

Festivalizacija kao revitalizacija malih gradova: alternativna scena Velike Gorice

Ćulap, Stjepan

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:683467>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2023-02-03**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



[VANJSKA NASLOVNICA]

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Stjepan Čulap

**FESTIVALIZACIJA KAO REVITALIZACIJA MALIH GRADOVA:
ALTERNATIVNA SCENA VELIKE GORICE**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2017.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Stjepan Čulap

FESTIVALIZACIJA KAO REVITALIZACIJA MALIH GRADOVA:
ALTERNATIVNA SCENA VELIKE GORICE

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc. dr. sc. Zlatan Krajina

Student: Stjepan Čulap

Zagreb

Rujan, 2017.

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I POŠTIVANJU ETIČKIH PRAVILA U AKADEMSKOM RADU

Izjavljujem da sam diplomski rad *Festivalizacija kao revitalizacija malih gradova: alternativna scena Velike Gorice*, koji sam predao na ocjenu mentoru doc. dr. sc. Zlatanu Krajini, napisao samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu.

Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekao ECTS-bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivao etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Stjepan Čulap

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. KONCEPT MALOG GRADA I NJEGOVA PROBLEMATIKA	2
3. KONCEPT FESTIVALIZACIJE	6
4. PROGRAMSKA VIZIJA REVITALIZACIJE LOKALNE ZAJEDNICE	11
5. ANALIZA FESTIVALA U VELIKOJ GORICI	15
5.1. METODOLOŠKI KONTEKST	15
5.2. GORIČKA ALTERNATIVNA SCENA (GAS)	17
5.3. MOGUĆE STRATEGIJE PROMJENE ODRŽIVOSTI FESTIVALA: PUT PREMA REVITALIZACIJI	26
6. ZAKLJUČAK	27
LITERATURA	29
UPITNIK	32

1.UVOD

Unatoč razvoju interdisciplinarnih studija na temu festivalizacije, u akademskoj je literaturi sam koncept još uvijek nedovoljno istražen ili pretjerano fokusiran na takozvane mega-festivale te kulturna događanja koja se isključivo održavaju u velikim gradovima. Problem nastaje kada se koncept festivalizacije pokušava smjestiti u mali (manji) grad. Stoga, u uvodnom poglavlju rad nastoji kontekstualizirati veličinsku razliku između gradova te dodatno definirati koncepciju malog grada kao ključne urbane cjeline za analizu. Kratak prikaz problematike malih gradova analiziran je kroz rad Davida Bella i Marka Jaynea koji ističu izazove u adaptaciji ideja i politika velikih gradova kroz fokus malog grada. Nadalje, u istom poglavlju nastojim prikazati probleme malih gradova s definiranjem vlastitih vrijednosti i imidža te prikazujem uspješne integracijske primjere mikro-regeneracijskih procesa uz pomoć teorije o simboličkoj ekonomiji o kojoj raspravlja autorica Sharon Zukin. Regeneracijski i revitalizacijski procesi malih gradova su, ovom slučaju, jedino mogući uz pomoć jačanja takozvane događajnosti, o kojoj raspravljaju autori Greg Richards i Robert Palmer, koja utječe na određivanje smjera kulturnih politika kao glavnog zadatka urbane revitalizacije.

U trećem poglavlju prikazujem koncept festivalizacije, uz tezu Bradleya i Halla koja tvrdi da dominacija velikih gradova u akademskoj literaturi uzrokuje efekt pretjeranog generaliziranja oko pitanja inicijativa određenih lokacija, posebno zbog toga što se vrlo rijetko u obzir uzimaju mali i srednje veliki gradovi' (Bradley, Hall, 2006: 78). Pritom, primarni je fokus na kulturnim festivalima koji su, kao oličenje novog identiteta u revitaliziranim područjima, postali glavni element u izgradnji takozvanog kontinuiteta događanja, galvanizaciji kulturnog života te stvaranju prikladne atmosfere urbanog prostora. Zbog tranzicije iz industrijalizma u post-industrijalizam, fokus planiranja razvoja se s uslužne ekonomije prebacio na ekonomiju iskustva, termina koji se sve češće javlja u pripadajućoj akademskoj literaturi kao ključno rješenje pri razvoju kulturnih politika, ali i kao odgovor na sve veće promjene u potražnji pojedinih publika.

U četvrtom poglavlju prikazujem kakva treba biti programska vizija revitalizacije lokalne zajednice kroz fokus na ekstenzivne procese planiranja, koji se sastoji od tri faze: stvaranje i istraživanje ideja, evaluacija ideja te uspostavljanje plana.

Prije same istraživačke analize festivalske kulture Velike Gorice, u radu se također spominje rad autorica Nancy Duxbury i Heather Campbell, koje su analizirale utjecaj umjetnosti i kreativnosti u razvoju i revitalizaciji manjih gradova i zajednica diljem Kanade. Kroz njihov rad, ključan je utjecaj umjetničkih festivala i festivalskih politika na revitalizaciju zajednice i lokalnog identiteta; koncepata koji daju uvid u to kako bi se organizatori festivala trebali prilagoditi zajednici te na koji način kulturna festivalska proizvodnja utječe na kulturni izgled grada. U posljednjem poglavlju donosim istraživačku analizu kroz fokus GAS-a (Goričke alternativne scene), neprofitne udruge u Velikoj Gorici koja svojim festivalskim djelovanjem utječe na spomenutu urbanu cjelinu. Pritom pokušavam odgovoriti na neka od pitanja koja se tiču festivalizacije grada, utjecaja na lokalnu zajednicu te sveukupnih promjena koje pojedini festivali donose. Također, putem upitnika upućenog organizatorima nastojim odgovoriti na početnu tezu te objasniti značaj festivala iz organizatorske perspektive. Kompleksnost samog procesa festivalizacije nije uvijek jednostavno razumjeti, posebno smjestimo li ga unutar manje urbane cjeline, no značaj procesa može biti opipljiv ako suprotstavimo, s jedne strane kulturne proizvođače te, s druge strane, (festivalsku) publiku koja je u konstantnoj potrazi za novim i svježim sadržajima koji mogu unaprijediti kvalitetu lokalnog života.

2. KONCEPT MALOG GRADA I NJEGOVA PROBLEMATIKA

U ovome ću poglavlju izložiti nekoliko osnovnih točaka koji će služiti daljnjoj analizi. 'Gradovi su kroz povijest vršili brojne funkcije, počevši od vojne i vjerske pa do političke i trgovinske, simbolične i kulturne, ovisno o povijesti i geografiji njihove konstrukcije i transformacije' (Smith, 2008: 66). Dva uzajamna pomaka prestrukturirala su funkcije i aktivne uloge gradova. 'Kao prvo, sustavi proizvodnje koji su prethodno teritorijalizirani na (subnacionalnoj) regionalnoj skali sve više su se oslobađali svog definitivnog nacionalnog konteksta, što nije rezultiralo samo valovima deindustrijalizacije 70-ih i 80-ih godina, nego i

cjelokupnim regionalnim prestrukturiranjem i destrukuiranjem kao dijelom preoblikovanja etabliranih hijerarhija skala' (Smith, 2008: 68). Druga se stavka tiče prenamjene industrijskih regija, koje su bile 'kičma nacionalnih kapitala u 19. i dobrim dijelom u 20. stoljeću u nove, goleme urbane ekonomije koje sve više postaju platforme globalne proizvodnje. To preskalaranje proizvodnje u smjeru metropolitanske skale odražava globalnu promjenu, ali i istodobno predstavlja samu srž novog urbanizma' (Smith, 2008: 69). Spomenuto preskalaranje je integralan dio neoliberalnog urbanizma. On se očituje 'znatnim naglaskom na vezi proizvodnje i financijskog kapitala, ali na račun pitanja društvene reprodukcije. Ne radi se o tome da organizacija društvene reprodukcije više ne modulira definiciju urbane skale, nego o tome da je njezina moć za tako nešto sada znatno oslabljena' (ibid.). Ovo je samo jedna od linija neoliberalnog urbanizma, koja je 'usklađena s kulturnije orijentiranom procjenom političkog geografa Petera Taylora koji tvrdi kako gradovi smjenjuju države u konstrukciji društvenih identiteta' (Smith, 2008: 71).

Prije upuštanja u konceptualizaciju kulturno-regeneracijskih procesa u urbanim cjelinama, s fokusom na slučaj festivalizacije, potrebno je definirati pojam malog grada. 'Posljednje desetljeće dvadesetog stoljeća je označeno golemom promjenom u evoluciji ljudskih seoba (Clark, 1996: 1). Kroz ubrzane globalizacijske procese, 'u tom je periodu svjetsko stanovništvo ubrzano mijenjalo lokaciju iz ruralne u urbanu' (ibid.). Dinamika tih promjena je u dvadeset i prvom stoljeću višestruko potencirana, a 'prema podacima Svjetske Banke, do 2025.godine 88% rasta ukupne svjetske populacije će biti locirano u razvijenim urbanim središtima (Thorns, 2002:1). Sukladno rapidnim društvenim procesima, definicija grada se također mijenja. Prema UN-u, zasad ne postoji standardizirani međunarodni kriterij za određivanje granica pojedinog grada. Postoji više pristupa na makrorazini. Takozvani *city proper* je grad koji je definiran svojim administrativnim granicama. *Urbana aglomeracija* je skicirani produžetak dodirnog urbanog područja, dok je granica *metropolitanskog područja* definirana kroz stupanj ekonomske i društvene međupovezanosti s blizinskim područjima' (UN, 2016).

Kroz seriju kratkih radova na temu regionalnih istraživanja, Europska komisija je dala novu, probnu definiciju (većeg) grada čije 'urbano središte okuplja najmanje 50.000 stanovnika' (Dijkstra, Poelman, 2012:2). Prema podacima iz te godine, u Europi je takvih gradova bilo 828, dok ih je samo u Europskoj uniji bilo 806. Nakon popisa stanovništva iz 2011.godine i naknadnog slanja podataka, Hrvatska je imala ukupno pet gradova unutar serije istraživačkih radova Europske komisije: Zagreb, Rijeka, Split, Osijek te Slavonski Brod, od kojih je jedino

Zagreb imao status 'veće urbane sredine' (Dijkstra, Poelman, 2012: 5). Nadalje, prema Zakonu RH o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi, 'Grad je jedinica lokalne samouprave u kojoj je sjedište županije te svako mjesto koje ima više od 10.000 stanovnika, a predstavlja urbanu, povijesnu, prirodnu, gospodarsku i društvenu cjelinu. U sastav grada kao jedinice lokalne samouprave mogu biti uključena i prigradska naselja koja s gradskim naseljem čine gospodarsku i društvenu cjelinu te su s njim povezana dnevnim migracijskim kretanjima i svakodnevnim potrebama stanovništva od lokalnog značenja¹.

Ključni grad za ovaj rad je Velika Gorica. Prema popisu stanovništva RH iz 2011.godine, Velika Gorica ima 63.517 stanovnika² te je šesti grad u državi po broju stanovnika. Prema spomenutim brojkama, Velika Gorica se, gledamo li hrvatske standarde, ne može smatrati malim gradom. Međutim, samo gradsko središte broji 31.553 stanovnika i time je daleko ispod prethodno spomenute minimalne granice Europske komisije za urbanu sredinu (50.000 stanovnika). Dakle, prema novom harmoniziranom prostornom konceptu europskih organizacija, Velika Gorica se još uvijek može smatrati malim gradom. Na broj stanovnika je nemoguće utjecati, no poboljšanje kvalitete života je nešto čemu posebno manji gradovi uvijek teže.

David Bell i Mark Jayne su u svojem radu konceptualizirali slučajeve manjih gradova te posebno istaknuli dva ključna problema. 'Prvi se tiče adaptacije politika i ideja velikog grada u kontekst manjeg' (Bell, Jayne, 2006: 1). Gradovi koji se žele revitalizirati možda imaju viziju budućeg uspjeha, no ta je vizija ugrožena mnogim faktorima kao što su 'lokalni otpor, konzervatizam, averzija prema riziku, tradicionalizam te manjak ambicije' (Bell, Jayne, 2006: 2). Drugi je problem također adaptacijske prirode. Bell i Jayne se u ovom slučaju pitaju 'na koji način mali gradovi mogu pronaći mjesto za sebe te kako mogu pronaći svoj takozvani USP (Unique Selling Point)' (ibid.). Mali su gradovi time 'suočeni s problemom (re)definiranja jer su uhvaćeni između veličine globalnog metropolisa i otvorenosti ruralne zajednice' (Bell, Jayne, 2006: 2). Što se tiče literature na temu urbanih studija, najveća prepreka leži u 'zanemarivanju malih gradova koje znači da još uvijek ne postoji prikladan način shvaćanja što su zapravo mali gradovi, što znače pojmovi *smallness* i *bigness* te kako se oni (ne) uklapaju u 'novi urbani poredak' (Bell, Jayne, 2006: 2). Samim time, diskurs gradova – način na koji ih se proučava – 'slijedi logiku da bi gradovi trebali biti velike stvari,

¹ http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2001_04_33_569.html

² http://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/H01_01_03/h01_01_03_zup01.html

istovremeno zadivljujuće i zastrašujuće' (Bell, Jayne, 2006: 5). Nadalje, autori ulaze u problematiku prodaje 'sićušnosti'. 'Dizajnirati gradove da budu mali je jedna stvar; pronaći način kako utržiti već postojeću sićušnost je nešto sasvim drugo' (Bell, Jayne, 2006: 11).

Jedan od uspješnijih primjera kako uvelike unaprijediti život lokalne zajednice jest pokret pod imenom Cittaslow, koji je stvoren 1999.godine u Italiji s ciljem pronalaska alternative brzoj hrani. Fokus je na pronalasku lokalne, urbane upečatljivosti unutar ubrzanog i povezanog globalnog svijeta. Pokret broji više od sto gradova članica, s naglaskom na europske zemlje u kojima je uvedena takva kulturna standardizacija, kao što su već spomenuta Italija, UK, Njemačka te Španjolska. Glavni ciljevi samog pokreta su poboljšanje kvalitete života, otpor homogenizaciji i globalizaciji gradova diljem svijeta te promocija kulturne raznolikosti i jedinstvenosti individualnih gradova. Autorica Sharon Zukin je upravo kulturu označila kao 'skup ideja i praksi, lokacija i simbola koji zajedno tvore termin simbolička ekonomija. To je proces pomoću kojeg se bogatstvo generira kroz kulturne aktivnosti, uključujući umjetnost, glazbu, ples, sportska događanja, izložbe' i sl. (Zukin, 2004: 5). Takav novi koncept kulture može oblikovati samu strategiju grada. Stvaranje i promicanje navedenih događanja 'postali su ključne komponente strategija urbanog razvoja diljem svijeta' (Richards, Palmer, 2010: 2). Jačanjem društvenog i tehnološkog napretka, ušli smo u fazu u kojoj 'nijedan grad ne vjeruje da je premalen ili suviše kompleksan za ulazak na tržište planiranja i provedbe manifestacija' (ibid.). Time su 'cijeli gradovi postali velike pozornice s neprekidnim nizom događanja koji mogu voditi ka festivalizaciji grada' (ibid.), pojmu koji će biti pomnije razrađen u sljedećem poglavlju.

Spomenuta kulturna događanja su postala osnovni dio 'procesa urbanog razvoja i revitalizacije, dok je kulturna proizvodnja istaknuta kao značajan element urbane ekonomije' (Richards, Palmer, 2010: 3). Taj je element nužan u stvaranju događajnog grada (*Eventful city*), koncepta kojeg su autori Greg Richards i Robert Palmer istraživali u knjizi *Eventful Cities*. Događajnost potječe još iz srednjeg vijeka u kojem su se gradske proslave bazirale na 'festivalskom kalendaru sa širokim spektrom slavlja, kao što su dani pojedinih svetaca te karnevali koji su trajali tjednima' (Richards, Palmer, 2010: 5). Industrijsko je razdoblje srednjovjekovne festivale pretvorilo u period tijekom kojeg se u pravilu odmaralo od posla. Nicala su nove kulturne fizičke tvorevine, kao što su muzeji i koncertne dvorane, a gradovi su stekli potrebu za pojačanim upravljanjem. U ovakvoj situaciji, 'kulturna događanja nisu više bila samo predmet kulture nego i alat za povećanje ekonomskog rasta i društvene inkluzije, a

određivanje smjera kulturnih politika je postao širi urbani zadatak revitalizacije' (Richards, Palmer, 2010: 10).

Uz uobičajene usluge, razvojem modernog i post-modernog grada, potrošač je u sve većoj potrazi za doživljajem. 'Usluge su karakterizirane jednostavnom reprodukcijom, dok je doživljaj po definiciji jedinstven' (Richards, Palmer, 2010: 21-22). 'Iskustvo čini posebnim i prisustvo drugih potrošača, zbog čega će ljudi dati prednost koncertu uživo ili filmu na velikom ekranu' (Richards, Palmer, 2010: 22). Ljudskom interakcijom unutar fuzije predviđenog vremena i prostora, 'grad dobiva život i ritam' kroz određene aktivnosti (Richards, Palmer, 2010: 24). Oslanjajući se na rad francuskog filozofa i sociologa Henrija Lefebvrea, Richards i Palmer taj ritam opisuju kao 'niz koordinata pomoću kojih naseljenici i posjetitelji uokviravaju iskustvo doživljaja' (ibid.). Animacija i vitalnost su na taj način iznimno važni za grad koji uz pomoć 'živahne atmosfere može postati atraktivan' (Richards, Palmer, 2010: 25). Doživljaj same atmosfere, prema Lefebvreu, 'može biti proizveden na specifičnim mjestima u specifičnim vremenu'. Pomoću teze prostor=vrijeme, Lefebvre smatra da je 'prolaznost prostora označena tijekom svakodnevnih događanja koji se mogu konzumirati' (Richards, Palmer, 2010: 26). Na taj se način mijenja i samo kulturno programiranje grada, koje se širi na 'prostore i mjesta koja se ne moraju nužno uklapati u klasično razumijevanje kulture' (Richards, Palmer, 2010: 27). Primjerice, razne organizacije imaju pristup planiranju aktivnosti koje se mogu provesti i izvan tradicionalnih kulturnih mjesta (koncertne dvorane, muzeji..). Način provođenja slobodnog vremena postaje 'iznimno važan faktor u procesu donošenja odluka, a razvoj festivala i posebnih događanja znatno doprinosi imidžu određene destinacije' (Bradley, Hall, 2006: 77).

3. KONCEPT FESTIVALIZACIJE

U ovom ću poglavlju pojasniti pojam festivalizacije te njegov učinak na kulturnu i društvenu dinamiku grada. 'Dominacija velikih gradova u akademskoj literaturi uzrokuje efekt

pretjeranog generaliziranja oko pitanja inicijativa određenih lokacija, posebno zbog toga što se vrlo rijetko u obzir uzimaju mali i srednje veliki gradovi' (Bradley, Hall, 2006: 78). Uz značajan rast broja festivala, za te je gradove 'neophodno usvajanje prepoznatljive niše na takozvanom festivalskom tržištu. Način na koji se to može postići je održavanjem manjeg broja festivala koji su vodeći u svojem polju te stvaranjem lokacijskog branda' (Bradley, Hall, 2006: 89). 'Kulturni su festivali, kao oličenje novog identiteta u revitaliziranim područjima, postali glavni element u izgradnji takozvanog kontinuiteta događanja, galvanizaciji kulturnog života te stvaranju prikladne atmosfere urbanog prostora' (Zherdev, 2014: 6).

Kao predmet istraživanja, festivali su konstruirani i kritizirani kroz mnoštvo različitih teorija. Pritom, literatura može dolaziti iz raznih fokusiranih područja, kao što su 'antropologija, sociologija, urbane studije, komunikacijske studije, geografija, studije na temu turizma' (Macdonald, 2012: 9) i sl. Gledano kroz etimološki okvir, korijen riječi festival dolazi iz latinske riječi *festum* koja označava slavlje koje se obično održavalo u spomen na određenog sveca ili određeni događaj iz prošlosti.

Kada urbani prostor postane mjesto održavanja više različitih festivala, govorimo o fenomenu zvanom festivalizacija. Hausermann i Siebel su u svojoj knjizi *Festivalisierung der Stadtpolitik* iz 1993.godine taj pojam smjestili u koncept 'festivalizacije urbanih politika, no pod festivalizacijom ne impliciramo samo na periodične mega-događaje, već i na manje festivale koji pružaju kontinuirano festivalsko iskustvo' (Zherdev, 2014: 6-7). Konstantno zbivanje unutar javnog prostora postaje integralni dio ekonomije iskustva (experience economy), pri čemu je naglasak pri prodaji dobara i usluga na efektu koji može promijeniti ljudske živote³. 'Festivalizacija time utječe na i na proizvodnju urbanog prostora, ali i na konzumaciju kreativnog grada' (Zherdev, 2014: 7). Kreativni grad, između ostalog, uključuje 'poticanje kulturne revitalizacije, privlačenje novih kreativnih individualaca, stimulaciju društvene participacije te rastuću financijska potpora kulturnim industrijama i sadržajima' (Zherdev, 2014: 7; prema Florida, 2002).

Gradski strateški prioritet urbanog razvoja nije više samo 'tvrda infrastruktura, nego i drugi lokacijski faktori kao što su slobodne aktivnosti, koje potenciraju iskustvene i kulturne karakteristike mjesta' (Zherdev, 2014: 7). Gledano iz ove perspektive, unutar tranzicije iz industrijalizma u post-industrijalizam, fokus planiranja razvoja se s uslužne ekonomije prebacio na spomenutu ekonomiju iskustva, pri čemu 'urbani prostori dijele jednaku potrebu u

³ <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/experience-economy>

proizvodnju iskustva kao što je to slučaj s proizvodnjom dobara i usluga' (Zherdev, 2014: 10). Zbog ovih su razloga sve češće 'javni prostori dizajnirani na način koji korisnicima pruža potrebne uvjete za uspostavljanje osobnih odnosa s mjestom' (Zherdev, 2014: 11). Festivali time postaju 'učinkoviti instrumenti koja pružaju osjećaj inkluzije', ali i koji funkcioniraju kao 'specifičan oblik društvene i umjetničke aktivnosti' (Zherdev, 2014: 12). Kao proces, festivalizacija se također može promatrati kroz 'transformaciju urbanog prostora, putem kojeg se gradski kulturni ambijent pretvara u mamac za proizvodnju pozitivne slike festivaliziranog prostora' (Zherdev, 2014: 13). Kako bi se jedan kreativan grad revitalizirao, potrebno je uključiti strategiju festivalizacije koja se može promatrati kroz tri ključna aspekta. Prvi je 'tendencija rasta festivalskih aktivnosti u kreativnim područjima. Drugi je aspekt penetracija festivala u svakodnevni život. Festivali u svojoj kontinuiranoj dimenziji više nisu uokvirene spontane radnje koje daju kontrast svakodnevnom životu' (Zherdev, 2014: 14). Treći aspekt tiče se dvaju inicijativa: od vrha prema dnu i od dna prema vrhu. Prva se tiče 'lokalnih vlasti koje strateški planiraju i kontroliraju festivale i festivalizirane javne prostore' (ibid.). Druga inicijativa, od dna prema vrhu, je u akademskoj literaturi još neistražena usprkos svojem značaju. Ona daje život 'novim akterima, javno-privatnim partnerstvima koji stvaraju nove uzorke koji promiču konzumaciju iskustava' (ibid.). Jedan od najvažnijih elemenata koji se javlja kroz festivalizaciju su lokalni umjetnici, koji imaju 'dvostruku involviranost u kontekstu festivalizacije kreativnog grada: kao konzumenti urbanog prostora te kao proizvođači kulturnog sadržaja' (Zherdev, 2014: 15). Ipak, festivalizacija može donijeti određene rizike. 'Strateški planiran fenomen festivalizacije predstavlja određene slike grada; slike koje organizatori festivala žele istaknuti' (ibid.). Time se zanemaruju drugi reprezentativni primjeri i 'slika grada postaje suviše pojednostavljena' (ibid.: prema Kociatkiewicz, 2011). Još jedan rizik može biti 'homogenizacija prostornih karakteristika i banaliziranje urbanih iskustava, posebno kako bi se zadovoljili oni koji traže autentično iskustvo grada (Zherdev, 2014: 16; prema Bianchini, 2004; prema Russo, Sans, 2009).

'Osim fizičke i simboličke transformacije grada, festivalizacija utječe i na promjene u procesima proizvodnje iskustava' (Zherdev, 2014: 18). Spomenute inicijative u smjeru od dna prema vrhu utječu na te procese, pritom koristeći neformalniji pristup koji se povremeno može okarakterizirati kao provokativan i eksperimentalan. Za razliku od koncepta 'grad kao pozornica' iz 70-ih godina prošlog stoljeća, 'gradovi danas razvijaju i promoviraju događanja kao ključni element njihovog kulturnog života i društvene strukture' (Richards, Palmer, 2010: 30). 'Sama ideja festivalizacije odražava puno više od pukog povećanja broja događanja u

gradovima; njen odjek je vidljiv u kvalitativnoj promjeni povezanoj s prostornim i ekonomskim restrukturiranjem gradova' (ibid.). Zbog tih promjena, 'u zadnjih 15 godina svjedočimo fascinantnom porastu broja umjetničkih festivala u gradovima diljem Europe' (Richards, Palmer, 2010: 36; prema Quinn, 2005: 927). Umjetnički festivali spadaju u sferu kulturnih događanja koji sadrže nekoliko osnovnih elemenata. Najvažniji je kulturni sadržaj, koji može biti 'dio visoke kulture programirane na formalnim mjestima zbivanja te dio popularne kulture smješten na javnom gradskom prostoru' (Richards, Palmer, 2010: 42). Sljedeći elementi su vrijeme i lokacija, ishodišne točke koje definiraju određeni festival. Publika je u ovom slučaju primarni element kojeg se treba 'fizički privući, ili u suvremenom digitalnom dobu, potaknuti na virtualnu participaciju' (ibid.). Posljednji su element vlasnici udjela, koji mogu biti 'grupe ili individualci s direktnim kulturnim, političkim ili financijskim interesom za događaj' (ibid.). Za organizatore festivale nužno je pronaći prepoznatljivu temu kojom bi se privukli konzumenti sa zanimanjem za istu temu. 'Međunarodne organizacije, kao što je primjerice UN, doprinose stvaranju logičke podloge za lokalna, regionalna, nacionalna i međunarodna događanja (primjerice Svjetski dan nepušenja)' (Richards, Palmer, 2010: 50). Također, festivalizacija može biti i ritualne, tradicionalne prirode, kao što je slučaj u nizozemskom gradu Rotterdamu. Na 500-tu godišnjicu izdavanja knjige *Pohvala ludosti* Erazma Roterdamskog, grad je 2011.godine tri festivalska dana posvetio slavnom humanistu i filozofu.

Osim lokalnih i regionalnih vlasti, 'kulturne udruge i udruge civilnog društva često imaju direktnu ulogu unutar festivala kao izvršitelji društvenih i kulturnih zadataka koje javni sektor ne može ili ne želi ispuniti' (Richards, Palmer, 2010: 160). U mnogim zemljama svijeta zabilježen je porast istih kulturnih udruga. 'U Hrvatskoj je broj udruga porastao od 2174 u 2001.godini do njih 5032 u 2008.godini' (ibid.). Većina tih udruga uglavnom djeluje unutar lokalne zajednice, termina koji označava 'kombinaciju individualnih lokalnih stanovnika te onih koji prebivaju i rade u lokalnom području ili na neki način imaju obvezu prema njemu' (Richards, Palmer, 2010: 165). Održivost pojedinih događanja time postaje i obveza lokalnih zajednica koje 'nisu više samo pasivni promatrači, već i aktivni sudionici u oblikovanju festivalizacijskog procesa' (ibid.). 'Osnaživanje identiteta i prostornog osjećaja vitalni su za uspjeh određenog događanja. Pažljivo planirana događanja mogu pomoći u stvaranju značaja lokalne zajednice i njegovog identiteta' (Richards, Palmer, 2010: 370). Osim balansiranja postojećih i novih manifestacija, 'gradovi trebaju razmotriti mehanizme za osiguravanje dugoročne održivosti novih događanja' (Richards, Palmer, 2010: 397). Jedan od načina

očuvanja održivosti se može iščitati iz 'iskustva tradicionalnih događanja koja preživljaju zbog svoje konkretne uloge u održavanju lokalne zajednice/kulture (Richards, Palmer, 2010: 398). Kada je riječ o društvenoj održivosti, festivali i kulturna događanja doprinose kvaliteti života lokalnih zajednica na brojne načine, kao što su pružanje osjećaja zajedništva te pružanje platforme za izražavanje različitih grupa u zajednici' (Richards, Palmer, 2010: 401). Spomenuta programska platforma mora biti 'fokusiran i inovativan izvor stimulacije, provokacije i kritičkog promišljanja o vezi između kulture i gradskih događanja, pri čemu ključ uspjeha leži u ulaganju u kvalitetu' (Richards, Palmer, 2010: 415-416). Također, važno je ukazati na određena pitanja: 'kako novi događaj može doprinijeti kulturnom životu grada, koje će vrijednosti generirati za grad/građane te koja načela podupire' (Richards, Palmer, 2010: 416). U tom smislu, glavni je izazov za sve gradove 'potreba za kapitaliziranjem kreativnog talenta i ideja' (Richards, Palmer, 2010: 419). Što se tiče potrebnih fizičkih resursa, potrebno je stvoriti prikladnu infrastrukturu koja uključuje 'visoko kvalitetne informacije, akomodaciju i prijevoz (za posjetitelje), ali i interijer i eksterijer samog festivala' (Richards, Palmer, 2010: 429). Uz sve veći utjecaj novih tehnologija te uz demografske promjene u kulturnoj proizvodnji, još se jedan trend nameće kao sve češće korištena opcija. 'Magljenjem tradicionalnih veza unutar određenih kulturnih sektora postiže se interdisciplinirana proizvodnja' (Richards, Palmer, 2010: 450). Također, jedan od novih trendova je i 'povećano zanimanje za spektakularnim i neobičnim, ali i za važnošću doživljaja koji razlikuje događaj uživo i prisustvovanje događaju putem televizije ili interneta' (ibid.). Savršen je primjer fuzije novih trendova eksperimentalni festival Burning Man u Nevadi, kojeg je 2015.godine posjetilo više od 70.000 ljudi. Festival se bazira na određenim principima, među kojima su najzastupljeniji radikalna inkluzija, umjetnost samoizražavanja te najvažniji sastojak – participacija. Stoga je od iznimne važnosti 'razumijeti potencijalne uloge prebivatelja te ekonomskih aktera (lokalni biznis i sl.) kroz festivalizaciju, kao i shvatiti njihov kompleksan odnos zajedno sa strukturalnim procesima kao što su režimi upravljanja te kulturno-povijesne putanje' (Zherdev: 2014: 27).

O festivalizaciji govori i autorica Amy Alexandra Ross Macdonald koja smatra da u akademskim materijalima festivalizacija 'priziva osjećaj aktivnih promjena, procesa ili transformacija' (Macdonald, 2012: 31). Zbog kompleksnosti koncepta, Macdonald je raščlanila pojedina značenja festivalizacije koja se mogu susresti u akademskoj literaturi. Prvo je značenje takozvani festivalski boom koji se dogodio u proteklih 20 do 30 godina, koji označava 'povećanu privremenu prostornu prisutnost festivala u urbanom prostoru'

(Macdonald, 2012: 32). Još jedno objašnjenje festivalskog booma se može povezati s globalizacijom, pri čemu je naglasak na 'važnosti za festivala za očuvanje regionalnih i lokalnih identiteta u fazi promjena kulturne, društvene i ekonomske realnosti' (ibid., prema Fjell 2007; Picard and Robinson 2006). Drugo značenje festivalizacije se očituje kroz instrumentalizaciju. Pod ovom definicijom, 'festivalizacija se odnosi na povećanu tendenciju vlada, kulturnih organizacija i privatnih interesa u nastojanju da se poveća ekonomska aktivnost grada' (Macdonald, 2012: 33). Nadalje, 'ideja festivalizacije nudi sugestiju o funkcioniranju festivala kao okvira za stvaranje smisla ili kao tehniku navigacije u urbanom prostoru' (Macdonald, 2012: 36). Takva sugestija znači da se 'strategije pojedinog grada za privlačenje pozornosti lakše prihvaćaju i koriste u organizaciji drugih urbanih iskustava' (ibid.).

4. PROGRAMSKA VIZIJA REVITALIZACIJE LOKALNE ZAJEDNICE

Prije analize programske vizije revitalizacije lokalne zajednice, potrebno je spomenuti sociološki kontekst unutar kojeg se revitalizacijski naponi mogu locirati, a to je kroz pojam subkulture. 'Razdoblje u kojem se sociologija subkultura pokušava ozbiljnije profilirati i utemeljiti, u kojem pojam subkulture suvereno vlada akademskom zajednicom, nesumnjivo je vezano uz drugu polovicu sedamdesetih i osamdesete godine prošloga stoljeća' (Perasović, 2002: 485). Uz tri osnovne sociološke paradigme vezane uz fenomen subkulture (funkcionalističku, marksističku, interakcionističku), subkultura je prikazana kao reakcija (solucija) na određeni problem, a problem je lociran u klasnoj strukturi društva, odnosno u blokadama poželjnoj socijalnoj mobilnosti'. Također, 'šezdesete su godine važne sociologiji subkulture zbog još dvije bitne dimenzije budućih istraživanja, a to su, dijelom međusobno povezani, rast medijskog svijeta i medijskih posredovanja svakidašnjega života u razdoblju razvoja industrije slobodnoga vremena te plima društvenih pokreta i nastanak kontrakulture' (Perasović, 2002: 486-487). Definiciju kontrakulture, koja je u ovom smislu upotrebljiva i izvan okvira američke i britanske sociologije, dao je britanski sociolog Dick Hebdige, koji ju je interpretirao kao 'skup aktera koji nastupaju sa širih svjetonazorskih (filozofskih, duhovnih,

socijalno-teorijskih, političkih) pozicija, koji žele izgraditi alternativne institucije, imaju (ili nastoje stvoriti) svoje medije (od novina do piratskog ili legalnog radija), svoje ("slobodne") škole, bolnice, vrtiće, mjesta prehrane. Također razvijaju alternativne načine zajedničkoga života, u komuni ili nekom srodnom modelu kooperacije. Kontrakultura nastoji zamagliti razliku između sfere rada i sfere slobodnoga vremena te spojiti umjetnost i svakodnevni život' (Perasović, 2002: 488).

U Hrvatskoj rasprave o tome fenomenu počinju krajem osamdesetih godina prošlog stoljeća, pri čemu je 'pojam subkulture mladih preuzet bez obvezujućeg klasnog kriterija, tako da se iz osnovne definicije uzimaju opći dijelovi koji govore o društvenoj skupini (ili simboličkoj strukturi) čije vrijednosti i norme stoje u suprotnosti s vrijednostima dominantne kulture' (Perasović, 2002: 491). Danas su u sociološkim raspravama te vrijednosti drugačije postavljene te se javlja 'pojam životnoga stila, kojim se uglavnom prihvaća akterova definicija situacije, odnosno subkulturnim životnim stilom imenuje se ono što sami akteri imenuju životnim stilom i što je u vezi s dosadašnjom praksom preuzimanja, preoblikovanja, prisvajanja različitih (materijalnih i simboličkih) dobara iz svijeta koji (subkulturnog) aktera okružuje' (Perasović, 2002: 493). Drugim riječima, 'ne možemo odbaciti pojam subkulture ako ne znamo što on označava u Hrvatskoj, i osamdesetih i danas' (Perasović, 2002: 494-495).

Kroz brojne akademske studije na temu revitalizacije pojedinog grada, ključan je njegov centar. 'Primarni cilj revitalizacijskih napora je povećati kvalitetu života unutar zajednice povećanjem zaposlenosti, potrošnje te društvenih aktivnosti' (Shields, 2001: 5). Kako bi se uspješno proveo revitalizacijski plan, 'zajednice moraju imati dugoročan plan, određenu financijsku potporu te angažman predstavnika lokalne vlasti i lokalnog stanovništva (ibid.). Martin Shields je u svojem radu iz 2001.godine predstavio svojevrsni priručnik za male gradove koji uključuje niz strategija za uspješnu implementaciju programa revitalizacije. Prema Shieldsu, uspješna revitalizacija ovisi o nizu sljedećih faktora: 'predano vodstvo, široko bazirana participacija, zajednička vizija budućnosti, realni ciljevi i akcijski plan, učinkovita komunikacija, prepoznavanje napora te korištenje vanjskih resursa' (Shields, 2001: 9). Prvi je korak formiranje revitalizacijske grupe. Kako bi se program inicirao, potrebne su dvije skupine: 'upravljački odbor koji pokreće početni napor te aktivni članovi zajednice koji pomažu očuvati i unaprijediti isti napor' (ibid.). Ako ne postoji formalna grupa koja će izraziti želju za upravljanjem revitalizacijskog procesa, sljedeći kandidati za formiranje su 'individualci koji žele učiniti nešto s, konkretno, centrom grada' (Shields, 2001: 10). Programi koji nisu u mogućnosti spojiti predstavnike oba sektora se uglavnom teško realiziraju te se

stvora prepreka već u fazi implementacije revitalizacijskog procesa. Upravljački odbor može uključivati širok spektar zainteresiranih individualaca, od 'biznismena i vlasnika nekretnina do javnih predstavnika, grupa građana te neprofitnih organizacija' (Shields, 2001: 10-11). Sastavljeni upravljački odbor ima sljedeće obaveze: 'legitimiranje napora zajedno s ključnim individuama unutar zajednice, identificiranje sudionika te uključivanje aktera izvan zajednice, izrada i distribucija programa putem medija (ibid.). Prije određivanja tona revitalizacijskih napora, 'odbor mora iskazati svoje organizacijske vještine te artikulirati svoje ciljeve' (Shields, 2001: 14). Također, bitno je obznaniti javnost o implementaciji programa. 'Ako lokalna vlast i javnost prepoznaju i podrže program, odbor može generirati dodatnu pomoć financijskim putem ili upotrebom ljudskih resursa' (Shields, 2001: 15). Nakon stvaranja organizacijskog sektora, sljedeći je postupak razvoj revitalizacijskog plana. Prvi korak razvoja je analiziranje lokalnih resursa. Glavni aspekti ovog postupka su 'identifikacija problema, identifikacija određenih prednosti te identifikacija potreba' (Shields, 2001: 18). Drugi je korak artikulacija vizije grada. 'Stvaranje vizije je kao oslikavanje portreta idealnog grada. Vizija može biti inspirirana pomoću brojnih izvora, kao što su posjet drugim zajednicama s uspješnim revitalizacijskim programima kako bi se identificirale određene mogućnosti napretka' (Shields, 2001: 26).

Ipak, jedna od najvećih prepreka pri ostvarivanju revitalizacijskog plana je pretvaranje vizije u realnost. Ekstenzivan proces planiranja se sastoji od tri faze: 'stvaranje i istraživanje ideja, evaluacija ideja te uspostavljanje plana' (Shields, 2001: 27). Pri generiranju ideja, svaka od njih treba odgovoriti na sljedeća pitanja: 'na koji način projekt može doprinijeti jačanju vitalnosti grada, kako se projekt uklapa u viziju zajednice, koji su resursi potrebni kako bi projekt bio uspješan, koje su informacije potrebne kako bi se projekt pokrenuo te spaja li projekt ljude i politike' (Shields, 2001: 28). Nakon uspostave programskog plana, potrebno je prikupiti resurse. 'Ako su ambicije organizatora skromne, moguće je prikupiti resurse lokalno, putem donacija ili lokalnih fondova. Međutim, ako su ciljevi veći, nužno je financiranje iz vanjskih izvora (Shields, 2001: 32). 'Zajednice s uspješnim revitalizacijskim programima imaju jednu zajedničku karakteristiku: one slijede strategiju cijelim njegovim tijekom dok ne dosegnu svoj cilj' (Shields, 2001: 35).

Prije istraživačke analize festivala u Velikoj Gorici, potrebno je znanje o revitalizacijskim procesima smjestiti u fokusirano disciplinarno područje. Autorice Nancy Duxbury i Heather Campbell su u svojem radu iz 2009.godine analizirale utjecaj umjetnosti i kreativnosti u razvoju i revitalizaciji manjih gradova i zajednica diljem Kanade. Iako su fokus njihove

studije ruralne zajednice s manje od 10.000 stanovnika, pragmatični dimenzijski program tih zajednica uvelike odgovara manjoj urbanoj cjelini kao što je Velika Gorica. Rasprave o umjetničkim aktivnostima u ruralnim zajednicama razlikuju se od onih u urbanim. 'Angažman građana u ruralnim i manjim zajednicama je drugačiji od onog u urbanim sredinama, pri čemu su okosnice kulturnog kapaciteta u manjim zajednicama volonterske inicijative te uključenost zajednice (Duxbury, Campbell, 2009: 8; prema Brooks-Joiner, McKay, 2008: 5). 'Prisustvom lokalnih ili vanjskih umjetnika njegovanje lokalne kulture dobiva na važnosti. Njihova se svrha očituje unutar takozvanih ruralnih festivala u kojima se 'ruralni identiteti reproduciraju i čuvaju' (Duxbury, Campbell, 2009: 8-9). Umjetnički festivali time doprinose jačanju zajednice kroz neke od kulturnih faktora kao što su: 'povećanje osjećaja kolektivnog identiteta, razvoj pozitivnih normi zajednice (raznolikost, tolerancija i sloboda izražavanja) te jačanje imidža i statusa zajednice' (Duxbury, Campbell, 2009: 15). Na taj se način stvara umjetnički aktivna zajednica unutar koje postoji etablirana grupa ljudi koja se zalaže za umjetničko djelovanje putem festivala te široko inkluzivnu participaciju. 'Značaj umjetnosti u malim gradovima je očuvana kroz 'autentičnu strast' lokalnih umjetnika i simpatizera umjetnosti, s postojećim izazovom pronalaska dostatnih ljudskih resursa kako bi se aktivnosti nastavile' (Duxbury, Campbell, 2009: 18; prema Brown, 2002).

O strategijama kulturnog razvoja pišu i autori Carl Grodach te Anastasia Loukaitou-Sideris, koji spominju 'gradove obuzete inter-urbanom konkurencijom, čiji je cilj razviti širok raspon kulturnih aktivnosti kako bi se povećala konzumpcija i pojačala lokalna kvaliteta života' (Grodach, L. Sideris, 2007: 350). Kroz tipologiju strategija kulturnog razvoja predstavljene su tri vrste: poduzetnička strategija, strategija kreativne klase te progresivna strategija. Inicijative progresivnih strategija, među kojima je i koncept festivalizacije, su 'fokusirane na pružanje određenih beneficija građanima. Njen uspjeh se ne mjeri kroz termine ekonomskog rasta, a za cilj ima smanjenje društvene nejednakosti, podizanje ukupnog standarda života kroz redistributivne politike te poticanje građanske participacije' (Grodach, L. Sideris, 2007: 355). Progresivne kulturne strategije također 'podržavaju lokalnu kulturnu proizvodnju te koriste umjetnost kako bi pojačali identitet zajednice' (ibid., prema (Bianchini 1993; Evans 2001; Hayden 1995).

Još jedan od načina jačanja identiteta zajednice jest upravo kroz kulturne proizvođače, točnije grupe umjetnika. U radovima Davida Leya (1996), 'estetska dispozicija određenih aktera, posebno umjetnika, jača valorizaciju 'svakodnevnih' i istrošenih područja. Iako su okarakterizirane kao ekonomski slabije grupe, one su bogate govorimo li u Bourdieuovim

terminima kulturnog kapitala (Hubbard, 2006: 45). Time su bogatiji i korisnici kulturnih sadržaja, čime revitalizacija postaje jedan od stupova takozvane urbane renesanse. Ona počiva na konstruiranju pro-urbanih mitova o 'gradovima kao kulturnim, atraktivnim i živopisnim mjestima za život. Unutar ovakve mitologije, gradovi pružaju razne mogućnosti za biznis i užitek, pri čemu unutar njih konstantno niču nove ideje o primjerice hrani, glazbi ili modi' (Hubbard, 2006: 64; prema Smith, 1996). Nadalje, gradski revitalizacijski procesi se mogu pojaviti i kroz 'modernizaciju (upscaling) unutar koje gradovi aktivno redefinišu svoje prostore putem suradnje s drugim lokalnim akteru u stvaranju zajedničkog cilja' (Hubbard, 2006: 192).

5. ANALIZA FESTIVALA U VELIKOJ GORICI

5.1. METODOLOŠKI PRISTUP

Sljedeće je poglavlje bazirano na metodološkom pristupu fenomenu festivalizacije, posebno kroz organizacijski aspekt. 'Festivali se često oslanjaju na resurse gradova u kojima se održavaju te, što se festivalske održivosti tiče, jedan od najvažnijih resursa je identitet grada. On se često očituje u čvrstim vezama između prisustva festivala te poželjnosti grada na način na koji ga vide upravitelji i organizatori festivala' (Macdonald, 2012: 39). Upravo su organizatori festivala istraživački fokus koji će biti ključan u ovom radu. Prvo trebamo definirati istraživačko pitanje, koje u ovom slučaju glasi: Mogu li (i na koji način) festivali kulturno revitalizirati manji grad, kao što je Velika Gorica? Autorica Sharon Zukin nalaže da je 'kultura eufemizam za novu reprezentaciju grada kao kreativne sile u ekonomiji usluga' (Richards, Palmer, 2010: 33). Stvaranje kreativne sile počinje definiranjem organizacijske strukture pojedinog festivala. Organizacijska struktura za umjetničke festivale može biti 'lokalni autoritet, privatna inicijativa ili partnerstvo, ograničena kompanija te volonterski klub

ili nekorporativna udruga' (Richards, Palmer, 2010: 143; prema Long, Owen, 2006: 79). Prije analize, ključno je definirati kakvu ulogu imaju organizatori festivala u kulturnoj proizvodnji. Osim lokalnih i regionalnih vlasti, 'kulturne udruge i udruge civilnog društva često imaju direktnu ulogu unutar festivala kao izvršitelji društvenih i kulturnih zadataka koje javni sektor ne može ili ne želi ispuniti' (Richards, Palmer, 2010: 160). Organizatori time, putem prije spomenute progresivne strategije, stvaraju 'kulturne događaje koji doprinose kulturnoj proizvodnji' (Richards, Palmer, 2010: 361), a samim time i kulturnoj revitalizaciji. Teorijska tvrdnja koja doprinosi početnoj hipotezi nalaže da takvi procesi 'pružaju način zajednicama da se izraze te omogućuje umjetnicima da se upuste u kreativnu aktivnost sa zajednicama' (Guetzkow, 2002: 6), pri čemu je ultimativni naglasak na samom kreativnom procesu. Takav transformacijski potencijal osnažuje zajednicu i 'nadograđuje društveni kapital jačanjem individualnih mogućnosti te motivacijom za civilni angažman' (ibid.). To se postiže 'stvaranjem događaja koji privlači ljude koji se inače ne bi angažirali kroz konstruktivnu društvenu aktivnost, stvaranjem povjerenja između sudionika te pružanjem iskustva kolektivne efikasnosti koja pokreće daljnje kolektivne akcije' (ibid.). U organizacijskim terminima, 'bitno je da zajednice posjeduju i magnete i ljepilo. Magneti proširuju horizonte zajednice, privlače i šire vještine, a festivalski duh i iskustvo mogu biti ljepilo koje spaja ljude kroz društvenu koheziju i utemeljene strateške ciljeve' (Wang, 2009: 13-14; prema Kanter, 1995). Osim društvenog utjecaja, festivali posjeduju i već spomenuti kulturni utjecaj na zajednicu, koji može rezultirati kulturnom revitalizacijom. Utjecaj festivalizacije se može očitovati kroz 'jačanje lokalnog i nacionalnog identiteta. Također, kroz seriju festivala i događaja jača lokalna kulturna slika grada' (Wang, 2009: 21). Ne treba zaboraviti da festivali mogu 'privući interes mladih za kulturne i umjetničke aktivnosti, ali i usput pružaju platformu za multikulturalnu komunikaciju' (ibid.).

Istraživački fokus rada je utemeljen na volonterskoj udruzi koja (su)organizira festivale u Velikoj Gorici, pa je samim time i bitno pojasniti njihov utjecaj na proces kulturne proizvodnje. 'U festivalskim terminima, volonteri se smatraju izvorom moći što se tiče festivalske potpore. Oni su esencijalna komponenta koja čini festival uspješnim godinu za godinom. Neke od funkcija kojima se bave su pomoć pri postizanju festivalskih ciljeva, podupiranje podržajnih aktivnosti, promocija javne edukacije te premošćenje komunikacije između vanjskih i unutarnjih aktera' (Wang, 2009: 28). Kao metodološki pristup ovog rada odabrana je studija slučaja, koja 'omogućuje istraživaču da pažljivo prouči podatke unutar specifičnog konteksta' (Zainal, 2007: 1). U većini slučajeva, jedinice analize su 'manja

geografska područja ili veoma limitiran broj individualaca kao subjekata studije' (ibid.). Ova metoda zapravo u svojoj esenciji 'istražuje suvremene životne fenomene kroz konceptualnu analizu limitiranog broja događaja i uvjeta te njihovog odnosa' (Zainal, 2007: 1-2). Također, kroz ovu je metodu 'istraživač u mogućnosti nadići kvantitativne statističke rezultate te razumjeti bihevioralno stanje kroz perspektivu aktera' (ibid.). Dubinski gledano, za ovaj je rad odabrana opisna studija slučaja, 'koja analizira prirodni fenomen sukladno danim pitanjima. Izazov opisne studije slučaja je taj da istraživač započinje s opisnom teorijom koja podupire fenomen ili događaj' (Zainal, 2007: 3). Naravno, studije slučaja imaju svoje prednosti. 'Detaljno kvalitativno istraživanje provedeno kroz studiju slučaja ne samo da opisuje situaciju u stvarnom životnom okruženju, već i pomaže objasniti kompleksnost stvarnih životnih situacija koje se ne mogu opisati kroz eksperimentalna ili anketna istraživanja. Studija slučaja strategija korištenih od strane individualnih subjekata, za primjer, ne samo da nude uvid u brojčane informacije koje se tiču strategija, već i kako su strategije iskorištene u odnosu na druge strategije' (Zainal, 2007: 4). Sljedeće se poglavlje bavi analizom korištenih strategija od strane lokalne udruge u Velikoj Gorici koja posjeduje određeni utjecaj na kreiranje kulturnih sadržaja uobličeni u festivale i festivalska događanja koji posjeduju moć u kulturnoj revitalizaciji takvog manjeg grada.

5.2. GORIČKA ALTERNATIVNA SCENA (GAS)

Velika Gorica se, što se geografskih okvira tiče, nalazi jugoistočno od Zagreba, u nizinskom dijelu Turopolja i na rubu brežuljkastog dijela Vukomeričkih gorica. Iako ukupna površina Velike Gorice, koja se sastoji od sveukupno 58 naselja, iznosi 328 km², površina samo gradskog naselja zauzima prostor od nešto više od 31km². U povijesti je glavna

gospodarska djelatnost Velike Gorice bila trgovina, a na glavnom su se trgu redovito održavali sajmovi. U čitavom kraju je osim trgovine bilo razvijeno stočarstvo i šumarstvo. Prva škola sagrađena je u 18. stoljeću, ali je nakon nekoliko desetljeća srušena radi trošnosti i nedovoljnog interesa lokalnog stanovništva za školovanje. Izgradnja prve željezničke pruge u Hrvatskoj 1862. godine, onoj od Zagreba do Siska, imala je značaj za šire područje, ali ne osobito i za Veliku Goricu, budući da je željeznička postaja smještena daleko od njezina središta. Jači gospodarski razvoj Velika Gorica doživljava krajem 19. i početkom 20. stoljeća, kada se područje oko glavnih trgova postupno urbanizira i izgrađuje. Razvoj mjesta prekinut je Drugim svjetskim ratom, nakon čega nastupa intenzivna višestambena izgradnja, a Velika Gorica praktički postaje satelitski grad zagrebačkog prstena, pri čemu industrija postepeno gubi na važnosti.

Danas kulturnom životu grada Velike Gorice u prvom planu doprinosi Turistička zajednica Velike Gorice koja nudi širok repertoar kulturnih događanja tijekom cijele godine. Zasiurno najpoznatije festivalsko slavlje je Turopoljski fašnik koji je i ove godine održan krajem veljače. Turopoljski fašnik je tradicionalan narodni običaj praćen maskiranjem, šalom, plesom i sveopćom bukom. Još jedan tradicionalni festival je i Turopoljsko Jurjevo koji se održava krajem travnja te koji nudi kulturno-umjetničke i zabavne programe uz nastupe folklornih grupa i zborova. Događaj završava paljenjem krijesa kojim se simbolički tjera zima, a slavi nadolazeće proljeće. Svibanj je obično u znaku velikogoričkog Brass festivala koji je u pogonu od 2007. godine. Festival svake godine pripremaju 'pasionirani ljubitelji glazbe, entuzijasti i zaljubljenici u puhačke instrumente'⁴. O kulturnoj ponudi festivala skrbi Pučko otvoreno učilište (POU) u Velikoj Gorici koje nudi koncerte visoke tematske kvalitete. Lipanj i kolovoz su rezervirani za festivale kao što su Međunarodna smotra folkora te Goričke večeri, tradicionalna manifestacija već spomenutog POU-a. Kroz rujan i listopad, kulturna ponuda grada nudi uobičajen tradicionalni ton, pa se tako krajem rujna ili početkom listopada održava Međunarodni festival tradicijskih glazbala, a sredina listopada nudi Gastro Turopolje, festival hrane i pića koji se održava diljem velikogoričkih restorana. Kulturna ponuda grada kroz studeni i prosinac uglavnom se temelji na adventskim temama, a festival s početka prosinca kojeg vrijedi izdvojiti je Lucijini dani, kojim se uz prigodan kulturno-glazbeni program obilježava Dan grada Velike Gorice.

⁴ <http://vgbrass.com/>

Nakon što su spomenuti festivali tijekom godine koji doprinose festivalizaciji, ključno je za ovaj rad prebaciti fokus na neprofitnu udrugu koja svojim djelovanjem također doprinosi fenomenu festivalizacije. Udruga pod nazivom Gorička alternativna scena (GAS) kao udruga postoji još od 1998. godine. Prema statutu udruge, cilj je poboljšanje kvalitete kulturnog i društvenog života mladih i organiziranje kulturnih aktivnosti mladih u Gradu Velikoj Gorici, a područja djelovanja sukladno ciljevima su kultura i umjetnost, zaštita okoliša i prirode, socijalna djelatnost, održivi razvoj, obrazovanje i umjetnost. Također, djelatnosti kojima se ostvaruju ciljevi udruge su poticanje mladih na volonterski rad i aktivno sudjelovanje u zajednici, okupljanje likovnih, književnih, glazbenih i ostalih umjetnika, upoznavanje javnosti s radom svojih članova te s radom kulturnih stvaralaca i drugih srodnih udruge, organiziranje filmske i video projekcije iz svoje djelatnosti, organiziranje predavanja, izložbe i promocije iz svoje djelatnosti, organiziranje koncerata, radionica, glazbenih slušaonica, ekoloških akcija, predstava iz svoje djelatnosti, upoznavanje javnosti sa svojim radom putem medija, organiziranje slobodnog vremena mladih u svrhu prevencije svih oblika ovisnosti te organiziranje aktivnosti u svrhu uključivanja mladih u društveni i kulturni život.⁵

Kao fokus za analizu pripremljen je prilagođeni upitnik, kroz kojeg je GAS kao udruga odgovorila na pitanja koja se tiče samih festivala u njihovoj organizaciji, ali i značaja njihove udruge u sveukupnoj festivalizaciji grada. Upitnik prilažem na kraju rada.

Gorička alternativna scena kao udruga sudjeluje u organizaciji dvaju festivala, iako su se još neki festivali u njihovoj (su)organizaciji održali, no nažalost do danas nisu opstali. Riječ je o TURbina Demo festivalu koji se održavao do 2015.godine i koji je nudio glazbene sadržaje koji spadaju u žanrove alternativne glazbe. Također, GAS je sudjelovao i u organizaciji Dana mladih 2014. i 2015. godine, festivala na kojem su mladi mogli poslušati inspirativna predavanja, zabaviti se na koncertima, gledati besplatne filmove u kinu te sudjelovati na radionicama. Festivali koje GAS organizira te koji su još uvijek aktivni su Humphrey Bogart festival te Festival kreativnog nereda.

Na upućeno pitanje o cilju svakog festivala i njihovim prednostima za grad Veliku Goricu, GAS ističe:

***Humphrey Bogart festival** - predstavljanje mladih umjetnika sa područja VG, ujedno i najstariji festival na području grada (od 1998.g.) i jedini koji kontinuirano pruža*

⁵ <http://gas.hr/archives.html>

priliku mladim glazbenicima, slikarima, pjesnicima, fotografima i ostalim mladim umjetnicima da predstave svoje radove široj publici.

VG Fest (Festival kreativnog nereda) - Festival kreativnog nereda se održava u sklopu VG festa u suradnji sa TZVG (Turistička zajednica Velike Gorice), a kao cilj ima stvaranje suvremenih kulturnih sadržaja putem prezentacija različitih oblika suvremene kulturne i umjetničke produkcije: tijekom dana posjetitelji sudjeluju na besplatnim kreativnim radionicama, popularnim edukativnim predavanjima, slušaju demo bendove, a u večernjim satima organiziramo koncert nekog od poznatih hrvatskih izvođača.

Zbog potreba suprotstavljanja organizacijske perspektive i teorijske razrade, ovdje ću se osloniti na rad autorice Stephanie L. Stettler, koja u svojem radu *Sustainable Event Management of Music Festivals: An Event Organizer Perspective* koja raspravlja o održivosti glazbenih festivala upravo kroz perspektivu organizatora. Iako Humphrey Bogart festival i VG Fest nisu po svojoj programskoj shemi isključivo glazbeni festivali, rad autorice predstavlja teorijski pregled određenog elementa festivalizacije koji ovdje može biti od iznimne koristi. Autorica održivi razvoj festivala definira kao 'prihvatanje potreba sadašnjosti bez kompromitiranja mogućnosti budućih generacija u ispunjavanju svojih potreba' (Stettler, 2011: 8; prema World Commission on Environment and Development, 1987: 43). Samim time, društveno održive prakse koje se tiču festivala dobivaju na vrijednosti. One se očituju u raznim tehnikama edukacijske održivosti koje organizatori festivala sve više prihvaćaju. Te su tehnike, kao dijelovi programske vizije festivala, usmjerene između ostalog na utjecaj na lokalnu zajednicu. Na pitanje o uključenosti lokalne zajednice u programsku viziju festivala GAS ističe:

Putem društvenih mreža pozivamo pratitelje da daju prijedloge izlagača/izvođača koje bi htjeli vidjeti/slušati na festivalu. Na taj način lokalna zajednica izravno utječe na organizaciju festivala, čime se osigurava i bolja posjećenost i veće zadovoljstvo posjetitelja, a mladi na taj način postaju dio aktivnog društva, iako nisu članovi udruge.

Prilikom organizacije festivala vodimo računa da lokalna zajednica bude uključena, od samog kreiranja programa, aktivnog sudjelovanja (u smislu da dio festivala bude posvećen neformalnoj edukaciji putem radionica) te prijedloga za poboljšanja organizacije.

Autori Richards i Palmer potvrđuju isto stajalište, pritom smatrajući da su 'lokalni stanovnici područja u kojem se događaj održava bitni ne samo kao jezgra koja čini glavnu publiku, već i kao inicijatori događaja te funkcioniraju kao vitalan izvor održivosti većine događaja' (Richards, Palmer, 2010: 165). Prema mehanizmima utjecaja umjetničkih festivala na život lokalne zajednice, 'u kulturnom se smislu povećava osjećaj kolektivnog identiteta i efikasnosti', dok je 'društveni utjecaj vidljiv u jačanju društvenog kapitala te pružanju mogućnosti sudionicama da se aktivno uključe u rad s lokalnim vlastima te neprofitnim udrugama' (Guetzkow, 2002: 3). Festivali time trebaju biti iskorišteni kao 'alat u razvoju društvenog kapitala zajednica putem ljudskih procesa koji dopuštaju uspostavu osjećaja suradnje, dobre volje, reciprociteta te pripadnosti' (Stettler, 2011: 37; prema Arcodia, Whitford, 2006: 2). Također, 'organizatori festivala koji omogućuju suradnju i konzultaciju sa zajednicom prije i poslije događaja svjedoče pozitivnijem ishodu festivala' (Stettler, 2011: 44; prema Arcodia, Whitford, 2006).

Na pitanje procjene kulturnog i društvenog utjecaja festivala na grad i građane, GAS navodi:

Činjenica da je Humphrey Bogart najstariji festival na području Grada govori da su mladi u Velikoj Gorici sposobni organizirati se te da postoji kontinuirani interes za ono što nude, a istovremeno se suprotstavlja uvriježenom mišljenju da su mladi pasivni i nezainteresirani. Oba festivala u našoj organizaciji su rijedak primjer događanja u VG koji nude urbane i alternativne sadržaje te potiču mlade na kreativno izražavanje i aktivno sudjelovanje u društvu.

Prilikom organizacije svakog festivala trudimo se uskladiti želje publike sa mogućnostima (financijskim i prostornim). To činimo analizom prošlogodišnjih izdanja festivala, praćenjem kulturne scene u široj okolici Velike Gorice te komunikacijom sa publikom (izravno i putem društvenih mreža).

Osim vidljivog indikatora u obliku kulturne participacije, društveni je utjecaj festivala vidljiv i kroz 'način koji pruža zajednicama da se izraze te omogućuje umjetnicima da se upuste u kreativnu aktivnost sa zajednicama, pri čemu je ultimativni naglasak na samom kreativnom procesu. Takav transformacijski potencijal osnažuje zajednicu i 'nadograđuje društveni kapital jačanjem individualnih mogućnosti te motivacijom za civilni angažman' (Guetzkow, 2002: 6).

Rasprava o društvenim utjecajima festivala je i u akademskim okvirima sve žustrija, pa se tako 'od kasnih 90-ih pojavljuju znakovi da se kulturne politike od ograničenog ekonomskog instrumentalizma okreću prema obnovljenom interesu za društveni trening i participaciju. Urbane su politike pritom generalno prihvatile interes za društvene aspekte regeneracije, označene potrebom važnosti uključivanja zajednice u regeneraciju te razvojem novog jezika društvenog kapitala, kapaciteta zajednice i holističkih pristupa' (Richards, Palmer, 2010: 365; prema Bayliss, 2004:8).

Kulturna i sveobuhvatna revitalizacija grada nije moguća bez utjecaja festivala na imidž grada Velike Gorice. Kroz fokus na taj utjecaj, GAS navodi:

Festivali utječu na imidž grada jer se suprotstavljaju utjecaju istočnjačkog melosa koje u zadnje vrijeme u VG prevladava, a istovremeno nude i alternativu događanjima koji promiču tradicionalnu baštinu (a najčešće su povezani sa lokalnom politikom).

Kao što sam već naveo, grad Velika Gorica je kroz godinu ispunjena festivalima koji odgovaraju lokalnim vlastima, a tiču se događanja koji su u domeni tradicionalnosti i ustaljenih kulturnih praksi. Kao što i GAS navodi, Humphrey Bogart festival i VG fest služe kao alternativa tradicionalnijim festivalima u Velikoj Gorici, no pritom imidž grada ne mora nužno biti vezan uz kulturni turizam. U širem smislu, 'imidž grada može biti opisan kao promet ili razmjena kultura' (Wang, 2009: 8; prema Morgan, Pritchard, 1998). Na taj način, organiziranjem spomenutih festivala, nudi se proširen spektar događanja koji se ne svrstavaju u tradicionalnu/mainstream kulturu grada Velike Gorice. Nakon procjene kulturnih i društvenih utjecaja festivala na grad, dolazimo do ekonomskih utjecaja. Iako je 'procjena ekonomskog utjecaja događaja veliki prioritet za većinu gradova' (Richards, Palmer, 2010: 347), problem nastaje kada se mjeri sam utjecaj na grad. Novac potrošača ne mora nužno ispasti iz lokalnog optičaja, pa tako primjerice dio publike može prisustvovati događaju koji se održava u neposrednoj blizini, koji time direktno utječe na uspješnost festivala. U slučaju spomenutih festivala, brojke su nažalost poražavajuće. Prema procjenama, Humphrey Bogart festival prosječno bilježi oko 200 posjetitelja, dok VG fest na tom području nešto bolje stoji (prema podacima TZVG preko 2000 posjetitelja).

Ovakvi brojčani podaci sugeriraju problem oko prostornog pozicioniranja festivala te prikladne uporabe prostora. Na pitanje o prednostima i nedostacima pri organizaciji festivala, GAS ističe:

Kao prednost bi naveli otvaranje gradskih ustanova za suradnju tijekom zadnjih nekoliko godina poput POUVG-a, Muzeja Turopolja, TZVG-a. Nedostatak je njihova međusobna loša komunikacija pa se tako događa da se istovremeno odvijaju jedina dva veća događaja u mjesecu na udaljenosti od 500m. Kao najveći nedostatak bi istaknuli nedostatak adekvatnog prostora za koncerte, što posebno predstavlja problem prilikom organizacije Humphrey Bogart festivala koji se tradicionalano održava u studenome te je potrebno naći prikladan zatvoren prostor. Malen ili neadekvatan prostor izravno utječe na odabir izvođača te time šteti i kvaliteti festivala.

Jedan od najvećih problema u organizaciji festivala jest prikladan prostor jer ukoliko se koncerti održavaju na otvorenom u centru grada, česte su pritužbe stanara okolnih zgrada, dok je organizacija u zatvorenim prostorima još problematičnija jer ne postoji adekvatan prostor za koncerte u Velikoj Gorici još od zatvaranja Kluba 100.

Loša komunikacija između kulturnih aktera time direktno utječe na festivalsku ponudu grada. O problemu prostora raspravljaju Richards i Palmer koji tvrde da je 'legitimacija u korištenju prostora predmet rasprave različitih grupa upravo zato što se događaji održavaju na javnom prostoru' (Richards, Palmer, 2010: 70). Kako su događaji prolazni i kratkotrajni, argument o korištenju prostora mora biti konstantno analiziran. 'Iako festival može biti shvaćen kao stalna institucija u razvoju osjećaja tradicije, ti su događaji i dalje podvrgnuti izazovima koji se baziraju na uvjetima pod kojima postoje: njihovom financiranju te odnosu same organizacije s upotrebom prostora' (ibid.). Prostorni se problem festivala također može promatrati i kroz prizmu samog kulturnog sadržaja. 'Određeni kulturni događaji se oslanjaju na potporu predane grupe entuzijasta (kao što je u ovom slučaju GAS) unutar određenog kulturnog sektora, pri čemu autsajderi (vanjski akteri) nisu u mogućnosti shvatiti opravdanost javne potpore za događaj koji odgovara manjinskim interesima' (Richards, Palmer, 2010: 71).

Događaji mogu biti obilježeni prostorom unutar kojeg se odvijaju, no zauzvrat mogu i redefinirati te prostore. Kao pozitivan primjer redefiniranja korištenog prostora, GAS navodi:

U sklopu Festivala kreativnog nereda (i Dana mladih u suorganizaciji sa Savjetom mladih) održavale su se radionice grafitiranja na zapuštenim gradskim objektima te u zgradama srednjih škola.

Ovakvi primjeri potvrđuju teorijske tvrdnje koje nalažu da su 'događaji sve češće povezani s prostornim razvojem grada; koji usput pružaju motivaciju za fizičku regeneraciju određenih

područja u gradu, pri čemu sama regeneracija pruža inspiraciju za događaje. Također, isti događaji u velikoj mjeri doprinose razvoju i kroz unaprijeđenje i rehabilitaciju prostora u gradu' (Richards, Palmer, 2010: 75). Osim društveno-prostornih implikacija festivalizacije, festivali postaju i 'ključna dimenzija u povećanoj ulozi kulturne konsumpcije u definiranju individualnog identiteta' (Macdonald, 2012: 35). Također, na festivalizaciju se može gledati i kao na 'simboličku transformaciju javnog prostora u određenu formu kulturne potrošnje' (ibid.; prema Crespi-Vallbona, Richards, 2007: 106).

Nakon analize kulturnih, društvenih i ekonomskih utjecaja festivala na Veliku Goricu, bitno je spomenuti i utjecaj festivala na svakodnevni život građana izvan samog spektra kulturne potrošnje. Fokus je u ovom slučaju na Humphrey Bogart festival koji je jedini koji je u potpunosti organiziran od strane GAS, pri čemu organizatori navode:

Humphrey Bogart festivalom želimo potaknuti mlade na umjetničko izražavanje kroz cijelu godinu i dati im do znanja da netko prepoznaje njihov trud koji je najčešće izvan redovnog školovanja te time često nije prepoznat od okoline.

Unutar teorije o festivalizaciji u akademskoj literaturi, značaj za svakodnevni život građana ide u dva smjera. 'U jednu ruku, festivali se smatraju mjestima na kojima igra i zabava zamjenjuju predvidljivu rutinu svakodnevnog života. Međutim, festivali potvrđuju osjećaj svakodnevnosti samim njegovim zanemarivanjem te pritom ovise o njegovom kontinuitetu' (Macdonald, 2012: 13; prema Jamieson, 2004). Kontinuitet svakodnevnog života se samim time prenosi i na koncept festivalizacije, a taj je međuodnos vidljiv kroz tri ključna elementa: kroz 'direktan angažman u umjetničkim organizacijama, posebno kroz određenu formu kreativne aktivnosti (primjerice upotrebu umjetnosti u edukaciji), kroz participaciju u umjetničkim programima kao članovi publike (većinom vezano uz kognitivne mogućnosti i kulturni kapital) te kroz prisutnost umjetničkih organizacija u društvu' (Guetzkow, 2002: 2).

Analizom ovog posebnog slučaja, dolazimo do zanimljivih rezultata. GAS, kao neprofitna udruga, kroz organizatorsku perspektivu se susreće s dva ključna problema: financijskom potporom te nedostatkom adekvatnog prostora. Iako GAS u pitanju o financijskim izazovima navodi: *Financijska sredstva za organizaciju festivala se osiguravaju putem natječaja za udruge mladih Grada Velike Gorice, natječaja za kulturne programe Zagrebačke županije, javnog poziva za manifestacije TZVG-a te kroz suradnju sa POUVG-om i TZVG-om,*

činjenica je da od strane gradske vlasti postoji razumijevanje za samo dva festivala koji pružaju gradu kulturne sadržaje koji nisu dio takozvane mainstream kulture. Kako bi Velika Gorica ušla u određeni revitalizacijski proces, potrebno je pružiti građanima i kulturnim zaljubljenicima raznolikije kulturne sadržaje koji bi mogli zadovoljiti širu kulturnu publiku grada Velike Gorice. Drugi izvor nerazumijevanja između GAS-a i gradskih vlasti je nedostatak adekvatnog prostora za izvođenje festivala. Poseban je problem s Humphrey Bogart festivalom koji, iako je najstariji festival na području grada, još uvijek ne posjeduje prikladan te stalan prostor za obavljanje festivalskih događanja.

Kao prednosti spomenutih festivala naveo bih nastojanja GAS-a da približe pojedini festival građanima i publici putem participacije u obliku prijedloga za festivalske programe te u obliku kreativnih radionica putem kojih lokalna zajednica može razviti određene edukacijske vještine koje ne dobivaju nužno iz ustaljenih kulturnih sadržaja. Autor Sean Zielenbach, koji se u svojem radu bavi umjetnošću revitalizacije centra grada, navodi da 'kvaliteta individualnih edukacijskih i interpersonalnih vještina ovisi o sljedećim faktorima: mogućnostima kojima je netko izložen, količini pozitivnog jačanja koje osoba prima te razini vrijednosti koje osoba gradi s drugima' (Zielenbach, 2000: 12). Nadalje, Zielenbach govori i o potvrdi značaja lokalnih neprofitnih udruga u revitalizaciji gradova kao 'grupa koje efektivno mogu mobilizirati ljude te promicati licem-u-lice interakciju. Zbog svojeg neprofitnog statusa, takve organizacije mogu bolje adresirati probleme javnog dobra te se, pošto nisu primorane zaraditi novac i zadovoljiti interesne grupe, mogu upustiti u riskantnije projekte u zajednicama s manjom tržišnom aktivnosti i interesom privatnog sektora' (Zielenbach, 2000: 15). Jednostavno rečeno, ne postoji jednostavno objašnjenje koje će odgovoriti na pitanje kako revitalizirati pojedini grad, do te mjere da cijeli proces Zielenbach naziva 'neurednim te koji funkcionira više kao umjetnost nego znanost' (Zielenbach, 2000: 19).

5.3. MOGUĆE STRATEGIJE PROMJENE ODRŽIVOSTI FESTIVALA: PUT PREMA REVITALIZACIJI

U ovom ću poglavlju predstaviti moguće modele promjena koji mogu doprinijeti festivalizaciji u smislu organizacijskih promjena. Što se tiče organizacijskih studija, Kotter i Cohen nalažu da 'mnoge strategije promjene ne uspijevaju ispuniti svoje ciljeve jer se više baziraju na razum i strukturu nego na kreativnost i ljudske potrebe' (Stettler, 2011: 48). Pritom, fokus promjene mora biti na organizacijskom učenju, 'metodi koja oslobađa kolektivnu aspiraciju te unutar koje ljudi kontinuirano šire svoje kapacitete za stvaranje rezultata koje istinski priželjkuju' (Stettler, 2011: 49). Organizacijska promjena također zahtjeva i zajedničku viziju, ali i stvaranje zajedničkih ciljeva unutar procesa identificiranja indikatora dostignuća koji se pokazao kao iznimno djelotvoran korak razvoja organizacijske održivosti' (Stettler, 2011: 51-52; prema Natural Step, 2009). 'Da bi organizacijska održivost festivala bila zaista učinkovita, širok spektar zainteresiranih strana se treba uključiti u regularni dijalog' (Stettler, 2011: 54-55; prema Harris, Crane, 2002) s refleksijom na postojeće stanje festivala.

Kada je riječ o promjenama u programskoj viziji festivala koji mogu doprinijeti revitalizaciji, tri su vrijednosti na koje treba obratiti pozornost. Prva je 'intrizična vrijednost koja funkcionira kao subjektivno vrednovanje kulture u intelektualnom, emocionalnom i duhovnom smislu. Druga je instrumentalna vrijednost, koja se tiče regeneracije i imidža grada te društvene kohezije. Posljednja vrijednost je institucionalne prirode i tiče se procesa i vrijednosti koje organizacije stvaraju u interakciji s publikom' (Richards, Palmer, 2010: 338). Vrijednost kulturnog događaja, ili u ovom smislu kulturnih festivala, obuhvaća sva tri spomenuta elementa. Međutim, konačan vrijednosni ishod pojedinih festivala je vidljiv tek nakon određenog vremena. Drugim riječima, 'pokušaj mjerenja konačnog ishoda skupljanjem rezultata pojedinačnih događaja mogu podcijeniti utjecaj ukupnog programa. Iako je moguće procijeniti neke od utjecaja, kao što je potrošnja te sveukupna posjećenost festivala, drugi ishodi programa, kao što su razvoj kulturne participacije te proizvodnje, će biti vidljivi tek nakon dugotrajne evaluacije' (Richards, Palmer, 2010: 339).

Kada je riječ o kulturnoj održivosti pojedinih festivala, fokus mora biti na 'pronalaženju konstruktivnog odnosa između novih i starih kulturnih događanja, ali i na učenju iz iskustva tradicionalnih događanja koja preživljavaju zbog svoje konkretne uloge u održavanju lokalne zajednice i/ili lokalne kulture' (Richards, Palmer, 2010: 397,398). Istovremeno, programiranje mora biti fokusirano i inovativno te ne smije biti uskogrudan odraz lokalne zajednice, već izvor stimulacije, provokacije i kritičke refleksije o vezi između kulture, događaja i grada' (Richards, Palmer, 2010: 415). Čak i ako se forme festivalizacije razlikuju od mjesta do mjesta, iskustva i beneficije koje proizlaze iz kulturnih događanja se mogu prepoznati bez obzira o kojoj se kulturnoj pozadini radi. 'Na početku svakog procesa, svaki grad treba definirati značenje uspjeha. Označava li on privlačenje široke publike ili generiranje ekonomskog utjecaja? Je li kriterij uspjeha postizanje mjerljive društvene kohezije ili učvršćivanje identiteta grada? Da li uspjeh implicira organiziranje više događaja ili manje događaja veće kvalitete? Bez znanja što uspjeh znači za pojedini grad, sam je uspjeh teško postići i evaluirati' (Richards, Palmer, 2010: 434).

6. ZAKLJUČAK

Iako brojne akademske studije na temu festivalizacije još uvijek smatraju festivale 'događajima koji su očigledno odvojeni od svakodnevnog iskustva grada' (Macdonald, 2012: 101; prema Johansson, Kociatkiewicz, 2011: 402), festivalska logika, koja između ostalog jača ukupnu konzumpciju, 'počinje zauzimati svakodnevna korištenja i iskustva urbanog prostora' (ibid.). Festivali danas funkcioniraju kao projektni centri kulturnog zbivanja grada, pri čemu povećani promet festivala može doprinijeti fenomenu festivalizacije. Problem dolazi kada koncept festivalizacije pokušamo smjestiti kroz prizmu relativnog malog grada kao što je Velika Gorica. Brojna festivalska događanja tijekom godine utječu na razvoj festivalizacije grada, no kulturni sadržaj pritom biva iznimno sličan jer se većinom radi o festivalima koji su

u domeni tradicionalne baštine. Takav primjer festivalizacije ne samo da ne doprinosi nužno u revitalizacijskim i urbano-regeneracijskim procesima, već i potvrđuje status quo lokalne kulturne prakse koja se u pravilu tiče uobičajenih, takoreći već viđenih kulturnih sadržaja. Stoga je fokus ovog rada bio prikazati na koji način lokalne neprofitne udruge mogu doprinijeti cjelokupnom procesu festivalizacije te na koji način festivali iz njihove organizacijske domene mogu upotpuniti moguće revitalizacijske procese u manjem gradu kao što je Velika Gorica. Kao startni čimbenik izabran je GAS (Gorička alternativna scena), koji svojim djelovanjem već skoro dvadeset godina pokušava utjecati na kulturnu proizvodnju grada. Ključan su faktor dva festivala koji oni tradicionalno organiziraju: Humphrey Bogart festival te Festival kreativnog nereda (u sklopu VG Festa). Kao što sam već spomenuo, revitalizacijski naponi se tiču i prostorne politike grada, pa je samim time zabrinjavajuće da Humphrey Bogart festival, jedini koji kontinuirano pruža priliku mladim glazbenicima, slikarima, pjesnicima, fotografima i ostalim mladim umjetnicima da predstave svoje radove široj publici, ne može dobiti prikladan prostor za održavanje festivala.

Međutim, spomenuti festivali ipak u određenoj mjeri utječu na revitalizaciju grada i to kroz pojačanu građansku participaciju (putem sudjelovanja u izradi programa kroz, primjerice, glasanje putem društvenih mreža o tome kakav kulturni sadržaj publika želi konzumirati), kroz široku inkluziju i aktivno sudjelovanje mladih koji nisu nužno članovi udruge, kroz jačanje društvene kohezije u obliku festivalskog okupljanja publike koja njeguje određenu kulturnu filozofiju, kroz izradu besplatnih radionica i kreativnih edukacijskih programa koji se tiču alternativnih kulturnih sadržaja te kroz jačanje društvenog kapitala, prvog nužnog preduvjeta za revitalizaciju lokalne zajednice. Kao što i sama udruga navodi, s obzirom na financijske mogućnosti te probleme vezane uz nedostatak prostora za udruge mladih te prostora za alternativne koncerte, festivali nisu dostatni da značajno utječu na kulturni identitet grada, već je potrebno razvijati kontinuirane programe koji bi nudili alternativu postojećim programima. Ključ daljnjih revitalizacijskih napora upravo leži u otključavanju potencijala koje festivali donose, a za to je potrebna vješta i konstruktivna komunikacija između gradskih vlasti i lokalne udruge. Iako su problemi itekako vidljivi, kontinuirani rad GAS-a, kao jedine snažne lokalne udruge koja se bavi alternativnim kulturnim sadržajima, daje za pravo nadati se da će u budućnosti njihov rad biti prepoznat te da će broj festivala i kulturnih programa koji jačaju osjećaj kolektivnog identiteta biti sve veći. Festivalizacija i revitalizacija jesu kompleksni termini, te njihov utjecaj nije jednostavno prepoznati, no grad Velika Gorica posjeduje izniman potencijal kojeg tek treba otključati. Ova dva procesa nisu magičan štapić kojim se vrlo lako može unaprijediti društveni, ekonomski i kulturni kapital

grada te je potrebna kvalitetna suradnja svih građana, od vrha prema dnu, ili u slučaju GAS-a, od konceptualnog dna prema vrhu.

LITERATURA

Bell, D., Jayne, M. (2006), *Small Cities: Urban experience beyond the metropolis*, Routledge, Taylor & Francis group

Bradley, A., Hall, T. (2006), *The festival phenomenon: Festivals, events and the promotion of small urban areas*, Routledge, London

Clark, D. (1996), *Urban world/Global city*, Routledge, London

Dijkstra, L., Poelman, H. (2012), *Cities in Europe: The new OECD-EC definition*, EC/Regional and urban policy, web:
http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/focus/2012_01_city.pdf, pristupljeno 5. lipnja 2017.

Duxbury, N., Campbell, H. (2009), *Developing and Revitalizing Rural Communities Through Arts and Creativity*, Centre for Policy Research on Culture and Communities Simon Fraser University, Kanada, web:
https://www.creativecity.ca/database/files/library/rural_communities_arts_2009.pdf, pristupljeno 2. lipnja 2017.

Grodach, C., L. Sideris, A. (2007), *Cultural development strategies and Urban revitalization: A survey of US cities*, International Journal of Cultural Policy, Vol. 13, No. 4, web: https://www.creativecity.ca/database/files/library/cultural_development_strategies.pdf, pristupljeno 2. lipnja 2017.

Guetzkow, J. (2002), *How the Arts impact Communities: An introduction to the literature on arts impact studies*, Center for Arts and Cultural Policy Studies, Princeton University, web: <https://www.princeton.edu/~artspol/workpap/WP20%20-%20Guetzkow.pdf>, pristupljeno 3. lipnja 2017.

Hubbard, P. (2006), *City*, Routledge, New York

Macdonald, A. A. R. (2012), *Imagining the city of festivals: Festivalization and urban space in Montreal*, Art History and Communication studies, McGill University, Montreal

Perasović, B. (2002), *Sociologija subkultura i hrvatski kontekst*, Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja, vol 11, br. 2-3

Richards, G., Palmer, R. (2010), *Eventful cities: Cultural management and Urban revitalization*, Butterworth Heinemann, UK

Shields, M. (2001), *A manual for Small Downtowns*, The Pennsylvania State University, web: <http://www.cityofsandpoint.com/home/showdocument?id=3668>, pristupljeno 7. lipnja 2017.

Smith, N. (2008), *Novi globalizam, novi urbanizam: gentrifikacija kao globalna urbana strategija*, Priručnik za život u neoliberalnoj stvarnosti, Savez za centar za nezavisnu kulturu i mlade, Multimedijalni institut, web: <http://www.blok.hr/system/publication/pdf/7/Prirucnik-Za-Zivot-u-Neoliberalnoj-Stvarnosti.pdf>, pristupljeno 11. srpnja 2017.

Stettler, S.L. (2011), *Sustainable Event Management of Music Festivals: An Event Organizer Perspective*, Dissertations and Theses; Paper 257, Portland University. web: http://pdxscholar.library.pdx.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1256&context=open_access_etds, pristupljeno 11. lipnja 2017.

Thorns, D. C. (2002), *The transformation of cities*, Palgrave Macmillan, New York

Wang, Y. (2009), *The impact of festivals and events on city image: A case analysis of Ningbo International Fashion Festival*, Erasmus University, Rotterdam

Zainal, Z. (2007), *Case study as a research method*, Jurnal Kemanusiaan, vol. 9, Universiti Teknologi Malaysia

Zielenbach, S. (2000), *The Art of Revitalization: Improving Conditions in Distressed Inner-city Neighborhoods*, Garland, New York

Zherdev, N. (2014), *Festivalization as a Creative City Strategy*, Universitat Oberta de Catalunya, web: <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E140137.pdf>, pristupljeno 27. svibnja 2017.

Zukin, S. (2004), *Dialogue on urban cultures: Globalization and culture in an urbanizing world*, World Urban Forum, Barcelona, web: http://mirror.unhabitat.org/downloads/docs/3070_67594_K0471966%20WUF2-2.pdf, pristupljeno 6. lipnja 2017.

UN (2016), *The world cities in 2016*, web: http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/urbanization/the_worlds_cities_in_2016_data_booklet.pdf, pristupljeno 2. lipnja 2017.

UPITNIK

1. Koje festivale (su)organizira vaša udruga?

Humphrey Bogart festival, VG fest (Festival kreativnog nereda)

2. Nabrojite ih te opišite cilj svakog od festivala te njihove prednosti za grad Veliku Goricu.

Humphrey Bogart - predstavljanje mladih umjetnika sa područja VG, ujedno i najstariji festival na području grada (od 1998.g.) i jedini koji kontinuirano pruža priliku mladim glazbenicima, slikarima, pjesnicima, fotografima i ostalim mladim umjetnicima da predstave svoje radove široj publici

VG Fest (Festival kreativnog nereda) - Festival kreativnog nereda se održava u sklopu VG festa u suradnji sa TZVG, a kao cilj ima stvaranje suvremenih kulturnih sadržaja putem prezentacija različitih oblika suvremene kulturne i umjetničke produkcije: tijekom dana posjetitelji sudjeluju na besplatnim kreativnim radionicama, popularnim edukativnim predavanjima, slušaju demo bendove, a u večernjim satima organiziramo koncert nekog od poznatih hrvatskih izvođača.

3. Koja je prosječna posjećenost svakog od festivala?

Humphrey Bogart festival - oko 200 posjetitelja

VG fest - prema podacima TZVG preko 2000 posjetitelja

4. Prema vašem iskustvu, koje su prednosti, a koji nedostaci tijekom organiziranja pojedinog festivala?

Kao prednost bi naveli otvaranje gradskih ustanova za suradnju tijekom zadnjih nekoliko godina poput POUVG-a, Muzeja Turopolja, TZVG-a. Nedostatak je njihova međusobna loša komunikacija pa se tako događa da se istovremeno odvijaju jedina dva veća događaja u mjesecu na udaljenosti od 500m. Kao najveći nedostatak bi istaknuli nedostatak adekvatnog prostora za koncerte, što posebno predstavlja problem prilikom organizacije Humphrey Bogart festivala koji se tradicionalno održava u studenome te je potrebno naći prikladan zatvoren prostor. Malen ili neadekvatan prostor izravno utječe na odabir izvođača te time šteti i kvaliteti festivala.

5. Koji su, po vama, društveni i kulturni utjecaji pojedinog festivala na grad Veliku Goricu?

Činjenica da je Humphrey Bogart najstariji festival na području Grada govori da su mladi u Velikoj Gorici sposobni organizirati se te da postoji kontinuirani interes za ono što nudi, a istovremeno se suprotstavlja uvriježenom mišljenju da su mladi pasivni i nezainteresirani. Oba festivala u našoj organizaciji su rijedak primjer događanja u VG koji nude urbane i alternativne sadržaje te potiču mlade na kreativno izražavanje i aktivno sudjelovanje u društvu.

6. Sudjeluje li lokalna zajednica u organizaciji festivala? Ako da, na koji način? Objasnite.

Putem društvenih mreža pozivamo pratitelje da daju prijedloge izlagača/izvođača koje bi htjeli vidjeti/slušati na festivalu. Na taj način lokalna zajednica izravno utječe na organizaciju festivala, čime se osigurava i bolja posjećenost i veće zadovoljstvo posjetitelja, a mladi na taj način postaju dio aktivnog društva, iako nisu članovi udruge.

7. Doprinosi li festivali u vašoj (su)organizaciji revitalizaciji lokalne zajednice?

Prilikom organizacije festivala vodimo računa da lokalna zajednica bude uključena, od samog kreiranja programa, aktivnog sudjelovanja (u smislu da dio festivala bude posvećen neformalnoj edukaciji putem radionica) te prijedloga za poboljšanja organizacije.

8. Utječu li festivali na imidž grada? Ako da, na koji način?

Festivali utječu na imidž grada jer se suprotstavljaju utjecaju istočnjačkog melosa koje u zadnje vrijeme u VG prevladava, a istovremeno nude i alternativu događanjima koji promiču tradicionalnu baštinu (a najčešće su povezani sa lokalnom politikom).

9. Utječu li festivali i na svakodnevni život građana Velike Gorice u vrijeme kada se festivali ne održavaju? Ako da, na koji način?

Humphrey Bogart festivalom želimo potaknuti mlade na umjetničko izražavanje kroz cijelu godinu i dati im do znanja da netko prepoznaje njihov trud koji je najčešće izvan redovnog školovanja te time često nije prepoznat od okoline.

10. U kojoj mjeri spomenuti festivali doprinose razvoju kulturnog identiteta grada?

S obzirom na financijske mogućnosti te probleme vezane uz nedostatak prostora za udruge mladih te prostora za alternativne koncerte, festivali nisu dostatni da značajno utječu na kulturni identitet grada, već je potrebno razvijati kontinuirane programe koji bi nudili alternativu postojećim programima. Također, napomenuo bih da je velik broj onih koji su sudjelovali u radu udruge te organizaciji festivala od samih početaka trenutno uključen u rad gradskih kulturnih organizacija, koje se, nažalost, prilagođavaju politici grada.

11. Gledano kroz vaš fokus kao organizatora pojedinih festivala, koji čimbenici ukazuju na uspješnost festivala?

Posjećenost festivala, dobivanje potpora na temelju izvještaja o prošlogodišnjim izdanjima festivala, zadovoljstvo posjetitelja i sudionika

12. Postoji li sklad između programske sheme pojedinog festivala i potreba publike te ako da, u čemu se on očituje?

Prilikom organizacije svakog festivala trudimo se uskladiti želje publike sa mogućnostima (financijskim i prostornim). To činimo analizom prošlogodišnjih izdanja festivala, praćenjem

kulturne scene u široj okolici Velike Gorice te komunikacijom sa publikom (izravno i putem društvenih mreža). Prepoznavanje potreba i želja publike se najbolje očituje u posjećenosti tog izdanja festivala, a dugoročno kroz praćenje trenda posjećenosti kroz više godina.

**13. Postoje li problemi u pronalaženju prikladnog prostora za održavanje festivala?
Ako da, koji su?**

Jedan od najvećih problema u organizaciji festivala jest prikladan prostor jer ukoliko se koncerti održavaju na otvorenom u centru grada, česte su pritužbe stanara okolnih zgrada, dok je organizacija u zatvorenim prostorima još problematičnija jer ne postoji adekvatan prostor za koncerte u Velikoj Gorici još od zatvaranja Kluba 100.

14. Postoje li pozitivni primjeri utjecaja pojedinih festivala na urbani prostor Velike Gorice? Ako da, koji su?

U sklopu Festivala kreativnog nereda (i Dana mladih u suorganizaciji sa Savjetom mladih) održavale su se radionice grafitiranja na zapuštenim gradskim objektima te u zgradi srednjih škola.

15. Kako se GAS, kao neprofitna udruga, suočava s financijskim izazovima pri organizaciji pojedinog festivala?

Financijska sredstva za organizaciju festivala se osiguravaju putem natječaja za udruge mladih Grada Velike Gorice, natječaja za kulturne programe Zagrebačke županije, javnog poziva za manifestacije TZVG-a te kroz suradnju sa POUVG-om i TZVG-om.