

KULTŪRAS MANTOJUMA FESTIVĀLI UN TO IETEKME VIETĒJĀ UN REĢIONĀLĀ MĒROGĀ: STARPTAUTISKĀ PIEREDZE UN GALVENIE IZAICINĀJUMI

Seminārs “Festivāls kā kultūras mantojuma komunikācija”

2017.gada 17.augusts, Cēsu Jaunā pils

Agnese Hermāne, Latvijas Kultūras akadēmija



Festivāls

Sociāls notikums, kas regulāri atkārtojas, tam raksturīga formu daudzveidība un koordinētu pasākumu sērijas, tajā tieši vai netieši un dažādos līmeņos iesaistās visi vietējās kopienas biedri, kurus vieno etniskas, lingvistiskas, reliģiskas vai vēsturiskais saiknes un kopējs pasaules uzskats. /Falassi , 1987/

Organizēts īpašu notikumu kopums par noteiktu tēmu, kas notiek īpašā vietā un noteiktā laikā, pulcējot cilvēkus savstarpējai komunikācijai par festivāla tēmu. /Lyck, Long, Grige, 2012/

Festivāli var kalpot par saskarsmes tiltiem starp cilvēkiem. /Levi, 2003/

KULTŪRAS MANTOJUMA FESTIVĀLS

Daudzējādā ziņā tradicionālie festivāli nodrošina tagadnē projicētu pagātņi, kura, būdama vēsturisks veidojums, piešķir jēgu tagadnes darbībām (..) Mēs varam šos festivālus aprakstīt dažādos veidos - kā radīti, izdomāti, konstruēti, sintezēti vai simulēti.
/ Prosterman, 1995/

Tradicionālie festivāli
Atmiņas festivāli
Roots festival

Mūsdienu tūristi dod priekšroku tādām aktivitātēm, kam pamatā autentiskums, kultūras mantojums un unikalitāte, kā arī kas saistīti ar vietējām kopienām lauku teritorijās.
/ Hodur, 2010/

Kultūras mantojuma festivālu veidi:

- Folkloras un mutvārdu mantojuma festivāli
- Skatuves mākslu festivāli
- Tradicionālās virtuves un kulinārās prakses festivāli
- Lauksaimniecības, agrikultūras festivāli
- Tradicionālo rituālu, sociālo prakšu, svētku festivāli
- Reliģisko rituālu festivāli
- Amatniecības festivāli
- Vēsturiskā mantojuma - vēsturisku personu un notikumu, leģendu festivāli
- Vēsturiskā dzīvesstila festivāli
- Dabas resursu festivāli
- Industriālā mantojuma festivāli
- Urbānā mantojuma festivāli
- Festivāli, kas popularizē zināšanas un prakses saistībā ar dabu un pasaules izpratni
- Minoritāšu kultūras festivāli

Kādēļ kultūras mantojuma festivāli ir interesanti apmeklētājiem?

- jauna pieredze, jaunas zināšanas un prasmes autentiskā vidē
- iespēja iepazīt nemateriālo kultūras mantojumu, kas nereti citādi nebūtu iespējams
- vietējā kolorīta iepazīšana
- komunikācija ar vietējiem iedzīvotājiem
- iespēja iegādāties autentiskus amatnieku, mājražotāju darinājumus
- mainīti stereotipi par vietējiem iedzīvotājiem

Allen J., et al (2002; Cudny (2013); Getz, (1991)

Mūsdienu postmodernajam, ārkārtīgi aizņemtajam un izvēlīgajam cilvēkam festivāls dod iespēju baudīt ko nebijušu, īpašu koncentrētā laika periodā un daudzumā.

Tipiskas kultūras mantojuma festivāla daļas



Starptautiskās tautas mākslas un folkloras festivālu organizāciju padomes principi par festivālu programmām

CIOFF

*1) programmu var uzskatīt par tradīcijas **autentiskas izpausmes reprezentāciju** pie šādiem nosacījumiem:*

Reģionāls saturs

Tērpi ir autentiski vai ticami rekonstruēt

Mūzikas un dejas priekšnesumi tiek sniegti bez mākslinieciskām aranžijām

*2) programma jāuzskata par **izstrādātu / konstruētu tradīcijas izpausmi**, ja:*

Saturs nosedz vairākus reģionus

Tērpu elementi ir adaptēti

Mūzikas materiāls ir mākslinieciskas apdares, un dejas elementi – pārveidoti

Jaunu deju veidošanā izmantoti autentiski elementi

*3) programmu jāuzskata par tradīcijas **stilizētu izpausmi**, ja:*

Ja saturu ir iedvesmojusi tradicionālā kultūra

Ja tērpi skatuves vajadzībām ir pārveidoti

Ja mūzika un dejas elementi ir adaptēti un pielāgoti, lai pieskaņotos mūsdienīgai skatuves transponēšanai

Ja jaunu deju un skaņdarbu radīšanai mūziķu un horeogrāfu radošo ideju izpausmei tiek izmatoti tradicionāli elementi

mūzikas, dejas,
dziesmu
festivālu
programmas

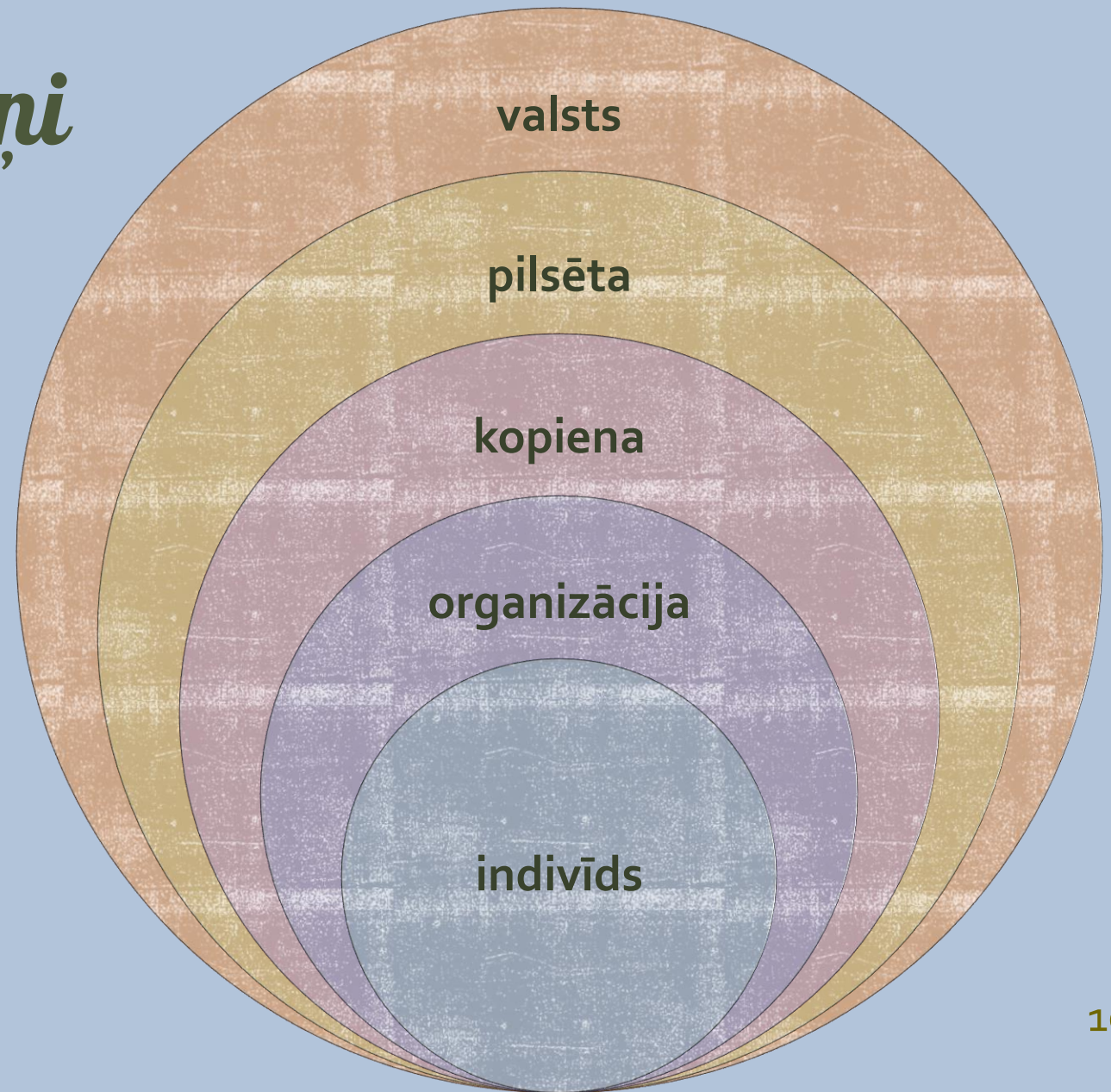
Kultūra un attīstība (OECD)

Kultūras ekonomiskais potenciāls teritorijām ir pielīdzināms eksporta potenciālam, vienīgi pakalpojumi tiek nevis eksportēti, bet klienti tiek vesti šurp. /Culture and Local Development, OECD, 2005/

- 1) Ekonomiskā ietekme – tiešā, netiešā, nodokļu ieņēmumi
- 2) Sociālā ietekme – sociālā, etniskā integrācija, neaktīvo iedzīvotāju iesaiste, stimuls vietējās teritorijas izaugsmei, sociālā kapitāla attīstībai

Festivālu ietekmes līmeņi

Pēc: Ferdinand and Shaw (2012)



Ekonomiskā ietekme

- ne visas ekonomiskās aktivitātes klasificējamās kā ekonomiskā ietekme
- «jaunā» nauda, kas ienākusi reģiona ekonomikā no ārpuses
Freibergera (2015)

KULTŪRAS PASĀKUMU EKONOMISKĀ IETEKME. PASAULES KORU OLIMPIĀDES PIEMĒRS

https://academia.lndb.lv/ftp/182/freibergera_kristine_20134609.pdf

Ekonomiskā ietekme kultūrā

3 „E” - *economy, efficiency and effectiveness*
ekonomija, efektivitāte un lietderīgums

Iznākumu mērīšanas sākumpunktam ir jābūt kultūras aktivitāšu mērķu apzināšanai, attiecībā pret kuriem tad var noteikt to lietderību.

Sanjiv Lingayah (2014)

ekonomiskā ietekme

Kultūras mantojuma festivāli sekmē:

- **tūrisma attīstību,**
- **uzņēmējdarbību,**
- **investīcijas reģiona infrastruktūrā,**

/Getz, 2007; Van de Wagen, 2005)

- **pagarina tūrisma sezonu ,**
- **paldzina tūristu uzturēšanos**

/(Huang, Li & Cai, 2010; Boo and Busser, 2006; Kotler, Haider & Rein, 1993; Mehmetoglu and Ellingsen, 2005).

- **nodrošina ieņēmumus vietējiem uzņēmējiem, lauksaimniekiem**
- **sekmē nodarbinātību**

Kultūras mantojuma un agrikultūras festivāli sekmē mācīšanos un dod iespējas nogaršot dažādus ēdienus. Tas var sekmēt interesi par lauku saimniecībām un maziem uzņēmumiem, lai sekmētu jaunu distribūcijas kanālu izplatīšanu un jaunu klientu atrašanu. Produktu pārdošana šādos festivālos neprasa lielus laika un naudas ieguldījumus, kamēr simti, vai tūkstošo apmeklētāji pirmo reizi redz šo produktu vai uzņēmumu

·
/Nichole C. Hugo C.N., Lacher R.G., 2014/

Ekonomiskās ietekmes kritika

- Ekonomisko ietekmi aprēķināt ir sarežģīti
- Bieži pasākuma organizatori nekritiski piesauc ekonomiskos rādītājus, lai pamatotu publiskā finansējuma izlietojumu
- Ieguvumi nereti tiek pārspīlēti
- Ekonomisko ietekmi var aprēķināt dažādos veidos, tādēļ dati ir grūti salīdzināmi
- Ne visa nauda, kas ienāk, paliek norises vietas reģionā
- Pašvaldība, organizatori mēdz ciest finansiālus zaudējumus pat, ja norises vieta kopumā ir ieguvēja

Dati festivālu ekonomiskās ietekmes vērtēšanai pašu spēkiem

- Apmeklētāju skaits
- Publicitātes skaits medijos
- Dalībnieki
- Pasākumu / programmas elementu skaits
- Brīvprātīgie
- Tirgotāju skaits
- Ieņēmumi
- Izdevumi
- Peļņa
- Sociālo tīklu sekotāji
- Apmeklētāju izdevumi

Ekonomiskās ietekmes kalkulatori

Vestmidlendas kultūras novērojumu palīgrīks

(*West Midlands Cultural Observatory toolkits*)

www.eitoolkit.org.uk

eventIMPACTS palīgrīks

<http://www.eventimpacts.com/>

CULture CALculator

(*Kulturní kalkulačka*)

www.culcal.cz

Kultūras mantojuma festivāli sekmē:

- Cilvēku pulcēšanos un komunikāciju
- Privātu un profesionālu kontaktu veidošanu
- Draudzību un partnerattiecības
- Stereotipu mazināšanos
- Savstarpēju uzticēšanos
- Etnisko un sociālo integrāciju
- Starppaudžu saskarsmi

Festivāli ir kopienu sociālā līme

sociālā ietekme

Festivāli sekmē cilvēku savstarpējo attiecību veidošanos, tādējādi nodrošinot sociālā kapitāla veidošanos šī jēdziena plašākajā nozīmē. Tas atšķiras no cita veida kapitāliem (finanšu, intelektuālā vai humānā), jo to veido starppersonu attiecības un sociālās normas.

Festivāli sekmē sociālā kapitāla veidošanos, jo tās ir vietas, kur tiekas cilvēki ar līdzīgām interesēm un sociālo izcelsmi. Festivāla apmeklētājiem ir daudz kas kopīgs, nereti festivālu laikā veidojas jaunas attiecības, gan profesionālas, gan privātas, kas turpinās arī pēc festivāla.

/Cudny, 2013/

piederības sajūta un identitāte

Kultūras mantojuma festivāli sekmē:

- vietas apziņu, apkārtnes izjūtu
- piederības sajūtu savai dzimtajai / dzīves vietai
- lepnumu par lokālajām tradīcijām
- vietējās, reģionālās identitātes apzināšanos, interesi par to
- individuālās un kolektīvās identitātes veidošanos
- kolektīvā atmiņas veidošanos, transformēšanos
- tradīciju pārmantošanu un uzturēšanu

Par spīti apstāklim, ka festivāliem piemīt masveida raksturs un to izpausmes mēdz būt ekstrēmas, virtuālas un savā ziņā garāmslīdošas, festivālu radītā sociālās interkomunikācijas intensitāte var radīt piederības sajūtu. Tādējādi festivāli ir vietas, kur tiek īstenotas kolektīvās vērtības, pašidentitāte un kultūras pārmantojamība. Šajā nozīmē tie reprezentē piesaisti noteiktām vietām un to kultūrai, rada cilvēkos piederības apziņu, rada un stiprina kolektīvo identitāti, un tiem ir būtiska loma tradīciju pārmantošanā.

/Taylor and Kneafsey, 2016/

Kultūras mantojuma festivāli sekmē:

- vietējās kopienas struktūras stiprināšanu
- pilsonisko aktivitāti
- dzīves kvalitātes celšanos
- vietējo iedzīvotāju izglītošanu, tradīciju izpratni un novērtēšanu
- attieksmes maiņu pret kultūras mantojumu
- festivāla rīkotāju, kultūras organizāciju, tūrisma speciālistu un tūrisma pakalpojumu sniedzēju sadarbību vietējā / reģionālā līmenī
- kultūras darbinieku izaugsmi, pielāgošanos, svešvalodu zināšanas
- brīvprātīgo kustības veidošanos

kopienas struktūra un izaugsme

Indivīdiem apgūstot jaunas zināšanas un iegūstot menedžmenta spējas, veicot lēmumu pieņemšanu, sadarbojoties ar citiem, kopiena kopumā kļūst stiprāka un zinošāka /Gould, 2001/

Festivālu ietekme ievērojami pārsniedz ekonomiskos labumus, jo tie stiprina vietējas kopienas, uzlabo dzīves kvalitāti nelielās apdzīvotās vietās / O'Sullivan & Jackson, 2002/

Nelielās apdzīvotās vietās, kur nav plaša kultūras piedāvājuma, festivāli mobilizē vietējos spēkus un resursu, stimulējot radošo sadarbību, plānošanu un tas kopumā pozitīvi ietekmē vietējo izaugsmi un reģenerācijas procesus / Klaic, 2002/

Kultūras mantojuma festivāli sekmē:

- vides sakārtošanu, labiekārtošanu
- vietējās infrastruktūras sakārtošanu
- vietas statusa un tēla uzlabošana, atpazīstamību
- vides vērtību apzināšanos, saglabāšanu
- mārketinga stratēģiju kvalitāti
- informācijas pieejamību un kvalitāti
- informāciju svešvalodās

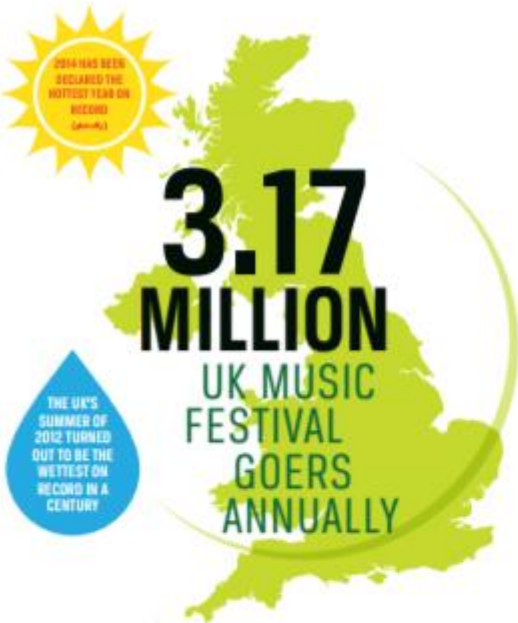
vide un vieta

ecological footprint?

ekoloģiskā pēda

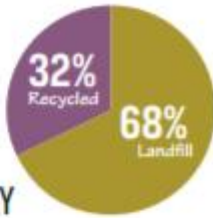
<http://jalajalg.positium.ee/?lang=LV>

- Atkritumi
- Enerģija
- Ūdens patēriņš
- Transports, izmeši
- Ēdieni, dzērieni
- Ilgtspējas principi



WASTE

23,500 TONNES OF WASTE ANNUALLY



FUEL

5 MILLION LITRES

The total litres of fuel used by the UK festival industry annually.

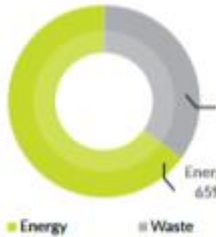


Average litres of diesel at UK music festivals
0.6 LITRES PER PERSON PER DAY

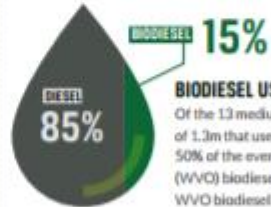
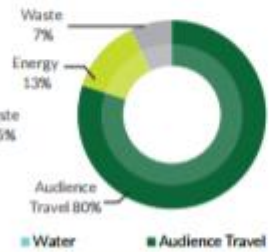


FESTIVAL CARBON FOOTPRINT

AVERAGE CARBON FOOTPRINT (ONSITE) (CO₂e)



AVERAGE CARBON FOOTPRINT WITH AUDIENCE TRAVEL (CO₂e)



BIODIESEL USE

Of the 1.3m that used the Julie's Bicycle Creative IG Tool, over 50% of the events were using some waste vegetable oil (WVO) biodiesel with an average total consumption of 15% WVO biodiesel and 85% diesel.

TRAVEL *



TRAVEL TYPICALLY CONSTITUTES AROUND 80% OF A FESTIVAL'S TOTAL KNOWN CO₂e EMISSIONS*

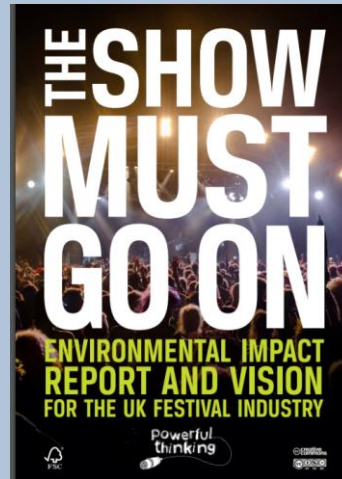


CARBON EMISSIONS

Total UK festival industry emissions (excluding travel)
19,778 TONNES CO₂e per year



Festivāli Lielbritānijā



<http://www.juliesbicycle.com/files/TheShowMustGoOnReport.pdf>

Ne ekonomiskās ietekmes novērtēšanas metodes

	Stiprās puses	Vājās puses
<i>aptauja</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dažādi, pētāmajai auditorijai pieejami izplatīšanas veidi • Ļauj koncentrētā veidā iegūt informāciju • Iespējams uzskatāmā veidā atspoguļot rezultātus 	<ul style="list-style-type: none"> • Izmaksas • Prasmes – atkarībā no aptaujas veida • Izlases noteikšanas problemātika – datu valididāte • Zema respondentu aktivitāte
<i>fokusgrupas diskusija</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Iespējams noskaidrot dažādu grupu viedokli, salīdzināt, piemēram, apmeklētāju / neapmeklētāju domas • Plašāka tēmu interpretācija • Kopīgi nereti nonāk pie atziņām, pie kā individuāli nenonāktu 	<ul style="list-style-type: none"> • Izmaksas – vēlama atlīdzība fokusgrupas dalībniekiem, atspirdzinājumi • Dalībnieku piesaiste, • Atklātības problēma / dalībnieku attiecības • Prasme vadīt fokusgrupu • Datu apstrāde un prezentēšana
<i>intervija</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Daudz informācijas, iespējama plaša tematika, padziļināta jautājumu izpratne 	<ul style="list-style-type: none"> • Liels laika patēriņš datu ieguvei un apstrādei • Plašas interpretācijas iespējas • Rezultātu atspoguļojums

ietekme?

Ticība tam, ka kultūra ir galvenais kādas vietas apmeklējuma iemesls ir pārspīlēta. Pētījumi, kas to apliecina ir balstīti vājā metodoloģijā un pārāk lielā pētnieku entuziasmā. Kultūras nozīme tūristu acīs tiek pārvērtēta. Ja kultūras mantojuma festivāla organizatori grib piesaistīt tūristus un tādējādi arī vairāk naudas reģionam, jārikojas ļoti apzināti, nodrošinot to, ko tūristi vēlas.

/McKercher and Chan, 2005; Crespi-Vallbona, & Richards, 2007/

izaicinājumi

○ Autentiskuma līmenis un saglabāšana

Kultūras mantojuma komercializēšana ietver tā vienkāršošanas, trivializēšanas draudus

Jāmeklē balanss starp kultūras mantojuma vērtību komerciālo dzīvotspēju un to pārmērīgu izmantošanu

Fiktīva mantojuma radīšana tūristu piesaistei

○ Tūrisma galamērķis

Festivālu tūrisms ir viena no visstraujāk augošajām tūrisma jomām. /Stankova, Vassenska , 2015/

Kaitējums videi un kultūras mantojuma apdraudējums

○ Ilgtspēja

Festivāla ieņēmumi jāiegulda mantojuma ilgtspējas nodrošināšanā, apmācībā, fiksēšanā, izpētē

izaicinājumi

○ Stereotipu uzturēšana

○ Drošība

○ Vietējo iedzīvotāju un festivāla apmeklētāju attiecības

Vietējo cilvēku neapmierinātība praktisku traucēkļu dēļ (troksnis, sastrēgumi, drūzma)

Vietējie iedzīvotāji tiek uztverti kā subjekti, iekarojuma sajūta

○ Mārketinga atbilstība

Adekvāta iespēju nodrošināšana

Izklaides un izglītošanas balanss

Pieļaujamo izmaiņu robežas – cilvēku pieplūduma un tūrisma attīstība vs mantojuma saglabāšana

/World Tourism organisation, Study on Tourism and Intangible Cultural Heritage, 2012/

Daži piemēri

Cordoba (Andalusia, España)



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



Intangible
Cultural
Heritage

Fiesta of the Patios in Cordova

Twelve days
celebration at
the beginning of
May

Inscribed in 2012
(7.COM) on the
Representative
List of the
Intangible
Cultural Heritage
of Humanity



http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/jordi_tresserra_nara_unwto_2023.02.2015.pdf

**Iesaista dažādu
paaudžu, sociālā
statusa un
izcelsmes
iedzīvotājus**

**Veicina vietējo
iedzīvotāju
sadarbību,
kopdarbu pašu
harmonijas un
labsajūtas
veicināšanai un
priekam**

**Sekmē lepnumu
par Kordovas
kultūras
mantojuma
vērtībām un
savidabību**

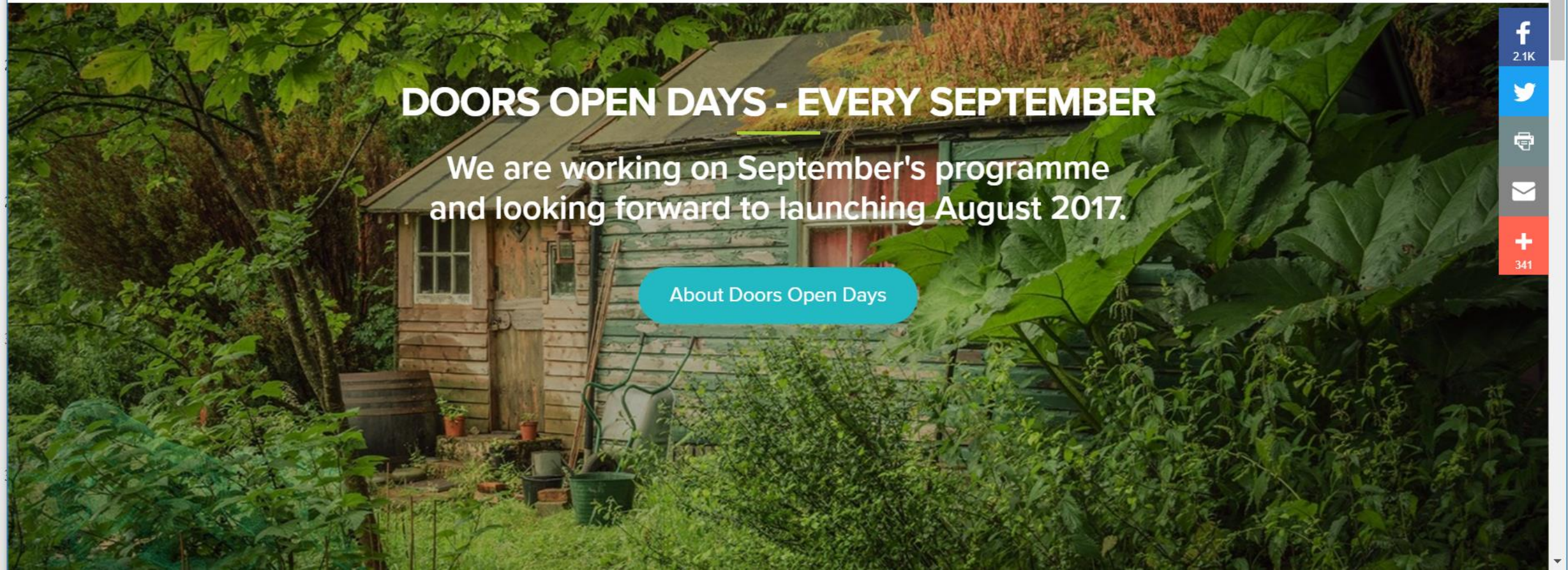


Pašvaldība palīdz
ar apmeklētāju
plūsmas
regulēšanu





<http://www.casaandaluciagetafe.org.es/Images/Patio%20Cordobes.jpg>



DOORS OPEN DAYS - EVERY SEPTEMBER

We are working on September's programme and looking forward to launching August 2017.

About Doors Open Days

 2.1K

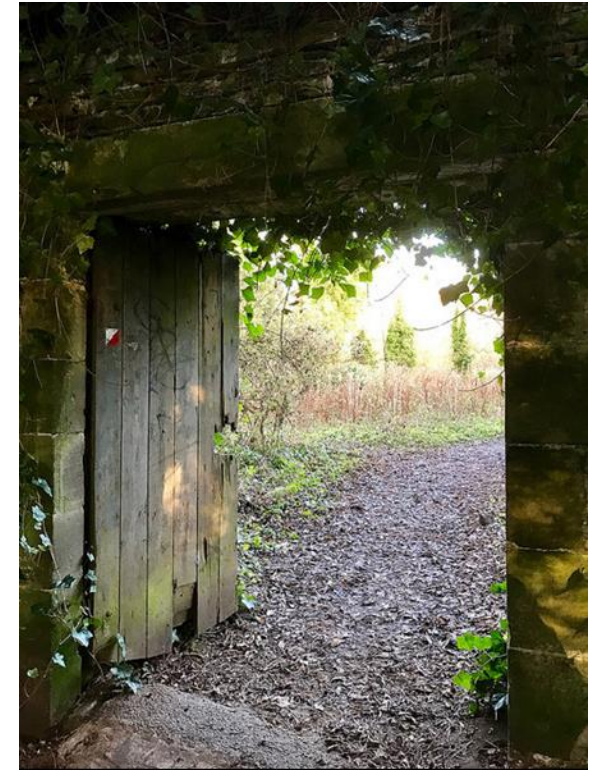


 341

Doors Open Days is Scotland's largest free festival that celebrates heritage and the built environment. It offers free access to over a thousand venues across the country throughout September, every year.

50 FAVOURITE SCOTTISH DOORS

<http://www.doorsopendays.org.uk/news/50-favourite-scottish-doors/>



Industriekultur am Wasser



metropolregion hamburg



131 Denkmale der Industriegeschichte Katalog 2017

[WWW.TAGEDERINDUSTRIEKULTUR.DE](http://www.tagederindustriekultur.de)

<http://metropolregion.hamburg.de/industriekultur/>



131 ūdens industriālā mantojuma
objekts Baltijas un Ziemeļu jūrā
68 vietās
380 pasākumi
18 000 apmeklētāju





(Bild: Susanne Dupont)



(Bild: MRH Tanja Blätter)

2017 sind 131 Objekte dabei:

Hafenanlagen



Schiffe



Schleusen



Leuchttürme



Brücken



Fabriken



Werften



Wassermühlen

Kraftwerke

Wassertechnik

Schöpfwerke

Bewässerungsanlagen

Museen

Aļņu mēslu festivāls Talkeetna, Alaska ASV

Talkeetna Alaska, Annual Moose Dropping Festival









El Colacho, Mursija, Spānija









gettyimages
CESAR MANSO

476264794

Castells, Katalānija, Spānija



UNESCO cilvēces mutvārdu un
nemateriālā kultūras mantojuma
meistardarbs

http://klikhear.palmbeachpost.com/wp-content/uploads/2014/10/100566_002-1280x853.jpg



Estrella Damm

Coca-Cola

Colla Joves de la Ugets de Vall

Estrella Damm

hiby



Lexic
Casteller

CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA

Pilar, espadat

Dos, torre

Tres

Quatre

Cinc

Set

Nou

Tres amb l'agulla, tres amb el pilar

Quatre amb l'agulla, quatre amb el pilar

Cinc amb l'agulla, cinc amb el pilar

pom de dalt
 tronc
 marilles
 fons
 pinça

carrassa
 faixa
 mocador
 pantalons
 casc (per a enxaneta, aixecador i dosos)

45



Paldies!

agnese.hermane@lka.edu.lv