uopšteno, isti parametri što se tiče festivala su u akciji u trajnim autonomnim zonama, namernim zajednicama i onim što se nazivaju slobodnim kulturnim prostorima. Postoje mnoga ovakva mesta, poput Christiania, Ruigoord, ono što je preostalo od skvotera ili se nalaze u starim industrijskim kompleksima, vojnim skladištima i sl.

Ove "alternativne" zajednice smatraju se mestima pogodnim za umetničke i društvene promene, ali su i mesta gde ljudi žive i rade. Ekologija i identitet veoma su bitni jer čovek mora živeti na određenom mestu. Takođe, odnos s vlastima obično je napetiji. Autonomiju je teže održati ako svet novca, zakona i propisa ima vremena za poziv na ulazu.