

Aktivity tradičnej kultúry kreatívne, odborne a inovatívne

elektronická príručka
z odborných vzdelávacích seminárov

december 2024

u. fond
na podporu
umenia

Projekt z verejných zdrojov podporil Fond na podporu umenia
24-414-02524

Kreatívne, odborne a inovatívne...

PhDr. Miroslav Žabenský

*predseda AKOI, projektový manažér, dramaturg
a autor scénických programov*

Tieto tri slová pravdepodobne najviac vystihujú nielen doterajšie snaženia Asociácie kultúrno-osvetových inštitúcií, založenej v roku 2014, ale i ciele projektu, ktorého je táto elektronická príručka výstupom. Tak teda, čo bolo našim zámerom a podarilo sa ho naplniť?

Projekt Aktivity tradičnej kultúry – kreatívne, odborne a inovatívne bol cyklom troch vzdelávacích aktivít zameraných na zvyšovanie inovatívnosti a zavádzania nových prístupov pri príprave a realizácii vrcholných prezentačných aktivít v oblasti tradičnej kultúry – najmä festivalov. Zamerali sme sa v ňom na skvalitnenie ich dramaturgie, obsahu, manažovania a publicity a cieľovou skupinou boli najmä realizátori týchto aktivít.

Ako profesné združenie organizácií miestnej a regionálnej kultúry sme ním reagovali na potrebu inovácie a profesionalizácie pri príprave, realizácii a manažovaní vrcholných podujatí v oblasti TK. So zámerom zvýšiť odborné kompetencie a manažérske zručnosti ich organizátorov – usporiadateľov z radov inštitúcií miestnej a regionálnej kultúry i tretieho sektora. Dlhodobým zámerom ostáva nadobudnuté kompetencie uplatniť v oblasti manažovania, propagácie a prezentácie vrcholných podujatí tradičnej kultúry. Veríme, získané zručnosti zvýšia ich kreativitu, inovatívnosť, efektivitu, odbornosť, udržateľnosť a úspešnosť. Sme radi, že na našu ponuku reflektovali cieľové skupiny pozitívne. Nielen vysokým záujmom a účasťou na troch realizovaných vzdelávacích seminároch, podnetnými diskusiami a návrhmi, ale aj pozitívnou spätnou väzbou.

Projekt sme koncipovali ako sériu troch dvojdnových odborných vzdelávacích aktivít pripravených v rámci celého Slovenska (v Zuberici, Košiciach a Podkylave pri Myjave). Ich obsah bol zameraný na profesionalizáciu obsahu, dramaturgie i ďalších atribútov (financovanie, publicita, marketing, publikum...) najmä regionálnych festivalov a na zvýšenie uplatnenia a prezentácie scénických podôb prvkov a prejavov tradičnej kultúry TK v podobe programových blokov folklórnych skupín a súborov.

Prvý seminár sme realizovali 10. – 11. júna 2024 v Zuberici. Jeho témou bola "Organizácia vrcholných podujatí tradičnej kultúry od prípravy po realizáciu" a zarezonovali v ňom príspevky Mgr. Kataríny Babčákovej, PhD.; PhDr. Pavla Ňuňuka či Mgr. Igora Kociana, ktorý priblížil možnosti viacdrojového financovania festivalu nástrojmi fundraisingu a crowdfundingu.

Druhý zo série obdobných vzdelávacích aktivít sa uskutočnil v Košiciach 14. a 14. septembra 2024 a tému "Marketing a publicita festivalu, realizácia a príklady z praxe" v programe odprezentovali Ing. Lenka Gogová; Ing. Vlasta Papcúnová i Vincze Andrea z jej pohľadom na organizovanie aktivít tradičnej kultúry v Maďarsku.

Kruh projektu sme uzatvorili tretím vzdelávacím seminárom v agropenzióne Adam v Podkylave. Program bol 21. a 22. októbra 2024 vyhradený téme "Programová koncepcia a vzdelávacie prvky festivalov, digitalizácia a dokumentácia prvkov kultúrneho dedičstva" a jeho lektormi boli Mgr. Peter Obuch, PhD.; Mgr. art. Lenka Konečná, ArtD.; Mgr. art. Miroslav Hanák a Mgr. art. Michal Veselský.

Veríme, že táto odborná príručka bude jedným z nástrojov, ktoré prispievajú k zvýšeniu odbornej i manažérskej úrovne, atraktivity, formy, zlepšeniu uchopenia a spôsobov komunikácie a prezentácie prejavov tradičnej kultúry na vami organizovaných podujatiach i k lepšej odbornej reflexii týchto podujatí.



Foto – seminár Zuberec



Foto – seminár Košice



Foto – seminár Pokylava

Praktické zručnosti pri príprave a realizácii festivalu

PhDr. Pavel Ňuňuk

*projektový a procesný manažér celoštátnych projektov,
národný garant pre riadenie projektov, audítor verejnej správy
a manažér pre organizačné zabezpečenie FF Východná*

Event management je vlastne činnosť, ktorá pomocou projektového riadenia organizuje (plánuje, organizuje, vyhodnocuje) festivaly, slávnostné udalosti, spoločenské akcie a podujatia všetkého druhu

Festival by sme mali chápať ako "výnimočnú udalosť", ktorú môžeme vnímať všetkými zmyslami na určitom mieste. Kvalitne pripravený festival musí byť ako harmonický celok, aby všetky časti do seba hladko zapadli. Festival alebo podujatie by mal poskytnúť návštevníkom, ale aj účinkujúcim a organizátorom:

- dokonalý kultúrny zážitok,
- vyčariť úsmev na tvári,
- pohľadiť dušu,
- vytvoriť nezabudnuteľné spomienky,
- motivovať na opakovanú návštevu.

Pri organizovaní eventov je neoddeliteľnou súčasťou marketing o ktorom hovoríme hlavne v súvislosti s prezentáciou, ale aj so sponzoringom festivalov, koncertov, predstavení, sympózií a pod. Cieľom je, týmito "aktivitami" podporiť imidž, ale aj upútať pozornosť širokej verejnosti.

Event management je relatívne mladá oblasť, ktorá sa rýchlo rozvíja. Organizácie v súkromnej, ale aj vo verejnej sfére pripravujú čoraz viac rôznych festivalov, či podujatí a snažia sa týmto spôsobom komunikovať s rôznymi cieľovými skupinami. Organizátorom je vždy organizácia alebo inštitúcia, ktorá má záujem niečo zorganizovať pre určitú skupinu ľudí. Každý manažér musí mať zostavený kvalitný organizačný tím, ktorý je zložený vždy z odborníkov po jednotlivých činnostiach a nevyhnutné je zo strany manažéra stmeliť tím tak, aby bol festival úspešný. Každý festival alebo podujatie či už event má svoj cieľ – teda prečo to chceme vôbec zorganizovať.

Ciele podujatia delíme na:

- Primárny cieľ festivalu - mala by to byť prezentácia kultúry a umenia, prípadne regiónu na ktorú je zameraný daný festival. Samozrejme, každý organizátor si stanovuje svoj cieľ podľa toho, čo chce dosiahnuť v danom priestore a čase. Pre naplnenie primárneho cieľa festivalu je podstatné, aby si každý organizátor stanovil aj druhý cieľ, a to sústredenie najväčšieho počtu návštevníkov.
- Dlhodobý cieľ festivalu by mal byť zameraný na spojenie okruhu ľudí, ktorí sa okrem návštevy festivalu stanú nielen jeho pravidelnými návštevníkmi, ale rozhodnú sa podobné aktivity podporovať, či už finančne alebo akýmkoľvek iným spôsobom.

Základná schéma postupu pre festival – event

- Usporiadateľ – organizátor
- Organizačný tím
- Cieľ festivalu
- Prípravná fáza
- Realizačná fáza
- Ukončenie a vyhodnotenie

Prípravná fáza

Prípravná fáza je v rámci projektového zámeru vnímaná ako kľúčová, pretože obsahuje mnohé činnosti, ktoré prispievajú k celkovej štrukturalizácii projektu. Samotná organizácia každého ročníka festivalu je výsledkom prípravnej fázy celého projektu, ktorý sa koná každý rok. Projektová štrukturalizácia festivalu pozostáva predovšetkým z nasledujúcich bodov:

- identifikácia právnickej organizácie – organizátora,
- ujasnenie jednotlivých pozícií v rámci organizačného tímu,
- vytvorenie vizuálnej identity festivalu,
- marketingová a mediálna stratégia,
- právne vzťahy organizátora,
- personálne zabezpečenie festivalu.

Identifikácia právnickej organizácie – organizátora

V rámci štátnej a verejnej správy zvyčajne nie je s týmto problém. V prípade, eventových agentúr je nevyhnutné stanoviť si presné pravidlá spolupráce, ktoré musia byť zmluvne podložené.

Ujasnenie jednotlivých pozícií v rámci organizačného tímu

Ideálne je mať nastavenú presnú štruktúru pracovného tímu a zodpovednosť za úlohy a to aj napriek tomu, že za viaceré činnosti zodpovedá jedna osoba. Vždy musia byť jasné kompetencie a zodpovednosti každého člena tímu za konkrétne súčasti organizačného procesu s presnými časovými intervalmi plnenia.

Základná štruktúra by mala byť tvorená najmä z nasledovných pozícií a zodpovedností, ale za predpokladu, že dané pozície zastávajú skúsení odborníci:

- riaditeľ festivalu
- programový riaditeľ
- manažér zodpovedný za organizačné zabezpečenie
- PR manažér
- tajomník festivalu
- zástupcovia spoluorganizátorov a prípadne ďalší

Hlavné oblasti pre úspešný priebeh festivalu:

- Programová štruktúra a dramaturgia – tvorba, komunikácia s účinkujúcimi.
- PR festivalu – vizuál, marketing, sociálne siete.
- Ekonomika – rozpočet, financie a fundraising.
- Zmluvné - právne záležitosti.
- Personálne zabezpečenie.

Pri výbere a príprave členov tímu by malo prichádzať k výnimočnej symbióze odborníkov z rôznych oblastí, ktorí dokážu suplementárne pokryť celé spektrum činností.

Hlavné oblasti pre úspešný priebeh festivalu musia rešpektovať základné veličiny projektového riadenia



Vizuál a identita festivalu

- identický jedinečný vizuálny rukopis, ktorý sa každoročne opakuje a to nielen v prezentácii loga festivalu, ale aj v prezentácii celkového vizuálu festivalu,
- v posledných rokoch sa už zaužíva trend, že nemenné zostáva len logo festivalu a vizuál sa mení, či už podľa témy festivalu, kreativity PR manažéra a programového riaditeľa a pod.

Marketingová a PR stratégia

Doposiaľ v celej oblasti marketingovej komunikácie prebieha väčšina činností formou na čo je to sa realizuje. Ideálne je mať presnú chronológiu, pripravený komunikačný plán po jednotlivých komunikačných kanáloch a rešpektovať ho. Komunikačný plán môže pozostávať z nasledujúcich bodov:

- definícia marketingových cieľov, cieľových skupín,
- webové stránky organizátora, spoluorganizátora a festivalu,
- ostatné online kanály,
- tlač a médiá,
- reklama v online médiách a v printových médiách.

Úloha marketingovej stratégie je pomocou uvedených prostriedkov osloviť, čo najväčšie množstvo ľudí, zaujať a motivovať ich k opätovnej návšteve festivalu.

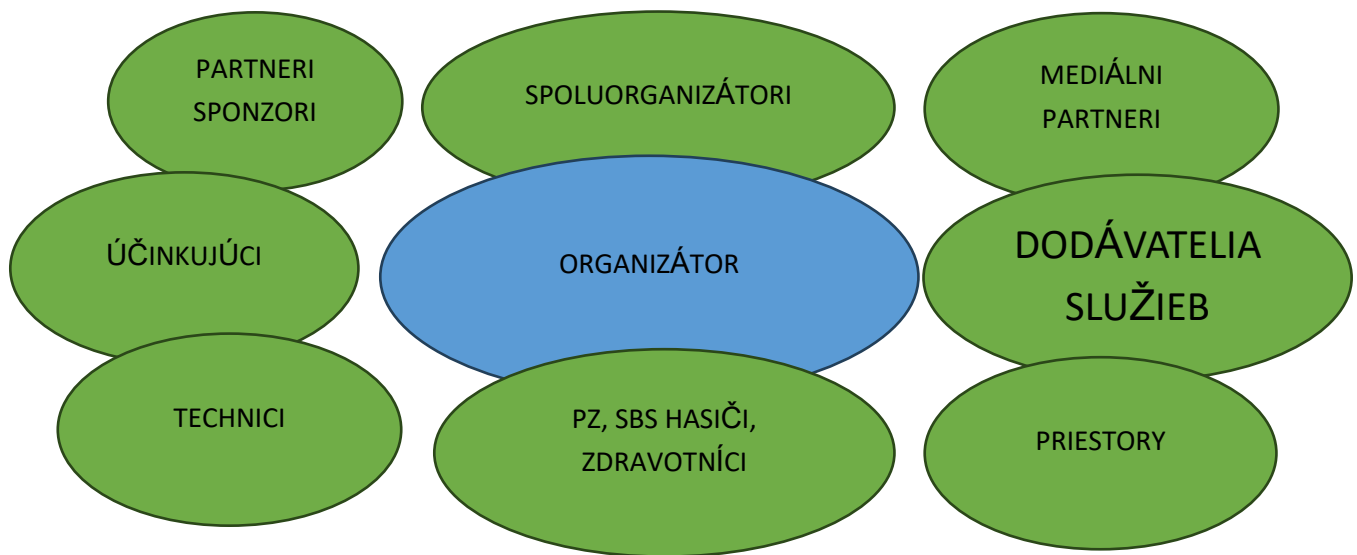
Ekonomika – rozpočet, financie a fundraising

- Finančný plán – rozpočet vychádza z rozpočtu organizátora a spoluorganizátorov, ale aj zo získaných finančných prostriedkov z iných zdrojov.
 - Finančný plán musí mať jasnú a presnú štruktúru s ohľadom na príjmovú a výdavkovú stránku
- Jednoduchá štruktúra rozpočtu:

Položka –názov	výdavky - plán	výdavky - realita
Ubytovanie	5 000,00€	
Doprava	18 000,00€	
PR a marketing	9 000,00€	
Grafika	2 500,00€	
Personálne náklady	14 000,00€	
Položka - názov	príjmy - plán	príjmy - realita
MK SR	50 000,00 €	
Bilancia	1 500,00€	

Zmluvné - právne záležitosti

Pri organizácii festivalu prirodzene vznikajú právne vzťahy, ktoré vyplývajú z činností spojených s bezprostrednou realizáciou festivalu. Takýchto vzťahov je hneď niekoľko a nasledujúci obrázok ponúka ich základný rámec:



Personálne zabezpečenie

Po skúsenostiach z organizovania festivalov s kapacitou návštevníkov 15.000 a viac a s počtom účinkujúcich 1.500 a viac je nevyhnutné myslieť na dostatočné personálne kapacity na všetkých úsekoch zabezpečenia festivalu. Personálne zabezpečenie je závislé aj od dostatočného počtu zamestnancov poskytujúcich služby v oblasti zdravotného zabezpečenia, SBS, hasičov, polície a pod. Všetky tieto zložky by mali byť prítomné na festivale a mala by byť s nimi v dostatočnom časovom predstihu realizovaná súčinnosť pri organizácii festivalu.

- Musíme myslieť na potrebné personálne kapacity na výkonných pozíciách – nevyhnutné je dodržiavať pracovný čas a aj čas na odpočinok.
- Kvalitný a zaškolený personál by mal mať aj potrebnú komunikačnú úroveň pre jednotlivé pozície, aby sa návštevníci cítili príjemne nielen v hľadisku, ale aj v celom areáli amfiteátra ...

Realizačná fáza

V tomto bode už máme všetko pripravené, premyslené, nastavené a už by sme mali realizovať len úlohy ktoré máme naplánované, samozrejme vždy môže dôjsť k nejakým zmenám a časovým posunom, tak sme manažéri a musíme dokázať improvizovať a operatívne riešiť náhodne vzniknuté zmeny.

- V tejto fáze by sa mali dostaviť úspechy z kvalitnej prípravy festivalu ...
- Ak sme kvalitne pracovali v prípravnej fáze, tak o to menej musíme improvizovať v realizačnej fáze ... Realizačná fáza nám nastavuje zrkadlo prípravnej fázy.
- V tejto fáze už nie je priestor na hľadanie nového personálu, zabezpečovanie ďalších služieb a pod ...
- V závislosti od veľkosti festivalu musíme mať na každú oblasť zodpovedného manažéra.
- Dôležité je počas viacdňových festivalov realizovať pravidelné ranné porady, aby sme dokázali operatívne vyriešiť prípadné problémy, ktoré nastali ...

Ukončenie a vyhodnotenie festivalu

Po ukončení festivalu by malo prebehnúť poďakovanie riaditeľom festivalu, zástupcami organizátorov, prípadne významnými osobnosťami, ktoré podporujú daný festival celému personálu podieľajúcemu sa na príprave a realizácii festivalu.

Po uzavretí festivalu by malo prebehnúť celkové vyhodnotenie festivalu po všetkých stránkach, teda po programovej, organizačnej, marketingovej a ekonomickej stránke. Na základe výsledkov prípadne aj prieskumov realizovaných počas festivalov prijať také opatrenia, ktoré v budúcnosti zvýšia kvalitu festivalu po všetkých stránkach. Každý festival by mal rok, čo rok napredovať a zvyšovať svoju kvalitu.

Na záver odporúčam krátky exkurz k osobnosti manažéra festivalu

Manažovanie je závislé najmä od

- manažérskych znalostí a zručností manažéra, najmä z oblasti plánovania, organizovania, riadenia, zabezpečovania, kontrolovania a pod.,
- manažérskych postojov, hodnotových a osobnostných vlastností manažéra,
- praktických skúseností a schopností manažéra prenášať manažérske znalosti na tím a do praxe.

Štandardy a spôsobilosti manažéra

Riadiť činnosti:

1. Iniciovať a zabezpečovať činnosti
2. Sledovať, zabezpečovať a zlepšovať činnosti
3. Sledovať činnosti zamestnancov

Riadiť finančné zdroje:

4. Efektívne rozdeľovať zdrojov

Riadiť ľudí:

5. Podieľať sa na náboře a výbere zamestnancov
6. Rozvíjať pracovné tímy
7. Plánovať, rozdeľovať a hodnotiť pracovné tímy
8. Udržiavať a rozvíjať efektívne pracovné vzťahy

Charakteristické vlastnosti manažéra

- Operatívne rozhodovanie
- Perspektívne myslenie
- Odvaha tvorivo riskovať
- Schopnosť primerane kritizovať
- Rozvoj schopností a talentu
- Nepripisovať si úspechy organizácie
- Správať sa tak, ako si predstavuje správanie podriadených
- Spravodlivosť a schopnosť riadiť rozumom a srdcom
- Schopnosť inšpirovať druhých
- Počúvať druhých a učiť sa od nich
- Rozpoznať vlastné chyby a uznať si ich
- Schopnosť ovládať svoje city, nálady a emócie
- Schopnosť udržiavania objektívnych vzťahov
- Prijatť zásadu, že výsledky sú dôležitejšie ako to, čo kto robí
- Schopnosť riešiť problémy a nie sa im vyhýbať
- Schopnosť vedieť pochváliť druhých

Najfrekvencovanejšie sociálne kompetencie manažéra – intelektová kapacita

- Primeraná odbornosť
- Organizačná spôsobilosť
- Adaptácia (aj sociálna)
- Primeraná dominantnosť
- Interpersonálna senzitivita
- Sociálna kompetencia
- Komunikatívnosť
- Osobná vyrovnanosť (zrelosť)
- Iniciatíva a tvorivosť v myslení a správaní
- Pracovná vytrvalosť a húževnatosť
- Odolnosť voči psychickej záťaži
- Vyššia aspiračná úroveň
- Základný súbor morálnych vlastností (čestnosť, spravodlivosť)
- Fyzická pripravenosť

Faktory spôsobujúce neúspech manažéra

- Necitlivosť voči ostatným – príliš drsný, zastrašujúci, násilnícky
- Chlad, odstup, arogancia
- Zneužitie dôvery
- Nadmerná ambicióznosť – zameranie iba na postup na ďalšiu pozíciu, politikárčenie
- Špecifické problémy s výkonnosťou
- Nadmerné sústreďovanie moci – neschopnosť delegovať
- Problémy s podriadenými
- Neschopnosť strategicky myslieť
- Prílišná závislosť na ochrancovi



PhDr. Pavel Ňuňuk

*Projektový a procesný manažér celoštátnych projektov.
Dlhoročný organizačno-prevádzkový manažér, koordinátor a produkčný
rôznych festivalov, (Folklórny festival Východná - výkonný riaditeľ,
Scénická žatva, UNICA), medzinárodných stretnutí a eventov.
Venuje organizovaniu rôznych kultúrnych a športových
aktivít ako sú festivaly, súťaže, semináre, konferencie a promoaktivity.
Ako výkonný manažér zodpovedá za riadenie projektov financovaných
z fondov EU, riadenie tímu, hodnotenie výkonnosti zamestnancov,
audit politík, stratégií a postupov v ľudských zdrojoch
podľa medzinárodných štandardov.*

Aktivity tradičnej kultúry a realizácia festivalov v Maďarsku

Vincze Andrea

riaditeľka Združenia folklórnych festivalov v Maďarsku

Maďarské združenie folklórnych festivalov

Maďarské združenie folklórnych festivalov vzniklo v roku 1991 za účasti inštitúcií a občianskych organizácií pôsobiacich v oblasti ľudového umenia. Našou hlavnou úlohou je zdôrazniť význam folklórnych festivalov a ich dôležitú úlohu v maďarskom kultúrnom živote, podporovať odbornú spoluprácu, účinnejšie zastupovať hodnoty nášho ľudového umenia a koordinovať rozvoj medzinárodných vzťahov.

Naše podujatia sa snažia prezentovať ľudové umenie a zachovávanie tradícií moderným spôsobom, atraktívnym aj pre dnešné publikum, pričom kladieme dôraz na vysokú umeleckú a odbornú úroveň a efektívnu organizáciu.

Od nášho založenia až do júla tohto roka bolo naše združenie členom CIOFF (Medzinárodná rada organizácií folklórnych festivalov a ľudového umenia). Táto medzinárodná organizácia je odborným partnerom UNESCO a aktívne sa podieľa na implementácii Dohovoru o ochrane nehmotného kultúrneho dedičstva. Organizuje konferencie, výstavy a vydáva publikácie na túto tému.

Medzinárodné kontakty nám umožňujú nielen podporovať prácu organizácií zaoberajúcich sa ľudovým umením, ale aj propagovať maďarské kultúrne hodnoty na globálnej úrovni a prehlbovať dialóg medzi kultúrami.

Naše združenie, prostredníctvom uchovávaní a prezentácie ľudových tradícií, funguje na princípe tvorby spoločenských hodnôt a prispieva k ich širokému sprístupneniu. Predstavovaním folklóru rôznych národov a etnických skupín podporujeme vzájomné uznanie kultúrnej rozmanitosti a posilňujeme identitu komunit s vlastným kultúrnym charakterom.

Naša činnosť zahŕňa maďarské folklórne festivaly, odborníkov na ľudové umenie a tradičnú kultúru. Programy prinášame aj do sociálne znevýhodnených oblastí, čím podporujeme kultúrnu rovnosť a pomáhame týmto regiónom dobiehať zameškané.

Festivaly, ktoré organizujeme, sú dôstojnými reprezentantmi národných a medzinárodných tradícií v maďarskom kultúrnom živote. Predstavujú príležitosti, ktoré vyzdvihujú z každodennosti, posilňujú a budujú komunitu.

Naše činnosti:

- Odborná pomoc, školenia a vzdelávanie na podporu kvality a rozvoja folklórnych festivalov
- Zabezpečenie kvality pre účastníkov domácich a medzinárodných festivalov
- Sprostredkovanie a podpora domácich a medzinárodných občianskych vzťahov v oblasti ľudového umenia
- Organizovanie siete na ochranu záujmov občianskych organizácií a partnerských vzťahov
- Národná a medzinárodná činnosť zastrešujúcich organizácií, spoločné projekty, účasť na konferenciách a rozvoj odborných kontaktov
- Organizácia odborných fór, výmen skúseností, konferencií a školení
- Pozývanie folklórnych súborov na maďarské festivaly
- Sprostredkovanie zahraničných pozvánok pre domáce súbory

- Informovanie o možnostiach grantov a pomoc pri príprave žiadostí
- Vydávanie odborných referencií a odporúčaní

Viacere prvky zo Zoznamu národného nehmotného kultúrneho dedičstva sú stálkami na maďarských folklórnych festivaloch, napríklad:

2008: Ocenenie „Majster ľudového umenia“

2008: „Busójárás“ v Moháči – tradičný karneval s maskami na ukončenie zimy (UNESCO)

2009: Živé tradície v kultúrnom prostredí Kalocse (vyšívanie, odevy, maľovanie, tanec)

2010: Dedičstvo Matyó (vyšívanie, kroje, folklór)

2011: „Táncász-módszer“ – model na prenos kultúrneho dedičstva (UNESCO)

Medzinárodné vzťahy:

- Zabezpečenie kvality pre účastníkov festivalov
- Pozývanie folklórnych súborov na maďarské festivaly
- Sprostredkovanie zahraničných pozvánok pre domáce súbory

CIOFF a FIDAF sú významnými partnermi nášho združenia.

Festivaly nie sú len oslavou, ale aj silným nástrojom na posilňovanie komunity a zvyšovanie povedomia o kultúrnych hodnotách.



Vincze Andrea

Je riaditeľkou Združenia folklórnych festivalov v Maďarsku.

Festival a jeho riadenie, dramaturgia a dramaturgický plán

Mgr. Katarína Babčáková, PhD.
etnochoreologička, tanečná pedagogička,
odborná pracovníčka

Abstrakt

Príspevok charakterizuje organizáciu folklórneho festivalu z hľadiska organizačno-technického, personálne-kompetenčného, mediálneho a dramaturgického, s akcentom na tvorbu dramaturgickej koncepcie a jej rôznych aspektov.

V zmysle napĺňania strategických dokumentov zameraných na ochranu tradičnej kultúry identifikuje potrebu prezentovať tradičnú ľudovú kultúru aj v jej folklorizovaných prejavoch na základe odbornej znalosti jej tradičných foriem, funkcií a princípov a s rešpektovaním týchto špecifík integrálnej súčasti nášho nehmotného kultúrneho dedičstva, reflektujúc zároveň nové trendy svetového open-air umenia. Takými sú inovatívne prezentačné formy, využívanie špecifických foriem techniky a scénických i mimoscénických plánov a najmä interaktívny charakter zážitkovo-edukatívnych podujatí.

Kľúčové slová: folklórny festival, organizácia, dramaturgia, tradičná kultúra, folklorizmus

I. Úvod

Pojem folklorizmus označuje „využívanie alebo napodobňovanie javov ľudovej kultúry mimo ich autentického prostredia a často bez ohľadu na ich pôvodné funkcie...“ (Leščák – Sirovátka 1982). V kontexte príspevku ním rozumieme Bausingerovu „druhú existenciu folklóru“, prenos prvkov tradičnej ľudovej kultúry do odlišného kontextu a prostredia (Pavlicová – Uhlíková 1997: 6).

Dejiny folklorizmu možno detegovať v prvých zmienkach o predstaveniach tanečníkov a hudobníkov na šľachtických dvoroch v 16. stor. cez národno-obrodenecké hnutie a „vysoké umenie“ v romantizme inšpirované ľudovou kultúrou až po vznik inštitucionalizovaného folklórneho hnutia po roku 1948 (vznik profesionálnych, poloprofesionálnych telies, transformácia a vznik neprofesionálnych telies atď.). Približne od 50. rokov 20. storočia postupne vznikali i folklórne festivaly a konštituovali sa súťažné prehliadky a starostlivosť o folklórne hnutie bola v kompetencii vtedajšieho Osvetového ústavu a regionálnych a krajských osvetových zariadení, ktorí v kooperácii so samosprávami realizovali aj krajské, regionálne a miestne folklórne festivaly.

Folklórne festivaly rôzneho rozsahu a dosahu (lokálne, regionálne, nadregionálne, krajské, celoštátne, medzinárodné či s medzinárodnou účasťou) sú v drvivej väčšine organizované v spolupráci miestnych samospráv a kultúrno-osvetových inštitúcií s regionálnou a krajskou pôsobnosťou i s ďalšími subjektami. Na Slovensku existuje sieť vyše 40 kultúrno-osvetových zariadení s krajskou a regionálnou pôsobnosťou, zriadených vyššími územnými celkami. Ich základným legislatívnym predpisom je zákon č. 189/2015 Z. z. o kultúrno-osvetovej činnosti. Podľa §3 môže KOZ vyhľadávať, uchovávať, ochraňovať, sprístupňovať, dokumentovať a tvorivo využívať NKD. Finančné prostriedky čerpajú zo zdrojov VÚC, sponzorských príspevkov a z verejných zdrojov: od roku 2015 prostredníctvom Fondu na podporu umenia, od roku 2017 i Fondu na podporu kultúry národnostných menšín.

Činnosť kolektívov i systém starostlivosti o hnutie boli ovplyvnené celospoločenskými zmenami po roku 1989. V súvislosti s diskontinuitou tradície a masívnym rozvojom folklórneho hnutia sa v povedomí laickej verejnosti postupne stierali rozdiely medzi tradičnými prejavmi a ich folklorizovanou podobou.

Koncom 20. stor. zmeny paradigiem v spoločnosti, globalizácia, postmoderna a vizualizácia/medializácia komunikácie ovplyvnili i vnímanie folklóru, folklorizmu a folkloristických disciplín (Profantová 2013: 23)¹. Umelecké prejavy v priebehu historického vývoja boli prostriedkom symbolického komunikačného systému spoločnosti. Nositeľmi folklórnych prejavov v ich tradičnom prostredí (neprecízne vymedzenom medzivojnovým/raným povojnovým obdobím, érou kolektivizácie, industrializácie, zmeny politického zriadenia a s nimi spojeného systému sviatkov, spôsobu života) boli členovia lokálnych komunít, ktorí „reči“ folklórnych prejavov rozumeli. Nositeľmi folklorizmu v súčasnosti sú najmä členovia folklórnych kolektívov, pedagógovia, tvorcovia „druhotne“ poznávajúci a využívajúci tieto prejavy. Súčasné generácie X, Y, Z či Alfa (McCrindle 2009) žijú v období straty kontinuity folklórnej tradície: primárnou formou sekundárnej existencie folklórnych prejavov je práve prostredie folklorizmu.

V ostatných vyše dvadsiatich rokoch sa v oblasti folklórneho hnutia udialo mnoho zmien, reflektujúcich implementáciu odborných vedomostí do pedagogickej i umeleckej praxe v kontexte starostlivosti o TLK a jej folklorizované prejavy. Význam informačno-edukatívnej funkcie folklórneho hnutia v súčasnej generácii narastá. Scénická prezentácia je jedným z najrozšírenejších, často dokonca jediným prostriedkom šírenia informácií o hudobno-tanečných prejavoch kultúrneho dedičstva v širokej laickej verejnosti. Folklórne hnutie tak čelí novým výzvam v zmysle jeho edukačnej funkcie ukotvenej i v dohovoroch UNESCO: šíriť informácie o umeleckých prejavoch KD v generácii 21. storočia prostriedkami a postupmi 21. storočia.

Folklórny festival je pre divákov, ale i interpretov a tvorcov miestom pomyselnej prezentácie vzorov tradičného umenia. Potenciál ovplyvňovať spôsob práce s materiálom v prostredí folklorizmu i stav povedomia o tradičnej kultúre a kultúrnom dedičstve u širokej verejnosti ukladá tvorcom mimoriadne zodpovedné úlohy ďaleko presahujúce osobné umelecké preferencie.

II. Folklórny festival a jeho organizačná štruktúra

Slovensko, podobne ako niektoré krajiny niekdajšieho východného bloku, si aj po roku 1989 zachovali systém organizácie folklórnych festivalov prostredníctvom samospráv a osvetových zariadení s rôznym rozsahom, geografickým zameraním dĺžkou trvania. Vyššie uvádzaná špecifickosť festivalov determinuje aj spôsob ich organizácie a dramaturgie (rôzne kompetencie organizátorov, spoluorganizátorov a spôsob financovania). Základom organizácie je identifikácia organizačnej štruktúry, kompetencií, časových harmonogramov a úloh, ideálne ukotvených v základných dokumentoch, akými sú Štatút festivalu a jeho dlhodobá Koncepcia. Východiskovými dokumentmi pri tvorbe organizačnej štruktúry a dramaturgie festivalu by mali byť Štatút festivalu a dlhodobá Koncepcia festivalu (zahŕňajúca organizačné i programové dlhodobé plány a návrhy riešení) a tiež správy odborných hodnotiteľov festivalov z ostatných aspoň 10 rokov. V neposlednom rade je vhodné analyzovať pripomienky autorov, stage manažérov, organizátorov a spoluorganizátorov, zápisnice zo zasadnutí Prípravných štábov a Programových rád, rozpočtové materiály a zmluvy a i podnety návštevníkov (napr. na základe online či fyzicky distribuovaných dotazníkov, kladených otázok, riadených interview a pod.).

Cieľom definovanej štruktúry je reflexia a uvedenie do praxe dlhodobých Koncepcií festivalov, optimalizácia procesov z hľadiska komunikácie internej a externej, optimalizácia procesov z hľadiska time-managementu, optimalizácia a zefektívnenie finančnej politiky s reflexiou aktuálnej finančnej situácie, skvalitnenie podmienok pre organizátorov, autorov, účinkujúcich a divákov festivalu a systematické, koncepčné budovanie festivalu ako značky kvality odbornej, umeleckej i organizačnej. Z hľadiska špecifickosti úloh a kompetencií existuje samozrejme viac modelov. Jedným z nich je nasledovná štruktúra riadenia festivalu:

¹ Právo prístupu ku KD na Slovensku zaručuje Ústava SR; základnými koncepčnými i legislatívnymi dokumentmi starostlivosti o nehmotné kultúrne dedičstvo sú Dohovor na ochranu NKD UNESCO, Koncepcia starostlivosti o TLK obsahujúca úlohy implementácie Dohovoru ratifikovaného SR v r. 2006, Stratégia kultúry a kreatívneho priemyslu do roku 2030 a Koncepcia udržateľného rozvoja NKD a TLK na rok 2020 – 2025. Ústredným orgánom štátnej správy pre KD i kultúrno-osvetovú činnosť je Ministerstvo kultúry.

Prípravný štáb festivalu

Tento vrcholný orgán vedie riaditeľ festivalu a v jeho kompetencii je organizačno-technické, ale aj programové zabezpečenie festivalu prostredníctvom zástupcov týchto útvarov. Členmi štábu sú i členovia Programového výboru/predseda Programovej rady festivalu, zástupca za oblasť marketingu/komunikácie, produkcie, tajomník festivalu, zástupcovia spoluorganizátorov (primátori, starostovia, zástupcovia VÚC). Štáb zodpovedá za zabezpečenie organizačnej, technickej, finančnej a propagačnej stránky festivalu a zosúladenie s programovou stránkou festivalu, úzko spolupracujúc s ostatnými útvarmi organizačnej štruktúry (Dramaturgická rada, Programový výbor/Programová rada). V prípade potreby sú jeho pravidelných dvojtyždňových (operatívne i častejších) zasadnutí účastní aj javiskoví technici a zástupcovia médií, scénograf, zástupcovia organizačno-technického zabezpečenia.

Tajomník festivalu je priamo podriadený Prípravnému štábu a Programovému výboru a v jeho kompetencii je vedenie a evidencia písomností, zasielanie pozvánok na rokovania, vyhotovovanie zápisov zo stretnutí, písomná komunikácia s účinkujúcimi, odosielanie a príprava podkladov pre zmluvy o spolupráci s jednotlivými zodpovedným útvarmi, príprava a distribúcia pozvánok a ďakovných listov.

Zástupcovia spoluorganizátorov (primátori, starostovia) koordinujú úlohy samospráv v mieste konania festivalov na základe vopred definovaných zmluvných vzťahov.

Rokovanie štábu zvoláva riaditeľ festivalu, v prípade potreby operatívne aj ktorýkoľvek z členov a vhodné je realizovať ich 1x mesačne ideálne striedavo v sídle hlavného organizátora a miesta realizácie festivalu, koordinovane so zasadnutiami miestneho zastupiteľstva.

Programový výbor festivalu

Programový výbor festivalu zložený z 3 či 5 členov môže v niektorých prípadoch nahradiť ako kolektívny orgán osobu predsedu Programovej rady s cieľom komplexnejšieho participatívneho vedenia dramaturgickej podoby festivalu. Vedie ho predseda a rozhodnutia sú prijímané konsenzuálne. Členmi sú odborníci na rôzne vedné disciplíny s dlhoročnou praxou v oblasti folklórneho hnutia a tvorby programov - etnochoreológovia, etnomuzikológovia, choreografovia, taneční a hudobní pedagógovia, etnológovia.

Pri tvorbe návrhu leitmotívu a programovej štruktúry daného ročníka Programový výbor/predseda Programovej rady vychádza z dlhoročne Konceptie festivalu. Výbor, alebo predseda Programovej rady pravidelne rokuje s celým Prípravným štábom, ktorého je členom.

Programový výbor resp. predseda Programovej rady (podľa potreby s užšou pracovnou skupinou) vytvára programovú štruktúru a harmonogram programov festivalu, zodpovedá za odbornú a umeleckú prípravu daného ročníka festivalu, vyberá autorov jednotlivých programov daného ročníka festivalu, koordinuje zasadnutia Programovej rady, spolupracuje s ostatnými organizačnými útvarmi. Zodpovedá za dodanie dotazníkov autorov (údaje), zmluvy s autormi, štábmi, ošetrovanie autorských práv, zmluvy o účinkovaní, výber odborných hodnotiteľov. Komunikuje s javiskovou technikou, architektom, koordinuje zabezpečenie rekvizít, výzdoby scény. Prostredníctvom tajomníka festivalu dbá na rozoslanie materiálov autorom a účinkujúcim (zmluvy, prezenčné listiny, zoznamy telefónnych čísel a zodpovedných, pokyny o ubytovaní a stravovaní etc.), spolupracuje pri návrhu rozpočtu, tvorbe vizuálu a mediaplánu atď. Zasadnutia Výboru zvoláva jeho predseda, účastní sú členovia, podľa potreby sú prizvaní i členovia ďalších útvarov. Vhodné je zvolávať zasadnutia raz týždenne podľa potreby.

Programová rada

Programovú radu festivalu tvoria autori programov, lektori, inšpicienti programov, stage manageri (zodpovední za rešpektovanie časových harmonogramov programov a skúšok, dodanie rekvizít, rešpektovanie technických požiadaviek scenárov a pod.), odborní a technickí pracovníci (rozhlasových a televíznych médií, javiskoví technici a pod.). Programovú radu vedie jej predseda, ktorý môže byť nahradený Programovým výborom. Rada zodpovedá za realizáciu programov daného ročníka festivalu, rešpektujúc jeho Konceptiu a návrh programu konkrétneho ročníka, reflektujúc aj cykly námetov, zriedka inscenované javy tradičnej kultúry (napr. obrady, práce a pod.), významné udalosti, aktuálne témy atď.

Členov Rady vymenúva riaditeľ festivalu na návrh Programového výboru/predseda Programovej rady a zvoláva ju jej predseda, alebo predseda Programového výboru minimálne raz mesačne, v koordinácii so zasadnutiami Prípravného štábu a Dramaturgickej rady festivalu, ideálne striedavo v sídle hlavného organizátora a mieste konania festivalu. Autormi programov sú odborníci na rôzne vedné disciplíny s dlhoročnou praxou v oblasti folklórneho hnutia a tvorby programov - etnochoreológovia, etnomuzikológovia, choreografovia, taneční a hudobní pedagógovia, etnológovia. Autori vyberajú účinkujúcich vo svojich programoch naplňajúc svoj autorský námet, koordinujú zaslanie dotazníkov o účinkujúcich Programovému výboru, zasielajú mu i svoj dotazník technických požiadaviek ku svojmu programu, scenáre a scénosledy programov, ktoré tvoria (vo vopred určenej vyhovujúcej komplexnej forme).

Na zasadnutiach Rady sú prítomní členovia Prípravného štábu, zástupcovia spoluorganizátorov, partnerov, javiskoví technici, zástupcovia televíznych a rozhlasových médií pre zefektívnenie práce (prieniky účinkujúcich, autorov a lektorov, techniky, rekvizít, vhodná medializácia a pod.). Dva až tri mesiace pred konaním festivalu je vhodné realizovať zasadnutie v mieste konania festivalu s javiskovými technikmi, kde každý autor programu detailne analyzuje svoje potreby s javiskovými technikmi (svetlo, zvuk, projekcia uvedené v dotazníku technických požiadaviek daného programu), stage manažérmi (rekvizity, scéna) a rozhlasovými/televíznymi technikmi a režisérom v prípade snímania (možnosti snímania, kamery, zvuk a pod.).

Dramaturgická rada

Festivaly s celoštátnou pôsobnosťou môžu v rámci organizačnej štruktúry mať aj Dramaturgickú radu – nezávislý, externý odborný orgán, ktorý dlhodobu koncepčne formuje festival tak z hľadiska dramaturgie, ako aj zonácie priestorov, rozširovania spolupráce, usmerňovania poslania festivalu s ohľadom na stav vedeckého poznania, situácie v spoločnosti a potrieb folklórneho hnutia i kultúrno-spoločenského diania vo všeobecnosti. Členmi Dramaturgickej rady sú externí odborníci na rôzne vedné disciplíny s dlhoročnou praxou ideálne aj v oblasti folklórneho hnutia a tvorby programov - etnochoreológovia, etnomuzikológovia, choreografovia, taneční a hudobní pedagógovia, etnológovia. Dramaturgická rada schvaľuje leitmotív, programovú štruktúru predloženú Programovým výborom alebo predsedom Programovej rady. Zároveň sa vyjadruje k lokalizácii programov, výtvarnej stránke scén a areálu. Môže byť zvolávaná jej členmi, Prípravným štábom, Programovým výborom/predsedom Programovej rady minimálne dvakrát ročne, prípadne i operatívne podľa potrieb festivalu.

Príprava festivalu “v skratke”

Harmonogram prác pri príprave a realizácii festivalu predstavuje systém, zjednodušene zahŕňajúci:

- **prípravu programu:** prípravu aktuálnej dramaturgicko-programovej koncepcie, definovanie leitmotívu daného ročníka s reflexiou dlhodobej dramaturgickej Koncepcie, tvorba programovej štruktúry, návrh rozpočtu, vytvorenie realizačného tímu (návrh a menovanie členov Programovej rady, vytvorenie organizačného a technického štábu), zasadnutia Programovej rady a realizačného tímu (Prípravný štáb), konzultácie so spoluorganizátormi a externými spolupracovníkmi, komunikáciu s médiami, stanovenie počtov a výber účinkujúcich, výber remeselníkov, návrh hodnotiteľov, výber, komunikáciu a organizáciu pobytu zahraničných účinkujúcich, prípravu scenárov, predbežného harmonogramu programov, skúšok a podujatí, výber a organizáciu javiskovej techniky (na základe technických požiadaviek autorov), vytvorenie a odovzdanie menovacích dekrétov, pozývacích a ďakovných listov, zaobstaranie podkladov pre zmluvy s autormi, inšpíciou, pripravovateľmi a štábmi, zabezpečenie licencií, umeleckých zväzov, organizáciu odbornej konferencie či seminára, vysporiadanie autorských práv, vyhotovenie, rozoslanie a spracovanie dotazníkov autorov, štábov, účinkujúcich, rozoslanie materiálov autorom a účinkujúcim (zmluvy, objednávky, prezenčné listiny, zoznamy telefónnych čísel a zodpovedných osôb jednotlivých teamov a úsekov, organizačné oznamy o ubytovaní a stravovaní etc.), vytvorenie definitívnych scenárov a scénosledov programov, krízových variantov programov, vytvorenie podkladov a plagátu, skladačky, bulletinu v jazykovej mutácii, tvorbu zmlúv o účinkovaní, autorských zmlúv, dohôd o vykonaní práce, zabezpečenie rekvizít, výzdoby scény;

- **organizačné zabezpečenie:** návrh rozpočtu, verejné obstarávanie, komunikáciu a organizáciu ubytovania, stravovania, dopravy účinkujúcich, autorov, realizačného teamu, zabezpečenie

požiarnej, zdravotnej, bezpečnostnej služby, komunikáciu s dopravcami vlakov a autobusov, vytvorenie rozvrhov ubytovania, stravovania, dopravy, parkovania, šatní, starostlivosť o VIP hostí;

- **aktivity pre zabezpečenie sponzoringu a medializácie:** oslovenie a komunikáciu so sponzormi, návrh vizuálu, claimu v súlade s leitmotívom, vytvorenie sponzorských listov, medializáciu a propagáciu podujatia, prípravu tlačových správ a konferencií, tvorbu a zabezpečenie odvysielania reklamných televíznych a rozhlasových spotov, zabezpečenie televíznych prenosov, tvorbu, realizáciu a vyúčtovanie mediálnej komunikácie, tlač a distribúciu propagačných materiálov, tlač vstupeniek;

- **záverečný postprocessing - vyhodnotenie festivalu** po stránke programovej, ekonomickej, organizačno-produkčnej, marketingovo-propagačnej a pod.

V praxi však tento výpočet jednotlivých úloh a krokov vyžaduje systematickejšie definovanie kompetencií, harmonogramu a špecifik. Pokúsím sa preto bližšie charakterizovať organizáciu a dramaturgiu festivalu s ohľadom na dlhoročné skúsenosti z praxe.

Personálne zabezpečenie

Výber spolupracovníkov technicko-organizačného a scénicko-výtvarného i grafického zabezpečenia v rámci celého Prípravného štábu napomáha na základe analýzy doterajšej spolupráce, osvedčenia, reflektujúc finančné, umelecké i organizačné možnosti a potreby festivalu v zmysle Štatútu, Koncepcie nájsť najkonštruktívnejšie, efektívne riešenie a potrebnú aktualizáciu/optimalizáciu. Potrebné je brať do úvahy špecifiká festivalu, rozsah a zameranie festivalu, reálne možnosti a ekonomickú situáciu, ako aj priority v rámci poslania festivalu. Jednotlivé tímy sa môžu dlhoročne opakovať, s príberaním nových členov spočiatku do pomocných funkcií s cieľom získavania praktických a odborných skúseností (napr. Inšpicienti, postupne autori mimoscénických menších programov atď.).

Personál festivalu tvoria:

- autori programov, lektori, inšpicienti, hudobníci, účinkujúci, sprievodcovia, tlmočníci, moderátori programov;
- manažéri šatní, javiskovej techniky, rekvizít, stage manažéri (primárne z osvedčených a domácich);
- manažéri dopravného, informačného, požiarneho, bezpečnostného úseku, realizátori inštalácií (v areáli, na scéne), pracovníci zdravotníckeho úseku, úseku hygieny, informačného úseku (primárne domáci a osvedčení);
- javisková technika: technici zodpovední za osvetlenie, ozvučenie, projekciu, režiséri týchto zložiek (najmä na základe výsledkov verejných súťaží);
- grafici a autori vizuálu festivalu, grafických printových médií, online, videoteaserov a scénografi (na základe výsledkov verejných súťaží, prípadne v kooperácii s kreatívnymi umelcami, študentmi a pod.);
- technici a režiséri rozhlasových, televíznych, prípadne online prenosov.

Jednotlivé funkcie v závislosti od ekonomických, personálnych možností a rozsahu festivalu môžu byť kumulované, prípadne nahrádzané kreatívnym, zručným personálom inštitúcie, organizátora, samosprávy, dobrovoľníkmi a pod. v závislosti od typu práce. Dôležité je zachovanie kontinuity kvalitnej spolupráce a zaúčanie nových členov, a tiež neustála komunikácia jednotlivých úloh a špecifikácií počas zasadnutí Prípravného štábu a Programovej rady. Menovanie jednotlivých členov v dostatočnom, ideálne ročnom predstihu môže plynulej organizácii výrazne napomôcť.

Administratívne zabezpečenie festivalu

Administratívne zabezpečenie festivalu predstavuje najmä tvorbu zmlúv (autorských a licenčných, o spolupráci, o účinkovaní), informačných listov (pre autorov, štáby, účinkujúcich), pozvánok (na zasadnutia útvarov, pre VIP hostí, pre účinkujúcich) a zápisníc (zo zasadnutí útvarov, z vyhodnotení a pod.). Úvodnú spoločnú komunikáciu celého Prípravného štábu s právnym oddelením/právnikom a ekonomickým oddelením/ekonomom vyžaduje tvorba základných typov zmlúv a následných špecifických zmlúv so spoluorganizátormi a partnermi (reklamní, mediálni). Systematické riešenie tvorby a obehu písomností (pozvania, zápisnice) zefektívni procesy a zabezpečí dokumentáciu s cieľom budúcej reflexie a skvalitňovania organizácie festivalu. Zmluvy realizuje následne tajomník

festivalu v kooperácii s oddelením produkcie, prípadne marketingu/komunikácie na základe podkladov týchto oddelení a Programového výboru/predseda Programovej rady (podklady pre zmluvy s autormi a účinkujúcimi). Zmluvy o spolupráci je potrebné uzatvoriť tak so spoluorganizátormi, ako aj partnermi (reklamní, mediálni) a ďalšími inštitúciami a organizáciami (napr. ÚĽUV, SOZA a iné). Pri tvorbe zmlúv s reklamnými a mediálnymi partnermi je potrebné vopred presne (napr. aj s obhliadkou priestoru) odkomunikovať mediálne plnenie, rajonizáciu, branding, merch, aby sa predišlo kontraproduktívnemu “komerčnému efektu” a rušeniu priestoru pre programy in situ.

Pri tvorbe podkladov (zmlúv, technických požiadaviek) je vhodné vytvoriť si systém dokumentov (dotazníky účinkujúcich, dotazníky autorských štábov, dotazníky technických požiadaviek jednotlivých programov). Na základe dlhoročných skúseností je vhodné vytvorenie typov programových dokumentov, vhodných tak pre autora, inšpicientov, účinkujúcich, ako aj pre televíznych technikov a pracovníkov javiskovej techniky (zvukári, osvetľovači, manažéri projekcie). Majú obsahovať mená účinkujúcich, popisy programových čísel (s opisom priestorových foriem, textom, minutážou), pokyny nástupov a odchodov na a zo scény, pokyny pre osvetľovačov, zvukárov, projekciu.

V kompetencii tajomníka festivalu, ktorému členovia Prípravného štábu zadávajú podklady, je vytvorenie efektívneho, praktického tlačeného kontaktného adresára členov štábov, Programovej rady (autori, lektori, inšpicienti, stage manageri), javisková technika a pod. Tie sú distribuované všetkým autorom, inšpicientom, lektorom, manažérom, javiskovej technike, prípadne rozhlasovým či televíznym štábom pre optimalizáciu efektívnej a rýchlej komunikácie počas festivalu.

Tajomník festivalu prípadne s ďalšími pomocníkmi na základe podkladom Programového výboru/predseda Programovej rady a produkčného oddelenia vytvára a distribuuje s aspoň dvojmesačným predstihom informačné listy všetkým účinkujúcim, autorom a pod. Tajomník festivalu tvorí i zápisnice zo všetkých rokovaní, zasadnutí, vyhodnotení a archivuje ich. Na základe podkladov Programového výboru/predseda Programovej rady vytvára aj pozvania a informačné listy i zmluvy o účinkovaní pre zahraničné kolektívy a hostí v aspoň jednej, anglickej jazykovej mutácii.

Ekonomické zabezpečenie festivalu

Už spomínané špecifiká organizácie jednotlivých festivalov determinujú aj spôsoby ich financovania a nastavovania rozpočtovej politiky. V súčasnosti je pre folklórne festivaly charakteristické viaczdrojové financovanie (samosprávy, dotačné schémy FPU, FPKNM, nadácií, inštitúcií, sponzorské príspevky, príjmy zo vstupného, predaja merchu atď.).

Rozpočet festivalu

Pri tvorbe rozpočtu festivalu je vhodné vychádzať z predchádzajúcich aspoň 5 ročníkov podujatia, berúc do úvahy prípadnú infláciu, zvyšovanie cien produktov a služieb a tiež celospoločenskú situáciu. Spoločné participatívne riešenie návrhu i schvaľovania rozpočtu všetkými zainteresovanými zložkami (Prípravný štáb v kooperácii s právnym a ekonomickým oddelením, spoluorganizátormi) umožňuje efektívne, hospodárne, na základe dlhoročných skúseností, aktuálnych potrieb, reálnych možností a preferencií účastníkov folklórneho festivalu najoptimálnejšie nastavenie finančnej politiky festivalu. Jednotlivé rozpočtové položky je potrebné rozčleniť na väčšie celky (ubytovanie, stravovanie, doprava, technika, honoráre a pod.), následne členené na špecifikované podskupiny (ubytovanie – účinkujúci, štáb organizačný, štáb programový, hostia, zahraniční účastníci; honoráre – autori, lektori, moderátori, účinkujúci, hodnotitelia, služby – svetelná réžia, zvuková réžia a pod.). Tabuľky rozpočtových položiek je vhodné prakticky koncipovať s reflexiou jednotlivých dní (nocľah, stravovanie počas jednotlivých dní – raňajky, obed, večera a pod.). Súčasťou vyhodnotenia ročníka má byť komplexná analýza príjmov, výdavkov a čo najskôr po vyhodnotení ročníka i plán stanovený na ďalší ročník, vychádzajúc z aktuálneho.

Návrh rozpočtu na ďalší ročník je vhodné tvoriť po vyhodnotení predošlého ročníka na základe doplnenia informácií o konkrétnych nákladoch, s cieľom optimalizácie za účelom zefektívnenia finančných prostriedkov a tiež reflexie vývoja cien v krajine. Odporúčam exklúziu kooperácie s event-agentúrami a komerčnými agentúrami nielen z dôvodu finančného navýšenia, ale i praktickej efektívnej spolupráce in situ.

Cenová politika vstupného

Špecifickou témou každého festivalu je cenová politika vstupného. Pri jej tvorbe je potrebné brať do úvahy:

a) cieľovú skupinu z hľadiska:

- pôvodu: potrebné je prispôbiť vstupné kúpnej sile cieľovej skupiny – regionálny divák, lokálny návštevník (s prípadnou zľavou pri preukázaní sa bydliskom v lokalite), návštevníci z celého Slovenska, ktorí musia pri návšteve investovať aj do cestovného/ubytovania a pod.;
- vekovej štruktúry: potrebné je prispôbiť vstupné deťom, dôchodcom, študentom a pod.;
- reflexie znevýhodnených skupín (osoby s ŤZP a pod.);

b) štruktúru programov z hľadiska:

- časového harmonogramu (rozčlenenie vstupeniek podľa dní, programových blokov, konkrétnych programov, zaradenie permanentky);
- účinkujúcich (reflexia programov headlinerov a pod.);
- rozsahu programov (možnosť návštevy interaktívnych programov zároveň s javiskovými, „zóny“ vstupného a pod.).

Vhodný je i prieskum cenovej politiky vstupného s porovnateľnými festivalmi. Výzvou je transformácia dodnes rozšíreného pohľadu na folklórne podujatia ako aktivity, ktoré majú byť ponúkané zadarmo, čo na jednej strane môže prilákať viac návštevníkov, na druhej strane znemožňuje financovanie programov a technického i personálneho zabezpečenia, no zároveň podvedome znižuje hodnotu prezentácie tradičného umenia v porovnaní s inými umeleckými žánrami. Osobitným faktorom je vstupné ako súčasť festivalového rozpočtu – v tomto prípade je vhodné jeho výšku predpokladať s reflektovaním všetkým možným negatívnym faktorom (počasie, konkurenčné aktivity a pod.). Participatívne riešenie návrhu i schvaľovania súm vstupného všetkými členmi Prípravného štábu umožňuje efektívne, na základe dlhoročných skúseností, reflexie ostatných folklórnych festivalov, aktuálnej ekonomickej situácie (organizátora i diváckej verejnosti), cieľovej skupiny (odlišnej od komerčných open-air festivalov modernej hudby) čo najoptimálnejšie nastavenie vstupenkovej politiky festivalu a môže prispieť k eliminácii nekorektných externých pripomienok. V prípade dostatočného časového predstihu finalizácie cien je možné vstupenky následne promovat' a predávať i ako darček na Vianoce, sv. Valentína a pod.

Organizačné zabezpečenie festivalu

Organizačné zabezpečenie festivalu je jednou z najväčších výziev Prípravného štábu aj vzhľadom k často vopred nepotvrdenému rozpočtu (známemu až po vyhodnotení grantov, definovaní rozpočtu rezortu, samospráv a pod.).

Napriek tomu jeho systematická realizácia môže mať každoročne definované etapy a harmonogram prác, postupne vždy aktuálne prispôbovaný.

Medzi základné úlohy patrí zabezpečenie:

- ubytovania (primárne je ubytovanie autorov, lektorov, hudobníkov a technikov v areáli či blízkom okolí a zabezpečenie ubytovania účinkujúcich v ekonomicky, hygienicky i geograficky vhodnom priestore, reflektujúc časový harmonogram ich pobytu a vzdialenosti);
- stravovania a pitného režimu (rešpektujúc hygienické a stravovacie normy, časový harmonogram programov a skúšok, špecifické diétne obmedzenia a pod.);
- dopravy (autorov, štábov, účinkujúcich), rešpektujúc legislatívne a ekonomické predpisy, platné smernice, ale aj reálne náklady účinkujúcich a autorov. Vhodné je zabezpečiť autobusy pre zahraničné kolektívy (z letísk, od hraníc), kyvadlovú dopravu (z areálu do dediny/mesta, do ubytovacích zariadení štábu, na vlakovú/autobusovú stanicu) a služobné vozidlá s možnosťou prepravy osôb aj menšieho nákladu (tlačoviny, technika, nástroje a pod.). Hradenie dopravy účinkujúcich sa realizuje v zmysle platných smerníc, či ako príspevok na dopravu. Všetky poskytované služby (doprava, ubytovanie, stravovanie a pod.) musia byť definované v zmluvách o spolupráci, o účinkovaní, o vytvorení diela a pod.;
- javiskovej techniky (osvetlenie, ozvučenie, projekcia a pod.). Na základe podkladov Programového výboru a programovej rady, uvedených v dotazníkoch technických požiadaviek jednotlivých autorov, sú vytvorené podklady pre verejnú súťaž firmy javiskovej techniky. Ideálne

- je finalizovať proces do skorých jarných mesiacov z dôvodu následnej úzkej komunikácie s autormi, médiami a pod.;
- bezpečnostnej služby (stráženie areálu, techniky) s reflexiou potrebného oddychu aj pri nočnej prevádzke a viacerých priestorov;
 - odvozu komunálneho odpadu a čistenia areálu priebežne (vrátane odpadovej politiky s ekologickým zameraním: recyklovateľný riad a pod.);
 - hasičskej služby;
 - zdravotnej služby, reflektujúc smernice v zmysle počtu zdravotníckych pracovníkov a techniky na počet návštevníkov a so zabezpečením osobitného priestoru pre ňu a pod.

Krízový variant

Pri organizácii festivalu je nevyhnutné počítať i s krízovými variantmi, ktoré môžu zapríčiniť faktory vis maior (počasie, pandemická situácia, živelná katastrofa, ohrozenie a pod.). V prípade riešenia krízového variantu programu je potrebné vopred stanoviť nielen harmonogramy programov, skúšok a náhradné priestory pre jednotlivé programy (prestrešené, počtovo limitované a pod.), ale uviesť aj kontaktné osoby, ktoré k rozhodnutiu dospieť a majú presuny zabezpečiť. Zodpovední členovia Prípravného štábu tak musia vo vopred určenom dostatočnom časovom predstihu (reflektujúc napr. vývoj počasia sledovaného družicou a pod.) urobiť rozhodnutie a informovať autorov programov, javiskových technikov, stage manažérov, pracovníkov technického, v prípade potreby aj zdravotného, bezpečnostného, hasičského úseku a informovať i prostredníctvom informačného strediska (v súčasnosti aj napríklad formou informácie vo festivalovej aplikácii).

Krízový “online” variant celého festivalu sme si mali možnosť v období pandémie po prvý raz vyskúšať hneď na niekoľkých festivaloch. Prináša však aj pozitíva - originálne, inovatívne typy programov s dokumentačnou a vzdelávacou pridanou hodnotou, aké by nebolo možné v areáloch amfiteátrů uvádzať naživo.

Priestorové zabezpečenie festivalu

Rajonizácia areálu

Medzi najdôležitejšie časti prípravy festivalu z hľadiska organizačného i programového patrí sofistikovaná rajonizácia priestoru. Participatívne riešenie – návrh, komunikovanie a schvaľovanie rajonizácie v rámci celého Prípravného štábu umožňuje najoptimálnejšie, efektívne, odborne, umelecky, ekonomicky konštruktívne a sofistikované riešenie zón festivalu na základe dlhoročných skúseností, aktuálnych potrieb programových tvorcov, organizačných a technických spolupracovníkov, partnerov, reflektujúc Koncepciu a Štatút festivalu, jeho špecifiká, reálne možnosti a ekonomickú situáciu, ako aj priority a poslanie festivalu.

Vhodné je mať vytvorenú aj grafickú mapu celého areálu konania festivalu, s uvedením pevných stavieb, hľadiska, s identifikáciou vchodov, vstupov, prekrytí, rozmerov jednotlivých plôch. Areál je možné členiť podľa typu festivalu na rôzne zóny (napr. stravovacie centrum, informačné centrum, jarmoky, oddychové zóny, zóna pre reklamných partnerov, priestory javiska/javísk, hľadiska/hľadísk, festivalové stany, VIP zóna, ai.).

Vhodné je zakreslenie i ďalších priestorov (napr. Dom kultúry, úrad samosprávy, kostol, komunikácia a pod.), kde sa jednotlivé programy môžu odohrávať. Rajonizáciu je nutné vykomunikovať na prvých zasadnutiach Prípravného štábu zohľadňujúc programovú a estetickú stránku festivalu.

Rajonizácia sa týka aj rozmiestnenia programov na jednotlivé scény a do mimoscénických priestorov podľa zamerania (interiér pre komorné programy, špecifické zvukovo-priestorové faktory zohľadňujúce programy detských interpretov, nočných zábav a pod.). Nemenej dôležité je rozmiestnenie šatní tak pre jednotlivé scény, ako aj typy programov, rešpektujúc počet účinkujúcich (vopred stanovený pre daný program), počet prezlekov, hudobné nástroje, čas programu a pod. V ostatnom období je i vzhľadom k rozšírenej ponuke najrozmanitejšieho tovaru čoraz dôležitejšia rajonizácia remeselných zón. Remeselné zóny možno členiť, napríklad na 3 typy podľa produktov: centrálny priestor - tradičné výrobky s ukážkami remeselných postupov, dôležitá komunikácia - ručné remeselné výrobky inšpirované tradičnými postupmi, vedľajší priestor v prípade potreby -

jarmočný tovar. Tu je možné využiť aj miestne komunikácie a dôležitá je podpora miestnych predajcov, regionálnych produktov a pod. i z hľadiska budovania regionálnej identity festivalu.

Z praxe je vhodné vopred vytvoriť nákras rozmiestnenia stánkov, presné rozmery prípojky vody, elektriny a pod. Rovnako je vhodné vytvoriť zoznamy pre jednotlivé zóny a návratky, kde musí predajca špecifikovať rozmery stánku, typy produktov, a pripojiť fotografiu produktov aj stánkov (z tematických aj estetických dôvodov). Manažér tohto priestoru má v kompetencii kontrolu in situ, pri nedodržaní aj následné vylúčenie. V jednotlivých ročníkoch je možné k predaju zaradiť vo vhodnom priestore umiestnený aj "krojový bazár" tak tradičných odevných a obuvných súčastí, ako aj potrieb pre tanečné kolektívy (tanečná obuv, klobúky, látky, stuhy a pod.).

Z dôvodu inovácie programu, ale aj v dôsledku nových spoločensko-kultúrnych trendov je vhodné neustále hľadať nové typy scén. Môžu nimi byť napríklad priestor tradičnej dediny z regiónu (slúžiaci ako občerstvovacie centrum, priestor pre školy tanca, spevu, ľudové divadlo, ukážky odevu, diskusie, ukážky pracovných postupov a pod.), nový napr. industriálny priestor pre multižánrové produkcie (stará hala družstva, dvor a pod.), malé javiská v priestore areálu, obce/mesta, originálne scény vo festivalovom areáli (exteriérové mobilné riešenie, prírodné materiály - scénická intimita). Viditeľný, avšak program nerušiaci priestor je potrebné vyhradiť ako informačné stredisko, zabezpečené rozhlasom, elektrickou a vodovodnou prípojkou (v prípade núdze) a tiež online pripojením. Po obhliadke areálu je rajonizáciu vhodné navrhnúť a komunikovať v Prípravnom štábe čo najskôr, ideálne po vyhodnotení predošlého ročníka festivalu.

Javiskové priestory

tvoria samostatnú kapitolu pri realizácii festivalu. Vyžadujú vhodný architektonický návrh rešpektujúci režijné a dramaturgické princípy, možnosti osvetlenia, ozvučenia, projekcie, televízneho snímania viacerými kamerami, možnosti viacerých vstupov na javisko (ideálne z rôznych strán) a tiež efektívne riešenie plochy javiska (zväčšenie, zmenšenie výkrytmi, viaceré horizontálne i vertikálne plány javiska s doplnením praktikáblokových pódíí a pod.). Dôležitá je aj vzdialenosť javiska a hľadiska a možnosti jeho celého nasvietenia a nazvučenia, bez hluchých plôch, a tiež sklon hľadiska a zorný uhol pohľadu divákov v kotli amfiteátra, čo najmenej limitovaný vzdialenosťou, nosníkmi prestrešenia, výškou javiska a pod. Prestrešenie javiska musí byť vytvorené citlivo, s ohľadom na svetové strany (tiene v rôznych časoch) a možnosti viditeľnosti a osvetlenia. Vhodné je vytvoriť aj možnosť zastrešenia hľadiska v prípade nepriaznivého, alebo veľmi slnečného počasia (vzhľadom ku globálnemu vývoju počasia sa naše festivaly časovým harmonogramom možno priblížia večerným festivalom známym napr. v mediteránných krajinách). Celková **výzdoba scény** má reflektovať regionálne špecifiká, zameranie festivalu, a zároveň rešpektovať rôzne výrazové prostriedky autorov jednotlivých programov dostatočne univerzálne, bez zbytočných gýčových a neúčelných doplnkov, reklám, s využitím prírodných materiálov (drevo, kameň, živé kvety, čečina, stromy a pod.).

Súčasnou výzvou je estetické a zároveň funkčné umiestnenie LED obrazovky, ktorá nemá program (ani jeho prípadný televízny záznam) rušiť, ale dopĺňať (napr. starými fotografiami, zobrazeniami posúvajúcimi dej), resp. špecifikovať (napr. názvy kolektívov a pod.). Potrebné je osobitnú obrazovú stopu v prípade televíznych záznamov ponúknuť aj do prenosového vozu s dôvodu vyššej kvality pri strihu. Počas prestávok môžu LED obrazovky prezentovať reklamných partnerov, v úvodoch programov znelku či animovaný teaser festivalu, vizuál a pod., dopĺňajúc tak jednotný komunikačný jazyk daného ročníka festivalu.

Priestory realizácie programov

V závislosti od miesta konania, rozsahu, zamerania môže mať festival viac scénických i mimoscénických typov programov, realizovaných v rôznych priestoroch (amfiteáter, areál, stany, stodola, Dom kultúry, kostol, miestna komunikácia, domy v lokalite, industriálny priestor, miestna farma a pod.). Tie je potrebné špecifikovať v zmluve o spolupráci s miestnou samosprávou a definovať aj celoročnú a predfestivalovú starostlivosť o ne (stavebné opravy, úpravy, kosenie, čistenie, nátery a pod.).

Ako príklady uvádzame návrhy typov scén a personálne zabezpečenie starostlivosti o ne z hľadiska personálneho zabezpečenia realizácie programov. K tomu je potrebné pripočítať pracovníkov pre

technické zabezpečenie (voda, elektrina), upratovacie čaty a stráženie priestorov, berúc do úvahy množstvo techniky, časový harmonogram scén, množstvo rekvizít, cieľovú skupinu a jej počet.

A) Veľká scéna - amfiteáter

- personálne zabezpečenie: 1 hlavný inšpicient (hlavný stage manažér), 1 hlavný manažér rekvizít a stavu scény so 4 pomocnými pracovníkmi, 1 hlavný manažér šatní a sociálnych zariadení s 2 pomocnými pracovníkmi, hlavní manažéri javiskovej techniky (svetlo, zvuk, projekcia podľa možností firmy zaezpečujúcej javiskovú techniku). Kontakty na nich sú vopred distribuované v písomnej podobe všetkým autorom, inšpicientom a lektorom, ako aj televíznym a rozhlasovým pracovníkom a pracovníkom javiskovej techniky spolu s kontaktami na ostatných autorov, lektorov, inšpicientov. Rovnako je tomu v prípade ostatných typov scén/programov.

- priestor: pri **návrhu scény** je vhodná spolupráca architekta s režisérmi a svetelnými a zvukovými režisérmi a technikmi. Osobitou stránkou je použitý materiál, zohľadňujúci akustické vlastnosti a regionálne špecifiká (napr. drevené trámy v oblasti drevenej architektúry, pletené prútie v oblasti košíkárstva a pod.). Dôležité je tiež vopred brať do úvahy umiestnenie javiskovej techniky (reproduktory, svetelný park), aby k existujúcej konštrukcii javiska a prestrešenia nebolo nutné doplnkovo stavať ground support - kovové konštrukcie na záves techniky. Drevená podlaha je efektívna, opraviteľná, avšak vhodné je doplnenie ideálne tmavohnedého baletizolu pre potreby tanečných programov (táto farba je vhodná aj z hľadiska svetelného dizajnu). Rozmery javiska závisia od možností investora, avšak dostatočná šírka (aspoň 10-12m) a hĺbka (aspoň 8m) už ponúkajú možnosti realizovať režijné zámery konštruktívne. Ide o zvyčajne divácky najvýznamnejšiu scénu, ktorá často pomyslene definuje festivalovú prezentáciu. Scéna má poskytovať priestor pre prezentáciu galaprogramov, programov zahraničných i domácich kolektívov rôzneho typu a rozsahu, ale aj prezentáciu sólistov, najrozmanitejšie multižánrové prezentácie, a najmä autorské tematické programy spracúvajúce rôzne témy, so zapojením viacerých kolektívov, divákov, využívaním mimoscénických priestorov, zvláštnych efektov javiskovej techniky, prípadne s možnosťou televízneho či rozhlasového snímania.

B) Malá scéna

- personálne zabezpečenie: 1 hlavný inšpicient (stage manažér), 1 hlavný manažér rekvizít a stavu scény s 2 pomocníkmi, 1 hlavný manažér šatní a sociálnych zariadení, hlavní manažéri javiskovej techniky.

- priestor: podľa rozmeru, umiestnenia javiska a jeho funkcie je vhodné reflektovať rovnaké podmienky, ako v prípade veľkej scény. Táto scéna je však zvyčajne bližšia divákovi, a tak umožňuje istú interaktivitu účinkujúcich a divákov. Je mimoriadne vhodná pre regionálne programy, detské programy, prehliadky tradičného odevu s komentármi, prezentáciu zvykov, obradov, tradičných masiek, rozhovory s remeselníkmi, prezentáciu kolektívov po sprievodoch, hry ľudového divadla, interaktívne aktivity pre deti.

C) Stan/stodola

- personálne zabezpečenie: 1 hlavný inšpicient (stage manažér) s pomocníkom, 1 hlavný manažér rekvizít a stavu priestoru s 1 pomocníkom, 1 hlavný manažér javiskovej techniky.

- priestor: zvyčajne krytý, uzatvorený, resp. uzatvárateľný priestor rôznych rozmerov. Pri jeho stavbe alebo objednávaní je potrebné poradiť sa aj so zvukovým režisérom a programovým vedením festivalu (materiály, rozmery, akustické vlastnosti, vnútorná dispozícia, materiál podlahy a pod.) pre rôzne typy programov. Vhodné je tu realizovať napr. interaktívne školy spevu, tanca, tanečné zábavy, koncerty, prezentácie, semináre, workshopy, diskusné panely, či niektoré typy výstav a pod. Priestory môžu slúžiť aj v prípade krízových variantov programov.

D) Detský svet

- personálne zabezpečenie: 1 hlavný inšpicient (stage manažér), 1 hlavný manažér rekvizít a stavu priestoru a pomocníkom, 1 hlavný manažér techniky.

- priestor: potrebné je vyčleniť ohraničený priestor, ideálne na rovnejšej ploche, prípadne pod stromami, alebo s tienením/čiasťoučným prestrešením. Potrebné je rozčleniť ho na zóny podľa aktivít, prípadne doplniť mobiliárom (stoly, lavice pre remeselné dielničky), ozvučením a pod. Vhodné je do istého veku podmieniť prítomnosť detí prítomnosťou rodiča a doplniť pitný režim.

E) Kultúrny dom/Etnodom/Výstavná sieň

- personálne zabezpečenie: 1 hlavný manažér rekvizít a stavu priestoru, 1 hlavný manažér javiskovej techniky.

- priestor: definovaný priestor je vhodné tematicky dekorovať a doplniť podľa typu aktivít prípadným mobiliárom, výstavnou technikou, premietacím zariadením a pod. Okrem výstavných, filmových produkcií ide aj o priestory vhodné na rozpravy, diskusné panely, komorné typy programov, divadelné predstavenia, prednášky, rozhovory, koncerty a pod. Priestory môžu slúžiť aj v prípade krízových variantov programov.

F) Kostol, chrám

- personálne zabezpečenie: 1 zodpovedný manažér, v prípade potreby zvukový a svetelný technik, prípadne technici rozhlasového/televízneho záznamu.

- priestor: komorný priestor s mimoriadnou atmosférou je vhodné využiť v prípade komorných programov najmä hudobno-speváckeho zamerania, slovesné prezentácie, programy s témami vyžadujúcimi istú intimitu a atmosféru. Možno je zapojiť i rozhlasový alebo televízny prenos (vhodná akustika, svetelné možnosti a pod.).

G) Obecný, mestský úrad

- personálne zabezpečenie: zvyčajne je postačujúca jedna kontaktná osoba

- priestor: v závislosti od programu a možností samosprávy a zastupiteľstva je možné realizovať tu sprievodné výstavy, ale aj prijatia kolektívov, zahraničných kolektívov, hostí a pod.

H) Areál

- personálne zabezpečenie: hlavný inšpicient s 2 pomocnými pracovníkmi (kontrolujú aj zonáciu areálu na základe rozhodnutia Prípravného štábu), 1 hlavný manažér rekvizít a stavu priestoru s 2 pomocníkmi, 1 hlavný manažér javiskovej techniky, prípadne 1 hlásateľ festivalového rozhlasu (uvádza aktuálne informácie – program, organizačné pokyny, oznamy a pod.)

- priestor: tematicky vhodne dekorovaný priestor (v závislosti od tradičného hospodárenia, spôsobu života napr. nížinných poľnohospodárskych, alebo horských pastierskych oblastí) je možné využiť ako mimoriadne dôležitý komunikačný i programový priestor (ukážky remesiel, tradičného odevu, sprievod, prechádzanie tradičných postáv obecných funkcionárov, masiek, umiestnenie informačného centra, tvorivých dielní, vyhrávania muzík, menších škôl spevu a pod.)

I) Tradičné obydlie alebo hospodárska stavba (drevenica, múranica v obci, stodola a pod.)

- personálne zabezpečenie: podľa typu programu je postačujúci jeden manažér/kontaktná osoba, prípadne zvukový technik a pracovník zodpovedný za výzdobu/rekvizity.

- priestor: vhodné je využitie priestoru v jeho tradičnej funkcii - ako ukážku tradičného spôsobu života, bývania, prípadne hospodárenia, pracovných postupov a pod. Podľa zamerania daného ročníka festivalu a leitmotívu je možné akcentovať istú tému (napr. Výstava svadobnej výbavy v truhlici nevesty a pod.). Priestory sú vhodné aj na interaktívnu prezentáciu a ochutnávku tradičnej kuchyne a pod.

J) Stravovacie centrum, parkoviská, stanové mestečko a pod.

- personálne zabezpečenie: 3 hlavní inšpicienti s min. 6 pomocnými pracovníkmi. Kontrolujú aj rajonizáciu týchto priestorov, stanovenú členmi Prípravného štábu festivalu.

- priestor: výzvou produčného a programového tímu je zabezpečenie stravovania autorsko-organizačného štábu a stoviek účinkujúcich počas trvania festivalu (i tesne pred ním v prípade štábu) tak, aby harmonogram výdaja stravy a miesto jej podávania boli v súlade s celkovým harmonogramom programov, skúšok a rajonizáciou festivalu. Efektívne môže byť prenajatie prekrytého stanu s pívnyimi setmi a podlahou, podávanie balenej stravy, či spolupráca s miestnymi jedálenskými zariadeniami. V prípade potrebnej verejnej súťaže je nutné podmienky open-air festivalu a hygienických faktorov špecifikovať rovnako v podmienkach. Občerstvenie počas

podakovaní účinkujúcim a občerstvenie vo VIP zóne je v réžii organizátora podľa jeho aktuálnych možností, pričom je možné zvážiť i spoluprácu s regionálnymi hotelovými školami a pod.

Stravovanie pre návštevníkov v občerstvovacej zóne má okrem rešpektovania hygienických podmienok rešpektovať aj zonáciu priestoru, snahu o estetickosť predaja, cenovú hladinu cieľových skupín a rozmanitosť ponúkaných produktov (reflektujúc cieľové skupiny, ale aj regionálnu gastronómiu, tradičné jedlá a pod.). Prezentácia tradičnej gastronómie (s ukážkami receptov a postupov) môže byť vo vhodnom priestore (tradičné obydlie, poľná kuchyňa, ohnisko a pod.) aj dôležitou súčasťou programu a môže ho koncepčne viacročne napĺňať aj tematickým, regionálnym zameraním a pod.

Ubytovanie účinkujúcich je v kompetencii produkčného tímu (s konzultáciou s programovým štábom, rešpektujúc časopriestorové špecifiká pre daný kolektív z hľadiska programu). Ubytovanie štábu, technikov a ľudových hudieb (nočné zábavy a ranné skúšky programov) je vhodné čo najbližšie, ideálne v areáli, s priestorom pre tlač scenárov, občerstvenie, hygienu.

Ubytovanie návštevníkov je možné doplniť priestorom stanového mestečka, avšak potrebné je doplniť i hygienické zariadenia (pevné stavby) hygienickým mobiliárom (prenosné WC, ideálne aj prenosné toalety) v dostatočnom počte, s dostatočným obslužným personálom a vývozom odpadu.

Osobitnou témou sú parkoviská. Vhodné je zabezpečiť ich najmä pre štáb, účinkujúcich a techniku v dostatočnej blízkosti javísk, šatní a pod., parkoviská pre návštevníkov (s ostrahou - tu myslieť na slnečníky, pitný režim, harmonogram) by nemali rušiť zvukovo ani vizuálne areál festivalu a vhodné je ich odkloniť od areálu a hlavnej zóny.

Pre komfort návštevníkov v súčasnosti môžu vyhradené priestory (napr. stan pre propagáciu partnerov) slúžiť zároveň ako tienené oddychové zóny, zóny pre starostlivosť o deti, nabitie telefónu, ohrev detskej stravy, dostupný pitný režim, bankomat a pod.

Komunikácia festivalu s externým prostredím

Komunikácia so spoluorganizátorom - miestnou samosprávou

V prípade, že spoluorganizátorom festivalu je obec či mesto, je potrebné túto spoluprácu definovať i v štatúte festivalu a po spoločnej komunikácii všetkých bodov spolupráce ju zmluvne definovať. Participatívne riešenie tejto spolupráce v rámci Prípravného štábu (ktorého členmi sú i štatutár hlavného organizátora a starosta/primátor obce/mesta, zástupcovia útvarov pre programovú i organizačno-produkčnú zložku) napomáha efektívnej, konštruktívnej spolupráci so spoluorganizátorom založenej na dlhoročných korektných vzťahoch a otvorenej komunikácii. Potrebné je každoročne aktualizovať rámcovú zmluvu o spolupráci s reflexiou aktuálnej Koncepcie festivalu, špecifik festivalu, jeho štatútu, ale aj potrieb daného ročníka v rámci rajonizácie areálu, aktuálnej ekonomickej situácie (organizátora i spoluorganizátora). Vhodné je komunikovať novú spoluprácu, ale aj leitmotív, programovú štruktúru a rajonizáciu tak s čelným predstaviteľom obce, ako aj s členmi obecného zastupiteľstva, ak je to v súlade s rozhodnutím starostu/primátora.

Medzinárodné vzťahy a komunikácia

Zášťita významných domácich predstaviteľov s pozitívnym vzťahom ku kultúre a zášťita významných medzinárodných organizácií (UNESCO, CIOFF a iné) napomáha budovaniu domáceho i medzinárodného povedomia a pozitívnej značky festivalu v širokom kontexte a umožňuje kooperáciu so zahraničnými účinkujúcimi i odbornou verejnosťou. Zášťity je formou žiadosti vhodné administrovať začiatkom roka realizácie festivalu, pozvania predstaviteľov ako čestných hostí a VIP hostí v predstihu 2 - 3 mesiacov.

V prípade spolupráce s medzinárodnými organizáciami združujúcimi organizátorov folklórnych festivalov je potrebné rešpektovať zaradenie a štatút festivalu udeľovaný takouto organizáciou. Napríklad v prípade zaradenia do systému medzinárodných podujatí CIOFF (Medzinárodná rada organizácií festivalov folklóru a tradičného umenia, od roku 1951 existujúca pridružená organizácia UNESCO) je v prípade festivalu so štatútom CIOFF International Recognized Festival potrebné realizovať festival s minimálnym trvaním 5 dní a účasťou minimálne 5 zahraničných kolektívov,

pričom platia stanovené podmienky (festival zabezpečuje stravovanie, ubytovanie a cestu v rámci hraníc krajiny, prípadne z a na letisko, vreckové či iné plnenie sprievodným programom).

VIP zóna

Podľa možností konkrétneho festivalu je vhodné pre hostí vytvoriť osobitný priestor s možnosťou oddychu, pohostenia, privítania. Vytvorenie návrhu zoznamu VIP hostí by malo byť spoločným aktom hlavného organizátora, Dramaturgickej/Programovej rady a spoluorganizátorov. Obvykle ide o hostí z radov významných osobností folklórneho hnutia, členov útvarov organizačnej štruktúry festivalu, predstaviteľov CIOFF, UNESCO, členov odborných poradných zborov, štátnych predstaviteľov a zástupcov spoluorganizátorov umožňuje o najefektívnejšie, ekonomickú situáciu i miesto FFV v kultúrno-spoločenskom živote a jeho históriu rešpektujúce riešenie. Z hľadiska efektívneho zabezpečenia priestoru a občerstvenia je vhodné minimálne mesiac vopred rozoslať pozvánky s návratkami zo strany hlavného organizátora festivalu.

Komunikácia s rozhlasovými a televíznymi médiami

Spoločná komunikácia s jednotlivými zodpovednými osobami z médií (riaditeľ festivalu, programové vedenie, marketingové oddelenie) napomáha efektívnej a konštruktívnej spolupráci pri zabezpečení záznamov a vysielania programov. Pri rokovaniach je okrem typov, časov a technického zabezpečenia snímaných programov potrebné prerokovať a následne zmluvne ošetriť i organizáciu pobytu televíznych a rozhlasových režisérov, technikov, reportérov a pod. (ubytovanie, strava a i.). Potrebne je dohodnúť termíny technickým obhliadok miesta konania festivalu ideálne počas tamojších zasadnutí programovej rady, aby boli k dispozícii i javiskoví technici, autori programov a stage manažéri, čo umožňuje identifikovať a riešiť prípadné limity. Aktuálne je potrebné v dostatočnom predstihu (ideálne v polročnej lehote) kompletný návrh a rozpočet programu odoslať do elektronického Centrálného registra námetov verejnoprávnej televízie.

Komunikácia s partnermi

Partnerov festivalu je vhodné rozčleniť podľa ich zastúpenia na partnerov reklamných (podieľajúcich sa na finančnom alebo produktovom plnení) a partnerov mediálnych (zabezpečujúcich propagáciu festivalu v médiách – televíznych, rozhlasových, printových či online). Každý typ partnerov pritom podľa rozsahu plnenia môže byť ešte členený na hlavného a ostatných. Najvýznamnejšie plnenie môže byť definované v názve „generálny partner“ festivalu. Toto členenie môže byť reflektované i na propagačných materiáloch.

Sofistikovaná komunikácia, nerušiac vizuálnu a programovú stránku festivalu, môže byť zabezpečená napríklad:

- uvedením partnerov v spodnej lište printových propagačných materiáloch, na zadnej strane bulletinu a pod.;
- uvedením partnerov v osobitnom reklamnom breaku na LED obrazovkách medzi programami;
- uvedením partnerov na vyhradených plochách (ploty, bočné steny šatní, detských kútikov a pod.), čo umožní i rešpektovanie predpisov o reklame pri televíznom snímaní.

Spoločné participatívne komunikovanie s partnermi zo strany útvarov pre komunikáciu, marketing, produkciu a programovú stránku festivalu so schválením riaditeľa festivalu umožňuje optimálne vyhovujúcu formu komunikácie/brandingu partnerov s cieľom rešpektovania špecifik festivalu (zonácia, typológia programov v areáli). V úvode je potrebné vytvorenie prezentácie potenciálnej mediálnej komunikácie (základné informácie a fotografie z festivalu, stanovenie podmienok plnenia, definovanie miest brandingu pod.) v autorstve Prípravného štábu v úzkej komunikácii s Programovým výborom/radou. To zahŕňa i vytvorenie cenníka mediálnej komunikácie. Participatívne riešenie medializácie napomáha sofistikovanej forme prezentácie partnerov s ohľadom/reflexiou programových zámerov, poslania festivalu, predchádzaniu reklamnej kontraproduktivity (nevôľa účastníkov voči „festivalovému veľtrhu“). Stav komunikácie je vhodné prerokovať a aktualizovať/optimalizovať počas pravidelných zasadnutí Prípravného štábu festivalu, komunikácia s partnermi prebieha priebežne, i viacročne.

Komunikácia s návštevníkmi môže okrem web stránky festivalu, sociálnych sietí, programových bulletinov, plagátov a skladačiek prebiehať aj in situ - formou festivalového rozhlasu, rôznych do programu zakomponovaných postáv (hlásnik, bubeník, poštár, trubač a pod.), ale aj napríklad

formou festivalovej aplikácie. Tá môže prinášať informácie o programoch, aktuálnou počasí a predpovedi, rajonizácii, organizácii dopravy, ubytovania, stravovania, vstupného a pod.

Mediálne zabezpečenie festivalu

Spoločné participatívne riešenie medializácie festivalu zahŕňajúce jeho návrhy, spoločné komunikovanie a schvaľovanie v rámci celého Prípravného štábu umožňuje optimálne, efektívne, odborne, umelecky, ekonomicky konštruktívne a sofistikované riešenie medializácie festivalu na základe skúseností, aktuálnych potrieb programových tvorcov, organizačných a technických spolupracovníkov, partnerov, reflektujúc Koncepciu a Štatút festivalu, jeho špecifiká v rámci open-air festivalov a folklórnych festivalov, reálne možnosti a ekonomickú situáciu, ako aj priority v rámci poslania festivalu. Akcentované je rešpektovanie priority odborného a umeleckého promovania festivalu.

Plán medializácie

Mediaplán, vytvorený hneď po skončení predošlého ročníka festivalu – po uzatvorení témy – leitmotívu nového ročníka a ideálne mesačne aktualizovaný/konzultovaný, pripravuje útvary pre komunikáciu, marketing v kooperácii s Programovým výborom/radou a schvaľuje ho Prípravný štáb. Obsahuje časový harmonogram medializácie (termíny zverejnenia TV a rozhlasových spotov, online spotov/rozhovorov/príspevkov a ich tém, harmonogram promo rozhovorov a pod.) a tiež typológiu mediálnych produktov (TV a rozhlasové spoty, online medializácia – príspevky, promo videá, printové médiá – plagát, bulletin, billboard, city lighty a pod.). Mesiac pred a mesiac po festivale je vhodné zvýšiť frekvenciu tlačových správ (o programe, headlineroch, čo nové festival priniesol apod.) a tiež promo-rozhovorov s predstaviteľmi festivalu a autormi programov. Pri príprave mediaplánu je nutné primárne reflektovať cieľovú skupinu festivalu (priaznivci TLK, nie bežná „event-participants“ group), ktorú je vhodné viacročne sledovať a analyzovať.

Potrebné je akcentovať aj identitu festivalu a jeho poslanie (prezentácia tradičnej kultúry by mala mať prioritu nad komerčným efektom). Vhodné je tak vyvážiť promokomunikáciu organizátorov, sponzorov, headlinerov a jednotlivých programov. Práve promovanie programov, účinkujúcich, tém a leitmotívu môže výrazne napomôcť aj v súčasnosti mimoriadne dôležitému vzdelávaniu umením a sprístupňovaniu prejavov kultúrneho dedičstva v hlbšom kontexte.

Súčasťou propagácie sú aj printové, tlačové médiá. Známym typom je programovo – ideový plagát (formát A0, A1, A2), so stratifikáciou log (generálny partner, hlavný reklamný/mediálny partner, reklamní/mediálni partneri), programová „skladačka“ - leták, ideálne v dvojazyčnej mutácii. Rozsiahlejší bulletin (s informáciami o programoch, ich krízových variantoch, konkrétnymi informáciami o účinkujúcich, témach programov, ich autoroch, ale aj s informáciami o festivalovej organizácii, priestoroch, doprave, ubytovaní, vstupnom, praktických bodoch apod.) je vhodné vytvoriť v podobe tlačovej i online. Tlačená podoba je zároveň vynikajúcou a komplexnou formou archívnej dokumentácie daného ročníka. Príprava bulletinu sa odvíja od finalizácie programovej štruktúry a personálneho zabezpečenia. Vhodné je finalizovať ho aspoň 2 mesiace pred festivalom na základe podkladov Programového výboru/predseda Programovej rady v kooperácii s oddelením marketingu/komunikácie a produkcie. Vhodné je vyhnúť sa neestetickým komponentom, rozptylu reklám (vhodnejší je distingvovaný product placement napr. na zadnej strane), ale i príliš veľkému počtu príhovorov (v zmysle štatútu je dôležité uvedenie príhovorov hlavného organizátora, spoluorganizátora, čelného kultúrneho predstaviteľa a program uvádza prezentácia leitmotívu v autorstve programového vedenia). Aktuálnym trendom sú stories a promo-videá na sociálnych sieťach, ktorými je možné veľmi efektívne komunikovať napr. programových headlinerov, predstaviteľov významných organizácií (UNESCO, CIOFF a pod.), preberajúcich záštitu, ale aj príhovory autorov programov a pod. Online prezentácia (web, sociálne siete) umožňuje rozsiahle sprístupňovanie informácií, ktoré je vhodné komunikovať komplexne s Prípravným štábom na základe mediaplánu aspoň 2 týždne vopred. Ďalšou formou propagácie, v súčasnosti veľmi obľúbenou, sú súťaže o vstupenky (napr. na témy z tradičnej kultúry, festivalovej histórie a pod.).

Propagácia v médiách

V prípade možnosti mediálnej prezentácie je vhodné v rámci možností vytvoriť časovo definovaný, leitmotív a poslanie festivalu reflektujúci reklamný televízny a rozhlasový spot, uvádzaný vo vysielaní s gradovanou frekvenciou v súvislosti s približujúcim sa termínom konania festivalu. Efektívna je tiež komunikácia v printových médiách (denníkoch, časopisoch) a bannerová kampaň na vybraných webových portáloch a sociálnych sieťach so zásahom na oblasť kultúry a tradičnej

kultúry. Súčasťou mediálnej kampane sú i promo-rozhovory v lokálnych i verejnoprávnych médiách a reportáže z festivalov.

Vizuál festivalu

Vhodný je výber originálneho a finančne efektívneho modelu spolupráce pri tvorbe vizuálu (napr. študenti VŠMU, umeleckých škôl a pod.). Vizuál má reflektovať leitmotív festivalu (výtvorné symbolické zobrazenie celkovej témy, s ohľadom na tradičné prostredie, jeho estetiku, symboliku a využívajúc tento slovník). Môže byť následne využitý nielen na tlačových materiáloch, ale aj reklamných predmetoch (merch), LED obrazovkách, v reklamných teasroch, TV spotoch a podobne.

Jeho návrhy hneď po skončení predošlého ročníka festivalu – po uzatvorení témy – leitmotívu nového ročníka – a jeho vytvorenie začiatkom roka v prípade letného festivalu umožní pracovať s ním s dostatočným časovým predstihom.

Animácie, spoty, videodokumentácia festivalu

Pri tvorbe videovýstupov je potrebné akcentovať konštruktívnu odbornou-umeleckú spoluprácu programového a mediálneho útvaru s grafikom/výtvarníkom. Okrem reklamných spotov, teaserov a animácií na LED obrazovky počas prestávok, pred a po programoch (napr. pre uvedenie názvu a autora programov ako jednotná šablóna festivalovej komunikácie) je potrebné aj dokumentovať jednotlivé programy počas ich realizácie. Cieľom je archivácia, ale aj celoročná prezentácia (napr. vzdelávacích programov, škôl remesiel, tanca, spevu, prezentácií tradičného odevu, kulinárskych postupov, tradičných účesov a pod.) a napĺňanie aj dokumentačnej a vzdelávacej funkcie festivalu. Osobitou zložkou sú online - videoprogramy, vopred pripravené a počas trvania festivalu v rámci programového harmonogramu propagované a vysielané. Vhodná je ich výroba v predstihu a ich koncepčné tematické zameranie môže reflektovať leitmotív, alebo viacročnú Koncepciu (napr. cykly online škôl tanca z jednotlivých obcí regiónu, cykly tvorby účesov jednotlivých obcí a pod.). Zároveň sú, ako to pandemické obdobie preukázalo, vzácnym metodickým i dokumentačným materiálom, kedykoľvek v praxi využiteľnou pridanou hodnotou festivalu.

Dôležitou súčasťou je i **fotodokumentácia festivalu**. Tu je potrebné vyhotoviť tak fotodokumentáciu pre reklamných a mediálnych partnerov (ako súčasť vyúčtovania mediálneho plnenia), ako aj umelecko-dokumentáciu fotodokumentáciu jednotlivých programov, účinkujúcich, scén, autorov a celkovej atmosféry festivalu. Okrem interných zamestnancov (napr. pre fotodokumentáciu pre partnerov) je efektívne i oslovenie umeleckého fotografa, resp. študenta fotografie a pod., nakoľko umelecké fotografie môžu ďalej slúžiť ako pramenný materiál, výrazový prostriedok v ďalších rokoch a pod.

Merch

Predaj reklamných predmetov (magnetky, tričká, tašky, perá, šiltovky, prívesky na kľúče a pod.) môže napomôcť propagácii festivalu, najmä ak sa forma merkantilu stáva „zberateľskými predmetmi“ (napr. tričká s potlačou istej grafickej podoby v rôznych mutáciách pre jednotlivé ročníky a pod.). Zároveň umožňuje navýšiť zisk, resp. financie potrebné na realizáciu podujatia. Vstupné náklady na výrobu reklamných predmetov sú každoročnou výzvou festivalových organizátorov. Spoločné participatívne riešenie – návrh, komunikovanie a schvaľovanie typov a počtu reklamných produktov (tzv. merch) všetkými členmi Pripravného štábu umožňuje reflexiu hlavnej témy (leitmotívu daného ročníka ideovo prepojeného s vizuálom daného ročníka) a umožňuje nastavenie optimálnejšieho, efektívneho, odborne, umelecky, ekonomicky vhodného modelu merch politiky. To ovplyvňuje reflexia dlhoročných skúseností, aktuálnych potrieb, špecifik festivalu, reálnych možností a ekonomickej situácie. Akcentované je rešpektovanie priority odborného a umeleckého promovania festivalu. Samotný predaj je možné zveriť zamestnancom inštitúcie (napr. z iného útvaru), dobrovoľníkom a pod., pričom umiestnenie predajného stánku je potrebné riešiť tak, aby priestorovo a výtvorne nerušil programový areál, a nadväzoval na informačné centrum organizátora.

III. Folklórny festival a jeho dramaturgická a programová štruktúra

Dramaturgická a programová stránka festivalu môže byť reflexiou dlhodobej Koncepcie festivalu a konkrétneho leitmotívu daného ročníka festivalu, rešpektujúc jeho Štatút definujúci aj jeho špecifickú formu a poslanie. Štatút a Koncepcia festivalu má obsahovať aj rozsah, medzinárodný kontext festivalu a strategické dokumenty (UNESCO, koncepcie a stratégie štátnej kultúrnej

politiky, smernice samspráv a územných celkov), ktoré má za cieľ naplňať či rešpektovať. Štatút a Koncepcia definujú aj zvyčajný termín konania a dĺžku trvania festivalu, jeho organizátorov, spoluorganizátorov, záštitu a poslanie, súvisiace s identitou festivalu a jeho históriou.

Pri tvorbe dramaturgickej štruktúry je potrebné definovať spektrum aktivít prezentačných, vzdelávacích a odborných, interaktívnych, výstavných, prezentáciu rôznych žánrov tradičnej kultúry, rôznych oblastí, v rôznej forme spracovania, v interpretácii rozmanitých typov kolektívov a individuálnych interpretov, určených pre rôzne cieľové skupiny návštevníkov v rôznych typoch priestorov festivalu.

Identita festivalu

Identitu – zámer, geografický záber, rozsah, poslanie festivalu je vhodné zdefinovať v úvodných častiach Štatútu festivalu. Definujeme v ňom jeho celoštátne, krajské, nadregionálne, regionálne či lokálne zameranie, medzinárodný charakter či medzinárodnú účasť a pod. Zároveň identifikujeme hlavného organizátora a spoluorganizátorov a tiež strategické dokumenty (Dohovor UNESCO na ochranu nehmotného kultúrneho dedičstva, Koncepcie a Stratégie MK SR, prípadne ďalšie legislatívne dokumenty ošetrojúce starostlivosť o kultúrne dedičstvo či definujúce kultúrnu politiku regiónu, samosprávneho celku a pod.).

V úvode je vhodné definovať i prípadné špecifiká festivalu (napr. prezentáciu víťazov folklórnych súťaží, súťaže či iné typy programov ako každoročnú súčasť festivalu a jeho identity). Súčasťou identity festivalu je i kooperácia s medzinárodnými organizáciami na poli folklórneho hnutia či starostlivosti o tradičnú kultúru a kultúrne dedičstvo (UNESCO, CIOFF, FIDAF, IOV a pod.).

Je pritom potrebné vnímať, že folklórne hnutie je u nás jednou z najvýznamnejších foriem šírenia informácií a vedomostí o tradičnom ľudovom hudobnom, spevnom a tanečnom umení v jeho folklorizovaných podobách. Festival je tak pre divákov z radov laickej verejnosti, ale i interpretov a tvorcov miestom prezentácie vzorov; má potenciál ovplyvňovať spôsob práce s folklórnym materiálom v prostredí scénického folklorizmu a do istej miery ovplyvňovať aj súčasný stav povedomia o jednotlivých fenoménoch tradičnej kultúry. Práve vzdelávacia funkcia jednotlivých programov (citlivo prispôsobená prostrediu i cieľovým skupinám) tak v súčasnosti vyvstáva ako mimoriadne dôležitá aj v rámci festivalovej prezentácie. Je tomu tak v prípade prezentačných, ale i interaktívnych sprievodných programov.

Osobitne zodpovednou úlohou všetkých tvorcov festivalu je teda prezentovať ľudové umenie - súčasť nášho nehmotného kultúrneho dedičstva na základe odborných znalostí o jeho generáciami vytvorených a tradovaných sofistikovaných formách, uplatňujúc i interaktívne zábavno-edukatívne formy programov a súčasné trendy open-air umenia.

História festivalu

Súčasťou úvodných statí dlhodobých dramaturgických koncepcií, ale aj festivalových webových stránok by mala byť aj história festivalu – reflexia jeho termánov, miest konania, typov programov, dramaturgických koncepcií a v neposlednom rade autorov, tvorcov, účinkujúcich. To prispieva tak k archiovovaniu informácií, ako aj ku kontinuálnej analýze vývoja festivalu, jeho zamerania, či preferencií. Umožňuje divákovi i účinkujúcim pripomenúť si isté momenty a umožňuje tvorcom na základe diachrónej analýzy optimálne nastavovať ďalšie smerovanie festivalu.

Analýza predošlých koncepcií, dramaturgických a programových štruktúr a komparácia s výsledkami odborných hodnotiacich správ, ale i ekonomických ukazovateľov napomáha i efektívnej tvorbe nových programových koncepcií a marketingových stratégií festivalu.

Dlhodobá dramaturgická Koncepcia festivalu

Dlhodobá dramaturgická koncepcia festivalu môže na základe swot analýzy bývalých koncepcií, výsledkov analýzy vyhodnotení festivalov (programových, ekonomických, mediálnych, organizačných, technických) i na základe analýzy odborných hodnotiacich správ a názorov autorov, účastníkov, divákov vytvoriť viacročný model realizácie festivalu. Ten má zahŕňať definovanie identity a poslania festivalu, jeho záber, rozsah, medzinárodné kontexty, a tiež základnú typológiu programov, ktorú je možné každoročne aktualizovať. Môže obsahovať zonáciu priestorov festivalu

a návrhy doplnenia, prestavieb, skvalitňovania do budúcnosti, a tiež témy cyklických programov s viacročným plánom.

Dramaturgiu je vhodné obohatiť o odborne pripravené interaktívne typy programov určené rôznym cieľovým skupinám diváckej verejnosti (mládež, rodiny s deťmi...), reflektujúc tak súčasné celosvetové trendy open-air festivalov a v zmysle zámerov Dohovoru UNESCO na ochranu nehmotného kultúrneho dedičstva implikovať odborné vedomosti pri tvorbe programov s cieľom prezentovať tradičné ľudové umenie – súčasť nášho nehmotného kultúrneho dedičstva – citlivo a zodpovedne, v jeho rozmanitej, sofistikovanej a pravdivej podobe.

Folklórny festival má potenciál smerovať prácu folklórnych kolektívov a byť zdrojom informácií o hudobno-tanečných, výtvarných a umelecko-remeselných fenoménoch našej tradičnej kultúry.

Návrh dlhodobej dramaturgickej koncepcie

Dramaturgia festivalu môže obsahovať rôzne typy programov v jednotlivých programových zónach/priestoroch tak v rámci areálu, amfiteátra, Domu kultúry, výstavných priestorov, ako aj v mimo-areálových častiach (napr. okolité farmy, domy/drevenice v obci, miestne múzeum a pod.). Predstavený návrh je aplikovateľný pre rôzne typy festivalov podľa ich zamerania, územného záberu, poslania a podobne – ide teda o návrh typov programov a návrh priestorových zón. Akcentujem potrebu prípravy jednotlivých ročníkov s minimálne dvoj-trojročným predstihom, rešpektujúc dlhodobú viacročnú koncepciu a dramaturgické zábery festivalu.

A. Interaktívne typy programov:

- školy tanca, školičky tanca pre deti, školy hry na hudobné nástroje, školy spevu a školičky spevu vedené tanečnými a hudobnými pedagógmi;
- tanečné školy pre divákov v javiskovom priestore amfiteátra, tematicky viazané s predošlým alebo nasledujúcim programom (slúžiace aj ako technická prestávka počas prestavovania scén, techniky a pod.);
- školy spevu s divákmi v amfiteátri (s analogickou funkciou ako školy tanca);
- rozpravy/semináre z oblasti tradičnej ľudovej kultúry a folklóru o aktuálnych témach z oblasti tradičnej kultúry či folklórneho hnutia;
- sprievod (ktorý môže zahŕňať interaktívne zapojenia divákov, účastníkov, privítanie a pod.);
- remeselný jarmok s ukážkami remesiel, školy remeselných postupov a školičky remesiel pre deti;
- ukážky tradičných pracovných postupov (remeselná výroba, poľnohospodárske práce s možnosťou zapojenia sa, stavebné práce, tradičná príprava jedál s možnosťou zapojenia sa a pod.);
- priestor interaktívneho “detského sveta: čítanie tradičných rozprávok, školička tradičných detských hier, riekaniek, hádaniek, česanie detských účesov a obliekanie sa do tradičného detského odevu, detské uspávanky – možnosť pohojdať si dieťa v hintuške, kreslenie pranostiek, spoznávanie bylín a pod.);
- vyhrávanie LH v priestoroch areálu festivalu pred i počas trvania festivalu a zábavy pri ľudovej hudbe a ďalšie.

B. Prezentačné typy programov

- pozvánky – vystúpenia folklórnych kolektívov v okolí, v školách, domovoch dôchodcov a pod., pričom je možný rozsev printových propagačných materiálov, ústne pozvania a pod.;
- oficiálne otvorenie festivalu s hosťami a predstaviteľmi;
- programy detských folklórnych kolektívov (s možnosťou využitia sólistov, s možnosťou využitia víťazov súťaží, s tematickým zameraním na základe viacročnej koncepcie námetov, prioritizácia prezentácie lokálnych/regionálnych kolektívov a prejavov domácej tradície a pod.);
- programy neprofesionálnych folklórnych súborov (s možnosťou využitia sólistov, s možnosťou využitia víťazov súťaží, s tematickým zameraním na základe viacročnej koncepcie námetov, prioritizácia prezentácie lokálnych/regionálnych kolektívov a prejavov domácej tradície a pod.);
- programy folklórnych skupín (s možnosťou využitia sólistov, s možnosťou využitia víťazov súťaží, s tematickým zameraním na základe viacročnej koncepcie námetov, prioritizácia prezentácie lokálnych/regionálnych kolektívov a prejavov domácej tradície a pod.);
- prezentácia tvorby poloprofesionálnych a profesionálnych telies (v istej periodicite, reflektujúc tvorbu nových premiérových programov a tvorivých počínov);

- tematický program viažuci sa k výročiu výnimočnej osobnosti folklórneho hnutia, výnimočnému autorskému dielu či aktu v rámci tradičnej ľudovej kultúry a folklorizmu;
- tematický program viažuci sa k viacročnému cyklu námetov z oblasti kalendárneho, pracovného či rodinného cyklu sviatkov;
- regionálny program viažuci sa k viacročnému cyklu programov prezentujúcich pôvodnú hudobnú, tanečnú, spevnú i obradovú kultúru tej – ktorej oblasti či národnostnej menšiny;
- prezentácia výnimočných autorských tvorivých počinov (tanečné divadlo, multižánrová produkcia)
- tematický autorský celovečerný program (leitmotív reflektujúci leitmotív daného ročníka festivalu);
- prezentácia ľudového divadla (betlehemská tradícia, vianočné obchôdzky, fašiangové obchôdzky) v interpretácii folklórnych kolektívov, alebo prezentácia slovenských divadelných hier v interpretácii ochotníckych divadiel;
- hudobný program prezentujúci pôvodných nositeľov ľudových tradícií, a regionálnu štýlovosť jednotlivých hudobných a speváckych diel a zoskupení/sólistov;
- hudobný program zaoberajúci sa staršou slovenskou hudbou v tvorbách skladateľov, súvislosťami s chrámovou hudbou a liturgickým spevom;
- detský hudobný program, reflektujúci istú tému, alebo výsledky súťaží detského hudobného folklóru či výstupy tvorivých dielní;
- koncert hudobných skupín inšpirovaných ľudovou hudbou či world music;
- multižánrovú produkciu, fúziu rôznych umeleckých žánrov;
- hudobný program o histórii a vývine jednotlivých typov hudobných nástrojov;
- program ľudových hudieb a speváckych skupín počas bohoslužieb, s možným tematickým zameraním, hovoreným slovom, potencionálne s rozhlasovým prenosom;
- program zahraničných folklórnych kolektívov (s tematickým, geografickým zameraním a pod.);
- reprezentačný program profesionálneho zoskupenia zo zahraničia;
- program kolektívov zahraničných Slovákov;
- prezentácia tradičného odevu (na javisku, výstava, prednáška, komentovaná prehliadka);
- galaprogram festivalu („skladačka“ – výber účinkujúcich festivalu, s tematickým zameraním); môže ním však byť aj vybraný hlavný večerný tematický program festivalu (využitie témy, tmy, svetelnej techniky ako výrazového prostriedku môže napomôcť efektu programu) a ďalšie.

C. Výstavné podujatia

- plenér - výstava rezbárskych diel alebo iných výtvarných prác a priama ukážka umenia pri tvorbe sôch, obrazov na skle a pod.;
- tematické výstavy viažuce sa k viacročným námetom z oblasti rodinného či kalendárneho zvykoslovia, remeselnej práce, či výtvarného folklorizmu;
- výstavy prezentujúce zbierky ľudového odevu z jednotlivých regiónov;
- autorské výstavy majstrov ľudového umenia a insitných umelcov;
- prezentácia tradičného bývania, bytového zariadenia;
- výstavy archívnych fotografií a ďalšie.

D. Odborné podujatia

- seminár a konferencia odborníkov týkajúci sa problematiky folklórneho hnutia, témy stanovené podľa viacročnej koncepcie i aktuálne prispôbované súčasnemu stavu;
- hodnotiace semináre o jednotlivých ročníkoch festivalu;
- prednášky a prezentácie na rôzne, aj cyklické témy z oblasti tradičnej kultúry, folklorizmu, kultúrneho dedičstva;
- prezentácie pramenného materiálu;
- prezentácie metodických postupov pri analýze pramenného materiálu, výučbe, scénickom spracovaní;
- prezentácie výskumov materiálnej, duchovnej, sociálnej, umeleckej kultúry a ďalšie.

E. Edičná činnosť

- vydávanie zborníkov zo seminára a konferencie;
- vydávanie CD a DVD nosičov s nahrávkami jednotlivých javov duchovnej, materiálnej kultúry i folklóru podľa viacročnej metodickéj koncepcie (regionálna typológia tancov, archívne záznamy tanečných filmov, regionálne podoby krojov, štýlové hudobné prejavy jednotlivých regiónov, pracovné techniky, prezentácia obradov a sviatkov a pod.);

- vydávanie publikácií o festivale v istej viacročnej periodicite;
- vydávanie katalógov výstav;
- vydávanie festivalových bulletinov a ďalšie.

Programová štruktúra festivalového ročníka

Každoročný návrh **programovej štruktúry** má reflektovať Štatút, dlhodobú Konceptiu festivalu vrátane jej dramaturgických princípov a samozrejme leitmotív daného ročníka festivalu. Tvorba leitmotívu, ktorý môže odobrať dramaturgická rada, je v kompetencii Programového výboru, alebo predsedu Programovej rady na základe reflexie celospoločenského diania, významných výročí, kultúrno-spoločenských udalostí, paradigmy v spoločnosti a podobne, reagujúc na dlhodobú dramaturgickú Konceptiu i aktuálnu situáciu. **Leitmotív** má byť dostatočne symbolický a viacvýznamový, aby umožnil kreatívny výklad v jednotlivých autorských programoch, a zároveň z mnohých uhlov pohľadu prinášal originálnu tému. Ideálne je, ak je možné ho symbolicky vyjadriť v úvode bulletinu a reflektovať ho aj vo vizuáli festivalu, na merkantile a pod. Napríklad na Folklórnom festivale Východná v roku 2022 boli po pandemickom období symbolické „Letokruhy“ (období, oblastí, vývoja tvorby, medzigeneračnej transmisie prejavov NKD). Leitmotív môže inovatívne prepájať vzdelávacie, prezentačné a interaktívne programy prierezovými námetmi. Vhodné je pri cyklických viacročných témach/námetoch reflektovať ich vo viacerých typoch programov (nadväznosť programu prezentačného - scénického, vzdelávacieho, výstavy, workshopu a pod.). Príkladom je prezentácia fenoménov reprezentatívnych zoznamoch UNESCO, ktoré môžu byť témami javiskových programov, vzdelávacích workshopov, odborných seminárov i výstavnej prezentácie, plenérov a pod., umocňujúc dramaturgickú identitu ročníka.

Pri koncipovaní programovej štruktúry je dôležité brať do úvahy aj aktuálne trendy folklórneho hnutia, medzinárodnú spoluprácu a umeleckú a odbornú úroveň s implementáciou trendu interaktivity – zážitkovej formy akcie. Komunikácia programu (sofistikovaná a frekventovaná) napomáha vnímaniu programovej štruktúry diváckou verejnosťou. Spolupráca so vzdelávacími, pamäťovými a fondovými inštitúciami a inými umeleckými a osvetovými inštitúciami umožňuje pritom širšiu a komplexnejšiu prezentáciu kultúrneho dedičstva a jeho umeleckých prejavov.

Stanovenie typu programov, časového harmonogramu programov a skúšok, výber autorov je v kompetencii Programového výboru, resp. predsedu Programovej rady. Tieto informácie je najefektívnejšie mať finalizované v priebehu jesene/zimy predchádzajúceho roka, hoci prax často vyžaduje s finalizáciou čakať do jarných termínov z dôvodu rozpočtu (napr. z rôznych dotačných schém, z rozpočtov MK SR, samospráv a pod.). Veľmi dôležité je pravidelné informovanie a komunikácia (počty, harmonogram pre verejné obstarávanie ubytovania, stravovania, dopravy, technických požiadaviek, možností medializácie) v rámci týždenných zasadnutí Prípravného štábu.

A. Interaktívne typy programov:

Interaktívne aktivity pre mládež, dospelých i staršiu generáciu môžu v danom ročníku tvoriť tematicky zamerané, alebo leitmotív reflektujúce remeselné dielne, školy spevu a tanca (v sprievode ľudovej hudby rešpektujúcej štýlotvorné znaky hudobného prejavu späté s tancom). Napríklad v kontexte leitmotívu *Letokruhy* je možné školy tanca od piatku do nedele pripraviť tak, aby odrážali históriu tanečného vývoja od reťazovitých a kruhových tancov po najnovšie typy folklorizovaných spoločenských tancov. Vhodné je i zaradenie škôl tanca so zahraničnými kolektívami. Interaktívne aktivity tak naplňujú i vzdelávacie ciele Dohovoru UNESCO v zmysle šírenia informácií o nehmotnom kultúrnom dedičstve širokej verejnosti.

Regionálny faktor odrážajúci koncepčný zámer prezentovať istú geografickú/folklórnu oblasť môže ovplyvniť i napr. výber pripravovaných jedál v tradičnej kuchyni a pod. Koncerty world music (s cieľom získania si pozornosti mládež, vo folklórnom hnutí neaktívnej, či k tradičnému umeniu menej inklinujúcej generácie), ako aj a tanečné zábavy rovnako môžu reflektovať viacročné námety, prezentáciu fenoménov Unesca, geografické cykly a pod.

Interaktívne typy programov možno v jednotlivých ročníkoch postupne koncipovať i v zmysle širšieho zapojenia miestnej samosprávy, programov v obci/meste, ktoré zároveň umožňujú oživenie celej lokality, zapájanie spolkov, organizácií, firiem či jednotlivcov pôsobiach v lokalite. To umožňuje realizáciu sprievodných programov aj v mimoscénickom priestore, využitie tematických prehliadok, ukážky tradičných prác, využitie tradičných spôsobov dopravy (konský povoz, traktory a pod. podľa lokality). Zároveň táto kooperácia podčiarkuje špecifickú

lokálnu/regionálnu identitu festivalu (napr. zapojením do prezentácie tradičného jarmoku, gastronómie, ukážok hospodárskych prác, zážitkovými programami v exteriéroch akými sú aj fyzické práce na hospodárstve, symbolické sadenie stromov, komentované prehliadky obce a okolia, atď.). Do týchto aktivít je vhodné zapojiť aj dobrovoľníkov a miestnych obyvateľov. Programy v detskej zóne je možné uvádzať v stanovenom a na osobitnom posteri prezentovanom časovom harmonograme (napr. striedanie aktivít po polhodine/hodine podľa typu), pričom je možné ho tematicky alebo regionálne zamerať.

B. Prezentačné programy

Pri tvorbe scénických prezentačných programov je vhodné reflektovať leitmotív daného ročníka a v autorských tímoch kreatívne využívať i nové trendy open-air umenia (svetelné obrazy a projekcia, mimoscénické plány, interaktivita divákov a pod.) s cieľom prezentácie ľudového umenia v podobe vychádzajúcej z dôkladnej znalosti jeho tradičnej, lokálne špecifickej formy a umelecky hodnotnej scénickej prezentácie.

V prípade snahy o zaradenie víťazov postupových súťaží (regionálnych, krajských, celoštátnych) je možné i zaradenie reprezentatívneho celovečerného programu, čím je autorom daná dostatočná kreatívna sloboda pri výbere účinkujúcich a programových čísel.

V zmysle dlhodobej Konceptie môžu námety autorských tematických programov (ktoré by mali byť prioritované pred „skladačkovým“ typom programov) prezentovať i významné fenomény hudobnej a tanečnej kultúry zapísané či uchádzajúce sa o zápis do reprezentatívnych zoznamov UNESCO, či predstavovať menej spracúvané témy.

Programy profesionálnych a poloprofesionálnych zoskupení vnímaných ako headlineri je potrebné vyberať s reflexiou novej tvorby; Výzvou pre dramaturgov je rovnováha medzi inovatívnosťou tvorby a komerčným úspechom „značky“. Mimoriadne efektné a umelecky hodnotné môžu byť javiskové ságy, umelecké výpovede o historických i súčasných témach, prepájajúcich nás s našou minulosťou.

V hudobných programoch sa môžu rovnako predstaviť menej spracúvané fenomény tradičnej hudobnej kultúry, vynikajúci interpreti tradičných vokálnych a inštrumentálnych štýlov, medzigenračné tradovanie, vývin hudobných nástrojov, či zaujímavé témy (osudov žien, príbehov výskumov hudobnej kultúry, tvorby skladateľov a pod.).

Profilové programy vynikajúcich zahraničných kolektívov môžu priniesť inšpiratívne aktuálne svetové trendy v inovatívnej scénickej prezentácii tradičnej kultúry vytvorené na základe jej poznania, vynikajúcej interpretačnej úrovne a výnimočnej tvorivej invencie.

Otvorenie festivalu ako samostatný úvodný typ programu je potrebné citlivo režijne poňať v zmysle reflexie Štatútu festivalu, uvítajúc hostí, prezentujúc záštitu festivalu, s úvodnými prejavmi predstaviteľov, prezentáciou domáceho kolektívu a znením znelky (ktorá ako zvukový symbol festivalu môže byť aj súčasťou videoteaserov a pod.).

Dôležitým identifikačným symbolom festivalu je aj spoločná zvuková kulisa - okrem znelky ňou môžu byť aj pravidelné oznamy, hlásenia realizované zaujímavou formou (slovesné prejavy, obecní funkcionári z tradičného prostredia, zvuková kulisa signálnych nástrojov a pod.), ktoré symbolicky festival otvárajú, uzatvárajú, ráno budia a večer uspávajú a pod.

Prezentačné programy môžu obohatiť aj multižánrové fusion. Dôležité je neopomínať prezentáciu domácich, lokálnych či regionálnych kolektívov, sólistov atď., pripomínajúc regionálnu identitu a špecifickosť festivalu i prostredia/regiónu. Autorské tematické programy by mali akcentovať prezentáciu prejavov tradičnej kultúry na základe poznania jej tradičnej formy, s originálnym inscenovaním využívajúcim i mimojaviskové plány a technické možnosti, reflektujúc celosvetové trendy open-air umenia i snahu posilniť vzdelávací aspekt programov festivalu. Výzvou pre autorov sú medailóny osobností a ich zakomponovanie do tematických programov, ako aj spomienky na zosnulé osobnosti.

C. Výstavné podujatia

Výstavné podujatia môžu reflektovať aktuálny leitmotív (napr. prezentácia obradovej symboliky pri výstave odevu), prezentovaný fenomén v Reprezentatívnom zozname nehmotného kultúrneho dedičstva Slovenska či ľudstva UNESCO (napr. sochy Terchovskej muziky) či dopĺňať témotvorné znaky festivalu (výstava betlehemov v pastierskom regióne). Každoročne možno využívať nové priestory a originálne inštalácie (napr. v podobe sušiaceho sa plátna na vyrezávaných hálkach s replikami fotografií).

D. Odborné podujatia

Súčasťou odborných podujatí a programov okrem interaktívnych workshopov môžu byť i diskusné panely s osobnosťami (napr. V rámci definovaného cyklu), cyklus odborne komentovaných prezentácií na rôzne témy z oblasti tradičnej kultúry (napr. hudobné štýly z jednotlivých oblastí a pod.), premietanie filmov s etnologickou tematikou, prezentácia výsledkov výskumov, príkladov dobrej praxe múzeí, osvetových zariadení a pod.

Odborné podujatia môžu byť aj súčasťou širšieho programového konceptu (napr. „Etnodom“ s osobitnou dramaturgiou a programovým tímom a pod.).

E. Edičná činnosť

Okrem tradičných edičných výstupov (tlačové materiály, nahrávky interpretov, publikácie o dejinách festivalu) tvoria v súčasnosti významnú súčasť edičných výstupov aj online programy. Môžu nimi byť rôzne typy dokumentov (o remeselných postupoch, spôsoboch výroby, tradičnej kuchyni, odievaní a pod.), ale aj napr. umelecko-vzdelávacie programy (o vývoji folklórneho hnutia, s prezentáciou archívneho pramenného materiálu) a pod., ktoré by v „živom kotly“ amfiteátra nebolo možné uviesť. Divákovi tak môže byť sprostredkovaný „pohľad hlbšie“ – k prameňom tvorby, archívom, do života obce či zákulisia festivalu.

Súčasťou edičných výstupov sú aj metodické videá (školy tanca, spevu), zverejnené na rôznych portáloch, ktorých celoročná využiteľnosť je významnou vzdelávacou a dokumentačnou pridanou hodnotou festivalu. Mimoriadne efektívne je teda celoročne ponechať vzdelávacie webináre a programy sprostredkované v online prostredí.

Vybrané festivaly majú možnosť rozhlasových televíznych záznamov a priamych prenosov festivalových programov, čo napriek technicko-organizačnej náročnosti významne prispieva k propagácii festivalu i vzdelávaniu verejnosti a k priblíženiu, počas repríz i pripomenutiu si umeleckej hodnoty programov, výkonov súťažiacich i atmosféry festivalu.

Ceny festivalu

Festival môže vo svojom Štatúte definovať rôzne typy ocenení, udeľované na základe špecifikovaných kritérií. Výber nominantov v zmysle špecifikácie ocenení v štatúte má v kompetencii Programový výbor alebo rada a z dôvodu organizácie pobytu ocenených a zaradenia oceňovania do programu (napr. pred či v rámci galaprogramu festivalu) je vhodné tieto ocenenia administrovať v jarných mesiacoch.

Podakovania účinkujúcim

Zabezpečenie dôstojnej, sofistikovanej formy podakovaní zo strany hlavného organizátora prispieva k budovaniu dobrého mena festivalu u aktívnych predstaviteľov folklórneho hnutia.

Jeho príprava zahŕňa vytvorenie originálnych ďakovaných listov (autorom, účinkujúcim, lektorom, štábom) útvaram marketingu/komunikácie na základe podkladov Programového výboru/predsedy Programovej rady. Súčasťou býva drobné pohostenie vo vhodnom, zvukovo oddelenom priestore v areáli amfiteátra či v priestoroch Domu kultúry, Obecného/Mestského úradu, za účasti čelných predstaviteľov festivalu, jeho programových útvarov a vedúcich kolektívov. Efektívne je vytvorenie harmonogramu podakovaní, rešpektujúc časy programov a skúšok zúčastnených (možné je vytvoriť i „blokový“ harmonogram a podakovania viacerých časovo súvisiacich programov naraz).

Vyhodnotenie festivalu

Po realizácii festivalu je potrebné vytvoriť komplexnú dokumentáciu podujatia po stránke programovej, po stránke mediálneho plnenia, po stránke technickej, ekonomickej i organizačnej a uskutočniť záverečný postprocessing – komplexné vyhodnotenie podujatia (programové, ekonomické a produkčné) na základe analýzy ekonomických ukazovateľov, vyhodnotení

spoluorganizátorov, hodnotiacich posudkov odborných hodnotiteľov i reakcií návštevníkov prostredníctvom dotazníkov na sociálnej sieti i distribuovaných v areáli.

Návrhy k organizácii, technickému zabezpečeniu, medializácii, produkcii, programu/dramaturgii festivalu zo strany odborných hodnotiteľov, ale aj jednotlivých štábov (technický, organizačný, informačný, medializačný, programový) je potrebné takmer ihneď po festivale zapísať, možno aj pri spoločnom vyhodnotení a posedení okamžite po skončení festivalu, aby sa niektoré veci neopomenuli v návale postprodukčných povinností. Následne komplexné vyhodnotenia je potrebné dať preštudovať aj celému Programovému výboru, Programovej rade a Prípravnému štábu, aby boli podnetmi pre ďalšie ročníky.

Vyhodnotenia jednotlivých ročníkov je vhodné organizovať v jesennom období, po obrdžaní správ odborných hodnotiteľov festivalu a vyúčtovaní nákladov a príjmov. Ideálne je jednotlivé body na vyhodnotení aj čítať a spoločne hľadať východiská/poučenia už pre ďalší ročník festivalu.

Ako odborných hodnotiteľov (v počte 3 - 5 osôb) je vhodné osloviť renomovaných odborníkov z radov etnológov, etnomuzikológov, etnochoreológov, choreografov, dramaturgov, režisérov, hudobných a tanečných pedagógov s dlhoročnou praxou v oblasti folklórneho hnutia a prípravy festivalov či festivalových programov, podľa možností aj zo zahraničia (s cieľom výmeny príkladov dobrej praxe a konštruktívnych rád).

Zápisnice z vyhodnotení festivalového ročníka, ekonomické, propagačné, technické, organizačné, programové vyhodnotenia sú súčasťou archívu festivalu, ktorý tvorí pramenný materiál k analýze a optimálnemu nastaveniu ďalších ročníkov festivalu. Hodnotiace odborné posudky môžu byť podľa dohody aj zverejnené na web stránke festivalu.

IV. Namiesto záveru

Organizačno-produkčné zabezpečenie festivalu by pri ideálnej konštelácii malo predstavovať systematický koncepčný participatívny proces komunikácie a kooperácie programovej, organizačno-produkčnej, marketingovo-komunikačnej, technickej i ekonomicko-právnej zložky festivalovej štruktúry, pracujúc na základe stanovených, v Štatúte a dlhodobej Koncepcii stanovených kompetencií a harmonogramov.

Dramaturgické koncepcie festivalov by v ideálnom modeli mali prezentovať programy vytvorené na základe odbornej znalosti tradičných foriem nášho kultúrneho dedičstva, s využitím nových scénických umeleckých prostriedkov a princípov, ako i interaktívnych programov a ďalších súčasných trendov open-air festivalov. To môže napomôcť k sofistikovanej prezentácii hodnôt tradičného ľudového umenia a k získaniu si pozornosti divákov i z radov strednej, mladej a najmladšej generácie.

Za úspechom každého folklórneho festivalu tak stojí predovšetkým odbornosť a zanietenosť jeho tvorcov a organizátorov, ich súdržnosť, kreativita a zodpovednosť. Tak môžu vznikať originálne, divácky príťažlivé programy, ktoré reflektujú súčasné umelecké trendy a zároveň prezentujú tanečné, hudobné, obradové, výtvarné a remeselné prejavy nášho kultúrneho dedičstva v rozmanitej, sofistikovanej a pravdivej podobe. Vďaka tomu sa sa z pasívneho diváka v prostredí festivalu môže stať aktívny participant - symbolický "dedič" tradičnej kultúry ako súčasť nášho kultúrneho dedičstva.

Literatúra a pramene

Babčáková, K. - Klobušická, P. - Štangová, S.: Návrh dramaturgickej koncepcie Folklórneho festivalu Východná. Bratislava : NOC, 2011 [interný materiál]

Babčáková, K. - Klobušická, P. - Štangová, S.: Folklórny festival Východná 2011. Bulletin. Bratislava : NOC, 2011.

Babčáková, K. - Klobušická, P. - Štangová, S.: Folklórny festival Východná 2012. Bulletin. Bratislava : NOC, 2012.

Babčáková, K.: Folklórny festival Východná 2013. Bulletin. Bratislava : NOC, 2013.

Babčáková, K. - Ditmarová, L. - Šišková, T.: Folklórny festival Východná 2019. Bulletin. Bratislava : NOC, 2019.

Babčáková, K. - Lipianska, E.: Folklórny festival Východná 2021. Bulletin. Bratislava : NOC, 2021.

Babčáková, K. - Lipianska, E.: Folklórny festival Východná 2022. Bulletin. Bratislava : NOC, 2022.

Babčáková, K. (2015). K potrebe a formám vzdelávania v oblasti ľudového tanca v NOC a regionálnych osvetových strediskách. In I. Liszkayová (Ed.), *Tanečný kongres Tanec.SK 2015* (s.156-164). Bratislava: VŠMU.

Babčáková, K. (2015). K dramaturgickej koncepcii Folklórneho festivalu Východná a jej napĺňaniu v r. 2011 – 2013. In *Etnologické rozpravy* 22(2), s.124-137.

Babčáková, K. (2015). Folklórne hnutie, folklorizmus a nehmotné kultúrne dedičstvo na Slovensku v inštitucionálnom kontexte. In *Etnologické rozpravy* 30(2), s.43-61.

Dohovor o ochrane a podpore rozmanitosti kultúrnych prejavov.

[[http://www.mzv.sk/App/wcm/media.nsf/vw_ByID/ID_3AFA330BD2657628C125767D00494FCA_SK/\\$File/Dohovor_kult_diverzitaSK.pdf](http://www.mzv.sk/App/wcm/media.nsf/vw_ByID/ID_3AFA330BD2657628C125767D00494FCA_SK/$File/Dohovor_kult_diverzitaSK.pdf)]

Dohovor na ochranu nehmotného kultúrneho dedičstva. Paríž, 17. októbra 2003. [dostupné online:

<http://old.culture.gov.sk/zahranicne-styky/unesco/informacia-o-dohovore-unesco-2>]

Hodnotenia FFV v rokoch 2011 – 2022. [interné materiály NOC]

Leščák, M. - Sirovátka, O. (1982). *Folklór a folkloristika*. Bratislava: Smena.

McCrindle, M. (2009). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. 1st. vyd. Australia : [s.n.], 2009. ISBN 9781742230351. S. 199–212.

Odporúčanie na ochranu tradičnej kultúry a folklóru. [<http://www.ludovakultura.sk/fileadmin/data/docs/pdf/2-1-1-Odporucanie-na-ochranu.pdf>]

Pavlicová, M., Uhlíková, L. (1997). *Od folkloru k folklorismu*. In Pavlicová, M., Uhlíková, L. (eds.): *Od folkloru k folklorismu*. Strážnice: Ústav ľudové kultúry, s. 6.

Profantová, Z. (2013). *Folklór a folkloristika vo svete postmoderny*. In *Folklór a folkloristika vo svete postmoderny*. Profantová, z. (ed). Ústav etnológie SAV, Bratislava, 2013. s. 9-30

Štatút Folklórneho festivalu Východná. [interný materiál NOC, dostupné online:

www.festivalvychodna.sk/picture/extra/statut-ffv-2015.pdf]

Uznesenie vlády SR z 8. 8. 2007 k návrhu Koncepce starostlivosti o tradičnú ľudovú kultúru.

[http://www.rokovania.sk/File.aspx/ViewDocumentHtml/Uznesenie-5172?prefixFile=u_]

Zápisnice zo zasadnutí PR FFV v rokoch 2011 – 2013, 2019 - 2022. [interné materiály NOC]

Zálešák, C. (1982). *Folklórne hnutie na Slovensku*. Bratislava: OÚ.



Mgr. Katarína Babčáková, PhD.

Etnochoreologička, tanečná pedagogička, odborná pracovníčka pre folklór a folklorizmus v Národnom osvetovom centre, odborne spolupracuje na realizácii folklórnych súťaží a FF Východná. Je absolventkou etnologických katedier FiF UK v Bratislave a FF UKF v Nitre i kurzov konštruktívnej tanečnej pedagogiky a dramapedagogiky. Spolupracovala na výskumoch v projektoch Digitálne múzeum a Ľudové tance slovenských regiónov.

Je autorkou choreografií a dramaturgií celovečerných predstavení súborov, režisérkou programov na folklórnych festivaloch. Pôsobí ako lektorka škôl tanca a inštruktáží pre vedúcich súborov. Je členkou PR MFF Myjava, dramaturgicky viedla FF Východná. Je prezidentkou Slovenskej národnej sekcie CIOFF a členkou Rady na ochranu nehmotného kultúrneho dedičstva MK SR.

Viaczdrojové financovanie festivalu, Fundraising, crowdfunding

Mgr. Igor Kocian, MBA

odborník v oblasti komunitného a hromadného financovania,
občiansky aktivista

Fundraising - zdroje pre organizátorov podujatí

- **Verejné dotácie/granty** - ministerstvá, úrad vlády, kraje, mestá/obce, peniaze poslancov NR SR a samospráv na poslanecké priority, Fond na podporu umenia, zdroje EÚ a nástroje EÚ, 2% z dane (3% pri dobrovoľníkoch nad 40 hodín)
- **Súkromná podpora** - jednotlivci, firmy a firemné nadácie; pravidelný sponzoring, crowdfunding, matching, úverové zdroje
- **Priame zahraničné zdroje** - granty a dotácie ambasad a obchodných komôr, zahraniční donori (zahraniční Slováci, partnerské spolky, školy a inštitúcie)
- **Predaj a komerčné príjmy** - priamy a distribučný predaj, e-shop, účastnícke/členské, prenájmy priestorov/zariadenia, príjmy z vysielacích a autorských práv
- **Dobrovoľníci a ľudské zdroje** - dobrovoľníci (Erasmus+, študenti škôl, seniori na dôchodku), štipendiá, výmenné pobyty/stáže/prax (verejné aj súkromné príležitosti)

Pravidlá pre dlhodobý úspech pri získavaní zdrojov

- **Pravidelne sledovať príležitosti**
- **Držať sa podmienok výzvy** a požiadaviek donora/darcu
- **Držať si účtovníctvo a relevantné doklady/záznamy** – prezenčné listiny, dokumentačné fotografie, videá, údaje a štatistiky pre vyhodnotenie, sumarizáciu a vyúčtovanie projektu
- **Používať financie, dary, ľudské zdroje iba na dohodnuté/zazmluvnené aktivity/činnosti**
- **Dodržať časový harmonogram** – časové a účtovné rozvrhy a uzávierky aktivít projektu
- **Konzultovať nejasnosti s donorum/darcom** – vyvarujte sa robenia rozhodnutí, ktoré sú založené iba na vlastnom úsudku bez odobrenia donorum/darcom



Ako funguje crowdfunding

Vyberaná cieľová suma na realizáciu Vašej myšlienky/podujatia

Financie získavané od množstva ľudí

V rôzne vysokých čiastkach/sumách

Mobilizácia komunity v konkrétnom časovom období

Kampane na konkrétne obdobie (napríklad 30, 45, 90 dní vs. dlhodobý model)

Systematická práca

Kvalitná príprava, zodpovedný tím a aktívny prístup zvyšujú šancu na úspech

Crowdfunding – formy a platformy (SK+CZ)

- **Darcovský crowdfunding** = zbierky – bezodmenová forma
www.darujme.sk, www.ludialudom.sk, www.donio.sk
- **Odmenový crowdfunding** – odmenová forma
www.startlab.sk, www.donio.sk, www.hithit.sk (SK+CZ+ENG),
www.startovac.cz (SK+CZ+ENG)
- **Crowd investing** – podielová forma
www.crowdberry.eu
- **Crowd lending** – pôžičková forma
www.zltymelon.sk, www.zinceuro.sk

Odmenový a darcovský crowdfunding - odporúčané platformy svet

Globálny dosah:

- www.kickstarter.com – líder na trhu
- www.indiegogo.com – formy aj „všetko alebo nič“ aj flexibilné financovanie
- www.patreon.com – projekty podporované formou pravidelného zápisného
– zápisné fanúšikov ako forma pravidelného príjmu
- www.gofundme.com – menšia konkurencia projektov

Platformy v jednotlivých krajinách Európy:

- <https://thecrowdspace.com/directory/art-crowdfunding-platforms/>

Výhody odmenového crowdfundingu

Prieskum trhu a záujmu verejnosti

- úspech/neúspech kampane ako užitočný nástroj pre Vaše aktivity

Propagácia – užitočný marketingový nástroj

- budovanie povedomia a vytvorenie databázy podporovateľov

Pokrytie nákladov jednorazovej alebo rozbehu dlhodobej aktivity

- projekt, produkt, služba, podujatie, kariéra

Odmeny za príspevky = testovací e-shop vo forme predpredaja

Vlastná stránka vs. crowdfundingové portály

Vlastná stránka - náklady a čas na:

- webstránku (doménu, hosting)
- e-shop/platobnú bránu
- správu webstránky a technickú podporu
- propagáciu webstránky a vybudovanie dôveryhodnej platformy
- antivír atď.

Príklady vlastných stránok:

- <https://www.marillion.com/shop/albums/anorak-vinyl.htm>
- <https://projekty.dennikn.sk/>

VS.

Zavesenie kampane na osvedčený crowdfundingový portál
za poplatok z výnosu

=> viac času na obsah a propagáciu

Príklady úspešných kampaní

- <https://www.startlab.sk/projekty/2263-35-hornonitrianske-folklorne-slavnosti/>
- <https://www.hithit.com/sk/project/12639/stante-se-partakem-folkloru-v-prerove>
- <https://www.hithit.com/sk/project/11503/diar-pozapomenutych-tradic-2023>
- <https://www.startovac.cz/projekty/aha>
- <https://www.startlab.sk/projekty/2519-hudobny-dvojalbum-projektu-korene/>
- <https://www.donio.sk/kosmopol>
- <https://www.startovac.cz/projekty/kruscice-na-startu?locale=cs>
- <https://www.startlab.sk/projekty/1048-nezny-komiks/>
- <https://www.hithit.com/sk/project/1156/nakopni-jatka>

Crowdfundingová kampaň – ako sa pripraviť

- **KONKRÉTNY CIEĽ** a **PREPRACOVANÝ PLÁN**
- **POZNAJTE SVOJE PUBLIKUM**, jeho správanie a preferencie
- **OTESTUJTE SVOJ PROJEKT/PRODUKT/PODUJATIE** – pýtajte sa existujúcich fanúšikov, priateľov, rodiny, kolegov
- **BUDUJTE SI** vopred **DATABÁZU** možných podporovateľov
- **KOMUNIKUJTE** neúnavne a dostatočne **VOPRED** o príprave kampane a jej plánovanom štarte
- **STANOVTE SI** si realistické **ODMENY** výmenou za príspevky verejnosti
- **KAMPAŇ DO BODKY PRIPRAVENÁ PRED SPUSTENÍM** (projekt/produkt/podujatie čo najlepšie vyprofilované)

Viaceré kampane v jednom čase?

Krátka kampaň ≠ Dlhodobá zbierka

**Viacerými kampaňami naraz
rozdelíte pozornosť a zdroje podporovateľov
- nemusí sa Vám podariť vybrať
žiadnu cieľovú sumu.**

Názov

Text/popis

Video

Fotografie

Cieľová suma

Míľníky kampane

Odmeny

Kontakty a odkazy na projekt a autora

Kalendár podujatí

Aktuality - komunikácia s verejnosťou

Crowdfundingová kampaň - obsahová štruktúra



Foto: Glenn Carstens-Peters na Unsplash

Názov kampane

- **stručný, výstižný, pútavý, budiaci zvedavosť, hravý**
- **s odkazom na Váš produkt (názov, značka, podujatie)**

Názov – príklady z kampaní

Vystúpenie k 15. výročiu Folklórneho Súboru Nadšenci
Obnovme starú školu pre majstra hračiek z Kyjatic
Staňte sa parťákom folkloru v Přerově
AHA
DIÁŘ pozapomenutých TRADIC 2023
Nežný komiks '89
ARTA: podporte premenu starej továrne na kultúrne centrum
Nakopni Jatka!

Zdroje: <https://www.startlab.sk>; <https://www.hithit.com/sk>; <https://www.startovac.cz>; <https://donio.sk/>

Názov – príklady z kampaní - zdroje

- <https://www.startlab.sk/projekty/2935-vystupenie-ku-15-vyrociu-folklorneho-suboru-nadsenci/>
- <https://www.startlab.sk/projekty/2156-obnovme-staru-skolu-pre-majstra-hraciek-z-kyjatic/>
- <https://www.hithit.com/sk/project/12639/stante-se-partakem-folkloru-v-prerove>
- <https://www.startovac.cz/projekty/aha>
- <https://www.hithit.com/sk/project/11503/diar-pozapomenutych-tradic-2023>
- <https://www.startlab.sk/projekty/1048-nezny-komiks/>
- <https://www.donio.sk/arta>
- <https://www.hithit.com/sk/project/1156/nakopni-jatka>

Text/popis kampane - kostra

PEREX (2-3 krátke vety: o čo kampaňou ide, buďte osobní, zapojte čitateľa, jemný predajný nádych)

O MYŠLIENKE (ako sa to začalo; prečo tento projekt)

CIEĽ KAMPANE (stručný cieľ a potom podrobnosti)

O AUTOROCH (pozadie, prepojenie na projekt, odvetvie a kampaň)

DÔVOD PRE KAMPAŇ (prečo to robíte; pre koho to robíte; pre koho má táto aktivita zmysel)

ĎALŠIE PLÁNY (ako ďalej po kampani v danej oblasti)

!!! A FOTOGRAFIE/NÁKRESY/UKÁŽKY DO TEXTU !!!



Foto: [Ekaterina Kurmetova na Unsplash](#)

Text/popis kampane - na čo dbať

- **VÁŠ PRÍBEH** – pútavý, ale skutočný a uveriteľný
- **VÁŠ UVERITEĽNÝ CIEĽ** – čo urobíte, ak bude kampaň úspešná, čo môžu očakávať podporovatelia – zodpovedný a splniteľný plán
- **VYČÍSLENIE NÁKLADOV** – buďte transparentní
- **PREČO POTREBUJETE** finančnú **INJEKCIU**/pomoc – aké náklady pokryje
- **PRÍKLADOVÉ FOTO/NÁKRESY** pomedzi text – jasný popis
- **PREDSTAVTE** Váš **TÍM** – vytvoríte väzbu s čitateľom
- **VÝROKY SPOKOJNÝCH** zákazníkov/fanúšikov/testerov/spolupracovníkov

STRUČNÝ, ZROZUMITEĽNÝ a PÚTAVÝ TEXT BEZ GRAMATICKÝCH CHÝB

Perex kampane – príklady

- <https://www.startlab.sk/projekty/2519-hudobny-dvojalbum-projektu-korene/>
- <https://www.hithit.com/sk/project/5630/debutovy-album-kapely-secret-session>

Text/popis kampane – príklady

- <https://www.startovac.cz/projekty/aha>
- <https://www.hithit.com/sk/project/6065/marian-varga-collected-works-i>

Video kampane

- **Dĺžka ideálne 1,5 - 2 minúty** (nie viac ako 3 minúty) – neunavte diváka
- **Povedzte, o čo Vám ide** – čo je Vaším zámerom, ako Vám verejnosť môže pomôcť a čo od Vás môže očakávať
- **Ukážte a jasne popíšte svoj produkt/projekt/podujatie**
- **Dajte videu emóciu a život** – vtiahnite diváka do deja pútavým, ale nenásilným štýlom prejavu a obsahu
- **Buďte zrozumiteľní** – nehovorte príliš rýchlo a nehltajte slová
- Ak sa to hodí, **použite ladiacu hudbu** s dejom vo videu
- **Povedzte alebo napíšte, kto ste**, a k tomu zopár slov o sebe
- **Uvedte** na konci **odkaz na kampaň** – video totiž môže byť zhladené z odkazu mimo crowdfundingového portálu (napríklad cez YouTube a pod.)
- Pre medzinárodnú podporu **zvážte titulky vo vybranom jazyku**

Fotografie kampane

- **ZOBRAZTE** Váš **PROJEKT/PRODUKT/PODUJATIE** - ľudia ich chcú vidieť
- **POUŽITE VÝPOVEDNÚ HLAVNÚ FOTOGRAFIU**, ak nemáte video
- **DOSTATOK FOTOGRAFIÍ V GALÉRII** kampane (10+ fotografií)
- **VLOŽTE DO TEXTU** kampane **SÚVISIACE FOTOGRAFIE**
- **ZOBRAZTE ODMENY**, ktoré podporovateľom ponúkate
- **VIDITEĽNÉ A ZROZUMITEĽNÉ** – ostré foto s logickou kompozíciou
- **FOTO AUTOROV KAMPANE** pridanou hodnotou

Video kampane – príklady

- <https://www.hithit.com/sk/project/1156/nakopni-jatka>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=4yzAdQbMM0k>
- <https://www.hithit.com/sk/project/5630/debutovy-album-kapely-secret-session>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=04gUv3aBr9I>

Fotografie kampane – príklady

- <https://www.startlab.sk/projekty/2176-t3--kulturny-prostriedok--tyrsovo-nabrezie/>
- <https://www.startlab.sk/projekty/3325-70vyrocie-folklorneho-suboru-technik-stu/>

Cieľová suma - rozpočet

Potrebná suma

- **Minimálna suma pre efektívnu realizáciu projektu**
(aspoň 1500 - 2000 eur, inak je rentabilita kampane otázná)

+

Výdavky

- **Náklady na kampaň** (fotografie, video, editácia textov, jednotkový čas prípravy)
- **Náklady na odmeny** (výroba, platby za služby, doručenie)
- **Náklady na propagáciu** (inzercia, online marketing, analytické nástroje dopadu propagácie)
- **Dane** (daň z príjmu, odvody, DPH) **a príspevky do umeleckých fondov**
- **Poplatky portálu za realizáciu úspešnej kampane**

Cieľová suma – modely výberu

- **Model „všetko alebo nič“ - kampane na 15, 30, 45, 60 až 90 dní**
 - ak cieľovú sumu nevyberiete, peniaze sa vrátia prispievateľom a Vás to vtedy nič nestojí
 - **momentum, vyššia motivácia, úspešnosť, dôveryhodnosť**
 - **Hithit, StartLab, Startovač, Donio**
- **Model flexibilného (dlhodobého) financovania**
 - peniaze môžete vyberať dlhodobo bez toho, aby ste z nich museli niečo vracať prispievateľom
 - **postupné opadnutie záujmu verejnosti pri dlhších kampaniach**
 - **Donio, Startovač**

Cieľová suma – poplatky portálov

Donio	0% a žiadne bankové poplatky - portál pri platbe za odmeny oslovuje Vašich podporovateľov so žiadosťou o dobrovoľný príspevok, a to vo výške extra 11% k sume odmeny, aby pokryl náklady na svoju činnosť a na bankové poplatky
Hithit	• pri cieľovej sume do 8000 eur poplatok 9%, • pri cieľovej sume nad 8000 eur individuálne podmienky s nižším poplatkom
Startlab	7% - portál pri platbe za odmeny oslovuje Vašich podporovateľov so žiadosťou o dobrovoľný príspevok na činnosť portálu, ktorým Vám podporovatelia môžu znížiť Váš poplatok až do výšky 3,5 %
Startovač	- pri cieľovej sume do 2000 eur poplatok 9% - pri cieľovej sume nad 2000 eur poplatok 7% - pri cieľovej sume nad 20 000 eur poplatok 5%

Poplatky portálov sú spravidla bez DPH a poplatkov platobných brán – k celkovej cene poplatku z vybranej sumy tak prirátajte rezervu ešte 2,5 až 3% navyše.

Zdroje: <https://donio.sk>; <https://www.hithit.com/sk>; <https://www.startlab.sk>; <https://www.startovac.cz>

Míľníky kampane

Nebojte sa extra injekcie

Čo ak vyberiem cieľovú sumu
a do konca kampane ostáva
ešte niekoľko dní?

**Myslite vopred na míľníky,
teda ďalšie nadstavby projektu
a potrebné čiastky na ich realizáciu**

Úspešné projekty často vyberú viac financií ;-)

Míľníky kampane – príklady

- <https://www.startlab.sk/projekty/2975-krasta-bager-divadelny-cirkusovy-bager-dua-kyseli-krastafci/>
- <https://donio.sk/domalbrechtovcov>

Odmeny pre prispievateľov

- Ponúknite dostatok nápaditých odmien
- Aj lacnejšie lákavé odmeny môžu vybrať väčšiu sumu od množstva ľudí
- Ponúknite svoj produkt ako odmenu (v prípade lístkov v limitovanom počte)
- Postupné cenové rozostupy medzi odmenovými sumami bez väčších skokov
- Ponúknite odmeny pre najrýchlejších – napr. prvých 5 ks za špeciálnu cenu
- Ponúknite kombinácie odmien so zľavou
- Odmeny vo forme Vášho času môžu ušetriť financie (napr. obed/káva s organizátormi)
- Uveďte, kedy odmeny doručíte prispievateľom
- Neponúkajte, čo nedokázate splniť

Odmeny pre prispievateľov – príklady

- <https://www.startlab.sk/projekty/3773-70-vyrocie-folklorneho-suboru-druzba/>
- <https://www.hithit.com/sk/project/6065/marian-varga-collected-works-i>
- <https://www.startlab.sk/projekty/2156-obnovme-staru-skolu-pre-majstra-hraciek-z-kyjatic/>
- <https://www.hithit.com/sk/project/1125/online-muzeum-gulagu>

Kontakty a odkazy na projekt a autora

Telefón, email, webstránka, sociálne siete, youtube, mediálne výstupy

Kalendár podujatí ku kampani

Podujatia počas kampane a podporené podujatia - dátumy, časy, lokalizácia

Aktuality

Pravidelné informovanie prispievateľov/verejnosti o novinkách kampane a prípravách podujatia/produktu

PROPAGÁCIA NA ČO MYSLIEŤ

- **ČASOVÝ PLÁN** = **KEDY** – pred kampaňou, počas nej a po nej
- **DEŇ „D“** – o spustení kampane informujte dostatočne vopred
- **PUBLIKUM** = **KOMU** – presne si zadefinujte, koho osloviť
- **CESTA K PUBLIKU** – dlhodobo si tvorte zoznam kontaktov, ktoré osloviť
- **NÁSTROJE** = **ČO** – náležité k návykom Vášho cieľového publika

Propagácia – aktívny a pozitívny prístup

*Čas vynaložený na komunikáciu kampane
šetrí financie na platenú propagáciu*

*Ľudia Vám neprispejú, ak o kampani nevedia
– komunikujte kampaň všade a počas celej jej dĺžky*

*Podpora od Vašich existujúcich kontaktov je kľúčová
– iní návštevníci portálov prispejú, až uvidia kampaň rásť*

*Komunikujte verejnosti pozitívny pocit,
že sa Vám spolu niečo pekné podarí.*

*Ponúknite publiku účasť na projekte, ak to je možné
– pritiahnete dlhodobých fanúšikov.*

Propagácia – plán šírenia publiku I.

OSOBNÉ PROMO

=> **neoceniteľné pre rozbeh príspevkov kampane**

- Vaši existujúci podporovatelia a fanúšikovia
- Rodina, priatelia, kolegovia, známi, susedia, známi známych, konkrétni spolupracujúci novinári
- Ľudia, ktorí by mohli mať záujem/ochotu podporiť

AKO?

- Emaily, priame správy, telefonáty, osobné stretnutia
- Konferencie, relevantné podujatia, oslavy, večierky

Propagácia – plán šírenia publiku II.

MASOVÁ REKLAMA - NEPLATENÁ

- Newsletter/spravodaj emailom
- Sociálne siete
- Online médiá
- Blogy, fóra
- Tlačové správy do relevantných médií
- Dokument/relácia v masmédiách – príbeh predáva (TV, rádiá, online Youtube kanál atď.)
- **S kýmkoľvek komunikujete, nezabudnite ich poprosiť o zdieľanie kampane**

MASOVÁ REKLAMA - PLATENÁ

- Sociálne siete
- Google
- Online médiá

Vyhodnocujte si úspešnosť kampane

1. Analytické nástroje portálov

Poproste crowdfundingový portál o info, odkiaľ prichádzajú sledovatelia na stránku Vašej kampane (z konkrétnych sociálnych sietí, z vyhľadávania na Google, cez prezretie videa na Youtube alebo pri prehliadaní crowdfundingovej stránky)

2. Dopad platených reklám v čase kampane

Vyhodnoťte si platenú/neplatenú propagáciu na sociálnych sieťach, v online médiách a podobne

3. Úspech/neúspech kampane a relevancia odmien

Vyhodnoťte si úspešnosť/neúspech kampane po jej ukončení a zanalyzujte, ktoré odmeny boli atraktívne pre prispievateľov a ktoré nie

Povinné čítanie pre úspešnú kampaň - materiály jednotlivých portálov

Hithit:

<https://www.hithit.com/sk/article/whatisHithit>
<https://www.hithit.com/sk/article/faq>
<https://www.hithit.com/sk/article/howMuchDoesItCost>

Startovač:

<https://www.startovac.cz/novinky/detail/gL9J5YKlb>
<https://www.startovac.cz/novinky/detail/Z0pqEn3Yj>

Startlab:

<https://www.startlab.sk/co-by-ste-mali-vediet-ako-prve/>
<https://www.startlab.sk/magazin/navody/poplatok/>
<https://www.startlab.sk/magazin/navody/cielovasuma/>

Donio:

<https://www.donio.sk/nova-kampan?mode=donio-plus>

Dodatočné odkazy na úspešné kampane (folklór, podujatia, festivaly)

- <https://www.startlab.sk/projekty/3773-70-vyrocie-folklorneho-suboru-druzba/>
- <https://www.startlab.sk/projekty/3520-25-vyrocie-folklorneho-suboru-karpaty/>
- <https://www.startlab.sk/projekty/3324-prve-hudobne-cd-fs-maj-piescanske-one/>
- <https://www.startlab.sk/projekty/3325-70vyrocie-folklorneho-suboru-technik-stu/>
- <https://www.startlab.sk/projekty/2935-vystupenie-ku-15-vyrociu-folklorneho-suboru-nadsenci/>
- <https://www.startlab.sk/projekty/1095-video-show-me-slovakia-by-slovakfolklote/>
- <https://www.startlab.sk/projekty/421-vifi-fest-vidiecky-filmovy-festival/>
- <https://www.hithit.com/sk/project/12298/ostravske-dny-folkloru>
- <https://www.hithit.com/sk/project/11728/pomozte-nam-ozivit-cd-vzpominky>
- <https://www.startovac.cz/projects/kroje-nam-slusi-jenom-je-usit>
- <https://www.startovac.cz/projekty/beranciavlci?locale=cs>

Kontakt

Igor Kocian

igorkocian@yahoo.com



Foto: Katya Ross na Unsplash



Mgr. Igor Kocian, MBA

*Vyštudoval sociálnu prácu na Univerzite Komenského v Bratislave
a manažment v cestovnom ruchu na Queen Margaret University v Edinburghu.
V súčasnosti sa venuje manažmentu a rozvoju distribučnej siete projektu*

Nota bene pod hlavičkou o.z. Proti prúdu.

*V minulosti bol strážcom slovenskej pobočky crowdfundingového
portálu Hithit a radil projektom, ako uspieť v oblasti komunitného
a hromadného financovania. Taktiež pôsobil v oblasti PR a fundraisingu
pre Národný Trust n.o. Niekoľko rokov spolupracoval s viedenskou nadáciou
Unruhe Privatstiftung, ktorá každoročne oceňuje spoločensky
inovatívne projekty v strednej Európe.*

Dlhodobý tlmočil v anglickom jazyku pre verejné služby v Spojenom Kráľovstve.

*Vo voľnom čase píše a venuje sa občianskemu aktivizmu
v oblasti životného prostredia a pamiatok.*

Online stratégie, marketing, práca s publikom a ich uplatnenie pri vrcholných aktivitách tradičnej kultúry

Ing. Vlasta Papcúnová
lektorka, mentorka, konzultantka



Zdroj: Vlasta Papcúnová

Čo si pod pojmom „aktivity tradičnej kultúry“ môžeme predstaviť?

Patria sem napr. :

- **Folklorne festivaly** – oslavujú miestne tradície, hudbu, tanec a remeslá. Zvyčajne zahŕňajú vystúpenia folklórnych skupín a predaj regionálnych výrobkov. Majú vybudovanú dlhoročnú tradíciu so zárukou kvality. Vznikajú však aj nové, to ktorých je možné sa angažovať. Je vhodné sledovať trendy, pýtať sa a vyhľadávať príležitosti.
- **Ručné remeslá** – sú zručnosti ako tkanie, keramikárstvo, kováčstvo, drevorezbárstvo a iné tradičné remeslá, ktoré sú dôležitou súčasťou kultúrneho dedičstva. Mnohé komunity organizujú workshopy na ich zachovanie, čím vytvárajú priestor na prezentáciu a odovzdávanie tejto skúsenosti aj praktickej zručnosti mladším generáciám.
- **Tradičné tance** - tance, ktoré sú súčasťou kultúrneho dedičstva, sú často vykonávané na festivaloch, svadbách a iných oslavách, pričom reprezentujú históriu a hodnoty komunity. Majú svoje špecifické prvky. Keďže kapacity skupín tradičných tancov sú obmedzené, vznikajú vďaka jednotlivcom aj dostupné časovo vyhradené kurzy, v ktorých je príležitosť zažiť si náročnosť a systém výučby tradičných tancov.
- **Hudobné podujatia** - tradičná hudba, často spojená s regionálnymi nástrojmi, sa prezentuje na koncertoch a festivaloch, čím sa zachováva kultúrna identita. Podporujúcimi sú okrem rodičov, súborov aj umelecké školy, ktoré sú prítomné pri budovaní tejto oblasti.
- **Rituály a oslavy** - oslavy sezónnych zmien s istou pravidelnosťou, náboženské rituály a sviatky sú dôležitými aktivitami, ktoré posilňujú komunitu a jej tradície.

Tieto aktivity nielenže zachovávajú kultúrne tradície, ale aj posilňujú pocit identity a spolupatričnosti komunit. Jednou zo základných potrieb človeka podľa Maslowovej hierarchie

potrieb je aj potreba niekam patriť. Potvrdzujú to aj vyjadrenia oslovených členov. Patriť do folklórneho súboru, hudobnej či tanečnej skupiny, k cechu remeselníkov, ich napĺňa radosťou, podporuje kreativitu.

Online stratégie v marketingu – sú spôsoby na zvyšovanie povedomia o vašej činnosti, návštevnosti webových stránok, profilov na sociálnych sieťach, čítania noviniek formou newsletter-a. Prehľad o tom, kto je naša cieľová skupina, čo potrebuje, ako upútať pozornosť a pritiahnúť záujem potencionálnych klientov či sympatizantov? Odpovede na tieto otázky môžeme získať napr. cez:

- **Vytvorenie silnej online prítomnosti** - aktívne profily na sociálnych sieťach, ktoré odrážajú kultúru a hodnoty vašej činnosti. Vyžadujú si kreativitu, konzistentnosť, stratégiu, tiež poznanie fungovania algoritmov jednotlivých sociálnych sietí.
- **Obsahový marketing** - vytvorenie kvalitného obsahu, ktorý oslovuje vašu cieľovú skupinu. Môže to byť blog, videá, podcasty alebo infografiky, ktoré informujú o vašej kultúre a produktoch.
- **Sociálne dôkazy a recenzie** - zverejňovanie recenzie a hodnotenia od spokojných zákazníkov, podporovateľov. Posilníme tým dôveru v naše služby/značku a podporíme rozhodovanie zákazníkov, ak si prečítajú odovzdanú skúsenosť a zážitok s vaším subjektom.
- **Interaktívne kampane** - organizovanie súťaže, ankety alebo výzvy, ktoré zapoja vašu komunitu a povzbudia ich k interakcii, motivácii k učeniu sa nových vecí prostredníctvom vašej činnosti a aktivít. Odmenou v súťaži môžu byť napr. vstupenky na ďalšie podujatie, zľava pri objednaní vašich služieb či iná malá pozornosť.
- **Influencer marketing** - spolupráca s influencermi, ktorí zdieľajú hodnoty vašej kultúry. Ich odporúčania môžu osloviť širšie publikum a zvýšiť predaje. Influenceri si už získali dôveru svojho publika, ktorá môže byť využitá aj vo váš prospech, a to odporúčanie na základe vlastného presvedčenia.
- **E-mailový marketing** - vytvorenie e-mailovej kampane, ktorá informuje zákazníka o novinkách, akciách a hodnotách vašej kultúry. Personalizovaný obsah môže zvýšiť angažovanosť. Sú to emaily, ktoré denne nachádzame v e-mailových schránkach. Často nám to uľahčí hľadanie a rozhodovanie sa, budovanie si dôvery voči danej značke/komunite, od ktorej informácie nás zaujímajú a radi ich čítame.
- **Webináre a online eventy** - organizovanie online seminárov, kde prezentujeme kultúru, hodnoty a produkty. To môže pomôcť budovať vzťahy so zákazníkmi a zvyšovať ich záujem. Na sociálnych sieťach je možné realizovať to bezplatne. Predchádza tomu postup informovania skupiny, zahrievania publika, ktoré si vyhradí čas na online vysielanie, prípadne zabezpečiť záznam z tohto vysielania. Je to predaj prirodzenejšou formou, kde odovzdáme sledovateľom hodnotu, nové poznatky a zároveň informuje o blížiacom sa podujatí, možnosti stať sa členom, byť sponzorom a pod.
- **SEO optimalizácia** – optimalizovanie webu a obsah pre vyhľadávače, aby ste zvýšili viditeľnosť vašich produktov a kultúry online. Je to považované už za vyšší stupeň realizácie, ku ktorému je potrebná aj odborná technická zručnosť.
- **Zákaznícka podpora** - poskytneme vynikajúcu online zákaznícku podporu. Rýchle a efektívne riešenie otázok a nejasností záujemcov môže viesť k vyššej spokojnosti a opakovaným nákupom služby či produktu. Uvedenie emailovej adresy či telefónneho kontaktu v texte, na profile, webe je dôveryhodná cesta komunikácie. Samozrejme, s kompetentným informačným zastúpením na uvedených kontaktoch.

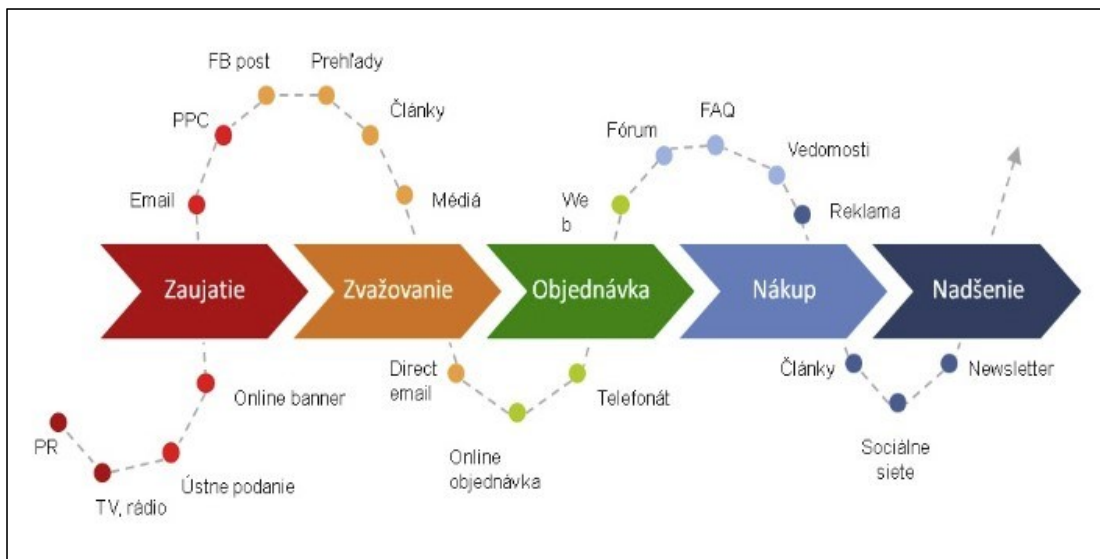
Ako zvyšovať predaj online formou ?

Niektoré spôsoby, ktoré je možné využiť na ceste zákazníka sme už spomenuli v texte vyššie.

Procesne to vyzerá nasledovne:

- **Cesta zákazníka** – vytvoriť si cestu zákazníka znamená vytvoriť akoby mapu, kadiaľ pôjdem, aby som sa dostal k cieľu, aké nástroje použijem, koľko financií do toho investujem. Predstavuje proces, ktorým zákazník prechádza od oboznámenia sa s vašou službou/produktom, až po jeho nákup.
- **Spustiť platenú reklamu** – je nástroj, ktorý na sociálnych sieťach podporí predaj a informovanosť o vašom podujatí. Je však nevyhnutné poznať svoje publikum a pripraviť si vizuály, textácie, videoteaser a i.

- Oplyvňovatelia (influenceri)
- Sociálne siete – aktívne
- Newsletter – pravidelný magazín s novinkami, ktorý zasielame svojim klientom, aby mali prehľad, či už o cene, inovatívnych balíčkoch, pripravovaných podujatiach, na ktorých sa môžu zúčastniť a včas si vyhradiť čas.
- E-mailová marketingová kampaň
- Spolupráce – súčasť iných produktov, napr. pri ukážkach remeselníkov vystúpi a atmosféru bude dotvárať aj hudobná skupina.



Nákupná cesta zákazníka
Zdroj: virtualne.sk

Komunikácia s publikom

Kto je naše publikum? Identifikovať si v akej vekovej kategórii je naše publikum, sú to prevažne muži alebo ženy, ktorá generácia ho tvorí, aký komunikačný kanál zvolit? Tlač letákov do schránky alebo online kampaň?

Komunikácia je základ. Ide o oblasť, ktorá nestarne. Buduje a padá na nej množstvo vzťahov, dobrých spoluprác a partnerstiev. Ak ovládame kľúčové princípy, ako odkomunikovať správu, aby mala želaný účinok, poznáme techniky, ako porozumieť druhým, resp. prostredníctvom rôznych nástrojov vyriešiť náročné situácie tak, že sa napätie zmierni, získava nesmiernu výhodu v spolupráci s ľuďmi.

Ľudia si všeobecne mýlia rozprávanie s komunikáciou. Myslíme si, že keď vieme hovoriť, vieme aj komunikovať.

Spätná väzba – je súčasťou komunikácie, ktorú si všímame a používame menej. Má však významný vplyv na získavanie informácií od klientov a je ukazovateľom, ako zlepšiť naše služby.

Pozitívna spätná väzba – ukažuje, čo si ľudia želajú, čo sa oplatí zopakovať. Poteší a má dobrý vplyv aj na nás, ak sa nám naša činnosť vydarila, energia a čas, ktorý sme tomu venovali sa vráti v inej podobe.

Negatívna spätná väzba – je výborný zdroj podnetov pre rozvoj publika. Vyplatí sa nebrať veci osobne. Je vhodné zistiť, či pramení z reálneho stavu, prípadne aj priznať, že nám niečo pre krátkosť času, či zlyhanie techniky nevyšlo, čo sa stáva a prináša to život. Častokrát môže negatívna spätná väzba vychádzať z nedostatku informácií, z nepochopenia či nestotožnenia sa so zámerom podujatia.

Môžeme sa pýtať napr.:
Čo konkrétne sa vám dnes páčilo?
Čo by ste uvítali nabudúce?
Ako ste sa cítili? Oddýchli ste si?
Vyhovovalo vám sedenie ?
Odkiaľ ste k nám prišli? Aká vzdialenosť, doprava?
Čo by ste urobili inak?
Zodpovedala cena Vášmu očakávaniu?

Pýtajme sa do hĺbky. Vydolovať z človeka, čo konkrétne chce a ide robiť, aby dosiahol svoj cieľ, spokojnosť, či už vyšší predaj vo finančnom prevedení, získanie nového klienta, možno neskôr partnera pre ďalšiu spoluprácu.

Na podporu získania informácií od publika môžeme využiť dotazník spokojnosti. Ľudia majú radi, ak o nich prejavíme záujem a pýtame sa, čo si myslia. V sprievode osoby z komunity to má lepší efekt.

Generačné rozdiely pri komunikácii.

Ako komunikovať na generácie ?

napr. podľa Strauss – Howe generačnej teórie (1991), sú po stratenej, vynikajúcej, mlčiacej, povojnovej generácii, aktuálne najčastejšie spomínané:

Generácia X - (1966 – 1976)

Generácia Y - (1977 – 1994)

Generácia Z - (1995 - 2010)

Generácia alfa - (od 2010 - ...)

Je potrebné si uvedomiť, že mileniáli už dnes tvoria veľkú časť pracovnej sily a ovplyvňujú rozhodovacie procesy, tok financií, tvorbu dopytu a ponuky. V nasledujúcom desaťročí väčšina generácie Z vstúpi na trh práce a začnú pracovať prví príslušníci generácie Alfa. Sú to prvé generácie, ktoré boli vychované plne ponorené do digitalizácie a sociálnych médií. Ich spôsoby interakcie so svetom sú odlišné od interakcií generácií, ktoré im predchádzali.

To ovplyvňuje organizácie, skupiny a riadenie viacgeneračnej diverzity bude výzvou. Bude si to vyžadovať, aby bola kultúra flexibilnejšia a aby lídri boli schopní riadiť odlišné potreby a očakávania. Príslušníci generácií Z a Alfa budú technicky zdatnejší, s očakávaniami sociálnej hodnoty a veľká časť ich učenia a prijímania informácií bude prebiehať online spôsobom namiesto prezenčnej účasti. Tieto dve generácie budú mať najväčší vplyv na budúcnosť a spôsob, akým ju budú viesť.

Viac sa hrať ako deti uvoľňuje kreativitu a myseľ, čím prichádzajú nové nápady. Ich nezaťaženosť nám môže byť prínosným vzorom.

Je potrebné a nevyhnutné pýtať sa otvorenými otázkami, aktívne si vypočuť pohľad druhej strany inej generácie, snažiť sa pochopiť a hlavne rešpektovať.

„Byť nevyrušiteľný je najväčšou zručnosťou 21. storočia.“



Zdroj: Google

Najčastejšie používané siete pri online marketingu a komunikácii :

- Facebook
- Instagram
- Tik-tok
- LinkedIN

Mnohí z nás poznajú vyššie uvedené prvé 3 názvy sociálnych sietí. Sú zamerané viac na zábavu, vizuálny obsah, zábavné a promo videá. Sú vhodné na prezentovanie folklórnych slávností, videí z ich prácnych príprav ako to prebiehalo, čím si získavame pozornosť diváka a nadšencov.

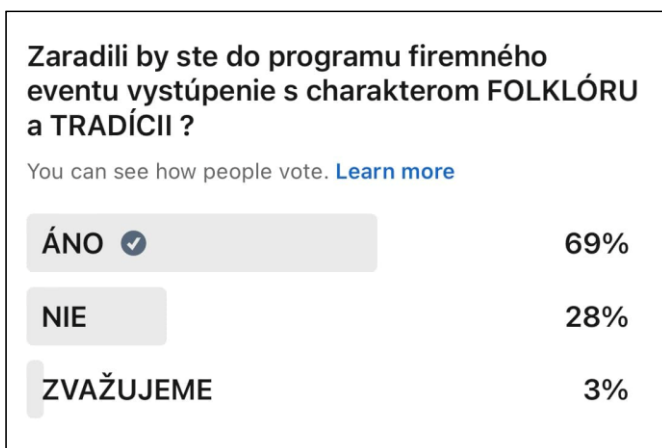
Kultúrne podujatia vo firemnej kultúre.

Bol vykonaný menší osobný prieskum pre AKOI na sociálnej sieti LinkedIN (viď nižšie).

LinkedIN je profesijná sieť, ktorá spája ľudí hľadajúcich prácu, zamestnancov, inšpiráciu, vzdelávanie sa, tvorenie eventov na úrovni konferencií. Hlavným benefitom platformy je sociálny rozmer. Možnosť budovania vzťahov na úrovni rozhodujúcich autorít, ktorí rozhodujú nie iba o financiách, ale aj o obsahu. Ide o prevažne komerčný sektor až medzinárodného presahu, sú tam aktívni aj zastupitelia verejnej správy SR.

<https://www.linkedin.com/>

Preskúmanie tejto možnosti môže byť inšpiratívne a taktiež prínosom na vytvorenie nových spoluprác a pôsobenie vo vyššej miere firemných objektov, ktoré prezentujú naše vrcholové aktivity tradičnej kultúry.



Zdroj: Vlasta Papcúnová

Nebráňme sa ani preskúmaniu a využitiu umelej inteligencie (AI) napr.: www.openai.com.

Umelá inteligencia píše texty, kreslí obrázky, vytvára videá. Vie nám uľahčiť kreatívnu prácu.

Avšak, kvôli autenticite je žiadané zakomponovať do obsahu aj „podpis autora“, tzv. dušu textu.

To za nás, zatiaľ, neurobí.



Ing. Vlasta Papcúnová

*Rozhodla sa plniť si detský sen v oblasti tanca a hudby až v dospelosti a inovatívne. Absolvovala kurzy ľudových a iných tancov, sleduje a skúma záujem mládeže napr. vo folklórnej skupine Raslavičan, vzťah rodič-dieťa-folklór cez detský folklórny súbor Jurošík, či napĺňanie základných ľudských potrieb, kam spolupatričnosť folkloristov rozhodne patrí. Od detstva žila v dotyku so súborom Zemplín, z tejto oblasti aj pochádza. Dlhé roky pôsobila vo verejnom a súkromnom sektore prierezovo sa zaoberala slovenským a českým trhom, precestovala množstvo krajín, čo jej prinieslo nové uvedomenia a poznania v rámci kultúr. V profesijnej oblasti využíva analytické myslenie, asertívnu komunikáciu, vyjednávanie, lektoruje a zaoberá sa i témami ako stratégie v online biznise a marketingu, práca s publikom, odstraňovanie limitov pri predaji, budovanie vzťahov, generačné rozdiely a i.
Viac info na <https://www.papcunova.com/>*

Systém vzdelávacích aktivít Centra tradičnej kultúry v Myjave a jeho uplatnenie na Medzinárodnom folklórnom festivale v Myjave

Mgr. art. Lenka Konečná, ArtD.

Centrum tradičnej kultúry v Myjave
choreografka, tanečná pedagogička, režisérka, lektorka,
odborná pracovníčka v oblasti tradičnej ľudovej kultúry

Vzdelávacie aktivity z oblasti tradičnej ľudovej kultúry organizuje Centrum tradičnej kultúry v Myjave už od svojho vzniku v roku 1998. Organizácia s právnou subjektivitou v zriaďovateľskej pôsobnosti Trenčianskeho samosprávneho kraja sa vyprofilovala z Myjavského kultúrneho centra, neskôr Myjavského osvetového strediska (1999) na kultúrno-osvetové zariadenie so špecializovaným zameraním na tradičnú ľudovú kultúru a nemotné kultúrne dedičstvo.

V čase jeho vzniku neexistovali v myjavskom regióne ani v širšom okolí žiadne pravidelné a systematické vzdelávacie aktivity v oblasti nemotného kultúrneho dedičstva. Aby obraz tradičnej ľudovej kultúry v bežnej populácii nevznikal iba na základe štylizovaných scénických foriem, začal odborný tím v Myjave tvoriť vzdelávacie aktivity zamerané na fenomény miestnej tradičnej ľudovej kultúry. Tieto aktivity si vyžiadali ďalšie zintenzívnenie výskumnej, bádateľskej a inventarizačnej činnosti. Z toho sa následne vyprofiloval ucelený systém, ktorého výsledkom je pestrá škála foriem vzdelávania.

V roku 2024 bol tento „Systém vzdelávacích aktivít Centra tradičnej kultúry v Myjave“ zapísaný do Zoznamu najlepších spôsobov ochrany nemotného kultúrneho dedičstva na Slovensku a získal certifikát o zápise v rámci ochrany NKD na základe UNESCO dohovorov.



Cieľom systému vzdelávacích aktivít CTK v Myjave je najmä uchovávanie a šírenie nehmotného kultúrneho dedičstva regiónu a jeho revitalizácia v spoločnosti. Kvalitné šírenie poznatkov a revitalizácia javov je možná na základe toho, že **systém má nasledovnú postupnosť a jeho aktivity sú vzájomne prepojené:**

- **identifikácia, dokumentácia a archivácia**
- **edukačné, prezentačné a propagačné aktivity**
- **spracovanie propagačných a edukačných materiálov a ich popularizácia**

Pri tvorbe každej vzdelávacej aktivity zameranej na **propagáciu a popularizáciu javov tradičnej kultúry**, patrí medzi priority CTK v Myjave ich **identifikácia a dokumentácia**. Výskum je zameraný predovšetkým na hudobno-tanečný folklór, tradičný odev, ľudovú stravu, ale aj tradičné remeslá a slovesný folklór. Pracovníci CTK v Myjave uskutočňujú samotný terénny retrospektívny výskum vo forme riadených rozhovorov s nositeľmi či ich potomkami, zbierajú a študujú dobové pramene, ako sú fotografie, súkromné audio/video nahrávky a bádajú v archívoch ďalších inštitúcií či identifikujú a skúmajú aj staršie amatérske zbory. Následne všetky tieto získané informácie, javy a dokumenty zároveň **dokumentujú, digitalizujú a archivujú**. Venujú sa aj dokumentácii súčasných podôb v prirodzenom prostredí, a tiež v rámci folklorizmu.



Spracované výsledky výskumu tvoria informačnú bázu, ktorú pracovníci CTK v Myjave ďalej sprostredkujú verejnosti prostredníctvom **edukačných**, ale aj **prezentačných a propagačných aktivít**. Tie zahŕňajú prejavy hudobného, tanečného, slovesného folklóru, ako aj materiálnu a duchovnú tradičnú kultúru prioritne myjavského regiónu. Z každej obsahovej oblasti sú vytvorené konkrétne vzdelávacie aktivity, ktoré sú založené na tomto systéme. Cieľom je dlhodobý udržateľný systém vzdelávacích aktivít, ktorý je zaručený špecializovaným zameraním CTK v Myjave.

Príkladom vzdelávacej aktivity vytvorenej v rámci systému vzdelávania CTK v Myjave je podujatie pod názvom HRTÁNKY. Na ňom je možné predstaviť systém práce a prípravy všetkých vzdelávacích podujatí v CTK v Myjave začínajúci identifikáciou javu a končiaci revitalizáciou v súčasnom prostredí.

Identifikácia prvku: identifikácia javu, akým je pytlíkarske remeslo, jeho výskum a identifikácia konkrétneho prvku – obradová cestovina pytlíkarských rodín nazývaná *hrtánky* vyrábaná na časti pytlíkarských krosien (*varštat*).

Dokumentácia: dokumentácia výroby obradovej cestoviny nositeľkou, dokumentácia ekológie prvku, dobových fotografií a nástrojov na výrobu – *paprstek*, výskum a dokumentácia materiálov súvisiacich s pytlíkárstvom.

Archivácia: digitalizácia a archivácia materiálov a dokumentov súvisiacich s pytlíkarským remeslom a obradovými cestovinami (špecifické výrobné postupy, fotografie, nástroje na výrobu).

Propagácia a popularizácia: nastavenie systému vzdelávania o pytlíkárstve pre deti a dospelých (rôzne komunity, folkloristi, únia žien, verejnosť),

- aktivity v Gazdovskom dvore v Turej Lúke – vzdelávacie podujatia pre deti,
- kurzy výroby hrtánkov v predvianočnom a predveľkonočnom období,
- dokumentárny film o výrobe hrtánkov pre verejnosť,
- podpora miestnych výrobcov – remeselníkov vďaka iniciatíve výroby náhrady „paprsteku“ – nástroja na výrobu hrtánkov, aby si ho mohla zakúpiť verejnosť aj na domácku výrobu,
- reportáže a články v médiách.

Edukácia:

- kurzy prípravy tradičnej cestoviny – HRTÁNKY v predsviatočnom období, prezentácia pytlíkárstva, ukážka výrobného postupu poslednou žijúcou nositeľkou z pytlíkárskeho rodu Boženou Zemanovou, edukácia pokračovateľkou – nositeľkou v súčasnosti a prezentácia uchovávaného postupu,
- pracovný postup a ekológia výroby hrtánkov – online dokumentárny film.

Revitalizácia: revitalizácia výroby v rodinách a komunitách, súčasť sviatočného a obradového menu v rodinách a v hoteloch v regióne (sviatky, svadby), cielené pravidelné stretnutia rodín a spolkov pri pracovnej príležitosti a udržiavanie vedomostí a zručností do budúcnosti.

Vzdelávacie podujatia a aktivity CTK v Myjave majú rôznorodé formy: celoročný cyklus interaktívnych, zážitkových výchovno-vzdelávacích podujatí, semináre, školenia, dielne, kurzy, tábory, komentované výstavy, odborné prednášky či individuálna pomoc kolektívom a jednotlivcom.

Šírenie informácií prostredníctvom edukačných aktivít je dostupné **pre rôzne skupiny spoločenstva:** aktivity pre deti MŠ a ZŠ, aktivity pre dospelých na verejných tematických podujatiach, aktivity pre zainteresovaných či odbornú verejnosť, pedagógov ZŠ a MŠ, členov a pedagógov folklórnych kolektívov, záujemcov o ľudový tanec a hudbu, ľudové remeslá a výtvarné techniky, ľudové odievanie, ovocinárstvo, ľudovú stravu a iné. Metodika a forma výstupov je prispôbená veku, vedomostiam a zručnostiam tej-ktorej kategórie.



Edukačné aktivity CTK v Myjave je možné teda rozčleniť na základe vekového hľadiska účastníkov pričom niektoré aktivity sú určené a prispôsobované aj pre viaceré vekové-kategórie.

Dominantnou aktivitou pre deti a mládež z materských, základných a stredných škôl realizovanou nepretržite od roku 2006 je cyklus výchovno-vzdelávacích podujatí v Gazdovskom dvore v Turej Lúke. Zameraný je na sprostredkovanie informácií najmä z kalendárneho cyklu života človeka v minulosti (Fašiangy, Veľká noc, Vianoce) ale aj informácií o stravovaní, remeslách a odievaní (Ľudová strava, Varenie slivkového lekváru, Priadky, Pytlikári, Ľudový odev). Tu majú deti možnosť zážitkovou formou získať sprostredkované informácie a priamo si vyskúšať jednotlivé pracovné úkony, či zaspievať typické piesne a zatancovať tance k danej téme. Všetko sa deje v prostredí reálneho tradičného obydla z minulosti v prednej izbe alebo v stodole či pred domom v Gazdovskom dvore, čo je účinnejšie prostredie pre upevnenie zážitku a fixovanie vedomostí. Tu si



môžu deti a mládež napr. na Veľkú noc vyrobiť Morenu a Letečko, ozdobiť vajčká, na Fašiangy sa obliecť do masiek, vyskúšať lúskat' slivky a variť lekvár, zamiesiť, vyval'kať a nakrájať cesto, upiecť chlieb a posúchy, vyskúšať tkať na krosienkach, liať olovo (vosk), obliecť sa za Luciu, zdobiť medovníčky alebo iné aktivity v rámci podujatí. V závere každého podujatia majú možnosť aj ochutnať tradičné pochutiny príslušné k danej téme (fašiangové šišky, chlieb so slivkovým lekvárom, medovníčky, posúchy či perky s makom a orechmi, všetko vždy s byľovým čajom z vlastnej záhradky). Vďaka prepojeniu podávaných informácií popretkávaných pracovnými činnosťami, spevom, hudbou, tancom a v závere chuťovým vnemom a kontaktom s hospodárskymi zvieratami sa počas 1,5 hod pobytu v Gazdovskom dvore oveľa kvalitnejšie fixujú informácie k danej téme u všetkých vekových kategórií detí a mládeže.

Iné aktivity sú realizované buď samostatne pre konkrétne cieľové skupiny (cyklus Krojoveda pre deti, remeselné kurzy, tanečné semináre, hudobné a tanečné dielne pre mládež a dospelých pedagógov) alebo ako súčasť väčších prezentačných podujatí (napr. Dni Sliviek, Nevšedné podoby prútia, Medzinárodný folklórny festival Myjava).

Aktivity pre deti MŠ a ZŠ

- Výchovno-vzdelávacie podujatia v Gazdovskom dvore (Fašiangy, Veľká noc, Ľudová strava, Ľudový odev, Varenie slivkového lekváru, Priadky, Pytlikári, Vianoce)
- Vzdelávací cyklus Krojoveda pre deti MŠ a ZŠ zameraný na ľudový odev a detský folklór
- Dielne o tradičnej strave: výroba slivkových gulí na Dňoch sliviek

- Komentované prehliadky tematických výstav
- Prezentačné a online vzdelávacie programy v rámci MFF MYJAVA
- škola paličkovania, En-ten-tíčky – škola detských hier, školička tanca a spevu, škola tradičných účesov

Aktivity pre SŠ a mladých dospelých

- Výhovno-vzdelávacie podujatia v Gazdovskom dvore (Fašiangy, Veľká noc, Ľudová strava, Ľudový odev, Varenie slivkového lekváru, Priadky, Pytlíkari, Vianoce)
- Tanečné dielne – zamerané na tanečný folklór
- Muzigantské Priepasné – zamerané na hudobný a tanečný folklór
- Vzdelávacie aktivity k prvku Tance s vyhadzovaním v myjavsko-trenčianskej oblasti (prednášky, tanečné školy, edukačné videá)
- Dielne, kurzy a dokumentárne filmy o odievaní: tradičné účesy, pokrývky hlavy (viazanie ručníkov) a úprava odevu
- Komentované prehliadky tematických výstav
- Prezentačné a online vzdelávacie programy v rámci MFF MYJAVA
- tanečné školy, tanečná súťaž, online metodické videá k výučbe tanca

Aktivity pre dospelých

- Tanečný seminár – zameraný na tanečný folklór a výučbu ľudového tanca
- Tanečné dielne – zamerané na tanečný folklór
- Hrou k tancu – cyklický seminár pre pedagógov MŠ a ZŠ zameraný na výučbu ľudového tanca
- Nevšedné podoby prútia – medzinárodné stretnutie košíkárov (košíkárské dielne, prednášky, dokumentárne filmy o technikách pletenia)
- Remeselné kurzy: košíkárstvo, spracovanie slamy, drotárstvo, práca s drevom
- Dielne a kurzy o tradičnej strave:
 - Hrtánky – kurz výroby obradových cestovín,
 - Dni sliviek – dielne výroby slivkových gulí, lekváru a prednášky o výrobe tradičných destilátov a páleníčiarskych tradíciách,
 - Jablonkové kumštovanie – prednášky o ovocinárstve, tradičné spracovanie ovocia (muštovanie, pečenie, sušenie, destilácia), Pasenie v Podkylave – výroba syrovej hrudky
- Dielne, kurzy a dokumentárne filmy o odievaní: tradičné účesy, pokrývky hlavy (viazanie ručníkov) a úprava odevu
- Vzdelávacie aktivity k prvku Tylová paličkovaná čipka Myjavskej pahorkatiny (kurzy, dielne, semináre, edukačné DVD)
- Vzdelávacie aktivity k prvku Tance s vyhadzovaním partnerky z myjavsko-trenčianskej oblasti (prednášky, tanečné školy, edukačné videá)
- Komentované prehliadky tematických výstav
- Prezentačné a online vzdelávacie programy v rámci MFF MYJAVA:
 - folklórna škola, tanečné školy, tanečná súťaž, online metodické videá k výučbe tanca, ľudovej strave)

Aktivity pre seniorov

- Nevšedné podoby prútia – medzinárodné stretnutie košíkárov (košíkárské dielne, prednášky, dokumentárne filmy o technikách pletenia)
- Remeselné kurzy: košíkárstvo, spracovanie slamy, drotárstvo, práca s drevom
- Vzdelávacie aktivity k prvku Tylová paličkovaná čipka Myjavskej pahorkatiny (kurzy, dielne, semináre, edukačné DVD)
- Dielne a kurzy o tradičnej strave:
 - Hrtánky – kurz výroby obradových cestovín,
 - Dni sliviek – dielne výroby slivkových gulí, lekváru a prednášky o výrobe tradičných destilátov a páleníčiarskych tradíciách,
 - Jablonkové kumštovanie – prednášky o ovocinárstve, tradičné spracovanie ovocia (muštovanie, pečenie, sušenie, destilácia), Pasenie v Podkylave – výroba syrovej hrudky
- Komentované prehliadky tematických výstav

- Prezentačné a online vzdelávacie programy v rámci MFF MYJAVA (folklórna škola, škola paličkovania)

Vzdelávacie aktivity je možné rozčleniť aj na základe obsahu a témy, ktorej sa týkajú. CTK v Myjave tak pripravuje konkrétne aktivity zaoberajúce sa samostatne hudobným folklórom, tanečným folklórom, slovesným folklórom, materiálnou a duchovnou tradičnou kultúrou.

Niektoré aktivity najmä pre deti však sprostredkujúajú súvisiace informácie z hudobného, tanečného, slovesného folklóru, materiálnej a duchovnej tradičnej kultúry ku konkrétnej téme, ktoré sú podávané zážitkovou formou v adekvátnom prostredí.

Hudobný folklór

- Muzigantské Priepasné – zamerané na hudobný a tanečný folklór
- Výchovno-vzdelávacie podujatia v Gazdovskom dvore (Fašiangy, Veľká noc, Ľudová strava, Ľudový odev, Varenie slivkového lekváru, Priadky, Pytlíkári, Vianoce)
- Vzdelávací cyklus Krojoveda pre deti MŠ a ZŠ zameraný na ľudový odev a detský folklór – hry, riekanky, vyčítanky, piesne a tance



Tanečný folklór

- Tanečné dielne – zamerané na tanečný folklór
- Tanečný seminár – zameraný na tanečný folklór, metodiku a výučbu ľudového tanca
- Vzdelávacie aktivity k prvku Tance s vyhadzovaním partnerky z myjavsko-trenčianskej oblasti (prednášky, školy, edukačné videá)
- Hrou k tancu – cyklický seminár pre pedagógov ZŠ a MŠ zameraný na výučbu ľudového tanca a detských hier
- Výchovno-vzdelávacie podujatia v Gazdovskom dvore (Fašiangy, Veľká noc, Ľudová strava, Ľudový odev, Varenie slivkového lekváru, Priadky, Pytlíkári, Vianoce)
- Vzdelávací cyklus Krojoveda pre deti MŠ a ZŠ zameraný na ľudový odev a detský folklór – hry, riekanky, vyčítanky, piesne a tance



Slovesný folklór

- Výchovno-vzdelávacie podujatia v Gazdovskom dvore (Fašiangy, Veľká noc, Ľudová strava, Ľudový odev, Varenie slivkového lekváru, Priadky, Pytlíkári, Vianoce)
- Vzdelávací cyklus Krojoveda pre deti MŠ a ZŠ zameraný na ľudový odev a detský folklór – hry, riekanky, vyčítanky, piesne a tance

Materiálna tradičná kultúra

- Výchovno-vzdelávacie podujatia v Gazdovskom dvore (Fašiangy, Veľká noc, Ľudová strava, Ľudový odev, Varenie slivkového lekváru, Priadky, Pytlíkári, Vianoce)
- Dielne o tradičnej strave: výroba slivkových gulí na Dňoch sliviek
- Nevšedné podoby prútia – medzinárodné stretnutie košíkárov v Rudníku

- Remeselné kurzy: košíkárstvo, spracovanie slamy, drotárstvo, práca s drevom,
- Dielne a kurzy o tradičnej strave:
 - Hrtánky – kurz výroby obradových cestovín,
 - Dni sliviek – dielne výroby slivkových gulí, lekváru a prednášky o výrobe tradičných destilátov a páleníčiarskych tradíciách,
 - Jablonkové kumštovanie – prednášky o ovocinárstve, tradičné spracovanie ovocia (muštovanie, pečenie, sušenie, destilácia), Pasenie v Podkylave – výroba syrovej hrudky
- Dielne, kurzy a dokumentárne filmy o odievaní: tradičné účesy, pokrývky hlavy (viazanie ručníkov) a úprava odevu
- Vzdelávacie aktivity k prvku Tylová paličkovaná čipka Myjavskej pahorkatiny (kurzy, dielne, edukačné DVD)
- Vzdelávací cyklus Krojoveda pre deti MŠ a ZŠ zameraný na ľudový odev a detský folklór



Duchovná tradičná kultúra

- Výchovo-vzdelávacie podujatia v Gazdovskom dvore (Fašiangy, Veľká noc, Ľudová strava, Ľudový odev, Varenie slivkového lekváru, Priadky, Pytlikári, Vianoce)
- Vzdelávací cyklus Krojoveda pre deti MŠ a ZŠ zameraný na ľudový odev a detský folklór

Edukačné aktivity sú cielene realizované aj pre špecifické skupiny spoločnosti a ich metodika je prispôbená na základe aktuálnych požiadaviek. Okrem **laickej verejnosti** sú to aktivity pre **odbornú verejnosť**, ale aj **podnikateľský a kreatívny sektor** (individuálne konzultácie z oblasti materiálnej a duchovnej kultúry, realizácia výskumu na základe požiadaviek, návrhy rekonštrukcie postupov, siet'ovanie záujemcov).

Edukačné, prezentačné a propagačné aktivity sú dopĺňané publikačnou činnosťou súvisiacou s jednotlivými druhmi vzdelávania a podujatí. Výsledky výskumov sú spracovávané a vydávané ako **edukačné a propagačné materiály**. Sú nimi zvukové nosiče, metodických audiovizuálne materiály (CD, DVD), dokumentárne filmy, knižné publikácie, webové stránky o tradičnej kultúre, metodické materiály, pracovné učebnice, omaľovánky, pexeso, pohľadnice, kalendáre, výstavné panely a i.



Vzdelávacie aktivity tvoria neoddeliteľnú súčasť aj programu Medzinárodného folklórného festivalu MYJAVA. Do festivalovej štruktúry boli postupne zapájané najmä od deväťdesiatych rokov 20. storočia. V súčasnosti (v roku 2024) tvorili takmer 60 percent z festivalovej programovej produkcie a takmer 75 percent počtu hodín trvania jednotlivých programov.

Vzdelávacie aktivity na MFF Myjava zahŕňajú rôzne oblasti tradičnej kultúry a prezentujú ich verejnosti rôznymi formami. Spočiatku to boli najmä aktivity prezentujúce tradičné remeselné zručnosti a jarmočné tradície, ale aj ľudovú slovesnosť v spojitosti s gastronómiou a tiež tanečné tradície. Postupom času do dvadsiatych rokov tretieho tisícročia sa pre jednotlivé časti tradičnej kultúry vyšpecifikovali samostatné typy vzdelávacích aktivít a tiež aj vzdelávacie programy v online priestore na webe MFF Myjava, ktoré majú trvalú hodnotu do budúcnosti.



Tak môžeme v programovej štruktúre nájsť vzdelávacie aktivity MFF Myjava v oblasti remesiel a tradičných zručností v podobe *Jarmeku pot mijaľskú vežu* v centre Mesta Myjava. Tu je už dlhodobo prioritou predvádzanie konkrétnej remeselnej zručnosti v dobovom odevu popri samotnom predaji. Samostatnými remeselnými dielňami sú programy *Remeslo má zlaté dno* a *Škola tylovej paličkovanej čipky myjavskej pahorkatiny*, kde si môžu rôzni návštevníci priamo vyskúšať výrobu jednotlivých remeselných výrobkov.

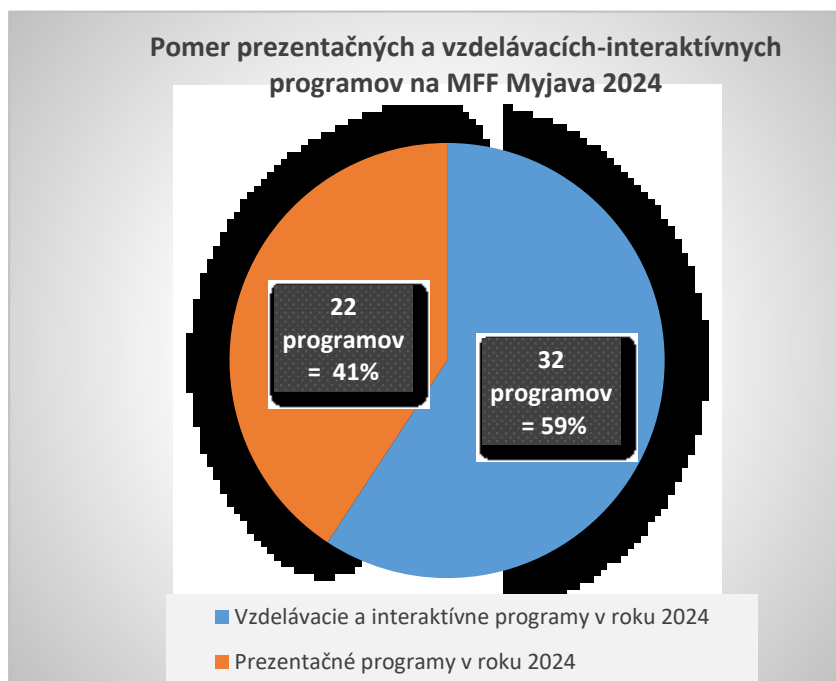
Vzdelávacie aktivity zamerané na oblasť tradičnej gastronómie sú ponúkané v podobe programov *Mestečko MY-A-VY* a v ňom program *Kuchyňa starých materí*, výroba štrúdlu, výroba klobások či „Masjélko“ – výroba masla. CTK v Myjave realizáciou takýchto programov udalo smer realizácie podobných aktivít aj na iných festivaloch a podujatiach na Slovensku

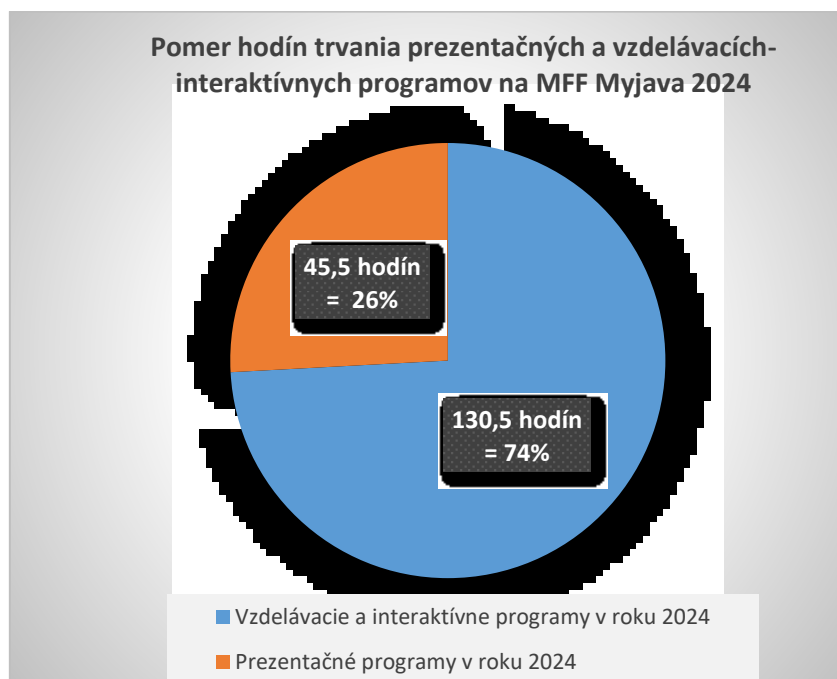
Vzdelávacie aktivity na MFF Myjava v oblasti tanca sa postupne rozšírili na viaceré scény a vyšpecifikovali sa pre rôzne skupiny návštevníkov. Na základe toho je prispôsobovaný aj ich obsah. Dokonca postupne prerástli aj do súťaže medzi zúčastnenými tanečníkmi, ktorí sa prídu konkrétny tanec naučiť a zároveň majú chuť zasúťažiť si v prevedení tanca aj s ostatnými účastníkmi v súťaži *O mijafskí kosjérek alebo koštofka tanečných schopností*. Špeciálne pripravenou metodickou pomôckou k tejto škole tanca a tiež aj súťaži je metodický film pre naučenie sa konkrétnych typov tancov. Návštevníkom je vždy sprístupnený ešte v predstihu pred samotným festivalom a zároveň ostáva ako trvalý metodický materiál na webe festivalu. Návštevníci sa tak môžu kedykoľvek tomuto tanečnému materiálu vrátiť a pripomenúť si ho. Je však dostupný aj online návštevníkom festivalového webu, ktorý nemusia na festival priamo zavítať. Špecifickú skupinu tvoria detské tanečné školičky pre najmenšie deti, ktoré zahŕňajú nie len jednoduchšie formy tancov ale aj rôzne pohybové či tanečné hry. Tanečné školy sú určené aj pre zahraničných účastníkov festivalu, kde sa spoločne naučia niečo zo slovenskej tanečnej kultúry, ale vzájomne sa učia aj vybrané tance z jednotlivých zúčastnených krajín.



Najmä od prelomu storočí sa MFF Myjava zameriava na vzdelávacie aktivity najmä pre deti. Postupne sa z nich vytvorili viaceré samostatné zóny v meste Myjava a v rôznych častiach areálu amfiteátra. V nich si rodiny s deťmi môžu nájsť typy programov pre detské vyžitie a spoznať cez ne tradičné hry, tradičné účesy, riekanky, hry, piesne a tance, ale tiež aj ľudové a bábkové divadlo či hospodárske zvieratká. Na festivale teda deti môžu navštíviť tradičné detské ihriská Hriščo pre deti, program hier „En-ten-tički“, školu tradičnej úpravy vlasov pod názvom Copi-copki, tradičné bábkové divadelné predstavenia pre deti alebo mini farmu s hospodárskymi zvieratkami.

Vyhľadávanými vzdelávacími aktivitami na festivale sú aj programy zamerané na odborné témy z tradičnej kultúry, folklóru a folklorizmu. Tie sa zväčša viažu k určitej téme festivalu alebo téme programu na scéne amfiteátra. Program Folklórna škola mravov stodola v súčasnosti má už dlhšiu históriu realizácie, na najmä po prenesení do Mestečka MY-A-VY a vytvorení vhodného zázemia začal byť program početne navštevovaný. Vzdelávanie prebieha aj prostredníctvom jednotlivých výstav vo festivalovom areáli a v Múzeu SNR SNM, ktoré je tiež už dlhodobo súčasťou programu festivalu.





Vzdelávacie aktivity MFF MYJAVA 2024

Vzdelávacie aktivity MFF MYJAVA v oblasti gastronómie:

- Mestečko MY-A-VY a v ňom program Kuchyňa starých materí, „Masjélko“ - výroba masla

Vzdelávacie aktivity MFF MYJAVA v oblasti remesiel a tradičných zručností:

- Jarmek pot mijafskú vežu
- Remeslo má zlaté dno
- Škola tylovej paličkovanej čipky myjavskej pahorkatiny

Vzdelávacie aktivity MFF MYJAVA pre deti v oblasti slovesného folklóru, piesní a remeselných zručností:

- Kde bolo, tam bolo...
- Detské MY-A-VY
- Podťte deti medzi nás...
- Školička spevu pre deti

Vzdelávacie aktivity MFF MYJAVA v oblasti tanca:

- Tanečné školy pre dospelých
- Tanečná súťaž – O myjavský kosjérek alebo Koštofka tanečných schopností
- Tanečné školy pre zahraničných účastníkov a verejnosť
- Školička tanca - tanečné školy pre deti v detskej zóne
- Tancuje celá Myjava

Vzdelávacie aktivity MFF MYJAVA v oblasti odborných tém z tradičnej kultúry, folklóru a folklorizmu:

- Folklórna škola mravov stodola v súčasnosti
- Prostredníctvom výstav v areáli a v múzeu snR SNM

Vzdelávacie aktivity MFF MYJAVA v oblasti detských hier:

- Hriščo
- „En-ten-tíčki“

Vzdelávacie aktivity MFF MYJAVA v oblasti tradičných účesov:

- Copy-copky

Vzdelávacie aktivity MFF MYJAVA v oblasti tradičného hospodárstva:

- Mini farma

Vzdelávacie aktivity MFF MYJAVA v oblasti ľudového divadla:

- Bábkové divadlo

Systém vzdelávacích aktivít CTK v Myjave vychádza z poznatkov lokálneho spoločenstva, ktoré sa opätovne stávajú súčasťou životného a výročného cyklu spoločnosti. **Každá vzdelávacia aktivita je vyvrcholením systému vytvoreného pre kvalitné šírenie informácií o tradičnej kultúre.** Ten začína identifikáciou samotného javu až po jeho propagáciu a revitalizáciu v spoločenstve. Vzdelávacie aktivity sa tak cielene stali súčasťou aj všetkých prezentačných tematických podujatí CTK v Myjave a teda tiež aj MFF Myjava.

Vďaka personálnym možnostiam a odborným pracovníkom špecializovaným na tradičnú kultúru a pedagogiku bolo možné tak vytvoriť komplexný systém identifikovania, uchovávanía a šírenia informácií o tradičnej kultúre až po ich revitalizáciu v spoločenstve.

Systém vzdelávacích aktivít CTK v Myjave by nemohol byť funkčný bez participatívneho princípu a aktívnej dobrovoľnej účasti skupín či jednotlivcov. CTK v Myjave zapája do spolupráce obce, mestá, miestne a regionálne inštitúcie, neziskové organizácie, spoločenstvá a jednotlivcov z radov nositeľov techník a zručností, teoretikov, pedagógov z oblasti ľudového tanca, hudby, remesiel a výtvarných techník, čo napomáha efektívnejšej revitalizácii javov tradičnej kultúry.

Vzdelávacie aktivity CTK v Myjave majú na základe svojho tematického zamerania a formy realizácie rôzny dosah šírenia informácií o regionálnej tradičnej kultúre, od individuálneho, komunitného, lokálneho a regionálneho dosahu, až po celoslovenský a medzinárodný dosah. Jednotlivé výchovno-vzdelávacie podujatia v Gazdovskom dvore navštevujú účastníci nie len z myjavského regiónu, ale aj z obcí a miest celého Trenčianskeho, Trnavského, Nitrianskeho a Bratislavského kraja (MŠ, ZŠ, SŠ). Špecializovanejších vzdelávaní, akými sú semináre, dielne, kurzy a tiež aktivity na Medzinárodnom folklórnom festivale Myjava, sa zúčastňujú pedagógovia, tanečníci, hudobníci a speváci aj z celého Slovenska a nezriedka aj zo zahraničia (najmä z ČR a zahraniční Slováci a na MFF Myjava z celého sveta).

Systém vzdelávacích aktivít Centra tradičnej kultúry v Myjave môže byť vďaka svojej funkčnosti overenej počas 20-ročnej činnosti vzorom a inšpiráciou pre iné organizácie a komunity. Tento model je uplatniteľný aj v iných regiónoch. Bol už mnohokrát prezentovaný na rôznych fórach, konferenciách či festivaloch, vďaka čomu sa jeho dielčie časti už postupne uplatňujú aj v iných organizáciách a podujatiach.

Literatúra a pramene

Konečná, L., Feriancová, V., Obuch, P.: *Systém vzdelávacích aktivít Centra tradičnej kultúry v Myjave*, nominačný spis, CTK v Myjave, 2023

kol. autorov: *Medzinárodný folklórny festival Myjava 2024*, programový bulletin, Myjava : Mesto Myjava, 2024
<https://www.mffmyjava.sk/program-2024/>

kol. autorov: *Medzinárodný folklórny festival Myjava*, Programová bulletin, Myjava : Mesto Myjava, 2024

Lehocký, J., Kysel', V., Gálik, J., Feriancová V.: *MYJAVA – 60 ročníkov Festivalu*, Myjava : Mesto Myjava, 2020, ISBN 9788057017325

<https://www.ludovakultura.sk/zoznam-nkd/system-vzdelavacich-aktivit-centra-tradicnej-kultury-v-myjave/>

Archív Centra tradičnej kultúry v Myjave



Mgr. art. Lenka Konečná, ArtD.

Vyšťudovala Vysokú školu múzických umení v Bratislave, tanečné umenie – pedagogika ľudového tanca a choreografia ľudového tanca u Prof. Štefana Nosáľa. Doktorát v odbore pedagogika ľudového tanca získala v roku 2010. Pracuje v Centre tradičnej kultúry v Myjave ako odborný pracovník – etnochoreológ, kde tvorí programy a podujatia pre verejnosť zamerané na tradičnú ľudovú kultúru, výchovno-vzdelávacie podujatia pre deti a mládež, vydáva publikácie a metodické materiály.

Tiež pracuje ako pedagóg tanca v ZUŠ Myjava, kde pôsobí aj detský folklórny súbor Kopaničiari. Je delegátkou Slovenskej národnej sekcie medzinárodnej organizácie CIOFF pri UNESCO.

Bola dlhoročnou predsedníčkou poradného zboru pre folklór a folklorizmus Národného osvetového centra a členkou odborných porôt celoštátnych súťaží scénického folklorizmu. Je podpredsedníčkou programovej rady a autorkou mnohých programov Medzinárodného folklórneho festivalu Myjava.

Autorsky sa podieľa na programoch významných folklórnych podujatí medzinárodného charakteru (MFF Myjava, FF Východná, FF Koliesko, Spišské folklórne slávnosti). Od roku 2001 každoročne odborne zastrešuje a lektoruje školenia, metodické semináre a tvorivé dielne v oblasti ľudového tanca, podieľa sa na príprave metodických materiálov (publikácie, CD, DVD) pre pedagógov ľudového tanca.

Pedagogickú a choreografickú prax má so všetkými vekovými kategóriami od detí materských škôl, základných i stredných škôl i s dospelými.

Od roku 1996 spolupracuje ako pedagóg tanca a choreograf s viacerými súbormi na Slovensku, v Čechách i v zahraničí (FS Ekonóm Bratislava, Kopaničiar Myjava, Brezová Brezová pod Bradlom, Jánošík Zvolen, Ondráš Brno, Dolina Staré Město ČR, Pol'ana Zvolen, Stavbár Žilina, DFS Kopaničiarik, Čechinka a ďalšie). Pôsobí ako pedagóg v tanečných školách či tanečných domoch i v MŠ a ZŠ. Ceny za choreografiu, dramaturgiu, réžiu i ocenenia za pedagogickú prácu získala v rokoch 2001 (Cena Mikuláša Senku), 2005, 2011, 2013 (Akademický Zvolen), 2006 (Katowice – Poľsko), 2008, 2016 (Akademická Nitra), 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2023 (MY Dance Myjava), 2017, 2019, 2022, (Pod likavským hradom a Eniki-beniki) a jej žiaci 2017, 2018, 2019, 2022, 2023 (Šaffova ostroha).

Medzinárodný folklórny festival Myjava a jeho dramaturgická koncepcia - vývoj a výzvy

Mgr. Peter Obuch, PhD.

Centrum tradičnej kultúry v Myjave
etnomuzikológ, inštrumentalista,
odborný pracovník v oblasti tradičnej ľudovej kultúry,
hudobný producent, autor programov

Medzinárodný folklórny festival Myjava patrí medzi najväčšie folklórne slávnosti na Slovensku. Napriek tomu, že počas svojej existencie vystriedal niekoľko miest konania a pestrá je aj história jeho názvov², podarilo sa mu vypracovať z vrcholnej prehliadky folklórnych kolektívov západného Slovenska na dynamický moderný medzinárodný folklórny festival s najvyšším štatútom CIOFF – International Recognized. Pritom však nestratil svoju západoslovenskú tvár. Za jeden z kľúčových aspektov možno pokladať premyslenú koncepciu festivalu s dlhodobou kontinuitou, ktorá sa odráža v stabilnej programovej štruktúre a ideovom zameraní festivalu.

Vývoj festivalu a jeho smerovania

Obdobie do roku 1976

Od 30. rokov 20. storočia sa začínajú pokusy o pravidelnú scénickú prezentáciu folklóru západného Slovenska v podobe národopisných slávností. Tie sa niekoľkokrát organizovali aj v **Piešťanoch** a tam sa aj začína história folklórneho festivalu Myjava – 3. 6. 1956 sa tam konali západoslovenské Krajské letné slávnosti piesní a tancov. Už v tomto období malo podujatie šťastie na osobnosti. Jeho poradným orgánom bola sekcia pre ľudový tanec, ktorej členkami boli o. i. aj Heda Šimoneková a Eleonóra Kubalová. Organizačné problémy spôsobili hľadanie vhodnejšieho priestoru.

Cez **Vrbové** sa podujatie dostalo do **Krakovian**, kde sa organizovalo už ako Západoslovenské folklórne slávnosti v rokoch 1967 – 1975. Slávnosti v tomto období fungovali ako dvojďňové podujatie. Programy a ich náplň reagovali na súdobú tvorbu folklórnych kolektívov (najmä mestských súborov). Súčasne sa začali v dobovej tlači ozývať kritické hlasy volajúce po väčšom príklone tvorby od epigónstva k pôvodným námetom a sústreďeniu sa na domáci región. Medzi týmito ohlasmi bola v roku 1959 výzva Klimenta Ondrejku smerom k programovej komisii slávností, aby porozmýšľala „o ústrednej myšlienke slávností, aby tak vznikla krajová špecifickosť“³. Po vynechaných ročníkoch v 1. polovici 60. rokov prišli slávnosti s novým dramaturgickým dychom. Dôraz sa začína klásť na západoslovenský folklór a samostatný priestor sa dáva dedinským skupinám, čo sa dialo v kontexte záujmu odborníkov o systematickú aktivizáciu a pomoc folklórnym skupinám (FSK).⁴ Tu boli kľúčovými osobnosťami programovej komisie Jozef Lehocký, Ondrej Demo, neskôr Viliam J. Gruska, Stanislav Dúžek a Cyril Zálešák. Výtvarnému umeniu boli venované výstavy zamerané na ľudový odev. Ruka v ruke s posilňovaním programového tímu a so skvalitňovaním dramaturgie zaostávala propagačná a organizačná stránka festivalu, čo vyústilo do zmeny miesta konania festivalu. V roku 1972 bola po prvýkrát vypracovaná koncepcia (na roky

² Vystriedalo sa viac ako desať oficiálnych názvov (spomeňme aspoň Krajské letné slávnosti piesní a tancov, Krajské slávnosti piesní a tancov, Západoslovenské folklórne slávnosti, Medzinárodný folklórny festival).

³ Podľa nemenovaného príspevku v časopise Ľudová tvorivosť (rok 1959, s. 338) cituje Jozef Lehocký v príspevku Päťdesiat ročníkov programov a podujatí na folklórnom festivale v Myjave : v zrkadle scénického folklorizmu na Slovensku. In *Myjava : 60 ročníkov folklórneho festivalu 1956 – 2019*. Zost. Feriancová V. – Zelenayová, J.

⁴ V roku 1967 bol po prvýkrát uvedený samostatný program folklórnych skupín (autori Eleonóra a Ferdinand Kubalovci a Jozef Lehocký). Vystúpilo v ňom osem skupín (a sólisti). O folklórne skupiny západného Slovenska následne prejavil záujem aj festival vo Východnej.

1973 – 1979). V nej sa okrem zmeny názvu a spomínanej zmeny miesta konania spomína hľadanie „nových dramaturgických a obsahových prvkov“ a citeľná je snaha festival regionálne ukotviť a siet'ovať.⁵ V snahe zabezpečiť pravidelnú cirkuláciu západoslovenských účinkujúcich po 3 – 4 rokoch sa v koncepcii objavuje veľmi zaujímavý systém rotácie podľa povodí riek.⁶

Festival na Myjave v období 1976 – 2020

Slávnosti sa v roku 1976 presunuli na Myjavu, kde našli aj podporu miestnej samosprávy⁷. Vývoj dramaturgie a programového smerovania festivalu možno zhrnúť v periodicite jednotlivých dekád. Počas konca **70. rokov** a v **80. rokoch** 20. storočia sa slávnosti programovo aj priestorovo stabilizovali. Vybudoval sa ikonický amfiteáter podľa návrhu Viliam J. Grusku. Stále bol (v rámci koncepcie aj reálne) kladený dôraz na podporu FSk⁸, zároveň prebiehali neúspešné snahy aktivizovať okresné osvetové domy v súvislosti s metodickou pomocou pre FSk. Záverečný program sa kryštalizuje do podoby galaprogramu (zmes festivalových účinkujúcich), prípadne je venovaný zahraničným kolektívom⁹.

Vývoj myjavského festivalu v **90. rokoch** poznačili prudké spoločensko-politické zmeny po roku 1989. Šlo hlavne o turbulencie v kultúrnej politike štátu¹⁰, reštrukturalizáciu kultúrnych ustanovizní¹¹ a zmeny v administratívnom členení štátu.¹² Jednako sa festival podarilo stabilizovať. V tomto období tiež nastala generačná výmena, napriek tomu sa udržala kvalitatívna úroveň i stabilná programová štruktúra.¹³ Stabilnou súčasťou programovej štruktúry sa konečne stal program detských folklórnych súborov a pribudli aj nové programy¹⁴. Istá neistota sa odzrkadľila aj v koncepcii festivalu z tohto obdobia – dôraz bol kladený na udržanie kontinuity festivalu a programov.

Rozmach myjavského festivalu v úvodných rokoch **21. storočia** predznamenal posledné roky záverečnej dekády 2. tisícročia. V roku 1999 vyústili snahy upevniť medzinárodný charakter Myjavy do získania štatútu festivalu CIOFF¹⁵. Kľúčovou postavou tu bol Juraj Hamar, ktorý v tomto období zaujal novovytvorenú funkciu dramaturga festivalu. Vyprofiloval tri programy zahraničných kolektívov.¹⁶ V súvislosti s členstvom v CIOFF-e sa ustalať úvodný a záverečný ceremoniál festivalu.

⁵ V koncepcii sa programová komisia zaväzuje vyžadovať od účinkujúcich lokálny (FSk), resp. západoslovenský repertoár (FS). V prípade výstav chce festival spolupracovať s regionálnymi múzeami.

⁶ Išlo o: I. povodie Myjavy a Moravy, II. povodie Váhu, III. povodie Žitavy, Nitry a dolného Hrona. Tento systém sa začal naplno uplatňovať až po presťahovaní festivalu na Myjavu. Treba povedať, že sa ho nepodarilo realizovať kontinuálne, no v súčasnosti je v územne modifikovanej podobe stále praktizovaný a naďalej je súčasťou festivalovej koncepcie (pozri ďalej).

⁷ Mestský národný výbor v Myjave, Okresné osvetové stredisko v Senici

⁸ Tento záujem sa prejavil aj uvádzaním regionálnych programov (1982, 1985, 1988) alebo samostatným programom *Prvý raz medzi nami* pre FSk, ktoré mali na Myjave premiéru.

⁹ Zahraničné súbory sa stali v tomto období viac-menej stabilnou súčasťou slávností, aj keď ich prítomnosť vždy sprevádzali organizačné problémy.

¹⁰ Začiatok 90. rokov sa niesol v neistote týkajúcej sa perspektív financovania folklorizmu štátom.

¹¹ Šlo hlavne o reštrukturalizáciu osvetových zariadení. Najvýraznejšou bol zánik Krajského osvetového strediska ako hlavného organizátora festivalu (resp. jeho začlenenie pod Národné osvetové centrum). Tým sa spolupráca s myjavským festivalom skončila.

¹² Mesto Myjava sa v roku 1997 stalo súčasťou Trenčianskeho kraja (neskôr samosprávny kraj).

¹³ Nosnou súčasťou amfiteátrových programov boli programy folklórnych skupín, folklórnych súborov a galaprogram.

¹⁴ Napr. 1992 – súťaž ľudových hudieb *Cena Samka Dudíka*, 1995 – *Nedeľná škola hier, tanca a zábavy*, 1997 – program ľudových rozprávačov

¹⁵ International Council of Organizations of Folklore Festivals and Folk Arts, čiže Medzinárodná rada organizácií folklórnych festivalov a ľudového umenia, je medzinárodná mimovládna organizácia v oficiálnom partnerstve s UNESCO a je akreditovaná na poskytovanie poradenských služieb Výboru Dohovoru UNESCO na ochranu nehmotného kultúrneho dedičstva.

¹⁶ Tzv. uvítanku *Vitajte, priatelia, na Myjave*, viac informačne naplnené *Dedičstvo národov* a interaktívnu školu *Tance s priateľmi*

V tomto čase sa objavujú aj nové typy programov a scén¹⁷, iné – staršie – sa zas stabilizujú¹⁸. Znovu sa opakuje snaha o aktivizáciu FSK (Lehocký, Kysel', Feriancová), z čoho vzniklo niekoľko programov venovaných tancu.

Prvé desaťročie 21. storočia znamenalo pre Myjavu finančnú stabilitu¹⁹ a zabezpečila sa aj pevná participácia mesta Myjava²⁰. Pozitívny vplyv na festival mal aj vznik a personálne rozrastanie sa Centra tradičnej kultúry v Myjave, ktorého pracovníci sa stali jadrom festivalovej programovej rady.²¹ Programová štruktúra kladie čoraz väčší dôraz na programy mimo amfiteátovej scény. Veľký priestor ponúкло vybudovanie *Mestečka MY-A-VY* na lúke za amfiteátrom s maketami myjavských domčekov, ktoré sa stalo zázemím pre veľké množstvo interaktívnych programov. *Detské MY-A-VY* zas cieľi na rodiny s deťmi.

Využitie priestorov mimo hlavnej amfiteátovej scény ponúкло plné využitie areálu Trnoviec aj **po roku 2010**. Postupný pretlak návštevníkov v *Mestečku MY-A-VY* podnietilo rozšírenie scén v priestore medzi vstupom do areálu a amfiteátrom.²² Spolu s kostolom, Múzeom SNR, so širokým priestorom Nám. M. R. Štefánika, s gazdovským dvorom a ďalšími priestormi sa v súčasnosti počet fyzických programov a aktivít pohybuje okolo čísla 80.

Zmeny a vízie po roku 2020

Online festival

Obdobie pandémie v rokoch 2020 a 2021 výrazne ovplyvnilo festival a jeho fungovanie. Na jednej strane to bol obmedzený režim (s presunutím jedného ročníka) s narušením plánu rotácie účinkujúcich a inými provizóriami, na druhej strane toto obdobie prinieslo nové výzvy v podobe presunutia festivalu do online priestoru. Zintenzívnila sa komunikácia cez sociálne siete (Facebook, Instagram) a bol založený festivalový kanál na Youtube. Pri príprave ročníka 2023 prebehla v rámci PR diskusia, ktoré programy zachovať do budúcnosti a ktorých realizácia nemá po uvoľnení pandemických opatrení opodstatnenie. Ukázalo sa, že veľký význam majú predovšetkým edukačné videá z oblasti ľudového tancu a odevu, s ktorých výrobou plánujeme pokračovať. Vzhľadom na to, že z hľadiska festivalu ide o nový fenomén, predpokladáme v zložení onlinových programov dynamiku a budeme reagovať na nové impulzy a inšpirácie. Určite však pokladáme za stabilnú súčasť festivalu živé prenosy z amfiteátrových autorských programov. Vďaka spätným reakciám je totiž zrejmé, že festival takto o. i. oslovuje nové skupiny ľudí (napr. Slovákov žijúcich v zahraničí, zahraničných Slovákov, komunity obyvateľov krajín hostujúcich zahraničné súbory a pod.). Zároveň takto buduje dostupný archív festivalových programov; zverejňované edukačné materiály zas rozširujú potenciál festivalu ako vzdelávacej platformy.

Tieto aktivity si vyžiadali ďalšie finančné aj personálne nároky. Napriek tomu, že finančná dotácia z Fondu na podporu umenia v ostatných rokoch klesala, bude aj naďalej snaha uchovať viackamerové profesionálne streamovanie amfiteátrových programov a produkciu niektorých online programov (v spolupráci s CTK v Myjave) ako stabilnú súčasť MFF Myjava.

¹⁷ Začína sa využívať evanjelický kostol (od roku 2002), mladé autorky (Hrivnáková, Chudá, Švandová) oživujú priestory mimo amfiteátra atď. Z nových programov spomeňme napr. komornú *Folklornú školu mravov stodolu* (Hamar, od 2001).

¹⁸ Súťaž o Cenu Samka Dudíka, *Jarmek pot mijaľskú vežú*, sprievod, *Nedeľná škola hier, tanca a zábavy*

¹⁹ V nových spoločenských pomeroch (EÚ) sa podarilo zabezpečiť viacdrojové financovanie.

²⁰ V roku 2005 schválilo Mestské zastupiteľstvo mesta Myjava, že festival sa stane kultúrnou prioritou mesta.

²¹ Viera Feriancová (predsedníčka PR), Jarmila Jelínková (tajomníčka), Lenka Konečná (podpredsedníčka), Peter Obuch (stály člen, neskôr dramaturg)

²² Vybudovala sa kompletná remeselná zóna, pribudlo malé pódium na voľné vyhrávanie hudieb a speváckych skupín, priestor pred reštauráciou „zaľudnili“ aktivity pre deti – *Hriščo*, detské divadielko a areál domácich zvierat.

Vizuálna identita festivalu

V roku 2021 bola na návrh PR vytvorená nová vizuálna identita MFF Myjava. Z ponúknutých možností vybrala PR a PV návrh Jana Karlíka, na ktorom bola ocenená symbióza tradície (historické logo vtáčikov, kompozícia pruhov a kruhov odkazujúca aj na bielo-modré dekorácie nad scénou myjavského amfiteátra) a modernej univerzálnosti (možnosť modifikovať grafické prvky v rôznom kontexte a farebno-vzorové obmieňanie počas jednotlivých ročníkov). Súčasťou vizuálnej identity je aj nový písomný font. Zatiaľ je nová identita využívaná v propagačných a reklamných materiáloch, na infografikách a aj pri grafike k programom (online, LED stena).

Ročníkový lajtmotív

V ostatných rokoch začala PR pri príprave ročníka viac pracovať s hlavnou témou ročníka festivalu. To umožnilo jednotiť dramaturgiu jednotlivých ročníkov a navyše smerovať zameranost' autorov vybraných programov na zaujímavé kultúrne javy tradičnej kultúry, ktoré by inak ostali nepovšimnuté. Do budúca je teda v pláne stanovovať lajtmotív jednotlivých ročníkov (vždy na najbližšie dva až tri roky). Hlavná téma bude potom reflektovaná vo viacerých programoch (či už prezentačných, alebo interaktívnych) a komunikovaná aj prostredníctvom vizuálu toho-ktorého ročníka. To zvýši celkové výtvarné vyznenie festivalu.

Na prvé roky obdobia 2025 – 2029 sa ako ústredné témy núkajú festivalové výročia (2025 – 65. MFF Myjava; 2026 – 50 rokov festivalu na Myjave, 2027 – vystažhovalectvo a zahraniční Slováci).

Festivalový merch

V súvislosti s novou vizuálnou identitou prišla z vedenia PR iniciatíva inovovať reklamné predmety festivalu a možnosti ich ponuky. Zatiaľ sa realizovali rôzne ročníkové potlače tričiek, kalíškov a kávových šálok. Vyladenie ponuky je úlohou na ďalšie roky, veľkou výzvou však je zefektívnenie predaja predovšetkým cez internet a v čase pred konaním festivalu.

Veľkoplošná obrazovka v amfiteátri

Od roku 2022 sa podarilo obohatiť technické možnosti amfiteátra o veľkoplošnú LED stenu, pričom bolo vyriešené aj jej vhodné umiestnenie a štýlové zakomponovanie (prútené oplety). Použitie tejto techniky nelimitujú svetelné podmienky (na rozdiel od doteraz využívannej zadnej videoprojekcie, ktorú bolo možné použiť len za tmy), čo spolu s možnosťou využitia záberov z kamier (detaily) a titulkovania rozširuje režisérské možnosti autorov programov. LED stena zároveň umožňuje premietanie projekcií počas technických prestávok a aj zakomponovanie festivalových vizuálnych prvkov v priebehu festivalovej zvučky či titulkov.

Skvalitnenie služieb

Z výziev do budúca treba spomenúť ešte skvalitnenie ubytovacích a stravovacích štandardov v intenciách požiadaviek CIOFF-u. Tu máme na mysli napr. zavedenie možnosti výberu stravy (bezmäsitéj atď.) aj pre domáce kolektívy. Zvyšujú sa aj nároky na bezpečnosť a iné služby poskytované zahraničným účinkujúcim. Zvyšujú sa i nároky na sprievodný program zahraničných účastníkov počas pobytu na festivale a tiež v súvislosti s organizovaním európskych turné pre účinkujúce kolektívy z iných svetadielov.

Súčasná dramaturgická koncepcia festivalu

Aktuálna koncepcia (2025 – 2029), vychádzajúc z dlhodobej ideovej línie festivalu, sa opiera o základné zábery MFF Myjava, ktorými sú nasledujúce:

1. **Prezentácia a popularizácia** čo najširšieho diapazónu javov tradičnej ľudovej kultúry Slovenska²³ a folklóru zahraničia s dôrazom na západné Slovensko (Trenčiansky, Trnavský, Nitriansky a Bratislavský samosprávny kraj).
2. **Aktivizácia** folklórneho diania na západnom Slovensku prostredníctvom konania samotného festivalu, ale najmä prostredníctvom uvádzania programov s dvojročnou prípravou.
3. **Odborná metodická pomoc** folklórnym kolektívom poskytovaná počas prípravy jednotlivých programov (výberové cesty).

²³ S prihliadnutím na zápisy v reprezentatívnom zozname NKD Slovenska

Kľúčovou na naplnenie spomenutých zámerov je **programová štruktúra**. Tá pamätá na všetky typy folklórnych kolektívov so snahou pokryť čo najviac prejavov ľudového umenia a javov tradičnej kultúry. Využívanými inscenačnými princípmi sa snaží osloviť ako bežného konzumenta, tak aj náročného diváka. Navyše festival sa usiluje byť tu pre všetky vekové kategórie (samostatná pozornosť je venovaná detským programom a aktivitám). Jednotlivé typy programov rôznou formou komunikujú s divákom. Z hľadiska miery a spôsobu jeho aktívneho zapojenia možno programy rozdeliť na:

1. prezentačné

Koncept programu na folklórnych slávnostiach postavený na viac-menej pasívnom vnímaní vystúpenia. Sem patria predovšetkým všetky „veľké“ amfiteátrové autorské programy, hudobný program v kostole, ale aj niektoré programy v Mestečku MY-A-VY (folklórna škola, spomienkové rozprávanie, ochotnícke divadlo) a online programy. Špecifickým typom prezentačných aktivít sú výstavy inštalované v PKO Trnovce a v meste Myjava.

2. interaktívne

Programy s výrazným zapojením diváka. Sem patria predovšetkým školy tanca, tvorivé dielne, detské herné aktivity, prezentácie tradičnej gastronómie či spoločné spievanie a pod. Do tejto kategórie možno zaradiť aj edukačné a metodické materiály prezentované online.

3. súťaže

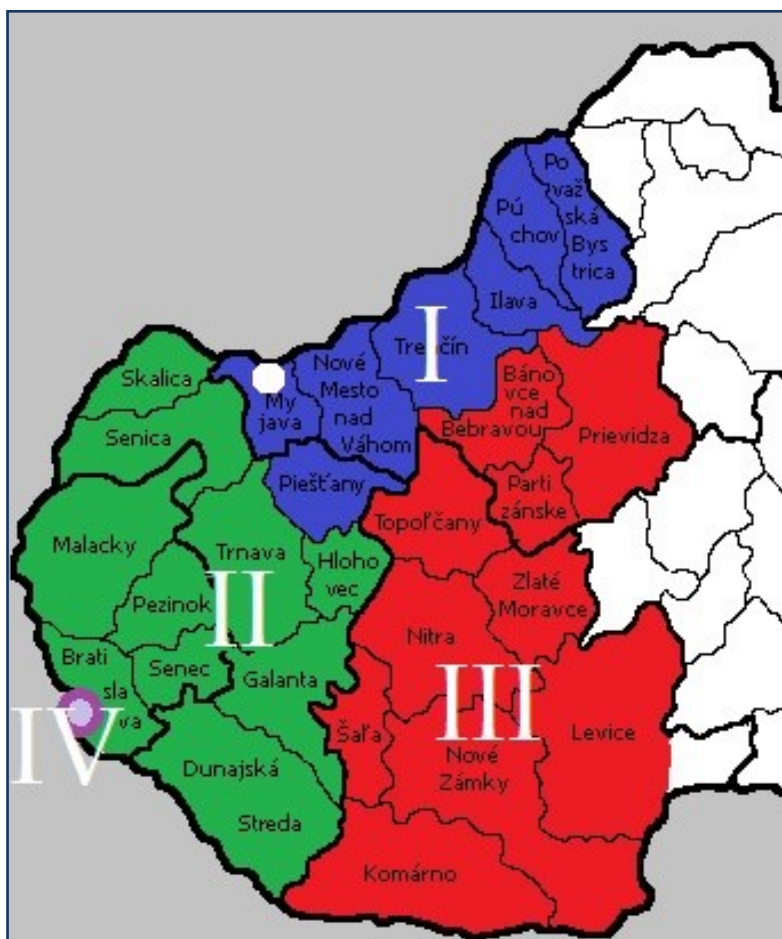
Na hudobný folklór je zameraná amfiteátrová Cena Samka Dudíka (ďalej CSD), ľudovému tancu je venovaný program *O mijafskí kosjerek* v Mestečku MY-A-VY. Prvky súťaže majú aj programy *Koštofka páleného* a *Masjelko*. S výnimkou CSD, kde je výber súťažiacich hudieb realizovaný dopredu, sa do súťaženía zapájajú bezprostredne návštevníci MFF.

Programy festivalu sa do súčasnosti rozšírili a realizujú sa na viacerých **scénach** – od hlavnej scény v amfiteátri Trnovce až po rôzne menšie scény v areáli PKO Trnovce, v meste Myjava, okrajovo aj v mestskej časti Turá Lúka a v satelitných mestách festivalu (Brezová pod Bradlom, Vrbové, Vrbovce, Stará Turá, Nové Mesto nad Váhom, Trenčín, Senica atď.).²⁴ V priebehu 21. storočia sa v PŠ výrazne posilnili práve areály mimo amfiteátra. Priestorovo-kapacitné možnosti PKO Trnovce sú v podstate využité naplno, možný rozvoj vidíme skôr v efektívite, obsahu, priestorovom a technickom riešení.

Výber účinkujúcich do hlavných scénických programov sa uskutočňuje na základe **rotujúceho systému** (s možnosťou ďalšej voľby autora). Tento systém zabezpečuje účasť účinkujúcich v nosných scénických programoch z rôznych regiónov západného Slovenska v jednom ročníku festivalu, ako aj pravidelné striedanie sa jednotlivých oblastí západného Slovenska v priebehu rokov.²⁵ V tomto systéme sa v minulosti pristúpilo k miernej modifikácii oblastí tak, aby tieto tvorili homogénnejšie celky (Obr. 1). Rovnako sa do rotácie dostala oblasť Myjavskej pahorkatiny, keďže piatkový regionálny program obvykle čerpá len z kolektívov Myjavy a Turej Lúky.

²⁴ Vedľajšími scénami sú lúka za amfiteátrom s Mestečkom MY-A-VY vystavaným z kulís inšpirovaných tradičnou architektúrou myjavských domov, *Detské mestečko* s vydupaným kolom, zelené plochy v okolí budovy VIP, lúka pri amfiteátri, javisko pri občerstvovacej zóne, asfaltová plocha s malým javiskom pri reštaurácii a okolité zelené plochy, centrum mesta Myjava (Nám. M. R. Štefánika), námestie pred mestským úradom, hlavné námestie a farské námestie, Kultúrny dom Samka Dudíka, Evanjelický chrám Boží v Myjave, Gazdovský dvor v Turej Lúke a Múzeum Slovenských národných rád. V prípade nepriaznivého počasia je to Kultúrny dom Samka Dudíka a mestská športová hala v Myjave.

²⁵ Je to dosiahnuté na základe rozvrhnutia územia na niekoľko častí, pričom v každom zo skupiny hlavných programov (súborový, detský, regionálny) budú účinkovať kolektívy z inej časti západného Slovenska.



Obr. 1 Grafické znázornenie oblastí v rámci rotujúceho systému

Kvalitu festivalu pomáha zlepšovať aj spätná väzba v podobe **správy od nezávislých pozorovateľov**. V minulosti to boli samostatne vypracovávané materiály jednotlivých pozorovateľov (obvykle troch). Na septembrovom zasadnutí PR v roku 2017 bola navrhnutá funkcia hlavného pozorovateľa, ktorý oslovuje tím externých pozorovateľov a na základe postrehov všetkých členov vypracúva jednu súhrnnú správu. Od roku 2018 tento spôsob úspešne funguje; externí pozorovatelia sú lepšie koordinovaní a správy majú obsahovo aj formálne komplexnejšiu podobu, takže pomáhajú efektívnejšie. Ako hlavná pozorovateľka momentálne pôsobí Hana Hlôšková.

Literatúra a pramene

Kolektív. 2020. *MYJAVA 60 ročníkov folklórneho festivalu 1956 – 2019*. Feriancová, V. – Zelenayová, J. (zost.). Myjava : mesto Myjava. ISBN 978-570-1732-5
 Feriancová, V. – Obuch, P. 2024. *Medzinárodný folklórny festival MYJAVA : Dramaturgická koncepcia na roky 2025 – 2029*. Myjava (pracovný dokument)



Mgr. Peter Obuch, PhD.

Absolvent Konzervatória v Bratislave v odbore Hra na kontrabase
a Filozofickej fakulty UKF v Nitre, Katedry etnológie a etnomuzikológie.

Od roku 2007 pôsobí v Centre tradičnej kultúry v Myjave
najskôr ako odborný pracovník, od roku 2012 ako etnomuzikológ.

V rokoch 2007 – 2010 bol interným doktorandom Filozofickej fakulty UKF v Nitre.

Je členom porôt krajských a celoslovenských súťažných prehliadkach
ľudových hudieb, sólistov spevákov, inštrumentalistov a speváckych skupín
a detských folklórnych súborov. Odborne viedol semináre a hudobné dielne
vo viacerých regiónoch Slovenska (Myjava, Nitra, Považská Bystrica,
Banská Bystrica, Dolný Kubín...). Je členom a predsedom odborných komisií
Fondu na podporu umenia, dramaturgom a stálym členom Programovej rady
Medzinárodného folklórneho festivalu Myjava, členom expertnej skupiny
pre hudobný folklór pri Národnom osvetovom centre.

Od roku 2013 pôsobí ako odborný garant, dramaturg a lektor viacdňových
Dielní hudobno-tanečného folklóru Muziganské Priepasné.

Realizuje aj pedagogickú činnosť v ľudových hudbách Technik (2005–2011),
Kopaničiar (2007), Tancovadlo (od r. 2019) a v iných.

V rámci svojej umeleckej činnosti je autorom hudobných relácií pre
Slovenský rozhlas Bratislava (v cykle Zahrajte mi takúto), hudobným
Producentom pre folklórnu hudbu (9 CD), autorom a spoluautorom scénických
a mimoscénických programov na MFF Myjava.

Realizoval hudobné spracovania pre folklórne súbory Technik, Ekonóm, Ondráš,
Lúčnica, Kopaničiar, Vršatec, Striebornica, Radosť či Kornička.
Zaoberá sa aj odbornou publikačnou a projektovou činnosťou.

Digitalizácia kultúrneho dedičstva a dokumentácia kultúrnych podujatí (formy a metódy)

Mgr. art. Miroslav Hanák

SLUK-Centrum pre TLK,

odborný pracovník v oblasti tradičnej ľudovej kultúry
a digitalizácie, dokumentarista, tanečný pedagóg, choreograf

Centrum pre tradičnú ľudovú kultúru (CTLK) je odborným pracoviskom Slovenského ľudového umeleckého kolektívu (SLUK), štátnej príspevkovej organizácie zriadenej Ministerstvom kultúry Slovenskej republiky. Úlohou CTLK je realizovať aktivity súvisiace s ratifikáciou UNESCO dohovoru o ochrane nehmotného kultúrneho dedičstva²⁶ a plniť vládnu koncepciu starostlivosti o tradičnú ľudovú kultúru. Činnosť CTLK sa sústreďuje na dokumentovanie, uchovávanie a spracovanie javov tradičnej ľudovej kultúry, ich inventarizáciu a sprístupňovanie. Je hlavným realizátorom tvorby Reprezentatívneho zoznamu nehmotného kultúrneho dedičstva Slovenska a Zoznamu najlepších spôsobov ochrany nehmotného kultúrneho dedičstva na Slovensku.

Postupne CTLK od svojho vzniku (2008) plnilo viaceré programy a ciele. V rámci projektu **Inventarizácia tradičnej ľudovej kultúry** vznikol metodický materiál ako podpora pre získavanie, triedenie a evidovanie prvkov a javov z oblasti tradičnej ľudovej kultúry [dostupný online](#). Významným projektom realizovaným v spolupráci s Ústavom etnológie SAV bola **Elektronická encyklopédia, Ľudová kultúra Slovenska slovom a obrazom**. Online encyklopédia dostupná na našom webe www.ludovakultura.sk obsahuje takmer 1800 hesiel o javoch tradičnej ľudovej kultúry na území Slovenska.

Národný projekt **Digitálny fond tradičnej ľudovej kultúry** bol realizovaný v rámci Operačného programu Informatizácia spoločnosti, Prioritná os 2, financovaný zo štrukturálnych fondov Európskej únie a štátneho rozpočtu Slovenskej republiky. Realizácia národného projektu významným spôsobom prispela k získavaniu materiálov, dobudovaniu technického zázemia a vybavenia digitalizačného pracoviska SLUK-u. Do realizácie bolo zapojených deväť interných zamestnancov a 44 externých spolupracovníkov. Bolo vytvorených osem trojčlenných akvizično-digitalizačných tímov z externého prostredia tak, aby pokrývali celé územie Slovenska. Zároveň sme vykonávali vlastnú dokumentáciu a zber materiálov zo súkromných zbierok.

Pre katalogizáciu a zápis metadát sme v čase realizácie projektu využívali štandardný tabuľkový softvér s vytvorenými šablónami a naformátovaním jednotlivých polí. Neskôr, v rokoch 2016-2017 bol pod obsahovým vedením CTLK upravený katalogizačný systém ARL²⁷ (Advanced Rapid Library) a prispôbený našim požiadavkám. S využitím materiálov z predchádzajúcich projektov a možností ARL vzniká online databáza objektov z oblasti tradičnej ľudovej kultúry na Slovensku **Fond tradičnej ľudovej kultúry**. Webstránku neustále naplňame obsahom a vylepšujeme vizuálne aj funkčne. V minulom roku 2023 prešla čiastočným faceliftom a v súčasnosti obsahuje viac ako 11 000²⁸ objektov.

²⁶ Dohovor o ochrane nehmotného kultúrneho dedičstva bol prijatý na 32. zasadnutí Generálnej konferencie UNESCO 17. októbra 2003 v Paríži. Vláda Slovenskej republiky dohovor ratifikovala v roku 2006.

²⁷ Cosmotron Slovakia, s.r.o.

²⁸ K 30. 10. 2024 je sprístupnených 11 448 digitálnych objektov a 3724 záznamov autorít.

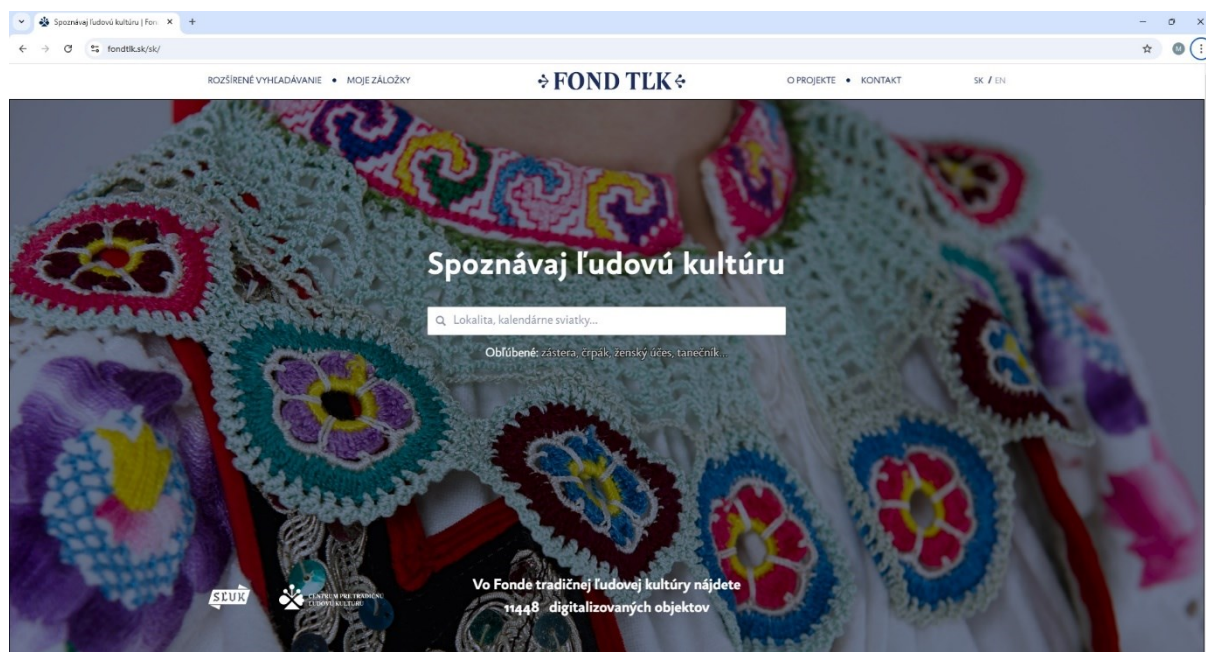


FOTO-1 Úvodná stránka

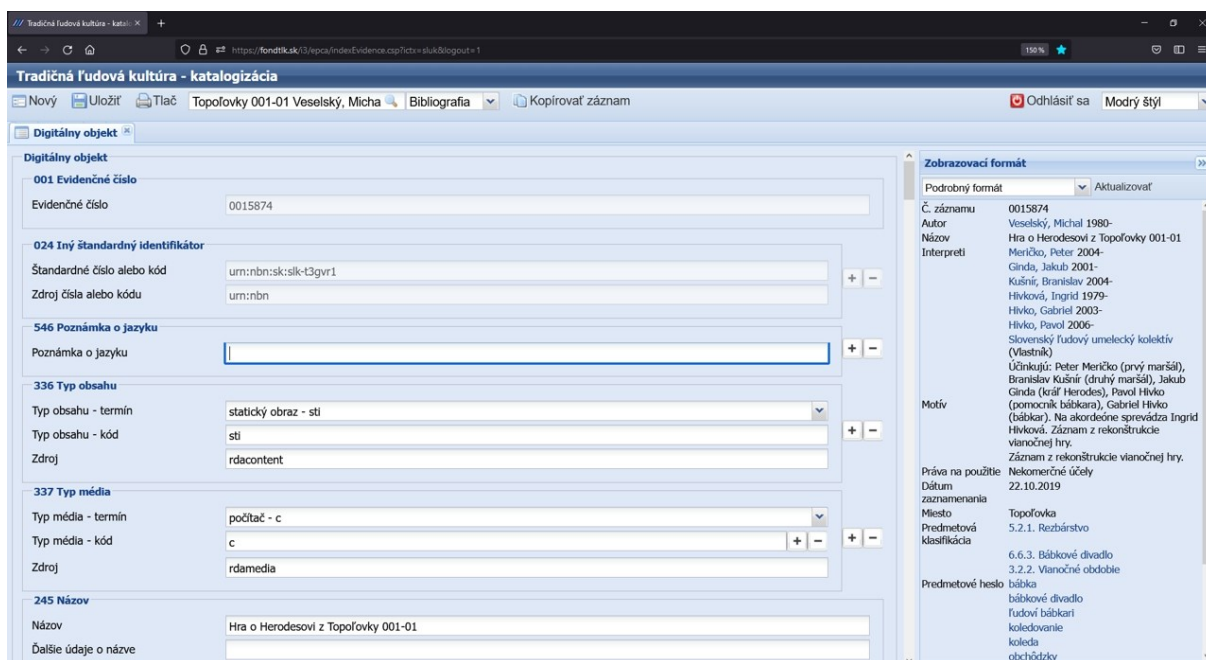


FOTO-2 Tvorba a úprava katalogizačného záznamu vo webovom prehliadači

Na realizácii technickej časti sa podieľala Fakulta elektrotechniky a informatiky STU, s ktorou CTĽK spolupracovalo od roku 2012. Pôvodne bol systém prevádzkovaný na dátovom úložisku SL'UK umiestnenom v STU FEI, neskôr z dôvodu optimalizácie presunutý do Vládneho cloudu a napokon z technických dôvodov premigrovaný na úložiská poskytovateľa.

Pri stanovení digitálnych formátov sme vychádzali z metodických manuálov Ministerstva kultúry Slovenskej republiky, vlastných informácií a skúseností ďalších subjektov zaoberajúcich sa digitalizáciou a archiváciou. V súčasnosti používame formáty, ktoré sú odporúčané pre dlhodobé uchovávanie.

Pri digitalizácii 2D analógových materiálov (fotografie, filmy, kresby, nákresy, dokumenty), ale aj pri fotodokumentácii používame ako výstupný formát TIF²⁹ (nekomprimovaný, RGB, 24 bit). Nastavenie DPI prispôbujeme v závislosti na veľkosti predlohy – čím menší objekt, tým väčšie DPI (v rozsahu 300-2400, príležitostne aj viac). Zbierky uložené vo formáte JPG/JPEG odporúčame konvertovať do formátu TIF. Na rozdiel od JPEG, v tomto formáte nedochádza k zníženiu kvality pri každej jeho

²⁹ https://sk.wikipedia.org/wiki/Tagged_Image_File_Format

úprave. Na validáciu fotografií slúži nástroj DPF Manager³⁰. Z hľadiska spracovania rozdeľujeme fotografie do troch skupín: SUROVINA – POLOTOVAR – MASTER. Surovinu (TIF, JPG, NEF) zálohujeme bez zásahov a v prípade potreby ju vieme opätovne použiť. Polotovar predstavuje zo suroviny prekonvertovaný TIF v rôznych stupňoch úpravy. Pri spracovaní fotiek využívame základné úpravy ako vyrovnanie horizontu, orez a kontrast. V ďalšom spracovaní aplikujeme retuš na odstránenie defektov fotografie. Všetky tieto úpravy v TIF súboroch sú deštruktívne, preto je dôležité zachovanie suroviny bez zásahov. Najmä pri retuši je potrebné postupovať citlivo. Dôležitý je obsah - zachytený jav, ktorý chceme zobraziť v čo najlepšej kvalite.



FOTO-3 Fázy spracovania fotografie

Pri RAW formátoch robíme nedeštruktívne úpravy a následne exportujeme do TIF. Master je spracovaný obrázok, ktorý nahrávame do systému. Pri 360° objektových fotografiách je to sled fotografií zbalených do jedného súboru ZIP. Prezentačný derivát, ktorý umožňuje zobrazenie v internetovom prehliadači, pripravujeme pomocou softvérového nástroja WebRotate 360³¹.

Pri audiovizuálnych materiáloch (VHS, DV, miniDV, staršie digitálne formáty, 8mm a 16mm film), ale aj pri nových digitálnych záznamoch z vlastnej dokumentačnej činnosti používame ako výstupný formát [Matroska](https://www.matroska.org/index.html)³² s kontajnerom MKV, video formátom FFV1³³ a audio formátom PCM³⁴. Na konverziu používame nástroj [FFmpeg](https://ffmpeg.org/), v minulosti dostupný aj vo verzii pre Windows³⁵. Nevýhodou je ovládanie softvéru pomocou príkazov v Príkazovom riadku. Výhodou môže byť napríklad hromadný prevod súborov. Príklad pre hromadnú konverziu: `for %i in (*.avi) do ffmpeg -i "%i" -c:a pcm_s16le -c:s copy -c:v ffv1 -level 3 -slices 24 -sliceCRC 1 -g 1 -coder rice -map v -map a? -map s? "%~ni.mkv"`

Pre staršie audio materiály (MG, MC) a nové digitálne záznamy používame bezstratový formát Waveform Audio File Format³⁶ s kontajnerom WAV a audio formátom PCM (44,1 kHz; 16 bits; stereo/mono).

S ohľadom na typ a množstvo materiálov je potrebný dostatočný úložný priestor s vhodným zabezpečením³⁷. Pre zálohovanie využívame lokálne dátové úložisko. Archiváciu master súborov spolu s metadátami zabezpečujeme prostredníctvom Centrálného dátového archívu (CDA), pri Univerzitnej knižnici v Bratislave³⁸.

³⁰ DPF Manager 3.5.1, nástroj na kontrolu súladu tiff pre digitálne uchovávanie
<https://www.preforma-project.eu/dpfmanager-download.html>

³¹ <https://www.webrotate360.com/>

³² <https://www.matroska.org/index.html>

³³ používa bezstratovú kompresiu

³⁴ https://sk.wikipedia.org/wiki/Pulzna_kodova_modulacia

³⁵ posledná dostupná verzia (ffmpeg-4.3-win64-static) dostupná do 09/2020 na
<https://ffmpeg.zeranoe.com/builds/>

³⁶ https://sk.wikipedia.org/wiki/Waveform_Audio_File_Format

³⁷ <https://sk.wikipedia.org/wiki/RAID>

³⁸ <https://cda.kulturny.sk/sk>



Mgr. art. Miroslav Hanák

Vyštudoval Vysokú školu múzických umení v Bratislave, tanečné umenie – ľudový tanec. Pracuje v Slovenskom ľudovom umeleckom kolektíve ako riaditeľ Centra pre tradičnú ľudovú kultúru, ktorého úlohou je realizovať aktivity súvisiace s ratifikáciou UNESCO Dohovoru o ochrane nehmotného kultúrneho dedičstva.

V rámci národného projektu Digitálny fond tradičnej ľudovej kultúry, na pozícii operátor digitalizačných zariadení, bol zodpovedný za digitalizáciu a postprocesing fotografií, videa, 2D objektov, vrátane vypracovania metodík.

Koordinuje tvorbu a napĺňanie online databázy objektov z oblasti tradičnej ľudovej kultúry na Slovensku – Fond tradičnej ľudovej kultúry.

Od štúdia na vysokej škole sa zaoberá digitalizáciou analógových záznamov.

Ako odborný pracovník CTK v Myjave v rokoch 2011-2014 sa podieľal na tvorbe a správe digitálneho archívu, tvorbe metodických pomôcok, príprave a realizácii kultúrnych podujatí. Autorsky sa podieľal na príprave programov na MFF Myjava. Bol koordinátorom cezhraničného projektu Digitálna mapa tradičnej kultúry. V rokoch 2010-2014 pracoval ako pedagóg tanečného odboru a umelecký vedúci DFS Iskerka v Základnej umeleckej škole Brezová pod Bradlom. Pôsobil vo viacerých súboroch na Slovensku

ako tanečný pedagóg (FS Slnčnica, FS Bučina, DFS Vienok, FS Kopaničiar, FS Ekonóm) a choreograf (FS Trnavačan, FS Máj, FS Žito, FS Krajňanec, DFS Vienok, DFS Iskerka).

Digitalizácia kultúrneho dedičstva a dokumentácia kultúrnych podujatí (formy a metódy)

Mgr. art. Michal Veselský
SLUK-Centrum pre TLK,
odborný pracovník v oblasti tradičnej ľudovej kultúry,
dokumentarista, fotograf, kameraman,
odborný pracovník v oblasti digitalizácie, hudobník

V rámci projektu **Inventarizácia tradičnej ľudovej kultúry** a národného projektu **Digitálny fond tradičnej ľudovej kultúry** využívame viaceré dostupné spôsoby digitalizácie reálnych 3D objektov a ich konverzie do 2D.

V zásade sa jedná o tradičné spôsoby snímania – nakrúcanie videa a fotografovanie. Používame poloprofesionálnu a profesionálnu techniku bežne dostupnú v maloobchodnej sieti.

Na fotografovanie slúži plnoformátová (fullframe) zrkadlovka s viacerými objektívmi. Zrkadlovky sú dnes už z veľkej miery nahradené bezzrkadlovými (mirrorless) modelmi. Ku kvalitnému fotografickému telu patria kvalitné objektívy, rozhodne odporúčame investovať do tých najlepších, ak sa jedná o digitalizáciu, tie určujú výslednú kresbu aj ostrosť snímaného objektu.

Pri výjazdoch do terénu, ale aj na našom pracovisku v SLUK-u, používame vinylové pozadie a sadu profesionálnych štúdiových zábleskových svetiel, ktoré zaručujú stabilný osvit aj pri frekvencii snímania 1 záber za sekundu, čo sa v praxi ukázalo ako kľúčové najmä pri vytváraní 360° fotografií krojov, postáv v krojoch ale aj rôznych objektov. Pozadie pri fotografovaní by malo byť neutrálne a bez rušivých elementov, používame fotografické pozadie neutrálnej krémovej farby (iné varianty – biela, sivá, neodporúčame tmavé, či čierne pozadia – objekty typu klobúk, alebo modrotlač sa tak stávajú ťažko viditeľnými).





obr. 1,2 príklad rozostavenia pozadia a zábleskových svetiel

Čo sa týka spôsobu osvetlenia objektov – naša snaha a cieľ je vytvoriť kvalitnú technickú fotografiu, nie umelecký portrét osoby, prípadne umelecké zátišie. Fotografia vkladaná do [Fondu tradičnej ľudovej kultúry](#) musí byť dobre presvetlená, s viditeľnosťou všetkých detailov, bez tieňov a s dostatočnou hĺbkou ostrosti (objekt by mal byť podľa možností celý ostrý).



obr. 3-7 ukážky z fondu TLK

Na nakrúcanie videa používame tzv. spravodajskú, alebo dokumentárnu kameru s rozlíšením do 4K. Profesionálna filmárska technika, ktorú používajú filmové štáby na nakrúcanie filmov, seriálov, či reklamných spotov nie je pre naše pracovisko vhodná či už s pohľadu vysokej nadobúdacej ceny, ale aj z pohľadu spôsobu práce s takouto technikou. Pre CTLK je dôležité, aby kameru a všetky jej funkcie vedel obsluhovať jeden technik (profi filmárska kamera je často obsluhovaná viacerými technikmi, napr. ostrenie má na starosti ostrič, atď.) Ďalšími členmi štábu sú podľa situácie zvukár, prípadne ďalší kameramani.

Samotné nastavenie kamier, zvuku a osvetlenie scény záleží znova od situácie a rozhodnutia, koľko kamier sa použije na snímanie danej situácie. Na rozprávanie (oral history) stačí jedna alebo dve kamery, na snímanie viacerých osôb, alebo kultúrneho podujatia je dobré použiť dve a viac kamier, prípadne – ak to situácia umožňuje - pomocou jednej kamery scénu rozzáberovať – nakrútiť kratšie sekvencie z rôznych uhlov a v rôznych ohniskových vzdialenostiach, na dosiahnutie pestrosti záberov. Táto technika však už skôr pripomína spôsob práce pri filme, ak sa jedná o dokumentovanie podujatia, nedá sa použiť vôbec.





obr. 8-15 rôzne situácie pri snímaní videa v praxi CTL'K



Mgr. art. Michal Veselský

Od roku 2012 pracuje v Slovenskom ľudovom umeleckom kolektíve ako odborný pracovník Centra pre tradičnú ľudovú kultúru, ktorého úlohou je realizovať aktivity súvisiace s ratifikáciou UNESCO Dohovoru o ochrane nehmotného kultúrneho dedičstva. V rámci národného Projektu Digitálny fond tradičnej ľudovej kultúry je zodpovedný za vytváranie fotografií a video materiálov a ich následné spracovanie. V rokoch 2010 – 2017 pripravoval reláciu o folklóre „Nehaňte ľud môj“ (námet, réžia, kamera, moderovanie), ktorá sa vysielala na internetovej televízii tv.sme.sk. V rokoch 2005 – 2009 pracoval ako kameraman a redaktor (relácia o kultúre) v lokálnej televízii (TV Ružinov) a popri tom fotil a nakrúcal podujatia – väčšinou vystúpenia folklórnych súborov, reportáže a pod. Vyštudoval Vysokú školu múzických umení v Bratislave, odbor Teória hudby. Popri štúdiu gymnázia a vysokej školy korepetoval vo FS Ekonóm (1995-2000) a US Lúčnica (1996-2010), kde bol aj správca notového archívu. Účinkoval/účinkuje v hudobných skupinách Vetroplach, Lažno Cubano, Folk&Bass Orchestra, Toddler Punk, ako externý člen napr. Hex, Ventil RG, Lady Kazoo atď, alebo ako sólový klavirista.

OBSAH

- 2** **Kreatívne, odborne a inovatívne...** / PhDr. Miroslav Žabenský
- 4** **Praktické zručnosti pri príprave a realizácii festivalu** / PhDr. Pavel Ňuňuk
- 10** **Aktivity tradičnej kultúry a realizácia festivalov v Maďarsku** / Vincze Andrea
- 12** **Festival a jeho riadenie, dramaturgia a dramaturgický plán** / Mgr. Katarína Babčáková, PhD.
- 35** **Viaczdrojové financovanie festivalu, Fundraising, crowdfunding** / Mgr. Igor Kocian, MBA
- 48** **Online stratégie, marketing, práca s publikom a ich uplatnenie pri vrcholných aktivitách tradičnej kultúry** / Ing. Vlasta Papcúnová
- 54** **Systém vzdelávacích aktivít Centra tradičnej kultúry v Myjave a jeho uplatnenie na Medzinárodnom folklórnom festivale v Myjave** / Mgr. art. Lenka Konečná, ArtD.
- 66** **Medzinárodný folklórny festival Myjava a jeho dramaturgická koncepcia - vývoj a výzvy**
/ Mgr. Peter Obuch, PhD.
- 73** **Digitalizácia kultúrneho dedičstva a dokumentácia kultúrnych podujatí (formy a metódy)**
/ Mgr. art. Miroslav Hanák
- 77** **Digitalizácia kultúrneho dedičstva a dokumentácia kultúrnych podujatí (formy a metódy)**
/ Mgr. art. Michal Veselský

Aktivity tradičnej kultúry
kreatívne, odborne a inovatívne

elektronická príručka z odborných vzdelávacích seminárov

Vydala:
Asociácia kultúrno-osvetových inštitúcií
Zostavil:
PhDr. Miroslav Žabenský

december 2024

Text neprešiel jazykovou úpravou.

u. fond
na podporu
umenia

Projekt z verejných zdrojov podporil Fond na podporu umenia
24-414-02524