

Тема 10: Контакт и интеракција- основа

Студенти: Божовић Тамара и Томић Младен

Контакти и интеракција- основа

Фестивали су сада главни начин како људи желе да проведу своје слободно време, али шта очекују људи да пронађу, о којим потребама се брину? Забава, слободно време, провод, идентификација (поистовећеност), неке су од потреба које су наведене у претходном поглављу, али како упознати друге људе? Осећај заједништва, сигурности у анонимности, усаглашавање са групним осећањима и вибрацијама је сјајно, али шта је са стварањем нових, значајних контаката?

Контакт је од суштинског значаја за људска бића. као што је илустровано на грозном експерименту када је у 13. веку Федерик II имао групу одојчади која је одсечена од интеракције између људи, осим најосновније неге и хране. Желео је да види који језик би се спонтано појавио у одсуству било каквих обавештења о комуникацији. Међутим, резултат овог злогласног експеримента је био то што су сви умрли пре своје седме године, лишени било каквог људског говора и привржености.

Ми смо друштвена бића и поседујемо биолошку потребу не само да се родимо, за опстанак морамо сакупити све ресурсе које поседујемо и који су нам дати и развити специјализоване вештине. Али да би то учинили и осећали се пријатно са другима, морамо комуницирати, и у старим данима ово подразумева састанак са другима, док неки људи имају потребу да путују. Потребан нам је контакт, тражимо контакт и место које нуди контактне могућности а то су управо журке, састанци и фестивали. Ово је кључни покретач, друштвени инстинкт.

Потреба за контактом довела је до комуникационих медија као што је телефон, а недавно је дошло до пораста друштвених медија, попут Фејсбука, Скајпа, Твитера, али изненађујуће то није довело до смањења путовања. Очито нам је потребан и физички контакт, и како је сајбер простор проширио наш опсег, лако и јефтино комуницирамо са људима у другим земљама или чак континентима, чини се да још више путујемо да бисмо заправо срели овај шири круг пријатеља. Очекиване глобалне еколошке и финансијске уштеде у трошковима путовања се нису оствариле.

Волимо да упознајемо друге људе, маштамо са њима, повезујемо се са њима, успостављамо трајне односе ван Твитера и Инстаграма.

Величина догађаја

Мали догађаји олакшавају упознавање и успостављање контакта, поготово ако трају дуже. Велики фестивали и масовни догађаји су забавни, пријатни и нуде најбоље уметнике и перформансе, неколико пута групни ум достиже врхунце, али изгледа да постоји инверзан однос у величини и могућности за стварање контакта. Ово је, наравно, изазов за организаторе, како се људи могу стимулисти и како се могу створити моменти када се међусобни контакт може остварити, чак и на великим догађајима.

Догађаји као што је 'Burning Man' или 'Boom' очито су успели у овоме, док једнако велики догађаји и фестивали мега-музике нису ништа друго до велика гомила неповезаних људи. Већина се држи свог партнера или пријатеља који се знају. Излагањем музици, садржајем и атмосфером учесници фестивала мало међусобно комуницирају, гледају једни друге, повремено контактирају очима. Али, да ли је додатни контакт остављен на индивидуалну иницијативу, или је целокупна поставка на неки начин намењена повезивању људи, да створи дубље везе?

Коју улогу ово игра на фестивалу? Да ли су 'приређене' контактне прилике један од фактора успеха или остављамо ово емпатогенима (лековима, алкохолу) и везивној снази музике, плеса и узбуђења? Шта је учинило 'Woodstock' тако незаборавним и чак историјским догађајем? Било је очигледно да је "привремена аутономна зона" да се правила нормалности могу прекинути, појавила се политичка изјава ("ми бројимо"), а хипији су схватили нови ниво идентитета. Био је то почетак модерног фестивалског тренда, али је такође било нешто посебно у томе што је постојао овај сјајан осећај повезаности, доживљавања успона и падова, лошег времена и великих представа и догађаја широм фестивала. Можда је несрећа ситуације оно што је олакшавало успостављање контакта са другима и дељење?

Недвосмислено, нова пријатељства се стварају на фестивалима, док људи ходају около голи или се клизају у блату, деле суво место или нешто друго, али колико могућности за прилике нуди фестивал када су услови "редовнији". Изгледа да је везана за величину и ниво учествовања, али и начин на који је постао део наставног плана и програма фестивала. Да ли су контактни моменат део уговора, или је све остављено индивидуалној иницијативи?

Да ли постоје радионице, оброци, кругови или мањи догађаји на којима се појављују интимнији контакти, да ли догађај почиње са процедуром добродошлице (гостима добродошлице), парадом, судом за састанке, тантричким плесним догађајима, постоје ли ознаке имена или ручни сатови са додатним информацијама, да ли су савремени социјални медији користили за фалсификовање контаката, да ли постоје посебни тимови на подијуму за анимацију? Могућности активног промовисања контаката су бескрајне.

У позиционирању догађаја ово је важан избор; да ли активно стимулишемо појединачне контакте или смо задовољни са оним што ће се појавити природно. Овај избор утиче на целу организацију, физички изглед, рутирање, избор концесија, угоститељство, то је фундаментално. Матрица фестивала, комплекс аката, објеката, услуга и порука мора бити усмерена на то. Догађаји попут `Burning Man`, где су дељење и контакт основе, нуде више могућности за контакт него масивни музички фестивали са више или мање изолованих присутних.

Могло би се рећи да је нормална ситуација на већим фестивалима намерно и на много начина била преокренута усредсређивањем на могућности контакта, ритуале и учешће. Радимо на нечему заједно, чак и врло необичном задатку као што је чишћење, доноси заједницу, контакт, друштвену контролу и смисао значења. То је игра у којој потрошачи долазе и произвођачи, користећи све врсте симбола да би се идентифицирали или показали ко су они или шта желе.

Често регуларни фестивали носи наруквице ранијих догађаја, како би показали да су део сцене. Одећа, коса, храна, плесни стилови, какав је шатор, избор лекова, музичке преференције, који камп припада, све ово не само као учесници на "месном тржишту" и даме игре, него и упознати нове - груписати људе и побољшати племенски осећај 'припадања'.

Потребе за контактом варирају

Састанак са другима је приоритет за неке, док су други сретни да буду сами, са неким пријатељима или партнером. Постоје људи који се крећу према другима, игноришу их или беже далеко од других, то је основна психолошка карактеристика. У фетистивалном окружењу, међутим, овакав став може се померити, а може се испразнити можда и нормална "маска" и експериментисати с смањивањем одбране, а тиме и стресним контактима. То је део друштвене природе људи, у групи ствари постају лакше и у ритуализованом окружењу као на фестивалу који иде са токовима је природно. Ако се групни ум окрену ка очувању контакта са очима, поздрављају се, додирују, загрљају или имају секс, то је лако пратити.

Ово се не дешава увек, а целокупан начин догађаја погодан је за ово, или не. Када се придружите фестивалу започиње поступак добродошлице који у волвовима загрли, контактира и повезује са неким другим, који боје цео догађај. Не увек тако искрено, постоје алтернативни догађаји у којима се свако тело загрли и додирује, али се мрзе међусобно, трачаре и праве разне шеме.

Можете се забавити на догађају само са својим партнером или неким блиским пријатељима, али је лепо направити нове контакте, упознати старе пријатеље и људе које сте рекли са других догађаја.

Упознавање са другима, за интимне контакте или само за мрежу и дељење је оно што многи људи воле. Журка или догађај који вам је омогућио да се упознате са новим људима, на неки начин се ангажујете са њима и на тај начин вам понудили проширење свог света, био је успех. Увек је лепо, долазити кући са забаве, упознати неке нове људе, направити значајан контакт, али то се увек не дешава. Део тајне доброг догађаја је да се може скинути маска (нормалне личности) или експериментирати са различитим "личностима".

Ово се односи на то како се обезбеђује безбедност групе, слобода анонимности, али и осећај двосмислености или дезоријентације, статуса који долази са уласком у другу зону, о којој говори лиминалити Виктор Турнер. Овде се поново појављује питање трансформације, коју не желе сви. Само учествовању "заједницама" довољна је за многе, а то је оно што обично нуди комерцијални догађај. Трансформација се дешава у другом окружењу и потребна је друга формула фестивала, али се индивидуална искуства веома разликују.

Круг

Контакт најбоље функционише када смо на једнаким условима. Састанци на нивоу вршњака и процеси одлучивања требају облик и круг је традиционални начин да се постигне бар једнака једнакост. Кругови се мање или више аутоматски формирају, ватра у средини чини га логичним начином. Кругови, у свим величинама и за све намене, формирају природно током великих догађаја и представљају одличан почетак за доношење одлука вршњака и решавање конфликта.

Дељење

Упознавање и стварање контаката може бити главни аспект фестивала којим се може створити велика емпатија у целој организацији и програмирању. Стварањем кругова о дискусији о разним темама и преношењу искуства, користећи дејтинг ивентове и спеед дејтове, рандомизовање, кругове упознавања, радионице, као и упознавање преко друштвених мрежа може бити главна формула за то. Главна песона догађаја ће наравно привући људе који одговарају оваквој формули. <Контакте могућности> контактне могућности могу имати колико форми, али ради интимније размене, мање групе су ефективније, посебно уколико постоје тачна правила како разговор треба ићи, када и колико се могу укључити, колико времена могу учествовати.

Дељење, дискутовње о једном искуству и укључивање у мање групе од по 8 људи може бити ефективније за стварање пакта, стицање нових пријатеља и стицање осећања да смо део догађаја. Такво дељење, држећи се исте групе пар дана, често се наводи као један од главних разлога за присуствовање.

Просторност, рутирање, „климати“

Шпански Рамплас, булевари који се користе за шетњу, стварање контаката и опсервирање су одличан пример за контактнo оријентисани простор. На фестивалима, рутирање представља такође изузетно важну ставку. Данашњи фестивали углавном имају више од једне бине. Велики фестивали их могу имати мноштво, од огромне главне бине, до ситнијих мањих шаторских и окупљања око логорске ватре, где пар људи ужива у програмским и спонтаним наступима, радионицама и др.

Просторно планирање тада постаје важно, посебно када догађај траје више дана. Да ли постоје мирна места, објекти за децу, салони, прва медицинска помоћ, „изгубљено-нађено“, апотеке, како су кетеринг делови постављени, где се може направити логорска ватра? Где су смештајни делови, постоје ли кампови за децу и породице, за људе који воле мирније ноћи, где су тушеви и тоалети лоцирани, колико су удаљена паркинг места итд? Терен где се планира догађај има својих предности и мана, али просторно аранжирање фестивалских активности може бити један од битнијих фактора у атмосфери и успеху догађаја.

Предвиђање и вођење кретања масе, синхронизовање перформанаса и наступа, чине искључиво важним. Кретање масе представља део сваког великог фестивала, где маса жели да осети атмосферу тамо и овамо, правећи алтернативу између слушања и гледања, придружујући се групама, радионицама или круговима, и само обилазити терен, можда купити нешто, јети, крћући се лагано. Доживљај на различитим местима у разлочито време у току трајања фестивала честп може променити један специфично креиран доживљај а емоционалним идентитетом, помоћу специфичне пратње, реквизита и поставке. Такви мини климати могу бити важни, али не морају бити стални, нпр: гитариста на доручку је ту само због тога, ритуали око огорске ватре крећу у касним сатима, поподне је велики шатор резервисан за сиесту итд.

Велики Гластонбери фестивал има посебно социо-географско окружење, кетеринг за комерцијалне и не комерцијалне активности, тиха подруча, као и кампове за специфичне групе.

Мултикултуралност, плурализација

Кутура старијих је често била затворена, међутим глобализацијом, мобилношћу и и утицаји новинске штампе довели су до плурализације културе, где фестивали представљају део овог тренда. Постоје мање културно затворени догађаји, али већина јавних фестивала постаје мултикултурално. Можда намере специфичних група још увек леже у социјалности, али музика, храна и култура су у поуди врло често глобално.

Културне различитости се огледају као део искуства, али такође може помоћи у представљању мањинске културе, иначе би то могло довести до угрожавања локалних мештана. Фестивали нуде велике могућности да се упореди локално и глобално.

Имајући само локалне бендове, диџејеве, храну и пиће није баш узбуђујуће, не баш на догађајима, али нудећи егзотичну храну, различиту врсту музике, као и културни и глобални микс филмова, наступа и „климата“ чини га више фамозним и сензационалним искуством.

У различитости етничке и културолошке позадине може се родити и проблем различитости, ксенофобија код осталих расте, ато би требали мултикултурални фестивали, али чак и етнички фестивали бити отворени. Они могу представљати одличан микс културе, али и људи.

Уобичајено ту су специфичне групе таргетирано присутне на фестивалу, и то ограничава различитости. Али овај фокус се може превазићи давајући многим фестивалима мултикултурални аспект. Дозвољавајући космополитски „додир“ са другачијом музиком, перформансима и културим укључивањем чији фестивал не само интересантним, већ можда комуникацију међу групама, мањинама, и публиком општено.

Фестивали су одлична прилика да се активира оно што је у свакодневном животу другачије, доводећи културе, креирати кохезију, раширити парти линију. Они могу бити противотров прурализацији и маргинализацији, помажући превазилажењу разлика. Нудећи мањинама да се представе, оне могу стећи самопоуздање и мирну коегзистенцију. Да буду поносни на себе, своју заједницу, културу, је лакше када постоји контакт између различитих култура, такође, исказивање музичким стилем, храном и одећом је више сродно у фестивалској атмосфери.

Диверзитет- филозофски поглед

Фестивали су забавно оријентисани, али и представљају места за остваривање контаката, искушавајући групна сагледавања. У 20.веку филозофи и антропологисти су посматрали човекове потребе за отварањем контакта. Преко Дуркхејмофа „Ефervesценце“ преко Виктор Турнерове „Лимиталити“ и „Комунитас“, и Петер Слотердијксове „Бабл“, социјална интеракција, поларност између индивидуалности и заједнице била је главни светски експеримент за различитим компромисима, са малим поштовањем према земљи на којој живимо. Ранији догађаји попут верских фестивала, светских сајмова, тематских паркова и мега догађаја попут Олимпијаде, привлачили су и привлаче лепи број посетилаца, али им недостаје слобода доживљаја. Бивање изван ограничења нормалних градова и физички поредак су један аспект, а бити изван социјалних ограничења се сасвим други фактор у фестивалским трендовима.

Успоном интернета и свеобухватног сајбер простора сматрало се да ће индивидуалност бити велики победник, али сада је јасно да су нови монопол, ИТ и тоботика појели

приватност, индивидуалност и сравнају наш интелектуални свет. Википедија је чист пример тога. Различитости, посебности живота су нападнуте.

Маневришући различитостима, суштински задатак владе је балансирање између индивидуалности и заједнице, што је горућа тема, док су људи попут Томаса Пикетија учинили нешто више поред таргетирања екстрема и опасности оцилација (револуције). У рутираним нивоима, међутим, успон фестивалског модела се чини као одрживо и људски за радити, ради уживања у различитостима.

Диверзитет- практично: модел Нескафе

Различитости не морају бити само негативне, различитости су суштински промене, напредак и „душа“ живота. Ни едно тржиште идеја и добара не може опстати без њих. Различитости нису нешто чега се треба прибојавати, већ нешто шта треба искористити.

Даби се ово разумело, нацртао сам криву опште различитости. Она показује да различитости имају позитивне ефекте, али само уколико нема стагнирања, или је различитости превише, онда ефекти бивају негативни. Ова крива је претежно универзална, може се употребити у многим ситуацијама, чак и у биологији, и помаже схватању како управљати различитостима, наводећи како да је оптимум позитивних резултата, могућ и пожељан. Не само у влади, већ и у осталим ситуацијама, штавише, може довести до трансформације, међутим оно не представља оно прво шта би сматрали прихватљивим.

Спајајући људе вршимо мешање, са различитом бојом коже, облачењем, ставом, статусом, културолошким позадином. Ово је оно што покушавамо избећи у свакодневном животу, живећи са „нашом“ групом људи, у специфичном окружењу, идући у специфичне ресторане, позоришта и школе. Проблем је што све ово наведено доводи до игорисања позитивних ефеката.

Уметност управљања различитостима, у коме није лако наћи прави микс, може се остварити бенеит кроз што ја називам Нескафе модел мешања. Када уливамо воду у нескафе прах (супу или сос), боље је прво додати само мало воде, сјединити и онда додати остатак воде. Ово спречава згрушавање и прављање грудвица, и свако ко спрема зна то. То је метафора, слика која показује да рад са различитостима захтева одређени темпо и нивое. Почевши од упознавања мале групе различитих људи (боде), мешајући их прво, а тек касније ту укључити бише људи (остатак воде).

Нескафе модел се може употребити у многим ситуацијама, као нпр како радити са различитостима у школи, како укључити мањине у друштво (као и веома богати слој људи), сугестирајући да мала група у почетку може радити боље него да се одма набаца све заједно.

Код фестивала, треба употребити исто. Дозвољавајући ограничену различитост фестивал ће боље функционисати него да се однах брутално разреди. Фестивали су одлична места за

мешање и размену, њихов оптимум дозвољава много више различитости него у нормалном друштву, али постои исти страх од опаности и хаоса.

Из оциолошке прерспективе, фестивали су одлично место упознавања, удећи много више интеграције и рада са различитостима. Упознавање осталих није само индивидуална ствар, друштво нуди место где је контакт могућ, где се културе мешају, и где су потенцијални конфликти минимизирани духом фестивала и општом групном свести.

Сегрегација, богата и сиромашна

Потпуно прилагођавање свима је немогуће, те фестивали требају фокус, различити приступ групама, у том погледу то је посао као уобичајено, није толико различит од онога што важи за тржне центре, забавне паркове, хотеле, музеје или спортске догађаје. Дакле, ту су фестивали чија су циљна група млади и одрасли, други траже креативну средњу класу, и свакако у комерцијалној ситуацији, где имају за циљ да се пресвуче за једнократну употребу ако је потребно, стварањем подгрупа међу публиком. VIP собе и VIP карте са посебним привилегијама постоје за оне који могу потрошити више. Чак и када је званична политика једнакост, свако свака особа је једнака, исто као у Бурнинг Ман-у, али постоје и различитости у позадини. Врло богати људи шверцују плаћене раднике како би их послужили, те "слуге" долазе као нормални учесници, али раде за оне који су "више" једнаки "од других. Велика отвореност и бесплатан улаз за све видове слушалаца је одлична ствар, али шта ако су фестивали сувише скупи па тако они сиромашни остају напољу. У догађајима као што је Бурнинг Ман који захтевају скупе ресурсе као што су мобилне куће које се морају изнајмити, публика има тенденцију да дође до средњих или високих људских вредности и интересовања.

