

VILNIAUS UNIVERSITETAS
KAUNO HUMANITARINIS FAKULTETAS
FILOSOFIJOS IR KULTŪROS STUDIJŲ KATEDRA

Kultūros vadybos studijų programa

Kodas 612N28001

IEVA JUODINYTĖ

BAKALAURO BAIGIAMASIS DARBAS
ELEKTRONINĖS ŠOKIŲ MUZIKOS FESTIVALIŲ ORGANIZAVIMAS

Kaunas
2016

VILNIAUS UNIVERSITETAS
KAUNO HUMANITARINIS FAKULTETAS
FILOSOFIJOS IR KULTŪROS STUDIJŲ KATEDRA

Kultūros vadybos studijų programa

Kodas 612N28001

IEVA JUODINYTĖ

BAKALAURO BAIGIAMASIS DARBAS
ELEKTRONINĖS ŠOKIŲ MUZIKOS FESTIVALIŲ ORGANIZAVIMAS

Darbo vadovas _____

(parašas)

Doc. Aistė Urbonienė

Bakalaurantas _____

(parašas)

Darbo įteikimo data _____

Registracijos Nr. _____

TURINYS

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS	4
ĮVADAS	5
1.MUZIKOS FESTIVALIŲ ORGANIZAVIMO TEORINIAI ASPEKTAI	7
1.1. Renginio samprata	7
1.2. Renginio organizavimo principai	8
1.3. Muzikos festivalio samprata	11
1.4. Muzikos festivalių organizavimo ypatumai.....	12
1.5. Elektroninės muzikos samprata	18
2.ELEKTRONINĖS ŠOKIŲ MUZIKOS FESTIVALIŲ ORGANIZAVIMO TYRIMAS.....	20
2.1. Tyrimo metodologijos pagrindimas.....	20
2.2. Lietuvoje vykstančių muzikos festivalių ypatumai	26
2.3. Elektroninės muzikos festivalių „Tundra“ ir „Revolution Festival“ aprašymas	27
2.4. Festivalių „Tundra“ ir „Revolution Festival“ organizavimo ypatumai	28
IŠVADOS.....	37
SANTRAUKA	39
LITERATŪRA.....	40
1 PRIEDAS Renginių klasifikavimas pagal pagrindinius tipus.....	42
2 PRIEDAS Lietuvoje 2015-ųjų metų vasarą vykę elektroninės muzikos festivaliai.....	44
3 PRIEDAS 2015-ųjų metų „Revolution Festival“ atlikėjų sąrašas	46
4 PRIEDAS Festivalio „Tundra“ dekoracijos	48

LENTELIŲ IR PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

Lentelės:

1. Lentelė	Pagrindiniai festivalių tipai.....	12
2. Lentelė	Klausimų blokai.....	24
3. Lentelė	Festivalio teisiniai leidimai.....	29

Paveikslai:

1. Pav.	Renginio organizavimo etapai.....	10
2. Pav.	Festivalio organizavimo etapai.....	13

IVADAS

Šiais moderniais XXI a. laikais didelę dalį žmonių laisvalaikio sudaro su kultūra susijusi veikla. Žmonės lankosi kino teatruose, muziejuose, galerijose, koncertuose ir t.t. Kultūrinis suvokimas labai svarbus dalykas žmogaus pasaulėžiūros vystymuisi, todėl šios srities veiklos pasirinkimas turėtų būti kuo platesnis ir įvairesnis. Besivystant pasaulinei kultūrinei veiklai atsiranda vis didesnio masto renginių pasirinkimas, kuris pritraukia įvairaus amžiaus ir pažiūrų auditorijas. Gausios auditorijos sulaukiantys renginiai didina Lietuvos ekonominę vystymąsi, turizmo įvairovę, skatina žmones domėtis įvairesne kultūrine ir menine veikla.

Vienas iš tokių renginių yra muzikos festivaliai. Šiomis dienomis jų pasirinkimas yra ypač gausus, kadangi kiekvienas juos renkasi pagal savo muzikos skonį ir poreikius. Kiekvienam festivalio dalyviui svarbu žinoti kur jis pateks, kiek ir už ką mokės, kokia bus visa organizacinė sistema ir t.t., todėl dalyvis visad tikisi gauti nuodugniai pateiktą informaciją. Festivalio organizatorių atsakomybė yra ta, kad dalyvių norai ir lūkesčiai būtų pateisinti, todėl siekia tai įgyvendinti užtikrinant gerą organizacinę struktūrą. Festivalio organizavime labai svarbus pajamų gavimo užtikrinimas, marketingo sistema, tarpusavio komunikacija bei daugelis kitų niuansų. Organizuojant tokius masinius renginius labai svarbu išorinės bei vidinės aplinkos, taip pat turi būti sudarytas tinkamas organizavimo planas, kuriuo būtų vadovaujama viso proceso įgyvendinimo metu, surinkta stipri ir atkakli organizacinė grupė, kad festivalio organizavimas klostytųsi sklandžiai ir kokybiškai, taip pat turi būti parinkta ir tinkama reklamos komunikacija, festivalio auditorija, tinkama vieta ir laikas, o taip pat tiksliai parengtas visas festivalio biudžeto planas.

Gausus festivalių žanro pasirinkimas šiomis dienomis vis didina konkurenciją tarp organizatorių, kiekvienas stengiasi gauti naudos sau ir savo organizuojamam festivaliui, todėl geras organizuotumas yra būtinas, norint pasiekti aukščiausią kokybę. Kadangi muzikos festivalio žanrų pasirinkimas yra gausus, t.y. nuo pop muzikos iki dainuojamosios poezijos, bakalauro baigiamajame darbe bus analizuojama tik elektroninės šokių muzikos festivalių organizavimo specifika.

Darbo objektas: elektroninės šokių muzikos festivalių organizavimas.

Darbo tikslas: išanalizuoti elektroninės šokių muzikos organizavimo ypatumus.

Darbo uždaviniai:

1. Išnagrinėti renginio sampratą;
2. Išsiaiškinti renginio organizavimo principus;
3. Išnagrinėti muzikos festivalio sampratą ir organizavimo ypatumus;
4. Išnagrinėti elektroninės muzikos sampratą;

5. Išsiaiškinti Lietuvoje vykstančių festivalių ypatumus;
6. Ištirti elektroninės muzikos festivalių „Tundra“ ir „Revolution Festival“ organizacinę veiklą.

Darbo metodai:

1. Mokslinės literatūros ir informacinių šaltinių sisteminė analizė;
2. Kokybinio tyrimo analizė;
3. Tyrimo rezultatai;
4. Išvados.

Darbo struktūra:

1. Pirmą darbo dalį sudaro 5 poskyriai, kuriuose buvo aprašomi teoriniai elektroninės muzikos festivalių organizavimo aspektai;
2. Antrą darbo dalį sudaro 4 poskyriai, kuriuose buvo aprašomas elektroninės šokių muzikos festivalių organizavimo metodologinis tyrimas, išvados, santrauka, literatūra bei priedai.

Darbo apimtis:

1. Darbo apimtis: 48 puslapiai;
2. Darbe panaudoti 29 literatūros šaltiniai;
3. Darbe yra 2 paveikslai, 3 lentelės ir 4 priedai.

1. MUZIKOS FESTIVALIŲ ORGANIZAVIMO TEORINIAI ASPEKTAI

1.1. Renginio samprata

Renginio sąvoką apibrėžti galima įvairiai, o paprasčiausiai jis yra suprantamas kaip laisvalaikio praleidimo forma. Tačiau moksliskai renginiai yra apibrėžiami daug konkrečiau, atskleidžiant svarbiausius jų elementus ir funkcijas. A. Gužauskas pateikia tris skirtingus renginio apibrėžimus:

- „Renginiai yra tai, kas skiriasi nuo kasdienio gyvenimo“ (Robertas F. Džani 1996);
- „Renginys yra unikali laiko atkarpa, kuri praleidžiama panaudojant ritualus ir ceremonijas ypatingiems poreikiams patenkinti“ (Dr. Džo Goldblatas 2005);
- „Renginys- tai žmogaus veiklos rūšis, kurioje numatyti įvairių žmonių susitikimai ir bendra veikla, ribota laike ir susijusi su tam tikrų bendrų tikslų įgyvendinimu“ (Dr. Džo Goldblatas 2005).

Pasak A. Paulavičiūtės renginys apibrėžiamas taip: „Renginys- tai vieningas, laike ir erdvėje apribotas žodžių, veiksmų, vaizdų junginys, skirtas tam tikrai temai atskleisti ir išreikštas atitinkamomis priemonėmis bei metodais“ (A. Paulavičiūtė 2008).

Apibendrinant visus keturis apibrėžimus galima sakyti jog renginys tai tam tikra veikla, kuri suteikia žmogui progą atsiriboti nuo rutinos ir pajvairinti savo gyvenimą nekasdieniškais dalykais. Tuo renginys ir skiriasi nuo įprastų gyvenimo įvykių. Jie dažniausiai yra planuojami, laukiami, yra įsivaizduojama kaip viskas atrodys ir vyks. Taigi, kuo skiriasi renginiai nuo ypatingų įprasto gyvenimo įvykių (A. Gužauskas 2011:8)?

- Renginys yra tobulinamas kiek tik įmanoma: nuodugniai analizuojama tikslinė auditorija, kuo tiksliau kuriamas ir derinamas scenarijus, rengiamos įvairios apklausos bei įvertinimai, kad sužinoti renginio efektyvumą ir rezultatus.
- Renginiai dažniausiai apverčia realybę aukštyn kojomis. Dalyvaudami renginiuose žmonės atsipalaiduoja, pavyzdžiui serga už mėgstamą komandą, skanduoja, džiaugiasi.
- Renginiai apibūdinami veiksmiais, dėl to mes juos taip įsimename. Jeigu žmogus veikia, vadinasi jis dalyvauja renginyje.
- Renginiai- tai ne tik pramoga, o ir istorija. Visus renginius reikia suprasti, jie turi vidinę savo prasmę.
- Renginiai tai emocijos. Kuo daugiau stiprių emocijų tuo didesnė renginio vieta žmogaus atmintyje.

- Renginio struktūra turi turėti savo įžangą, dėstymą ir galiausiai stiprią pabaigą, kad dalyviui būtų vis įdomiau.
- Renginys tai organizuojančio žmogaus atsakomybė. Parduodant paslauga ir/ar prekę turi būti stengiamasi, kad klientas liktų patenkintas.
- Kliento ir kompanijos organizuojančios renginį santykiai turi stiprėti. Klientas turi būti stebinamas ir džiuginamas, kad būtų lojalus. Iš kompanijos visad tikimasi naujovių, todėl renginys puikus būdas nustebinti klientą, vaizdžiai demonstruojant savo gebėjimų galimybes.

Renginiai yra viena esminių šalies kultūrinio gyvenimo dalių. Jie gali būti įvairių formų, pavyzdžiui: teminės šventės, politiniai renginiai, kultūriniai renginiai, sporto renginiai, religiniai susitikimai. Taip pat gali būti surengtos tarptautinio lygio (Olimpinės žaidynės, Pasaulio futbolo čempionatas, Pasaulinio ekonominių pasiekimų parodos ir kt.), bei nacionalinio lygio šventės (Oktoberfest Miunhene, ledo skulptūrų festivalis Harbine). Šių renginių vis daugėja. Jie tampa labai svarbūs šalies ekonomikai, gerina gyventojų užimtumą, sprendžia socialines problemas, pritraukia daug turistų, padidėja investicijos įvairioms sritims. Organizuodami tokio lygio renginius, šalys/miestai parodo savo ekonominį ir kultūrinį lygį (R. Popescu, R. Corbos 2012:19).

Taigi, renginys skiriasi nuo kasdieninės veiklos ir kiekvienam pagal poreikius leidžia pajusti tam tikrus emocinius jausmus. Renginio paskirtis yra žmogui kažką duoti/suteikti, o žmogaus visa tai įvertinti.

1.2. Renginio organizavimo principai

Renginio planavimas. Renginio tikslas- tai ką organizatorius nori įgyvendinti ruošiant renginio procesą.

Renginio uždaviniai – nurodo, kokių veiksmų imtis nuo pat renginio organizavimo pradžios.

Tikslai ir uždaviniai organizuojant renginį yra labai svarbus dalykas, kadangi tai yra įžanga į visą pradinį darbą. Neturint šių dviejų dalykų renginyje gali kilti nesusipratimų visuose veiksmuose.

Kiekvieno renginio planavimas yra skirtingas, kadangi kiekvienas renginys turi tam tikras taisykles ir ypatumus. Gerą renginio suorganizavimą lemia: stiprios darbo komandos pasirinkimas, aiškaus darbo pasidalijimas, pagrindinio organizatoriaus atsakingumas, visų terminų pasirinkimo vykdymas ir dar daugelį kitų faktorių. Taigi pagrindiniai dalykai, norint suorganizuoti renginį yra šie (ULD 2013:14-16):

- Renginio samprata bei tikslinės auditorijos pasirinkimas- labai svarbu suprasti koks bus renginio tikslas/tikslai, bei kokiai žmonių grupei jis bus skirtas.

- Renginio lėšų nusistatymas - būtinas dalykas, kad renginys vyktų sklandžiai ir pagal planą, kadangi nuo šio dalyko priklauso kur vyks renginys, kiek truks ir pan. Todėl reikia realiai įvertinti savo turimus finansines galimybes.

- Renginio laikas ir vieta - šie dalykai turėtų būti nustatomi kuo anksčiau, kadangi žmonės mėgsta iš anksto planuotis, o be to dažnai tolimesnis renginio organizavimas remiasi į apytikslį žmonių skaičių (sėdimų vietų skaičius, rūbinės dydį ir pan.) Taip pat kuo anksčiau bus žinoma renginio vieta ir data, tuo greičiau bus galima pradėti renginį reklamuoti.

- Renginio turinys- nusistačius tikslinę auditoriją, turint pagrindinę renginio sumanymo mintį reikėtų apgalvoti kuo užimti dalyvius, kaip juos sudominti ir įtraukti į visą veiklą.

- Renginio organizavimo planas - būtina susidaryti šį planą, kad būtų aišku kas, kaip ir už ką yra atsakingas. Pagrindiniai dalykai, kuriuos svarbu fiksuoti plane: informacijos apie renginį platinimas (kvietimai, skrajutės ir kita įvairi reklama), renginio dalyvių priėmimas, rūpinimasis jais, patalpų/vietos dekoravimas, įgarsinimas/muzika, maitinimas renginio metu, dalyvių bei svečių pasitikimas, suvenyrai/padėkos arba sutartas atlygis dalyviams, persirengimo vietos, apgyvendinimas. Vykstant renginiui turi būti paskirtas žmogus, kuris būtų atsakingas už scenarijaus eiliškumo seką bei įvykdymą, taip pat žmonės, kurie padėtų orientuotis tiek svečiams tiek dalyviams.

- Renginio scenarijus - jis turėtų būti labai aiškus ir tikslus, su dalyvių bei vedėjų pasirodymų laikais, ką reiktų daryti atsitikus nenumatytiems atvejams ir pan. Tai yra detalus planas, kurio turi būti laikomasi, kad nekiltų chaosas. Renginio turinys šiame scenarijuje turėtų būti sustrateguotas režisieriaus. Visa renginio veikla turėtų sekti paeiliui ir sudaryti bendrą renginio visumą.

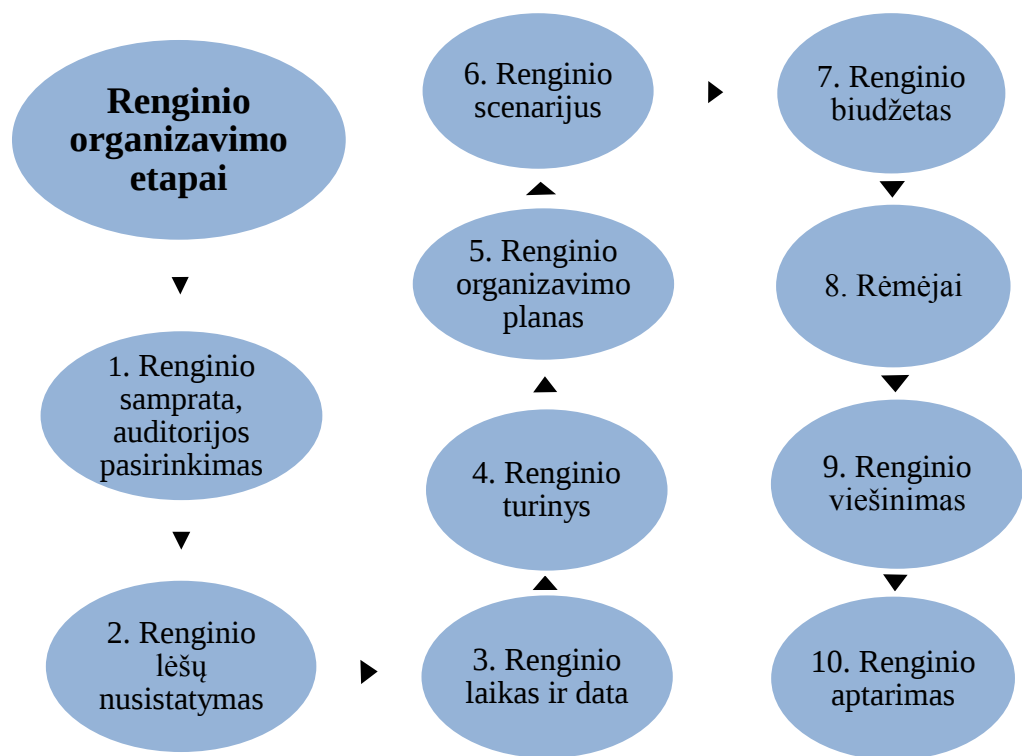
- Renginio biudžetas - jis turėtų būti sudarytas labai atsakingai, kadangi pritrūkus lėšų gali nepavykti įgyvendinti to, kas suplanuota. Turėtų būti sudaryta išlaidų ir pajamų sąmata, kurioje atsispindėtų rėmėjų parama bei pajamos, planuojamos gauti už renginį. Išlaidų sąmata neturėtų viršyti pajamų sąnaudos, jeigu taip įvyksta, reikia mažinti išlaidas. Taip pat rekomenduojama apie 10% pajamų bendros sąmatos sumos skirti nenumatytiems atvejams, kuomet gali prireikti lėšų.

- Rėmėjai- dauguma renginių turi savo rėmėjus. Jie gali suteikti pagalbą, kurios dėka renginys vyktų sklandžiai ir pagal planą. Ši pagalba gali būti ne tik finansinė. Tai gali būti ir įvairūs barteriniai mainai, kaip pavyzdžiui už suteiktą tam tikrą produktą ar paslaugą pasiūlyti mainais reklamą. Su rėmėjais turėtų būti sudaroma sutartis, kurioje būtų abiejų šalių įsipareigojimai bei baudsmių sąlygos jų nevykdant. Už šią sritį taip pat turėtų būti paskirtas atsakingas asmuo, kuris ieškotų rėmėjų, teiktų pasiūlymus, ruošytų sutartis ir pan.

- Renginio viešinimas- ne paslaptis, kad reklama pati geriausia priemonė pritraukti lankytojus/dalyvius. Taigi turėtų būti apgalvotas kiekvienas reklaminius žingsnis, o kuo reklamos daugiau- tuo geriau. Daugiausiai reklamos turėtų būti dabar populiariuose socialiniuose tinklapiuose, tačiau ne visiems žmonėms tai yra prieinama, todėl viešinimas turėtų būti ir spaudoje, radijuje, televizijoje, plakatuose, skrajutėse.

- Renginio aptarimas- tai labai svarbi dalis pasibaigus visam renginiui/projektui. Renginio aptarimo dėka galima išsiaiškinti visus trūkumus ir privalumus, kurie vyravo renginiui vykstant bei apsvarstyti ko galima būtų imtis, kad trūkumai nebeišryškėtų. Tai padės sustiprinti renginio kokybę ateityje. Patartina gauti atsiliepimus iš dalyvavusios auditorijos, tai pavyzdžiui pakalbinti žodžiu, ar tiesiog sukurti anketas, kuriuose dalyviai galėtų anonimiškai išsakyti savo nuomonę, kas buvo gerai, o kas ,galbūt, blogai.

1-ajame paveiksle pavaizduota renginio organizavimo etapų schema.



1 pav. Renginio organizavimo etapai

Šaltinis: sudarytas autorės, remiantis ULD. 2013. Renginių organizavimo atmintinė.

Kiekvienas renginys turi savo planavimo sistemą, o kokia ji bus priklausys nuo renginio dydžio ir pobūdžio. Viena didžiausių planavimo sistemų priklauso festivaliams, kadangi tai dažnai būna nevienadienis renginys. Tai reikalauja daug laiko ir didelės organizavimo patirties.

Taigi, renginys - labai plati sąvoka, išreiškianti grįžtamąjį ryšį tiek organizatoriams, tiek patiems renginio lankytojams. Renginio tipai bei kiekvieno iš jų rezultatai dalyviams ir organizatoriams pateikti lentelėje, priede Nr. 1. (1 PRIEDAS)

Renginio samprata labai individuali ir skirtingai suprantama. Vienam tai gali būti labai kasdieniškas ir niekuo neypatingas dalykas, kitam tai gali būti didžiausia pramoga, kuria mėgautis jis gali retai. Tačiau bendrai galima sakyti, jog renginys yra laiko praleidimas pasižymintis tam tikra specifine veikla, kuri jį išskiria iš kitų renginių.

1.3. Muzikos festivalio samprata

Festivalis- tai viešas, teminis šventimas, turintis formalią programą. Pagrindinė esmė yra tam tikra veikla ir kitos papildomos veiklos. Festivalis turi savo tvarkaraštį, pagal kurį yra įgyvendinamos tiek pagrindinės, tiek papildomos veiklos (Tommy D. Andersson, Donald Getz, Reidar J. Mykletun 2012:162).

Festivaliai organizuojami siekiant patenkinti konkrečius bendruomenės poreikius ir pasiūlyti pramogas, skatinti turizmą. Tokie renginiai suvienija bendruomenės narius, padeda jiems tobulėti kūrybiškai, pagerina socialinę aplinką. Vykstantys renginiai sudaro sąlygas gyventojams keistis žiniomis, patirtimi. Festivalio savybės yra unikalios, jie neturi standartinių reikalavimų, todėl kiekvienas jų yra kitoks. Pasibaigus festivaliams analizuojami ekonominiai, socialiniai, kultūriniai pasiekimai bei ateities perspektyvos (R. Popescu, R. Corbos 2012:20).

Kultūrinės šventės ir ypatingai festivaliai yra pamėgti viso pasaulio bendruomenių, kadangi jie gali būti organizuojami įvairiose vietose, bei suteikia socialinės ir kultūrinės patirties. Festivalis, kaip ir renginys gali turėti daug reikšmių, kaip kad: šventas ar bedieviškas šventimo laikas, pažymimas tam tikrais ritualais; kultūrinis renginys, susidedantis iš pasirodymų ir ištikimas vienam artistui ar žanrui (Falassi 1987:2). Paprastais žodžiais kalbant, festivalis yra suprantamas kaip gero laiko praleidimas.

Siekiant surengti kokybišką festivalį/renginį, reikalinga įgyvendinti organizatorių tikslus, žiūrovų ir dalyvių poreikius.

Organizatorių tikslai:

- pritraukti kuo daugiau žiūrovų bei užsienio turistų festivalio metu;
- surinkti kuo daugiau lėšų;
- papildyti festivalio turinį naujovėmis ir atrakcijomis;

Žiūrovų poreikiai:

- dalyvauti gerai suorganizuotame festivalyje/renginyje;
- aukštas muzikos ir dalyvių profesionalumo lygis;

- noras būti renginio dalimi;

Dalyvių poreikiai:

- prisidėti prie festivalio/renginio visumos;
- supažindinti su vietovės papročiais ir patenkinti turistinį žingeidumą;
- dalyvauti gerai suorganizuotame festivalyje (R. Popescu, R. Corbos 2012:26).

Visame pasaulyje yra organizuojama įvairaus žanro festivaliai, paremti kultūros, religijos tematika, taip pat būna ir sezoniniai festivaliai vykstantys tam tikrais metų laikais. Žemiau pateiktoje lentelėje galima susipažinti su pagrindiniais festivalių tipais.

1 lentelė

Pagrindiniai festivalių tipai

Festivalių tipai			
Religiniai festivaliai	Meno festivaliai	Maisto ir gėrimų festivaliai	Sezoniniai arba derlių festivaliai

Šaltinis: sudaryta remiantis Fredericksen, 2013. *Types and kinds of fieste and festivals*.

Tarp meno festivalių bene labiausiai paplitę šiuo metu yra meno festivaliai. Pirmieji komerciniai muzikos festivaliai atsirado XVIIIa., Vokietijoje. Paprastai jie būna skirstomi į klasikinius festivalius ir festivalius vykstančius po atviru dangumi, kur daugiausiai jauni žmonės susirenka paklausyti roko, elektroninės arba pop muzikos. Nuo 1950-ųjų metų jaunimo kultūros dėka festivaliuose po atviru dangumi atsirado „Žvaigždžių kultas“. Ėmė augti festivalių, kuriuose dalyvauja garsūs atlikėjai skaičius ir tai tapo dideliu iššūkiu dar nepatyrusiems organizatoriams (Franz Willnauer 2011).

Standartinis muzikos žodynas Vokietijoje muzikos festivalį apibūdina kaip renginius, kurie skirti parodyti aukštesnio lygio pasirodymus arba su didesne atlikėjų įvairove, kuri paprastai būtų neprieinama. Taip pat šie renginiai išsiskiria iš kitų renginių savo vieta, specialiais statiniais joje bei savo atpalaiduojančia atmosfera, dvelkiančia tikromis atostogomis.

1.4. Muzikos festivalių organizavimo ypatumai

Visi kultūriniai renginiai turi kruopštų ir gerai apgalvotą planą, todėl ne išimtis yra ir muzikos festivaliai. Šiame poskyryje bus aprašoma, kuo dažniausiai vadovaujasi organizatoriai norint surengti gerą festivalį, t.y. festivalio organizavimo etapai, seka ir t.t. Žemiau 2-ajame

paveikslėlyje pateiktas abstraktus festivalio organizavimo planas, kuriuo yra naudojamos norint įgyvendinti konkretesnius veiksmus.



2 pav. Festivalio organizavimo etapai

Šaltinis: sudarytas autorės, remiantis Festival & Event Planning Toolkit: Developing and Promoting Tourism in Ceredigion, Meirionnydd and Powys.

Toliau bus detalizuoti visi festivalio organizavimo etapai

1. Festivalio planas. Festivalis kaip ir visi kiti reginiai turi turėti detalų planą, nepaisant to, kaip dažnai jis besikartotų. Toks renginys reikalauja daug pastangų ir laiko, daug kūrybiškų idėjų, kad festivalis išsilaikytų savo populiarumo viršūnėje. Festivalį geriausiai pradėti planuoti maždaug 12 mėnesių prieš jam prasidedant, kad visos idėjos ir tikslai būtų įgyvendinti (Gwynedd Council, 2006:5). Pagrindiniai klausimai, kuriuos turėtų sau išsikelti festivalio organizatoriai yra šie:

1. Koks bus festivalio tipas?
2. Kokioje vietoje geriausiai būtų rengti festivalį?
3. Į kokią auditoriją yra orientuojamasi?
4. Koks laikotarpis tinkamiausias rengti festivalį?
5. Bilietų kainos nustatymas.
6. Biudžeto apskaičiavimas.

Numatant festivalio laiką ir datą dažniausiai muzikos festivaliai rengiami ne darbo dienomis, vasaros metu. Organizatoriai turėtų atkreipti dėmesį į tai, jog ir be jų organizuojamo

renginio dar vyksta begalės kitų renginių, taigi reiktų pasitikrinti ar festivalio data nesidubliuoja su koku nors kitu renginiu, kas galėtų padidinti konkurenciją.

Kalbant apie festivalių veiklas, reikia pabrėžti, jog festivalyje vyksta ne tik pasirodymai, bet ir kiti pramoginiai reikalai, kuriais turi pasirūpinti organizatoriai. Pramoginė veikla festivalyje turėtų būti įvairi, kad linksmai praleisti laiką ir kažkuo užsiimti galėtų ne tik jaunimas, bet ir vyresnio amžiaus žmonės ar net vaikai. Todėl reikia labai gerai apgalvoti, kokios pramogos yra tinkamos.

Festivalio vieta- festivalio vietą reikia labai gerai įvertinti ar tikrai ji tinka daryti festivaliui. Taip pat būtini raštiški leidimai, kurie įrodytų, kad teritoriją galima naudoti festivalio rengimui. Festivalio vieta labai svarbus elementas, kuris gali nulemti jo pasisekimą. Renginio organizatoriai turėtų apgalvoti ar festivalis bus rengiamas viduje, ar atviroje erdvėje. Taip pat svarbu, kokia bus aplinka, kiek ji patraukli ir patogi žiūrovui. Vietos pasirinkimas taip pat labai turi didelę reikšmę muzikos atlikėjams ir pasirodymams. Reikia įvertinti ar vieta yra tinkama aparatūros panaudojimui ir kitiems svarbiems dalykams. Be to turėtų būti svarstoma apie atsarginius planus, jeigu aparatūra sugestų, jeigu dingtų elektra ir t.t., kadangi festivaliuose renginio kokybę lemia ir oro sąlygos. Turi būti įvertintos įvairios situacijos (GC 2006:5).

2. Organizacinė komanda. Sekantis svarbus dalykas rengiant festivalį, tai gerai organizuotos vadovaujančiųjų ir padedančiosios komandos sudarymas. Vadovaujantysis asmuo turi gerai išmanyti komandinį darbą bei ieškoti problemų sprendimo būdų, pasitelkiant visus įmanomus komandos narius. Geras festivalio organizavimas yra tuomet, kai vadovai priima gerus vadybinius sprendimus, motyvuoja savo komanda vardan vieno bendro tikslo- įgyvendinti festivalio idėją. Pasak K.Alferio (K. Alferio 1999, p.39) kiekvienas festivaliui atstovaujantis žmogus gali turėti nemažą poveikį tikslinei auditorijai ir įtakoti bendrą festivalio vaizdą. Kiekvienas žmogus, prisidedantis prie organizavimo gali žiūrovui sukelti skirtingas emocijas, t.y.: a) sustiprinti bendrą festivalio įvaizdį, b) pakeisti tam tikrus nusistatymus ir susikurti naują vaizdą, c) susilpninti bendrą esamo įvaizdžio kokybę. Todėl organizatoriai ir visa komanda yra atsakingi už festivalio bendrą vaizdą, pasisekimą ir gyvavimą ateityje. Komunikacija ir bendradarbiavimas kiekviename masiniame renginyje yra labai svarbūs. Kiekvienas turi mokėti greitai suktis iš netikėtai užklupusių problemų, ieškoti būdų kaip jas išspręsti. Visi darbuotojai į kuriuos įeina tiek valdantys asmenys, tiek pagalbiniai darbuotojai tiek savanoriai, turi vadovautis bendrai numatyta vizija ir tikslu (GC 2006:6).

3. Darbų skirstymas. Visame darbų paskirstyme didžiausią įtaką turi pagrindiniai vadovaujantys asmenys, jie priima visus svarbiausius sprendimus, kuriais kiti darbuotojai turi vadovautis. Nepaisant to, vadovai turi leisti darbuotojams reikšti savo nuomonę, pasiūlymus,

patarimus ir pan. Festivaliui vadovaujantis asmuo privalo mokėti suderinti visus veiksmus ir darbus priskirti tam tinkamiems žmonėms.

Festivalio darbuotojų sudėtis ir pareigos (GC 2006:6):

- Organizatorius - šimtaprocentinė kontrolė, asmuo, kuriam pateikiamos visos ataskaitos;
- Saugos atstovas - vykdo saugumo priežiūrą festivalio metu;
- Pramoginės veiklos atstovas - atsako už festivalyje vykdomą pramoginę veiklą;
- Finansininkas- skaičiuojamos išlaidos, pajamos ir bendras festivalio biudžetas;
- Už viešinimą atsakingas asmuo - rūpinasi festivalio reklama;
- Personalo vadovas - atsakingas už darbų paskirstymą pagalbiniais darbuotojams ir savanoriams;
- Administratorius - ruošia ir spausdina įvairius dokumentus, programas, atsako už bilietų sklaidą;
- Technikos koordinatorius - rūpinasi įvairia technika, kad sklandžiai veiktų apšvietimas, garso technika ir pan.;
- Informatorius - suteikia visą reikalingą informaciją dalyviams ir žiūrovams;
- Aplinkos koordinatorius - rūpinasi, kad viskas sklandžiai vyktų prekybos vietose, dekoruoja aplinką, rūpinasi nakvyne.

4. Finansai. Biudžetas - norint gauti finansinį rėmimą, reikia rimtai apgalvoti finansinį planą (GC 2006:7). Viskas turi būti apskaičiuota, t.y. kiek išlaidų reikės rengti festivaliui, jo metu ir jam pasibaigus. Turi būti apgalvotas ir nuostolių padengimas.

Dotacijos - norint išlaikyti festivalio gyvavimą jų reikėtų atsisakyti ir finansuoti iš organizacijos biudžeto (GC 2006:7). Taip pat turi būti sudarytas verslo ir rinkodaros planas, kad spręsti finansinius klausimus, už kuriuos atsako organizatorius ir finansininkas.

Rėmėjai - labai svarbi finansinė dalis, kadangi visi dideli renginiai dažniausiai vyksta su papildomais finansavimo šaltiniais. Remianti organizacija dažniausiai mainais gauna reklamą (televizijoje, spaudoje, radijuje ir pan.), o taip pat rėmėjai turi galimybę garsinti informaciją apie save pačiame festivalyje. Rėmėjams tikslai remiant yra padidinti savo žinomumą, užmegzti ir palaikyti geresnius santykius su esamais ar busimais klientais, paskatinti pardavimus (Bowdin 2001:55). Ne retai galima pamatyti jog muzikos festivalius remia žinomos įmonės (tokios kaip Redbull, Nescafe ir t.t.), todėl muzikos festivalių organizatoriai dažnai stengiasi pakviesti žinomą „žvaigždę“, kad festivalis įgautų populiarumą ir pritrauktų žinomų „vardų“ rėmėjus.

5. Reklama ir viešinimas. Kitas labai svarbus elementas norint suorganizuoti gerą festivalį yra reklama. Jos pagalba visuomenei yra siunčiama žinia ir visi privalumai apie rengiamą festivalį. Pasitelkiant visas įmanomas priemones, tokias kaip televizija, radijas, populiariaji „Facebook“ ir „Instagram“ socialiniai tinklapiai, reklaminiai stendai, skrajutės ir t.t. stengiamasi susilaukti

visuomenės susidomėjimo. Dažniausi ir populiariausi būdai reklamuoti festivalį yra kuriant filmukus su pasirodymų video iškarpomis, vaizdo klipų anonsai ir t.t. Reklama daro didelį poveikį visuomenei, todėl organizatoriai turėtų išsiaiškinti, kokios yra populiarios reklamos tendencijos, kas pritraukia žiūrovo dėmesį. Pasak Philip Kotler: „Ikyriai pasikartojanti muzikos festivalio reklama, gali būti interpretuojama, kaip desperatiškas poreikis surinkti publiką“ (Kotler 1997:301). Todėl reikia stengtis, kad reklama kas kart kažkuo išsiskirtų ir nebūtų pasikartojančių dalykų. Šiais laikais festivalių gausa didėja, konkurencija taip pat, todėl visais įmanomais būdais reikia ieškoti to, kas dar buvo nematyta žiūrovui.

6. Teisiniai leidimai. Draudimas - prieš organizuojant renginį būtina pasitikrinti ar vieta, kurioje bus rengiamas festivalis turi civilinę atsakomybės draudimą ir ar tai tiks festivaliui, jeigu draudimo nėra, festivalio organizatorius privalo jį gauti.

Kelių uždarymas - jeigu reikia ir yra poreikis, kad eismas netrukdytų festivalio eigai, galima uždaryti kelius kurie yra festivalio arba šalia festivalio vietos. Norint tą padaryti reikia kreiptis į greitkelių, kelių departamentą, saugos institucijas (GC 2006:12).

Ženkilai - dar vienas svarbus dalykas norint nesukelti lankytojų nepasitenkinimo. Ženkilai turi aiškiai nurodyti festivalio buvimo vietą. Vietinė valdžia turi padėti nuspręsti, kur ir kokius geriausia statyti ženklus, kad tai būtų patogiausia tiek organizatoriams, tiek festivalio lankytojams. Taip pat organizatoriai turi gerai išstudijuoti aplinkosaugos įstatymus, kad vėliau nekiltų nesusipratimų.

Norint, kad festivalio zonoje viskas vyktų sklandžiai organizatoriams reikia bendradarbiauti su greitkelių, kelių departamentais, organizacijomis atsakingomis už eismą, parkavimąsi festivalio metu (GC 2006:12).

Aplinkosauga - kadangi aplinką šiais laikais ypač reikia tausoti, dėl visų iškilusių klausimų reikia kreiptis į aplinkos ir sveikatos apsaugos pareigūną, kuris galės suteikti informaciją apie aplinkos taršą, maitinimą, higienos paslaugų teikimą ir panašiai (GC 2006:12).

Alkoholis - taip pat būtina gauti ir prekiavimo alkoholiu licenciją, kadangi retas muzikos festivalis gali be to apseiti. Tačiau reikia apskaičiuoti, kokio kiekio žmonių sulauks festivalis, kad prekybininkų ir barų steigimas neturėtų nuostolių.

Pirotechnika ir laužavietės - apie festivalio egzistavimą turi būti pranešta artimiausioms ugniagesių tarnyboms ir taip pat būtina pasirūpinti priešgaisrine apsauga festivalio zonoje.

7. Festivalio vietos paruošimas. Kaip buvo minėta prieš tai, vieta labai svarbus aspektas norint įgyvendinti visus festivalio lūkesčius. Kiekviena vieta turi savų plusų ir minusų, tačiau įdėjus daug darbo viską galima palenkti į teigiamą pusę.

Lauko festivaliams rengti reikia prieš tai įsitikinti ar vieta pakankamai dydžio susirinkusiai auditorijai talpinti, ar susisiekimas yra patogus, ar vieta atitinka festivalio idėją. Atviroje erdvėje vykstantys festivaliai yra masiški, su kuo įvairesnėmis pramogomis (GC 2016:13).

Scenų išdėstymas - šis žingsnis turi būti labai gerai apgalvotas ir suderintas, kadangi dažnai tame pačiame festivalyje būna keletas scenų su skirtingais atlikėjais ar skirtingo žanro muzikos pasirodymais, dėl ko atliekama muzika „pjautųsi“ tarpusavyje. Todėl scenų išdėstymas turėtų būti labai gerai paruoštas. Būtina apsauga technikai, jeigu pamaišytų blogas oras.

Apgyvendinimas – dažniausiai apgyvendinimas būna palapinėse, tam skirtose vietose. Pagal žiūrovo poreikį, galima atsivežti namelius ant ratų, tačiau tokiomis aplinkybėmis kyla bilieto kaina.

Higienos vietos – vienas didžiausių kiekvieno festivalio organizatorių ir lankytojų galvos skausmų yra higienos įrenginiai. Atviraime lauke dažnai susiduriama su tokiomis problemomis, kaip per mažas tualetų būdelių kiekis, didelės eilės prie prausyklų, retas tualetų valymas ir t.t. Visa tai kelia lankytojų nepasitenkinimą, tad reikia stengtis skirti daug dėmesio tokiems dalykams, kad būtų palaikoma tvarka ir kad dėl šio trūkumo žmonės neliktų nepatenkinti festivaliu.

Barjerai – turi būti statomos tvoros (bent 2m. atstumu nuo scenos), kurios suteiktų saugumą atlikėjams.

Generatoriai – oro sąlygos ar kiti veiksniai gali sutrikdyti festivalį nutraukiant elektros veiklą. Organizatoriai turi būti pasirūpinę atsarginiais generatoriais, kurie užtikrintų, kad gedimas nesugadintų festivalio eigos.

Prekystaliai – jie turi būti ne didesni nei 3 kvadratiniai metrai.

Apšvietimas – apšvietimas yra būtinas tose vietose, kur sutemus kelias nesimato, t.y. takai, kuriais žmonės keliauja link kitų scenų, tualetų. Taip pat turėtų būti apšviestos ar kitaip pažymėtos pavojų galinčios sukelti vietos, pavyzdžiui statūs šlaitai, duobės.

Priešgaisrinė apsauga – prie tam tikrų vietų, kuriose gali kilti gaisras turėtų būti gesintuvai, kuriuos kilus gaisrui būtų galima panaudoti iki kol atvažiuos gaisrinė pagalba.

8. Pasiruošimas festivaliui. Prieš prasidedant festivaliui pagrindiniai organizatoriai turi suskirstyti visus darbuotojus į savo darbo vietas, paaiškinti jiems, kokios gali iškilti problemos ir kaip jas reikėtų spręsti (GC 2016:15).

Organizatoriai viso festivalio metu turi prižiūrėti darbuotojų, savanorių atliekamą darbą, bendrauti su lankytojais ir atlikėjais. Taip pat turi būti atsakingi už kiekvieno darbuotojo savijautą, apgyvendinimą, maitinimą, bei simbolius išskiriančius juos ir parodančius, kad jie įeina į festivalio organizacijos visumą, pavyzdžiui „organizatoriaus“, „personalo“ identifikavimo kortelės, speciali apranga ir pan.

9. Vertinimas. Po kiekvieno festivalio būtinai turi įvykti susirinkimas, kurio metu bus aptariami visi festivalio reikalai. Turi būti įvertinti visi atsiliepimai tiek iš žmonių, tiek iš

žiniasklaidos. Reikia diskutuoti apie visas iškilusias problemas, kad vykstant festivaliui sekantį kartą jas būtų stengiamasi ištaisyti. Be abejo, turi būti įvertinti ir pavykę organizavimo ypatumai, kad juos galima būtų kartoti kitą kartą paversti dar geresniais.

Viską apibendrinus galima daryti išvadą, kad meninės srities festivalių organizavimas yra ilgas ir sudėtingas procesas nuo pat planavimo iki įgyvendinimo. Norint surengti įsimintiną ir tęstinumą turintį renginį, reikia įdėti daug originalių minčių, būti atsakingam, mokėti spręsti netikėtai iškylančias problemas. Žinoma, viskas priklauso nuo renginio trukmės, nes kuo renginys ilgesnis (pavyzdžiui, festivalis, kuris gali trukti iki 4 parų), tuo sunkiau susitvarkyti su jame iškylančiomis problemomis. Organizatoriai privalo atsakyti už sklandžią renginio veiklą ir iškeltų tikslų įgyvendinimą.

1.5. Elektroninės muzikos samprata

Atkūrus Lietuvos nepriklausomybę, sparčiai besivystančios naujosios technologijos veržėsi į rinką. Tuo metu iš Vakarų Europos, kartu su kompiuterinėmis technologijomis atėjo ir naujosios kartos elektroninės šokių muzikos populiarumas. Jaunimas greitai priėmė naujoves, o maždaug 1990-aisiais didžiuosiuose Lietuvos miestuose kūrėsi kultūrinės grupės, kurios užsiima ne vien muzikos kūryba, bet ir dalinasi bendromis idėjomis, bendravimu, meno išraiška, ir iš to beveik po dešimtmečio susiformavo privati kultūros organizavimo sfera, kitaip vadinama „*didžėju*“ sfera (E. Ramanauskaitė 2001).

Šios organizacijos sferos kultūrinę erdvę galima būtų įvardinti kaip: elektroninės šokių muzikos, technomuzikos, house'o, techno-house'o, reiverių, tronso, kompiuterinės šokių muzikos kultūrą. Jaunimo elektroninės šokių muzikos kultūros erdvė susideda iš muzikos, šokio, išorinio įvaizdžio, tarpusavio bendravimo, subkultūrą vienijančių idėjų bei asmeninių išgyvenimų. Alternatyviąją visuomenės dalį atstovaujantis jaunimas (nuo pankų, metalistų, reperų iki reiverių), renkasi skirtingose Lietuvos vietose, dažniausiai nepastoviu laiku rengiamuose elektroninės muzikos vakarėliuose. Šie vakarėliai vyksta neįprastose, pramogoms nepritaikytose alternatyviose erdvėse (G. Brazaitytė 2008). Šiomis dienomis tokie vakarėliai vyksta lofto tipo erdvėse, pavyzdžiui „Fluxus“ ministerijoje Kaune arba menų fabrike „Loftas“ Vilniuje. Elektroninės muzikos vakarėlių organizatoriai dabar dažnai rengia ir nelegalius, tik siauram elektroninės muzikos klausytojų ratui skirtus susibūrimus. Šių susibūrimų metu organizatoriai siekia nekomerciniais tikslais pasilinksminti bendraminčių kompanijoje, nevaržant savęs oficialiais įsipareigojimais. Panašūs vakarėliai vyksta pavasario/vasaros metu, tokiose vietose kaip: slapti bunkeriai, miško paunksmės, paežerės. Minėti renginiai dažniausiai vyksta spontaniškai, naudojantis sava technika

(grojimo pultai, apšvietimas ir panašiai). Tačiau tokie susibūrimai kartais susilaukia pareigūnų dėmesio ir neretai būna nutraukiami.

Elektroninė šokių muzika yra kuriama pasitelkiant kompiuterius ir yra pastovaus monotoniško ritmo. Šios kompiuterinės muzikos kūrėjams nėra privalomas muzikinis išsilavinimas, svarbu turėti klausą ir vaizduotę. Pagrindinė elektroninių technologijų paskirtis - sulieti į vientisą muzikinį vyksmą daugybę kūrinių, naudojant mišravimo techniką, savaip, kaskart vis naujai derinti ritmų (vadinamų beat'ais) bei įvairiausių elektroninių garsų sąsajas. Apie 1990 metus drauge su elektronine muzika į Lietuvą atėjo ir elektroniniai šokiai. Šokių aikštelėse jaunimas formavo naują uždaro rato estetinę erdvę, kurioje įmanomi įvairūs eksperimentai. Šokių vakarėliams pasirenkamos mažesnės, uždaresnės vietos, tinkamos siauram bendraminčių komunikavimui. Muzika, šokiu, bendravimu, šviesomis kuriama vakarėlio atmosfera, kurią valdo vakarėlio vedėjas („didžėjus“). Tokiuose vakarėliuose laikomasi savų muzikos pateikimo metodų. Kad žmonėms nenusibostų vienas grojamas stilius, „didžėjai“ dažniausiai groja pakaitomis. „Didžėjus“ turi groti taip, kad žmonės šokių aikštelę norėtų palikti tik klubui užsidarant. Nenutrūkstamą ritminę šokių aikštelės improvizaciją patys šokėjai dažnai prilygina transo būsenai, meditacijai. Elektroninės muzikos šokiu siekiama lengvumo būsenos, komforto. Kūrėjai bei dalyviai šios muzikos stiliaus vakarėlius įvardija kaip atitrūkimą nuo už vakarėlio sienų esančios įpareigojančios aplinkos, kaip galimybę atsipalaiduoti pamirštant kultūrines normas ir t.t. (E, Ramanauskaitė 2001).

Elektroninės muzikos stiliui pradėjus vis labiau populiarėti, iš uždarų patalpų viskas pradėjo keltis į atviras erdves ir festivalius. Tai davė pradžią šios muzikos festivalių organizavimui. Atsirado suinteresuotų asmenų grupės, kurios sugeba festivalius padaryti patrauklius šios muzikos gerbėjams.

Apibendrinant teorinės dalies aspektus, galima teigti, jog muzikos festivalis, tai renginys, kuris reikalauja kruopštaus ir apgalvoto įdirbio. Vienas iš jų yra elektroninės muzikos festivalis, kuris pasižymi savotiškos muzikos, šokio pateikimu ir šiomis dienomis „užkariauja“ jaunimo publiką Lietuvoje.

2. ELEKTRONINĖS ŠOKIŲ MUZIKOS FESTIVALIŲ ORGANIZAVIMO

TYRIMAS

2.1. Tyrimo metodologijos pagrindimas

Tyrimo aktualumas. Elektroninės šokių muzikos festivalių organizavimas nėra plačiai nagrinėtas, todėl pasirinkau gilintis į būtent šio žanro festivalių organizavimą. Kaip rašo žurnalo „veidas.lt“ straipsnio autorius D. Pabiržis: „Seniausi Lietuvoje – nišiniai, vieno ar kelių konkrečių žanrų festivaliai. Populiariausi ir dažniausi tarp jų yra elektroninės muzikos bei alternatyviosios roko muzikos renginiai. Tai nestebina: per daugelį metų tokiuose festivaliuose susiformuoja tarsi nedidelė bendruomenė, keliaujanti į tą patį renginį metai po metų, atsivežanti ten savo draugus, pažįstamus“. Kiekvienais metais elektroninės muzikos festivaliai stengiasi atvežti vis garsesnius atlikėjus ir konkurencija tarp festivalių auga. Todėl pasirinktas išnagrinėti šio žanro festivalių organizavimas, gilinantis į tai, kaip viskas vyksta festivalio planavimo ir įgyvendinimo procese, kokių gerų/blogų patirčių įgauna organizatoriai.

Tyrimo tikslas: ištirti elektroninės šokių muzikos festivalių organizavimo ypatumus.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išnagrinėti Lietuvoje vykstančių festivalių pobūdį;
2. Aprašyti elektroninės muzikos festivalius „Revolution Festival“ ir „Tundra“;
3. Ištirti elektroninės muzikos festivalių „Revolution Festival“ ir „Tundra“ organizavimo ypatumus, remiantis klausimų bloku, sudarytu pagal festivalio organizavimo etapus.

Tyrimo pobūdis. Elektroninės muzikos festivalių organizavimo ypatumams ištirti pasirinktas kokybinis tyrimas, kadangi tuo remiantis yra suteikiama galimybė suprasti ir interpretuoti tiriamą reiškinių savaip. Pasak sociologų, kokybinis tyrimų metodas turi natūralistinį ir interpretacinį suvokimą apie tiriamąjį objektą (R. Tidikis 2003:358). Kokybiniam tyrimui būdinga interpretacinė paradigma, jai rūpi individas, bandoma suprasti žmogaus pasaulį, stengiamasi įeiti į žmogaus vidų. Interpretaciniai metodai dėmesį labiau skiria veiksmui, todėl galima analizuoti vertinant elgesį (Cohen, Manion, 1994).

Tyrimo strategija arba tyrimo pobūdis dažniausiai taikomas kalbant apie kokybinį tyrimą, kuris apibūdinamas kaip „kelio žemėlapis, planas, kuriuo sekant sistemiškai tyrinėjamas dalykas/reiškinys, kuriuo domimasi“ (Marshall, Rossman, 2006:56).

Išskiriamos trys (išskirtinai kokybinio) tyrimo strategijos. Tai yra:

1. Giluminio interviu strategija, kuri yra orientuota į išgyvenamąsias patirtis, pagrindinis šios strategijos tikslas „iš žodžių suprasti ką išgyveno/patyrė dalyvis.

2. Atvejo analizė kaip strategija remiasi tiek dalyvio tiek tyrėjo pasaulėžiūra tam tikroje aplinkoje.

3. Įrašytų, kalbinių įvykių ir teksto analize strategiškai remiasi tyrimai, orientuoti į kalbą ir komunikaciją (Marshall, Rossman, 2006).

Kokybinį tyrimą apibūdinęs V. Pruskus teigė: „Kokybinis tyrimas – tai toks tyrimas, kai duomenys nėra pateikiami kiekybine išraiška (skaičiais). Kokybiniam požiūriui į socialinę realybę svarbu išsiaiškinti, kaip asmuo suvokia tą tikrovę. Kitaip tariant, išsiaiškinti, kaip jaučiasi toje padėtyje esantis asmuo“. Iš autoriaus žodžių galima suprasti, jog pagrindinė kokybinio tyrimo esmė - išsiaiškinti žmogaus nuostatas ir vertinimus vykstant tam tikriems gyvenimo atvejams.

Pagal autorių, kokybiniams tyrimams būdinga:

- Tyrėjo įsikišimas, siekiant išsiaiškinti;
- Globėjiskasis tyrėjo santykis su tiriamuoju.

Kokybiniai tyrimai padeda išsiaiškinti reiškinių, t.y. požiūrio ar elgesio kokybę iš vidaus, per žmogaus santykį su tuo reiškiniu.

Kokybiniai tyrimai naudojami (Pruskus 2003:139):

- Esant mažai tirtai sričiai;
- Įstrigus vienoje konkrečioje srityje ir negalint judėti į priekį;
- Norint paaiškinti reiškinį, o ne tik jo skaitinę išraišką (statistiką);
- Kai reikia paaiškinti statistinius duomenis, atskleisti jų priežastis ir pasekmes;
- Kai reikia sužinoti kaip problema yra matoma pačių informantų akimis;
- Kai reikia pamatyti visumos naudą.

Šiam baigiamajam bakalauro darbui pasirinkau kokybinį tyrimo metodą dėl tos priežasties, kad nėra pakankamai analizuota elektroninės muzikos festivalių tema, tad yra aktualu sužinoti, kaip organizavimo procesą valdo organizatoriai.

Tyrimo strategija. Kiekvieno plano centre yra jo loginis pagrindimas – idėjų, teorinių prielaidų rinkinys, kuriuo tyrimas remsis siekdamas atsakyti į tyrimo klausimus. Tai ir nusako strategijos terminas. Strategijos pasirinkimas priklauso nuo to, kokį tyrimo požiūrį – kiekybinį ar kokybinį pasirenkame. Šiame tyrime buvo pasirinkta viena iš kokybinio tyrimo strategijų – atvejo studija.

Atvejo studija – konkrečiai apibrėžti atvejį yra gana sudėtinga, kadangi viskas gali būti panaudota kaip atvejis. Atvejis gali būti apibrėžtas kaip įvairių tipų reiškinys, paplitęs ribotoje aplinkoje (A. Milles, J. Huberman). Taigi atvejis gali būti žmogus ar vaidmuo, kurį jis atlieka, maža grupė, organizacija, tauta ir t.t. Taip pat tai gali būti tam tikras procesas, sprendimas ir kt. Tai labai plati sąvoka, kuri neturi vieno konkretaus įvardijimo. JAV sociologas A. Bailey išskiria šešis elementų tipus, kuriuos gali tirti socialiniai mokslai ir kurie gali būti atvejo objektais:

- individų savybės (bruožai);
- veiksmai ir tarpusavio sąveikos;
- liktinis ir dirbtinis elgesys;
- aplinka;
- atsitikimai ir įvykiai;
- kolektyvai.

Galima išskirti keturias pagrindines atvejo studijų analizės charakteristikas, dėl kurių sutaria daugelis sociologų:

- Atvejis turi ribas. Nors tos atvejo ir turinio, kurį jis reprezentuoja, ribos nebūtinai turi būti akivaizdžios. Tyrėjo tikslas – kiek įmanoma tiksliau jas identifikuoti ir aprašyti.
- Atvejis yra „kažko“ atvejis. Tai gali būti akivaizdu, tačiau tai reikia išryškinti ir suteikti tyrimui kryptį, kad būtų galima tą „kažką“ identifikuoti apibrėžiant jį kaip analizės vienetą.
- Būtina stengtis išsaugoti atvejo visumą, vieningumą ir integruotumą, t.y. tirti jį taikant įvairius požiūrius
- Geriausia tyrime panaudoti įvairius duomenų šaltinius ir duomenų rinkimo metodus, t.y. stebėjimas natūralioje aplinkoje, interviu, pokalbiai ir t.t. (Pruskus 2003:165-167).

Elektroninės muzikos festivalių tyrimui buvo pasirinkta atvejo analizės strategija, kadangi ji leidžia giliai ir išsamiai išnagrinėti vieną ar daugiau atvejų, remiantis kuo įvairesniais informacijos šaltiniais, be to, leidžia atskleisti problemas bei kitus svarbius aspektus ir palyginti tiriamuosius atvejus.

Tiriamasis atvejis. Tiriamųjų atranka buvo tikslinė. Tikslinė atranka – tai kai pats tyrėjas nusprendžia, kuriuos informantus tikslingiau atrinkti (Luobikienė, 2007). Renkantis tiriamuosius atvejus buvo atkreiptas dėmesys į tai, kokie elektroninės muzikos festivaliai vyko 2015-aisiais metais Lietuvoje (2 PRIEDAS). Iš jų buvo išsirinkti du festivaliai, kurie geriausiai atitinka elektroninės muzikos sąvoką. Abu festivaliai yra panašios sudėties, tačiau skiriasi jų gyvavimo trukmė. Buvo apklausti dveji su šiuo festivaliu glaudžiai susiję tiriamieji:

1. Vienas iš pagrindinių elektroninės muzikos festivalio „Tundra“ organizatorių;
2. Elektroninės muzikos festivalis „Revolution Festival“ organizatorius.

Šie festivaliai— kaip tyrimo atvejai buvo pasirinkti pagal jų gyvavimo trukmę. Vienas festivalis gyvuoja jau ilgus metus ir planuoja šiais metais savo festivalinę veiklą nutraukti, o kitas festivalis dar visai nesenai vykdo savo veiklą.

Duomenų rinkimo metodai. Tyrimui realizuoti buvo pasirinkti kokybiniai metodai. C. Marshall ir G. Rossman (1999) nurodo keturis pagrindinius kokybinių duomenų rinkimo metodus:

dalyvavimas, stebėjimas, interviu, dokumentų peržiūra. J. Creswello (2007) teigimu socialinė informacija gali būti renkama keturiais būdais: stebėjimas, interviu, dokumentų analizė, audio-vizualinės medžiagos analizė. Kai kurie autoriai teigia, jog dokumentais laikytini ne tik rašytiniai tekstai, bet ir sakytiniai tekstai ar vaizdiniai, fotografijos, paveikslai, video ar audio įrašai. Tokiu būdu dokumentų analizė apima ir audiovizualinės medžiagos analizę.

Baigiamajame darbe buvo pasirinktas interviu metodas, norint išsiaiškinti elektroninės muzikos festivalių organizavimo ypatumus.

Kokybiniuose tyrimuose interviu – tai tyrėjo pokalbis su tiriamuoju siekiant surinkti reikalingos informacijos. Tyrėjas tiesioginio pokalbio metu pateikia klausimus tiriamajam ar jų grupei ir registruoja atsakymus. Pagal procedūrų lankstumą arba griežtumą interviu galima skirstyti į griežtai struktūruotus, pusiau struktūruotus ar nestruktūruotus.

Griežtai struktūruotas interviu remiasi iš anksto paruoštais klausimais, su konkrečiomis jų formuluotėmis ir nustatyta seka. Griežtai struktūruotame interviu tyrėjas gali užduoti klausimus, tik tokia seka ir tik tokia formuluote, kokia yra pateikta išankstiniame interviu plane. Atliekant griežtai struktūruotą interviu informantam pateikiami tie patys klausimai, ta pačia seka, tomis pačiomis formuluotėmis. Atliekant griežtai struktūruotus interviu klausimai turėtų reikšti tą patį visiems informantams, t.y. neturėtų kažkokios kitokios prasmės.

Pusiau struktūruotas interviu remiasi planu, kuriame numatyti konkretūs klausimai, jų pateikimo seka, tačiau interviu eigoje tyrėjas gali užduoti nenumatytų klausimų. Juos tyrėjas užduoda esant skirtingoms situacijoms (A. Telešienė 2007):

- kai interviu metu pastebi, jog pagrindiniai klausimai nepadengia visų svarbių tyrimo temų;
- siekiant surinkti daugiau ar gilesnės informacijos tuomet, kai tiriamasis nepilnai atsako į pateiktuosius klausimus;
- kai pastebi, jog tiriamajam nepatogu (jis nenori) atsakinėti į pateiktąjį klausimą.

Atlikdamas nestruktūruotą interviu tyrėjas remiasi planu, kuriame numatyti tik įžanginiai bei esminiai klausimai, pateikiamos pagrindinės pokalbio temos be konkrečių klausimų formuluočių. Klausimų formuluotes tyrėjas kuria interviu metu priklausomai nuo jo eigos, nuo užsimezgusio santykio tarp tyrėjo ir tiriamojo, ar nuo interviu aplinkos (Morkevičius, Telešienė, Žvaliauskas 2008:95-96).

Pagal atlikimo pobūdį ir naudojamas komunikacines technologijas gali būti išskiriami interviu akis-į-akį, interviu telefonu ir interviu internetu. Atliekant interviu akis-į akį tyrėjas tiesiogiai kontaktuoja su tiriamuoju, interviu atliekamas tam tikroje fizinėje vietoje nesinaudojant komunikacijos technologijų pagalba. Tiesiogiai laiko prasme reiškia, kad ir tyrėjas ir tiriamasis kalbasi duotuoju laiku.

Interviu telefonu – tai toks interviu, kuomet tyrėjas ir tiriamasis kalbasi telefonu. Taikomas tuomet, kai tyrėjas ir tiriamasis gali kalbėtis tiesiogiai laiko prasme, tačiau negali kalbėtis tiesiogiai vietos prasme.

Interviu internetu – tai toks interviu, kuomet tyrėjas kalbasi su tiriamuoju naudodamiesi šiuolaikinėmis technologijomis, t.y. „email“ laiškais, pokalbių svetainėmis ir pan. Šis interviu tipas išpopuliarėjo kartu su internetinėmis pokalbių programomis (V. Morkevičius, A. Telešienė, G. Žvaliauskas 2008:96).

Šiame atliekamame tyrime buvo naudojamas pusiau struktūrizuotas interviu internetu, dėl atstumo ir didelio organizatorių užimtumo planuojant artėjančius festivalius.

Duomenų rinkimo instrumentas. Tyrimo duomenų rinkimo instrumentas – interviu klausimynas. Šis interviu pusiau struktūrizuotas.

Klausimynas buvo sudaromas remiantis festivalio įgyvendinimo planu (teorijos dalis 1.4.). Abiems tiriamiesiems buvo užduoti tokio pat tipo klausimai. Po interviu visi atsakymai buvo lyginami, kadangi festivalių gyvavimo trukmė skirtinga. Žemiau pateiktoje lentelėje pateiktas klausimynas, pagal 4 klausimų blokus.

2 lentelė

Klausimų blokai

Klausimų blokai	Klausimai
1. Festivalio planavimas	1. Kiek laiko paskiriate visam festivalio organizavimui ir kitiems ruošimosi darbams? 2. Koks pagrindinis festivalio tikslas/tikslai? 3. Kokius leidimus privalo gauti Jūsų organizuojamas festivalis? 4. Su kokiais iššūkiais susiduriate ruošiant vietą festivaliui? 5. Kaip susitvarkote/planuojate susitvarkyti su automobilių spūstimis įvažiuojant į festivalio teritoriją? 6. Kokios pagrindinės taisyklės galioja atvažiuojantiems palapinių miestelio gyventojams?
2. Organizavimas	1. Pagal kokius kriterijus nusprendžiate, kada įvyks festivalis? 2. Kaip pasirenkate būsimo festivalio vietą, kokie yra reikalavimai? 3. Kokį vaidmenį Jūsų festivalyje vaidina finansai? 4. Kas yra Jūsų pagrindiniai finansuotojai? 5. Ar festivalis turi pastovių rėmėjų? 6. Kokie yra rėmėjų paieškos būdai?
3. Vadovavimas	1. Kokių specialistų reikia festivalio organizavimo komandai? 2. Kiek žmonių yra samdoma Jūsų organizuojamame festivalyje? 3. Su kokiomis pagrindinėmis problemomis susiduriate, vykstant komandiniam darbui? 4. Į kokias asmenines savybes atkreipiate dėmesį, priimdami darbuotoją į savo

	komandą? 5. Kaip motyvuojami darbuotojai/savanoriai? 6. Į ką atsižvelgiate priskirdami tam tikrus darbus vienam ar kitam komandos nariui? 7. Kuriems festivalio darbams pirmiausiai yra teikiama pirmenybė?
4. Festivalio viešinimas	1.Kokia yra festivalio marketingo komunikacija, reklama? 2. Kokios marketingo komunikacijos priemonės naudojamos, viešinant festivalį?
5. Vertinimas	1. Ar pasibaigus festivaliui organizuojate festivalio įvertinimo/aptarimo susitikimus? 2. Kaip manote, kokie svarbiausi veiksniai festivalyje turėtų būti išpildyti šimtu procentu? 3. Kas pasikeitė nuo pirmų Jūsų organizuojamo festivalio metų iki dabar?

Duomenų apdorojimo ir analizės metodai. Kokybinių duomenų apdorojimui neužtenka tiesiog išklausti tiriamąjį ir išsisaugoti atsakymus į klausimus. Visus turimus duomenis reikia apdoroti ir išanalizuoti.

Duomenų analizės metodai yra trys: duomenų redukcija, duomenų rodymas, išvadų darymas ir tikrinimas (Luobikienė 2007:86).

Duomenų redukcijos tikslas sumažinti duomenis, neprarandant svarbios informacijos.

Duomenų rodymas (pristatymas):

- Padedą susiaurinti ir surinkti visą reikalingą informaciją;
- Duomenys rodomi įvairiais būdais: grafikais, diagramomis ir pan.;
- pristatymas taikomas visuose etapuose;
- Išvadų formavimas ir tikslinimas. Išvados ryškėja jau pradžioje pirminėje analizės stadijoje (Luobikienė 2007:87).

Gauto interviu metu atrenkami labiausiai tinkantys duomenys, kurie atsako į tyrimo klausimą. Abiems tiriamiesiems pateikti vienodi klausimai, tačiau reikalui esant galima užduoti ir šalutinius klausimus. Kadangi tiriamųjų festivalių gyvavimo trukmė skiriasi, todėl yra svarbūs abiejų organizatorių nuomonės ir patirties palyginimas ir apibendrinimas. Visa surinkta informacija negali būti iškraipyti, nes bus prarasti tikrieji svarbūs duomenys.

Tyrimo eiga. Kokybiniame tyrime dalyvavo du informantai. Informantas Nr.1 - vienas iš pagrindinių elektroninės muzikos festivalio „Tundra“ organizatorių ir informantas Nr.2 – elektroninės muzikos festivalio „Revolution Festival“ organizatorius. Tiriamieji nenorėjo, kad jų vardai ir pavardės būtų minimos. Šiame tyrime buvo pasirinktas pusiau struktūrizuotas interviu internetu. Abiems organizatoriams buvo išsiųsti vienodi laiškai su klausimynais į jų asmenines

anketas Facebook paskyroje. Laiške tiriamiesiems buvo papasakota apie bakalaurnio darbo temą, tikslus.

2.2. Lietuvoje vykstančių muzikos festivalių ypatumai

A. Čepaitytė, straipsnyje apie Lietuvos integraciją į pasaulio muzikos kultūrą 1990-2000-aisiais metais, rašo, jog Lietuvai atgavus nepriklausomybę, daugeliui mūsų valstybės sričių atsivėrė didesnės politinės, ekonominės ir kitos galimybės, siekiant tarptautinio pripažinimo. Šiame įsitvirtinimo procese aktyvų vaidmenį vaidino menas ir kultūra. Kultūriniai mainai labai svarbūs, nes menas padedi įsitvirtinti pasaulyje kaip aktyviam kūrėjui. Taip pat ji pabrėžia, jog „muzika savo esme yra internacionalus, abstraktus ir formalus menas. Dažnai ji yra prilyginama „universaliai“, „tarptautinei kalbai“, pabrėžiant jos, kaip bendravimo priemonės, vaidmenį. Todėl ir Lietuvos muzikų dalyvavimas pasaulio muzikiniame gyvenime funkcionuoja kaip „kalbėjimas“ apie savo šalį“ (Čepaitytė 2001:35).

Muzika yra viena populiariausių meno formų visame pasaulyje, o muzikos festivaliai darosi vis populiarnesni šių dienų kultūriniame kontekste. Lietuvoje surengiama muzikos festivalių, kurie garsina mūsų šalį, kadangi tokiuose festivaliuose kaip „Sūpynės“, „Tundra“ ir t.t. apsilanko ne vienas užsienietis. Ne tik elektroninės muzikos festivaliai pritraukia svečius iš svetur. Pavyzdžiui, „Kaunas Jazz“ , „Pažaislio muzikos festivalis“, „Karklė Live Music Beach“, „Roko naktys“ ir kiti taip pat sulaukia užsienio piliečių dėmesio. Visus šiuos festivalius organizuoja lietuviai ir kai kurie jų gyvuoja jau labai ilgus metus, pavyzdžiui, remiantis internetinio portalo manofestivalis.lt duomenimis, tiriamasis festivalis „Tundra“ gyvuoja jau 13 metų, o festivalis „Bliuzo naktys“ net daugiau nei du dešimtmečius.

Bėgant metams muzikos festivalių pasiūla vis didėja, kas didina ir konkurenciją. Žinoma, kai kurie festivaliai dar tik bando įsitvirtinti į masinių muzikos renginių rinką. Pavyzdžiui, tokių festivalių kaip „Revolution festival“ ar „Gėla“ veikla su kiekvienais metais yra dar tik vystoma. Festivalių populiarumui ir publikos pritraukimui labai didelę įtaką daro ir pasaulinio lygio muzikos žvaigždžių dalyvavimas. „Karklė Live Music Beach“ festivalyje per šešis gyvavimo metus pasirodė apie 265 atlikėjai iš Lietuvos ir įvairiausių pasaulio šalių. Tarp jų tokios grupės ir vardai kaip Rudimental, Example, Marlon Roudette, Tinie Tempah, HIM, The Rasmus, Far East Movement ir t.t. Tokios garsios „žvaigždės“ pritraukia didelius būrius lankytojų. Pasak „Karklė Live Music Beach“ vadovo Mariaus Tumšio 2015-aisiais metais šis festivalis įsileido net 12 tūkst. žmonių. Toks didelis skaičius žmonių tik parodo, kad žmonės yra neabejingi muzikos festivaliams ir savo laisvalaikį mielai praleidžia muzikos ir kitų pramogų apsuptyje.

2.3. Elektroninės muzikos festivalių „Tundra“ ir „Revolution Festival“ aprašymas

Elektroninės muzikos festivalis „Tundra“. Elektroninės muzikos festivalis „Tundra“ vienas didžiausių ir lankomiausių festivalių Lietuvoje. Pasak internetinio muzikos žurnalo „Sharkeen“, populiariausių festivalių dešimtuose Lietuvoje buvo būtent festivalis „Tundra“. 2004 m., kai kukliai nuaidėjo pirmoji „Tundra“, Lietuvoje jau vyko keletas festivalių – „Bliuzo naktys“, „Mėnuo juodaragis“ ir pan. Tačiau elektroninės muzikos mėgėjai turėjo tik pavienius renginius, kurie taip ir neišaugo į tradicinius. Imtis organizuoti kelias dienas truksiantį renginį, kurio kultūra dar buvo visiškai neįsivaikšijusi Lietuvoje, buvo sunkiau nei tikėtasi.

Pirmojoje „Tundroje“ susirinko vos 200 žmonių. Festivalio įkvėpimas – „psy tranzo“ muzika, kuri buvo dar tik naujiena Lietuvoje. Dabar ši muzika turi vieną aktyviausių bendruomenių Lietuvoje, o vietiniams atlikėjams pagyrų negaili ir pasaulinio garso atlikėjai.

Po 2004 m. organizatorių noras ir toliau „auginti“ festivalį neišblėso, jau 2006 m. „Tundroje“ atsirado kelios scenos, plėtėsi ir muzikinio stiliaus pasirinkimas. Prie „psy tranzo“ prisijungė kitos elektroninės muzikos alternatyvos – techno, IDM ir pan. „Tundra“ – vienintelis festivalis Lietuvoje, įsileidęs keturias skirtingų muzikinių stilių scenas (G. Raibytė 2011).

Šis elektroninės muzikos festivalis išsiskiria iš kitų festivalių ypač ryškiomis dekoracijomis (4 PRIEDAS). Renginyje gausu įvairių pramogų: įvairios dirbtuvės, kuriuose įmanoma įsigyti menininkų kūrinių, galima aktyviai leisti laiką su draugais badmintono, tinklinio, futbolo žaidimų metu, pasivaikščioti ant kabančių lynų, išmokti pasidaryti sau mielų dalykėlių, išsitatuiruoti permanentinę tatuiruotę, dalyvauti meniniame „performance“, sužinoti apie save skaitymo iš delno metu bei astrologinių ir tarologinių prognozių (Tundra festival 2015).

Atlikėjų sąrašą kiekvienais metais stengiamasi pajvairinti, pakviečiant vis garsesnius elektroninės muzikos atstovus iš viso pasaulio. Festivalio gyvavimo trukmė įrodo, jog festivalis yra kokybiškas ir atitinkantis elektroninės muzikos klausytojų poreikius.

Elektroninės muzikos festivalis „Revolution Festival“. Revolution Festival – jau trečius metus vykstanti elektroninės muzikos fiesta po atviru dangumi, miškų ir ežerų apsuptyje. Festivalis vyksta Utenos apylinkėse, o šiais metais įvyks Sudeikių miestelyje, vieno didžiausio Lietuvoje, Alaušo ežero, pietiniame krante. Renginio grojaraštis gausus elektroninės muzikos pasirinkimo, t.y. jungle, reggae, drum and bass, hardcore, minimal techno, techno ir t.t. (Tundra festival 2015).

Nors festivalis yra organizuojamas dar tik trečius metus, tačiau jame taip pat jau kviečiamos žvaigždės iš užsienio. Taip pat festivalyje galima išbandyti save kūrybinėse dirbtuvėse ar kitaip papramogauti (Jah Nation 2015).

3 PRIEDE pateikiamas 2015m. festivalio atlikėjų sąrašas.

2.4. Festivalių „Tundra“ ir „Revolution Festival“ organizavimo ypatumai

Šiame poskyryje bus aptartas dviejų festivalių - „Tundra“ ir „Revolution Festival“ - organizavimo ypatumai.

1. *Festivalio planavimas.* Kiekvienas renginys, o taip pat ir festivaliai, turi detalų planą, kuriuo remiantis siekiama įvykdyti visus uždavinius ir įgyvendinti išsikeltus tikslus. Už juos visuomet yra atsakingas renginio organizatorius.

Pirminės festivalio užduotys organizatoriui yra nustatyti renginio laiką ir vietą. Festivalio laikas ir vieta yra vieni svarbiausių dalykų festivalio planavime. Kuo anksčiau paaiškės renginio laikas ir vieta - tuo anksčiau galėsite pradėti platinti kvietimus ir informaciją apie renginį (ULD 2013:14).

Taigi, interviu buvo pradedamas klausimu, kokį laikotarpį organizatorius paskiria festivalio organizavimui ir kitiems ruošimosi darbams, informantas Nr. 1 atsakė: *„Turėdami ilgametės patirties renginių organizavimo srityje, „Tundra“ festivaliui dažniausiai stengiamės skirti bent pusę metų prieš jam prasidedant. Šiais metais festivalis vyks paskutinį kartą, norisi žmonėms palikti tik gerus prisiminimus apie mus, todėl šiemet skyrėme daugiau laiko, apie metus <..>. Iš šio atsakymo galima spręsti, jog organizatoriai atsakingai žiūri į savo darbą ir stengiasi nenuvilti festivalio lankytojų, paskiriant ilgą laiko periodą organizuojant festivalį. Kaip ir teorijoje buvo minėta, pasak Gwynedd Cauncil (GC 2006:5), festivalio organizavimui turėtų būti paskirta 12 mėnesių prieš jam prasidedant. Informantas Nr. 2: „Dažniausiai stengiamės užsibrėžti tikslą festivalį suorganizuoti per 4-5 mėnesius, tačiau, kad nereiktų skubėti ir paskui „verstis per galvas“ tam skiriame pusės metų laikotarpį <..>. Apibendrinus abiejų informantų atsakymus galima sakyti, jog renginio organizavimo trukmė labai priklauso nuo festivalio masto ir žinomumo. Festivalis „Tundra“ vyks jau 13 metus, turi patirties, o taip pat ir ištikimus gerbėjus bei lankytojus, kurie kiekvienais metais tikisi būti nustebinti, o „Revolution Festival“ gyvuoja tik trečius metus, jie dar tik stengiasi suburti savo pastovių lankytojų ratą, todėl ir festivalio pasiruošimo laikas kiek trumpesnis.*

Festivalio tikslas/tikslai. Kiekvienas festivalis turi turėti išsikėlę tam tikrą tikslą ir jį įgyvendinti. Paklaustas, koks jų festivalio pagrindinis tikslas, informantas Nr. 1. teigė *„<..> Pagrindinis tikslas turbūt yra nuo miesto šurmilio trokštantiems atitrūkti žmonėms suteikti galimybę mėgautis gamtos teikiamais malonumais ir išgirsti kokybiškiausius elektroninės muzikos garsus. Žinoma, tų tikslų yra ir daugiau, dažnai vienas ar kitas tikslas iškyla net ir vykstant festivaliui, bet didžiausia siekiamybė yra kokybiškos elektroninės muzikos sklaida. Informantas Nr. 2: „Jau nuo pačių pirmųjų festivalio rengimo metų pagrindinis tikslas buvo skleisti „reggae“ ir*

„jungle“ muzikos kultūrą, tačiau esame užsibrėžę tikslus ir norime „Revolution Festival 2016“ padaryti išskirtinį, prijungiant daug muzikos stilių. Taigi, tai bus savotiška mūsų festivalio „revoliucija“ <..>“. Apibendrinus abiejų informantų atsakymus galima spręsti, jog pagrindiniai festivalių tikslai yra elektroninės muzikos populiarinimas, tačiau „Revolution festival“ stengiasi plėsti elektroninės muzikos žanrų ratą, norėdami parodyti, kad aplink juos yra ir daug kitų, gal klausytojams dar neatrastų elektroninių garsų.

Leidimai. Kiekvienas renginys privalo gauti leidimus, kurie garantuoja legalų festivalio įvykimą. Šiuo klausimu buvo siekta išsiaiškinti, kokie dokumentai yra būtini, norint surengti abu festivalius. Šie duomenys buvo pateikti 3-oje lentelėje.

3 lentelė

Festivalio teisiniai leidimai

<i>Leidimas</i>	<i>„Tundra“</i>	<i>„Revolution festival“</i>
<i>1. Ženkilai</i>	✓	✓
<i>2. Teritoriniai</i>	✓	✓
<i>3. Draudimas</i>	-	-
<i>4. Alkoholio/maisto</i>	-	-
<i>5. Fejerverkai/laužai</i>	-	-
<i>6. Aplinkosaugos</i>	✓	✓
<i>7. Kelių uždarymas</i>	✓	-

Gwynedd Council (GC 2006) organizavimo etapų aprašyme yra teigiama, jog teisiniai leidimai labai svarbus veiksnys norint įvykdyti festivalį. Taigi, lentelėje buvo nurodyta, kokie dokumentų patvirtinimai yra būtini miesto/rajono savivaldybėms, norint surengti atviro tipo renginį. Lyginant informantų atsakymus, pastebėtina, jog abiejų festivalių leidimų reikalavimai yra panašūs. Informantas Nr.1: „Na, pagrindiniai leidimai, tai yra gauti sutikimą statyti ženklams bei žymėti mums reikalingas vietas, taip pat teritorinį leidimą, kas įrodo, kad toje vietoje mes galime rengti festivalį. Taip pat vienas svarbiausių yra aplinkosaugos leidimų, turime susipažinti su visais aplinkosaugos įstatymais. Kas liečia draudimą, mūsų festivalio teritorija priklauso privatiems

asmenims, kurie šiuos dokumentus turi. Kas liečia alkoholį bei maistą, tai mums leidimų nereikia, kadangi mes susitariame su tiekėjais“. Informantas Nr.2: „<..> kiekvienas didesnis renginys privalo gauti tam tikrus leidimus, tai ne išimtis ir mes. Žinoma, pagrindiniai leidimai yra aplinkosaugos, mes privalome juos gerai išstudijuoti, toliau seka leidimai ženklinti teritoriją, pačios teritorinės vietos leidimas“. Dėl alkoholio ir maisto prekybos informantas Nr.2 taip pat užsimena, jog tai yra jų ir jų tiekėjų susitarimas. Apibendrinus abiejų tiriamųjų atsakymus galima teigti, kad organizatoriai žino teises atsakomybes, susitvarko su leidimais arba susitaria su tam tikrais atsakingais asmenimis.

Iššūkiai, su kuriais susiduriama ruošiant festivalio vietą. Paklausus organizatorių su kokiais iššūkiais susiduriama ruošiant festivalį informantas Nr.1 atsako: „<..> iššūkių kažkokių labai trikdančių pasiruošimą nėra, turbūt pagrindinis iššūkis yra kokią teritorijos plotą išrinkti palapinių miesteliui, nes kiekvienais metais žmonėms vis neužtenka vietos, kiekvienas su skirtingais poreikiais, palapinių dydžiais, su daugeliu daiktų, kaip kad hamakai, kėdės ir t.t. Nors žinoma, visuomet atsiras kažkuo nepatenkintų. Taip pat vienas sunkių iššūkių yra rasti pavojaus vietas, kuriose žmonės gali susižeisti, ar dar kaip nors pakenkti savo sveikatai. Šias vietas stengiamės sužymėti kaip įspėjimą“. Informantas Nr.2 „Na kol kas ruošiant vietą festivaliui viskas labai gerai pavyksta. Jokių žymių iššūkių kol kas nepastebėjome, bet turbūt sunkiausia atidžiai aptverti visą teritoriją, kad kokie „šaunuoliai“ nesugalvotų praeiti be bilieto“.

Iš atsakymų galima spręsti, jog organizatoriai atsakingai žiūri į vykdomus darbus ir stengiasi, kad su iššūkiais būtų tvarkomasi.

Automobilių spūstys festivalio teritorijoje. Automobilių spūstys kiekviename renginyje yra neišvengiamos, o ypač festivalyje, nes dažniausiai įvažiavimas būna tik vienas. Paklausus apie automobilių spūsčių problemų sprendimą, informantas Nr.1 sako: „Na taip, ši problema labai dažna. Tačiau šioje situacijoje mes nelabai ką galime pakeisti, nes tiesiog yra tam tikros valandos, kuomet tos eilės susidaro. Tarkim, prasidėjus festivalio dienai, mes rekomenduojame kas gali atvažiuoti kuo anksčiau, nes būna, kad pasibaigus darbo dienai visi tuo pačiu metu atvažiuoja, už tai atsiranda spūstys. Arba dar yra kategorija tų, kurie atvažiuoja 24-1h, kuomet prasideda pats festivalio „įkarštis“, tad dažniausiai stengiamės tiesiog rekomenduoti žmonėms atvažiuoti kaip galima anksčiau, kad išvengtų kažkokių nepasitenkinimų, o pats geriausias patarimas yra keliauti traukiniais, taip būtų visiems patogiau“. Informantas Nr.2: „Su festivalio spūstimis susiduriame tik tam tikromis valandomis. Nieko čia negali pakeisti, juk mašinas ir žmones jose patikrinti reikia.. Na, bet dažniausiai šią problemą bandome išspręsti taip: patariame mašinose esantiems žmonėms pasiimti daiktus ir keliauti į festivalio teritoriją, o vairuotojams susitvarkyti su mašinos patikra ir parkavimu, taip lieka mažiau nepasitenkinusių ir nekantraujančių kuo greičiau papulti į festivalio zoną“.

Kaip matome iš abiejų informantų atsakymų, spūstys festivaliuose yra neišvengiamos ir su jomis susiduriama tik tam tikromis valandomis, tačiau organizatoriai turi patarimų lankytojams, kurie padeda su šia problema susitvarkyti. Pasak organizatorių, tai jau priklauso nuo pačių atvykstančiųjų.

Taisyklės palapinių miestelio gyventojams. Labai svarbu, kad ne tik festivalio organizatoriai, bet ir lankytojai stengtųsi palaikyti tvarką renginio teritorijoje. Kalbant apie festivalio taisykles, taikomas lankytojams, informantas Nr.1 teigia: „<..> taisyklių yra daug, tačiau nereikia, kad visi jų laikosi. Visų pirma, ko labiausiai prašome, kad žmonės nešiukšlintų ir nepaliktų nereikalingų daiktų palapinių miestelyje. Juk mes paskui papildomai turime viskuo rūpintis, o ir savanoriai darbo tuomet turi „iki kaklo“. Kita pagrindinė taisyklė yra gerbti vieni kitus gyvenančius palapinėse, juk tikrai festivalyje atsiranda ir tokių, kuriems prireikia poilsio minutėlių, tad reiktų juos suprasti ir stengtis netriukšmauti. Žinoma, prašome ir svarbių daiktų nepalikti palapinėse, nes vagysčių tikrai pasitaiko. Informantas Nr.2: „Taisyklių, kaip žmonėms elgtis palapinių miestelyje, mes nenurodinėjame. Kiekvienas žmogus yra atsakingas už save ir savo elgesį. Pagrindinė taisyklė yra gerbti teritoriją ir joje nešiukšlinti, juk visų nesužiūrėsime“. Informantų atsakymai parodo, jog pagrindinės festivalio lankytojams galiojančios taisyklės yra laikytis švaros ir tvarkos. Tačiau organizatoriai teigia, kad kaip ir spūsčių, tokių dalykų nelabai galima išvengti, nes visokių žmonių būna ir ne visuomet išsina juos „sutramdyti“.

2. Organizavimas. Kriterijai, padedantys nuspręsti, kada įvyks festivalis. Informantas Nr.1: „<..> datos niekuomet žymiai nekeičiame. Mūsų festivalis visuomet vyksta maždaug per Mindaugo karūnavimo dieną arba šiek tiek prieš ją arba po jos. Visuomet labai gerai apgalvojame datą ir stengiamės, kad ji nesidubliuotų su kitais festivaliais, kas keltų grėsmę prarasti kai kuriuos klausytojus, kurie domisi ne vien elektronine muzika. Dabar tiksliai nepasakysiu kuriais metais, bet buvo taip, kad festivalis dubliavosi su „Bliuzo naktimis“, gavome daug nepasitenkinusių laiškų kad tenka rinktis. Informantas Nr.2 sutinka, kad būtina atsižvelgti į datą. „<..> data turbūt vienas svarbiausių veiksnių, norint sutraukti pagrindinę auditoriją, plus esame dar jauni, konkurencija mums labai pavojinga, todėl mes savo datą stengiamės išlaikyti tą pačią t.y. liepos pradžioje.

Būsima festivalio vieta, reikalavimai. Paklausus, kokiais kriterijais yra remiamasi pasirenkant festivalio vietą, informantas Nr.1 tvirtina: „Mes labai džiaugiamės, kad festivaliui turime dvi pastovias vietas, t.y. Zarasų Duburio hidrografiniame draustinyje, arba Varėnos dainų slėnio saloje. Iš tikrųjų abi vietos tobulai atitinka mūsų kriterijus, t.y. turi būti pakankamai vietos visoms scenoms, pramogoms bei poilsio zonoms paruošti. Turbūt tai ir yra mūsų pagrindiniai kriterijai. Šiais metais festivalis vyks Varėnos dainų slėnio saloje, kadangi taip jau gavosi, vienais metais rengiame Zarasuose, kitais Varėnoje“. Informantas Nr.2: Mūsų festivalio vieta nuo pirmojo

karto keičiasi kiekvienais metais. Vis bandome atrasti tą „aukso viduriuką“. Tačiau visuomet vyksta kur nors Utenoje. Ten labai gražu, galima rasti nuostabių gamtos kampelių su ežerais, smėlėtomis pakrantėmis ir miškais. Būtent tokie kriterijai ir yra. Mes siekiame rasti vietą, kurioje būtų pakankamai erdvės visai technikai, scenoms bei poilsiui ir linksmybėms lankytojams.

Pagal informantų atsakymus matosi, jog neilgą gyvavimo trukmę turintis festivalis dar neturi pastovios festivalio vietos ir ieško, kur rasti geriausią vietą įsitvirtinimui. Tuo tarpu jau 13 metus organizuojamas festivalis turi pastovias, lankytojų pamėgtas vietas. Pagrindiniai kriterijai yra vietos tinkamumas technikai, kad vieta būtų patogī ir suteiktų pasitenkinimą lankytojams.

Finansai. Finansai turi didelę reikšmę festivalio kokybei. Norint suorganizuoti viską nuo a iki z, reikia turėti konkretų biudžeto planą ir tuomet ieškotis finansinių rėmėjų. Biudžeto lėšos turi būti paskirstytos taip, jog jų užtekėtų apmokėti visiems darbuotojams. Iš pokalbio su informantais galima suprasti, jog pagrindinė ir didžiausia problema yra būtent finansai.

Informantas Nr.1 teigia: „<..> norint, kad tiek lankytojai, tiek mes patys liktume patenkinti, finansai turi būti labai gerai apgalvota tema, reikia apmokėti visus honorarus atlikėjams, o norint kokybiškos reklamos, reikia į tai nemažai investuoti, pagrindiniai finansuotojai yra mūsų festivalio lankytojai, rėmėjai/prekybininkai <..>“. Informantas Nr.2 šia tema stengiasi per daug neišsiplėsti: finansavimas labai opi problema, neslėpsiu ir pasakysiu tiek, kad dažnai kai ką finansuoti turime ir mes patys, taip pat kiekvienais metais ieškome paramos iš aplinkinių verslininkų, kartais ją gauname, o kartais ne. Iš šių informantų atsakymų galime spręsti, jog pagrindinis finansavimas yra gaunamas iš lankytojų, rėmėjų, vietinių verslininkų, ar net pačių organizatorių.

Rėmėjai. Paprašius pateikti informaciją apie pastovius rėmėjus, informantas Nr.1 pasakoja: „Su rėmėjais didelių problemų neturime, kiekvienais metais jie stengiasi mus remti, t.y. „Utenos alus“, „15min.“ „laikas.lt“ ir daugelis kitų. Žinoma, bandome kasmet rasti naujų rėmėjų, tačiau daugelis į tai žiūri, kaip į „nerimtą pakvaišusio jaunimo veiklą“ (juokiasi). O paieškos būdai paprasti tiesiog važiuojame į įmones siūlome savo mainus, dažniausiai reklamą, tai arba gauname rėmimą, arba ne <..>“.

Šis atsakymas gali patvirtinti Bowdin (Bowdin 2001) teiginį, jog dažniausiai populiarius ir prestižinius festivalius remia garsių įmonių kompanijos, tačiau elektroninės muzikos festivaliai į tai neįeina, kadangi prestižinės muzikos festivaliai siejami su klasikine muzika.

Panašus atsakymas apie rėmėjus buvo gautas ir iš informanto Nr. 2: „Rėmėjų turime kiekvienais metais. Labai dėkojame mus visuomet remiančią „Coffee inn“, „Kalnapiliui“, Utenos miesto savivaldybei ir kitiems. Rėmėjų stengiamės ieškoti jaunų ir entuziastingų, einame per kompanijas, siūlome mainus ir laukiame atsakymo <..>“.

Remiantis abiejų respondentų atsakymais galima sakyti, kad rėmimas yra svarbus ir šioje srityje dirbama labai intensyviai.

3. **Vadovavimas. Festivalio organizacinė komanda.** Komanda gali pasiekti geresnių rezultatų nei vienas žmogus. Efektyvios komandos turi turėti lyderį, kurio pareigos - pasiekti rezultatus padedant bent keletui žmonių (Benušienė I., Vveinhardt J., Merkys G., Dromantas.M 2005:39).

Kalbant apie komandos sudėtį, informantas Nr.1. sako jog: „<..> *Dažniausiai komandą sudaro dešimtys savanorių, įvairių techninių darbuotojų, dizainerių, vadybininkų ir kitokių sričių atstovų, kurie dirba prie renginio nuolat arba prisideda atskiruose organizacinio darbo etapuose.* Informantas Nr.2 sako: „*Mūsų komandą sudaro jauni, aktyvūs, įvairių sričių specialistai, nuo pat pirmo festivalio organizatorių branduolys yra iš esmės toks pats. Žmonių vis daugėja, darbų pasiskirstymas ir jų atlikimas tobulėja, susidūrę su iššūkiais ir išmokę savo pamokas galime kelti festivalio kartelę vis aukščiau* <..>“ *Komandos sudėties skaičius kiekvienais metais kinta*“.

Apie dažniausiai iškylančias problemas komandiniame darbe informantas Nr. 1 sako: „*Galėčiau pasakyti trumpai, turbūt sunkiausia yra susitelkti vieningai būsimo renginio strategijai ir ją planingai realizuoti iki stadijos, kuomet iškyla tvirtas pamatas tokios „Tundros“, kokią ją išvysta lankytojų akys*“. Informantas Nr.2 atsako: „*Iš tikrųjų susiduriame su nemažai problemų, sunku būtų išskirti kažką. Mūsų komandos nariai – visi be proto skirtingi žmonės, tačiau gebame dirbti kartu, vieni kitiems padėti ir štai jau trečią kartą suorganizuoti puikų renginį.*

Paprašius įvardinti asmenines savybes, kurios padeda patekti į komandą, informantas Nr.1 atsako: „*Svarbiausia, kad žmogus nebijotų darbo. Taip pat svarbu, kad žmogus mokėtų spręsti iššūkius, juk festivalyje visko pasitaiko. Ir, žinoma, turėtų būti pasitikintis savimi, žinantis ką daro*“. Informantas Nr.2 šiuo klausimu yra nuolankesnis: „*Asmeninės savybės nėra labai svarbu, svarbiausia kiek pastangų į darbą įdedi. Mūsų komandą sudaro nedidelis skaičius žmonių, tačiau visi vieni kitais pasitikime ir tikime*“.

Darbuotojų ir savanorių motyvavimas abiem organizatoriams taip pat yra labai svarbus. Informantas Nr.1 teigia: „<..> *be abejo, mūsų darbuotojai/savanoriai yra motyvuojami. Visiems dažniausiai po/prieš festivalį būna suteikta galimybė nemokamai lankytis kituose mūsų rengiamuose renginiuose. Žinoma, už gerą darbą dažnai parašome rekomendacijas/padėkas. Labai svarbu, kad žmogus būtų motyvuotas atlikti darbą kuo geriau*“. Informantas Nr.2. teigia: „*Mūsų komandos nariai mums yra kaip šeimos nariai, kiekvieną stengiamės motyvuoti, su kiekvienu festivalio darbuotoju visad šnekamės atskirai, ko jie tikisi iš mūsų ir dažniausiai tuos norus stengiamės išpildyti, mainais į gerą ir atsakingą darbą*“.

Darbų paskirstymas. Organizatoriams dažnai tenka iššūkis priskirti tam tikrus darbus kiekvienam žmogui. Apie tai informantas Nr.1 sako: „*Darbus skirstyti nėra sudėtinga, per 13 organizavimo metų viskas savaime gaunasi, tiesiog kiekvienai sričiai samdai specialistus ir jiems paaiškini, kokius darbus reikės atlikti*“. Priešingai šneka „Revolution Festival“ organizatorius:

„Mes visi stengiamės vieni kitiems padėti, nėra taip, jog vienas darys tik tą, o kitas tik aną, kaip ir sakiau, mūsų komanda labai šeimyniškai pasidaliname darbus, o jeigu kažkas kažko nemokame bandome tai išspręsti drauge“.

4. Festivalio viešinimas. **Reklama** yra viena svarbiausių priemonių, norint pritraukti tikslinę auditoriją. Šiais laikais ypač populiari yra internetinė reklama, kadangi daugelis jaunimo kasdien naudojami kompiuteriais, išmaniaisiais telefonais.

Paklausus apie festivalio reklamą, informantas Nr.1 atsako: *„Iš patirties galiu teigti jog internetinė reklama yra pati geriausia, juk šiais laikais mažai kas naudojasi laikraščiais, mažai kas ir radijo klauso <..> mes stengiamės daugiausiai savo reklamos pateikti internete, apie mus rašo straipsnius, kuriuose būna tiesioginės nuorodos į oficialią svetainę ar facebook tinklalapyje sukurtą taip vadinamą „event“ą“. Neatsisakome ir skrajučių/plakatų, kuriuos stengiamės platinti jaunimo susibūrimo vietose“.* Informantas Nr.2: *„Su reklama stengiamės per daug „neišsišokti“, kai tos reklamos per daug irgi negerai <..> tačiau daugiausiai mūsų reklamos galima rasti socialiniuose tinklalapiuose facebook, instagram, stengiamės pateikti kuo įvairesnės ir įdomesnės informacijos, kad tai būtų miela dalyvio klausai ir regai, ir kad neatrodytų vien kaip pastovus skatinimas sudalyvauti. Respondento žodžiais remiantis, galima būtų patvirtinti Kotler (Kotler 1997) mintį, jog pasikartojanti reklama gali būti kaip didelis poreikis surinkti publiką.*

5. Vertinimas. Paskutinioji festivalio plano dalis – **vertinimas**. Ši dalis yra labai svarbi, kadangi susidėjus visus festivalio plusus ir minusus, sekantį kartą organizuojant ir taisant klaidas, gali pagerėti renginio kokybė. Pasak Gwynedd Council (GC 2006), kiekvienas, kuris prisideda prie renginio organizavimo, t.y. darbuotojai, savanoriai ir pats organizatorius, turi mokytis iš savo patirties. Pasak informanto Nr. 1: *„Grįžtamasis ryšys iš kiekvieno darbuotojo ir savanorio turi būti gaunamas, taip pat ir mes, organizatoriai, stengiamės išsakyti, kas buvo gerai ir kas nelabai. Turime savo klaidas prisiminti ir jas taisyti. Festivalio organizavimas sudėtingas dalykas, tobulumui ribų nėra. Visuomet stengiamės po festivalio ramioje, neįpareigojančioje vietoje susitikti ir draugiškai viską aptarti“.*

Informantas Nr.2 apie festivalio vertinimą sako: *„Kadangi mūsų festivalis gyvuoja dar labai trumpai, o mes norime, kad jis išaugtų į didelį ir Lietuvoje gerai žinomą elektroninės muzikos festivalį, tokius vertinimo susitikimus darome kas kart pasibaigus festivaliui. Aptariame, kas buvo gerai, ir stengiamės kitais metais tai dar labiau tobulinti. O blogus dalykus vertiname kaip paskatinimą kitais metais dar labiau pasitempti ir ieškoti būdų, kaip šių „prisvilusių blynų“ nebepateikti.*

Paklausus, kokie veiksniai festivalyje turėtų būti išpildyti visu 100 %, informantas Nr.1 teigia: *“Visi. Tiek muzikos kokybės atžvilgiu, tiek aptarnavimo srities dalykai, bendra festivalio tvarka ir t.t. Lankytojų poreikiai turi būti patenkinti, kad kitais metais jie vėl norėtų sudalyvauti*

mūsų festivalyje“. Informantas Nr.2 sako: „Svarbiausia, kad muzikos kokybė atitiktų mūsų pažadus. Turime klausytojams užtikrinti, kad visi atlikėjai, kuriuos jie tikisi išvysti, atvyktų. O jeigu nutinka taip, kad neatvyksta, turime kažkaip šią spragą kompensuoti. Taip pat labai svarbu įvertinti ir tai, jog festivaliuose dažnai lieka nepatenkintų higienos vietomis, tualetais, stengiamės į tai atsižvelgti. O šiaip festivalis kaip visuma turi būti įgyvendintas visu 100 %, ar bent jau stengtis, kad taip įvyktų“.

Abiejų informantų atsakymai patvirtina tai, jog vienas svarbiausių aspektų festivalio išpildyme yra muzikos kokybė, tačiau sako, jog visas festivalis turi būti organizuojamas taip, kad būtų galima pasiekti tą 100-ąjį procentą.

Paskutiniu interviu klausimu buvo norėta išsiaiškinti, kaip pasikeitė festivalis nuo pačių pirmų gyvavimo dienų. Festivalio „Tundra“ organizatoriaus atsakymas skambėjo taip: „<..> Didžiausi pokyčiai įvyko 2006-aisiais metais, kuomet išaugo scenų, muzikos stilių ir lankytojų skaičius. 2009-aisiais užpildėme tylą dienos metu, įvesdami dienes programas. Pagausėjo įvairių menų dirbtuvių atrakcijų, išaugęs lankytojų skaičius savaime ėmė gerinti situaciją. Taip po truputį mes ėmėme tobulėti, plėstis ir dabar turime puikius rezultatus“. „Revolution Festival“ organizatorius pasakoja: „<..> Lyginant pirmąjį kartą su antruoju, tai, galima sakyti, visiškai skirtingi dalykai. Pirmasis buvo lyg pasižaidimas, pabandyti, o dabar kasmet augame, sulaukiame dėmesio iš tarptautinių muzikos žvaigždžių ir stengiamės tobulėti visame kame. Šiomet mūsų tikslai didesni, mūsų atlikėjų sąrašą puošia tokie žymūs vardai, kaip Demolition Man, Aries, Jacky Murda, D. Carbone. Tikimės sulaukti gausaus jų gerbėjų rato“.

Tyrimo rezultatai. Apibendrinus visus gautus duomenų analizės rezultatus galima tvirtinti, jog masinių renginių organizavimas reikalauja daug laiko, daug investicijų tiek materialiai, tiek fiziškai. Festivalio planavimui turi būti nustatytas tam tikras laikas, per kurį turi būti viskas sustrateguota. Už festivalio planavimą atsakingi organizatoriai, todėl visais festivalio planavimo etapais turi rūpintis organizatorius. Kad nenukentėtų renginio kokybė, organizatorius turi kiekvieną planavimo etapą apgalvoti, paskirti atsakingus žmones, kas toje srityje dirbs ir bus už tai atsakingi. Kiekviena iškilusi problema ar klausimai turi būti sprendžiami tik pasitarus su organizatoriumi. Festivalio planavime labai svarbu susitvarkyti su iššūkiais, taisyklėmis, formalumais, ir, žinoma, tikslais, be kurių festivalio rengimas neturėtų prasmės. Su visais šiais dalykais turi būti susitvarkoma planuojant festivalį, kad renginio dieną nekiltų neaiškumų, kas, kaip ir vardan ko yra daroma. Turint bendrą tikslą ir bendras taisykles, komanda gali siekti to, kas yra užsibrėžta.

Apžvelgiant informantų atsakymus galima teigti, jog pagrindinės problemos, planuojant elektroninės muzikos festivalį, yra žmonių poreikiai ir elgesio motyvai. Festivalio organizatoriai turi apgalvoti, kas yra patogiausia ir priimtinausia dalyviams, nuo palapinių miestelio vietos

parinkimo iki pavojingų vietų žymėjimo. Taip pat svarbu, kad teritorija būtų aptverta nuo pašalinių ir norinčių patekti nemokamai.

Šio tyrimo metu buvo išsiaiškinta, kad festivalio organizavimo eiga yra labai ilga. Reikia pasirūpinti tuo, kokių laiku ir kokioje vietoje įvyks festivalis, ar tai nesidubliuoja su kitu festivaliu, dėl ko būtų tikimybė prarasti dalį lankytojų ir pan. Yra žmonių, kurie domisi ne tik elektronine muzika, o siekia sudalyvauti įvairių stilių muzikos festivaliuose, todėl data turi būti gerai apgalvota. Tiriamieji sutiko su tuo, jog data ir vieta labai svarbu, nes festivalio organizatoriai siekia išsaugoti ir plėsti dalyvaujančiųjų gretas.

Remiantis informantų teiginiais galima konstatuoti, jog data ir laikas tikrai yra svarbu, kad žmonės iš anksto galėtų planuoti savo atostogas ar laisvadienius bei susidėlioti prioritetus, kur ir kada dalyvauti. Festivalio vietos pasirinkimas taip pat lemia daug, todėl tai turi būti gerai apgalvotas sprendimas, kuris atitiktų žmonių poreikius.

Organizacinės komandos sudėties dalis taip pat svarbus veiksnys, be kurio festivalis vargu ar įvyktų. Šis tyrimas parodė, jog susidūrimas su problemomis yra neišvengiamas didelio masto renginyje, tačiau, remiantis informantų atsakymais, su problemomis yra stengiamasi susitvarkyti vieningai, kiekvienas noriai vienas kitam padeda ir ieško problemos sprendimo būdų. Darbuotojai yra motyvuojami įvairiais būdais, kurie padeda dirbantiems siekti tikslų. Informantai tvirtina, jog žmogus, prisidedantis prie organizavimo, turi nebijoti darbo, stengtis gerai jį atlikti ir siekti visiems bendrai užsibrėžto tikslo.

Organizuojamo renginio reklama ir viešinimas padeda festivaliui sutraukti tikslią auditoriją. Informantų teigimu efektyviausia priemonė tam padaryti yra internetas, kuris šiais laikais daro didelę įtaką žmonių mąstysenai ir padeda atkreipti dėmesį.

Paskutinį festivalio organizavimo etapą sudaro vertinimas, kuris, pasak organizatorių, yra svarbus, norint ateityje užsikelti kartelę organizuojant panašaus tipo renginius. Remiantis informantų atsakymais galima teigti, jog vertinimas suteikia galimybę viską apibendrinti bei apgalvoti privalumus ir trūkumus. Patirtis padeda išvengti klaidų ir tobulinti organizavimo ypatumus.

IŠVADOS

1. Renginio samprata turi įvairius apibrėžimus ir gali būti skirtingai interpretuojama. Į šią sąvoką įeina daug komponentų. Tai suprantama, kaip tai tam tikra veikla, kuri suteikia žmogui progą atsiriboti nuo rutinos ir pajvairinti savo gyvenimą nekasdieniškais dalykais. Renginys, kaip ir kiekviena veikla turi tam tikrus siekius, t.y. patraukti tikslinės auditorijos dėmesį, taip pat pasireiškia socialinė nauda, žiniasklaidos pritraukimas ir daug kitų veiksnių, kurie padeda organizatoriams plėsti savo žinomumą visame pasaulyje. Renginys yra išskirtinis tuo, jog dažniausiai yra tobulinamas, padeda individui atsipalaiduoti neįprastoje aplinkoje ir pasakoja savo istoriją, kurią kiekvienas supranta savaip. Dažniausiai renginiai klasifikuojami pagal tipus, t.y. dalykiniai, mokomieji/švietėjiški renginiai, pramoginiai, labdaros ir t.t.

2. Renginio organizavimo pagrindinė sudedamoji dalis yra planavimas, kuris turi būti aiškus ir tikslus. Pagrindinis ir svarbiausias dalykas prieš planuojant renginį yra tikslo išsikėlimas ir uždavinių išskyrimas. Gero renginio suplanavimą lemia įvairūs elementai, tokie kaip: geros darbo komandos pasirinkimas, aiškaus darbo pasidalijimas, pagrindinio organizatoriaus atsakingumas, visų terminų pasirinkimo vykdymas ir kt. Organizuojant renginį reikėtų remtis renginio organizavimo schemos etapais, į kuriuos įeina renginio tikslai, auditorijos pasirinkimas, lėšų nusistatymas, scenarijus, organizavimo planas, turinys, laikas, data, biudžetas, rėmėjai, viešinimas, aptarimas. Kiekvienas renginys yra skirtingas savo koncepcija, todėl ir planavimas taikomas kiekvienam skirtingas.

3. Vienas daugiausiai planavimo pastangų reikalaujantis renginys yra festivalis - viešas, teminis šventimas, turintis formalią programą. Visame pasaulyje yra organizuojami įvairios tematikos festivaliai, nuo religinių iki sezoninių ir derlių festivalių. Bene labiausiai pasaulyje paplitęs yra meno festivalių tipas, į kurį įeina muzikos festivaliai. Paprastai jie būna skirstomi į klasikinius festivalius ir festivalius vykstančius po atviru dangumi, kur daugiausiai jauni žmonės susirenka paklausyti roko, elektroninės arba pop muzikos. Muzikos festivaliai, kaip ir kiti renginiai, turi savo organizavimo etapus, kuriais remiantis galima nuosekliai vykdyti festivalio įgyvendinimą, tai yra: festivalio plano sudarymas, organizatorių ir komandos parinkimas, darbų paskirstymas, finansai, reklama ir viešinimas, teisiniai leidimai, festivalio vietos paruošimas, pasiruošimas festivaliui, vertinimas.

4. Atkūrus Lietuvos Nepriklausomybę į rinką ėmė veržtis elektroninė muzika, kuri jau tuomet buvo populiari kitose pasaulio šalyse. Tai galima būtų įvardinti kaip technomuzikos, house'o, techno-house'o, reiverių, tronso, kompiuterinės šokių muzikos kultūrą. Elektroninė šokių muzika yra kuriama pasitelkiant kompiuterinę techniką ir dažniausiai pasižymi pasikartojančiu monotonišku ritmu. Į Lietuvą atkeliavęs elektroninės muzikos stilius padėjo pradmenis lietuviškosios elektroninės muzikos šokiams. Šokių aikštelėse jaunimas formavo savo erdvę ir

subkultūrą. Po kiek laiko, šios muzikos populiarumas paskatino jaunimą imtis organizuoti didesnio masto elektroninės muzikos renginius- festivalius. Tai yra viena iš Lietuvos kultūros sudedamųjų dalių ir generuoja tam tikrą dalį šalies ekonomikos.

5. Muzika yra viena populiariausių meno formų visame pasaulyje, o muzikos festivaliai darosi vis populiarnesni šių dienų kultūriniame kontekste. Lietuvoje surengiama muzikos festivalių, kurie garsina mūsų šalį, kadangi tokiuose festivaliuose kaip „Sūpynės“ , „Tundra“ ir t.t. apsilanko ne vienas užsienietis. Bėgant metams atsiranda konkurencija ir plečiasi festivalių pasiūla. Šių masinių renginių populiarumui ir publikos pritraukimui labai didelę įtaką daro ir pasaulinio lygio muzikos žvaigždžių dalyvavimas. Dėl šios priežasties vyrauja konkurencija, kuo garsesnė/populiarnesnė šių dienų „žvaigždė“ apsilankys festivalyje, tuo didesnė tikimybė sulaukti didelio skaičiaus klausytojų auditorijos.

6. Atlikus kokybinį tyrimą paaiškėjo, kad svarbiausia elektroninės muzikos festivalių organizavimo dalis yra planavimas, kuomet viskas turi būti tiksliai iki smulkmenų apgalvota. Remiantis kokybinio tyrimo rezultatų išvadomis galima teigti, kad viską suplanuoti yra esminis aspektas prieš įvykstant renginiui, kadangi planavime pagrindinį vaidmenį užima tikslų/uždavinių išsikėlimas, festivalio datos, laiko nustatymas, o be šių pirminių planavimo veiksmų festivalis vargu ar galėtų įvykti. Tokio tipo renginiai neišvengia problemų, tačiau vadovaujantieji bando jas spręsti pritaikydami sau ir savo festivalio komandai patogius būdus. Organizuojant festivalį svarbus kiekvienas etapas tiek rėmėjų paieška, tiek organizacinės komandos struktūros sudarymas, bendradarbiavimas ir t.t. Išsylančios problemos ir iššūkiai paskatina visus prisidėjusius prie festivalio įvertinti savo įdirbi, susidėti plusus/minusus, ir remiantis šia patirtimi ateityje tobulėti bei surengti dar geresnės kokybės festivalį.

SUMMARY

The music festivals serve as frequent form to spend leisure nowadays (especially in summer) and it is getting more and more popular. There are many genres of music festivals, starting with classical and ending with popular music. The present Bachelor theses analyze the organization peculiarities of festivals of electronic music genre.

The electronic music is listened by particular audience; therefore the organization peculiarities of this music style have not been widely analyzed. So the **objective** of the present work is to analyze the organization peculiarities of electronic dance music festivals. For this purpose the following **tasks** were set:

- to analyze the concept of event;
- to learn the organization principles of event;
- to learn the concept of music festival and its organization peculiarities;
- to examine the concept of electronic music;
- to learn the peculiarities of festivals held in Lithuania;
- to examine and describe the organizational activity of the electronic music festivals “Tundra” and “Revolution Festival”.

The method of qualitative research was used to analyze the research. The method of case analysis was selected as the strategy of research. The data were collected using the semi-structured interview on Internet. The research revealed that the most important part of organization of electronic music festivals is planning. It is essential aspect before the event because the main role in the planning is played by setting of tasks/goals, determination of the festival’s date and time. The festival probably would not be possible without these primary planning factors. It is difficult to prevent problems in such type of events; however the methods to cope with them have to be found. The arising problems and challenges induce the ones, who have contributed to the festival, to evaluate their work, to put pluses and minuses, and to improve in the future on the basis of this experience, and to organize the festival of even better quality in the future.

LITERATŪRA

1. Alferio, K. 1999. *Media Relations: The Good, The Blah and the Ugly*. Port Angeles, Washington : International Festivals & Events Association.
2. Andersson, D., T., Getz, D., Mykletun, R., J. 2012. *Festival and Event management in Nordic countries*. London and New York.
3. Benušienė, I., Merkys, G., Vveinhardt, J., Dromantas, M. 2005. *Komandinio darbo ir organizacijos klimato sąryšio ypatumai*. Kaunas.
4. Brazaitytė, G. 2008. *Elektroninės šokių muzikos subkultūra ir jos raiška Lietuvoje*. Kaunas: Kauno Technologijos Universitetas.
5. Bowdin, G. 2001. *Event Management*. Leeds Metropolitan University.
6. Čepaitytė, A. 2002. *Lietuvos integracija į pasaulio muzikos kultūrą 1990-2000 metais*. Vilnius.
Prieiga: <http://www.lmaleidykla.lt/publ/1392-1002/2002/1/M-35.pdf> [Žiūr. 20016-05-14]
7. Donad, G., Stephen, J., Page. 2016. *Event Studies- theory, research and policy for planned events*. New York.
8. Falassi, A. 1987. *Festival: Definition and morphology*. University of New Mexico Press.
9. Fredericksen, L. 2013. *Types and kinds of feasts and festivals*. Encyclopeadia Britannica.
Prieiga : <http://www.britannica.com/topic/feast-religion/Types-and-kinds-of-feasts-and-festivals>
Žiūr. [2016-04-23]
10. Goldblat, J. 2008. *Special Events*. New York.
11. Gužauskas, A. 2011. *Renginių organizavimas*. Klaipėda: Klaipėdos valstybinė kolegija.
12. Gwynedd Cauncil (GC). 2006. *Festival & Event Planning Toolkit: Developing and Promoting Tourism in Ceredigion, Meirionnydd and Powys*. Mid Wales.
13. Hilmer, F. 2016. *Effective Sustainability Communication for Music Festivals and other Mega-Events*. Germany.
14. Jah Nation. 2015. *Join the revolution*. Vilnius. Prieiga: <http://revolutionfestival.lt> Žiūr. [2016-05-16]
15. Kardelis, K. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Kaunas.2002.
16. Kotler, P., Scheff, J. 1997. *Standing room only: strategies for marketing the performing arts*. Harvard Business School Press
17. Luobikienė, I. 2007. *Sociologinių tyrimų metodika*. Kaunas.
18. Morkevičius, V., Telešienė, A., Žvaliauskas, G. 2008. *Empirinių duomenų ir informacijos HSM tyrimams kaupimas ir valdymas: Lietuvos HSM duomenų archyvas (LiDA). PAVYZDINIS METODOLOGINIS MOKOMASIS STUDIJŲ PAKETAS*. Kaunas. Prieiga: http://www.lidata.eu/files/mokymai/NVivo/KKDA_20080914_esf'ui.pdf Žiūr. [2016-05-10]
19. Novelskaitė, A. 2012. *Socialinio tyrimo terminija: tyrimo strategija, tyrimo planas, tyrimo dizainas, tyrimo procesas*. Vilnius.

20. Pabiržis, D. 2015. *Dosni festivalių vasara*. Vilnius. Prieiga : <http://www.veidas.lt/dosni-festivaliu-vasara> Žiūr. [2016-05-04]
21. Paulavičiūtė, A. 2008. *Renginių organizavimo abėcėlė*. Vilnius.
22. Popescu, R., Corbos, R. 2012. *The Role of Festivals and Cultural Events in the Strategic Development of Cities. Recommendations for Urban Areas in Romania*. Romania. Management Faculty, Academy of Economic Studies.
23. Pruskus, V. 2003. *SOCIOLOGIJA. Teorija ir praktika*. Vilnius.
24. Raibytė, G. 2011. *Festivalis „Tundra“ – svajonė, tapusi tradicija*. Vilnius. Prieiga: <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2011-06-16-goda-raibyte-festivalis-tundra-svajone-tapusi-tradicija/64586> [Žiūr. 2016-05-15]
25. Ramanauskaitė, E. 2001. *Elektroninis šamanizmas*. Liaudies kultūra. Nr.1. Kaunas.
26. Rimantas, T. 2003. *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Lietuvos teisės universitetas. Vilnius.
27. Tundra festival. 2015. *Verta skirti laiko ir jėgų dienos veiklų užsiėmimams*. Vilnius.
Prieiga: <http://tranzu.yra.lt/archyvas/tundra2015/naujienos/2015/verta-skirti-laiko-ir-jegu-dienos-veiklu-uzsiemimams.html> Žiūr. [2016-05-10]
28. Užsienio Lietuvių Departamentas (ULD). 2013. *Renginių organizavimo atmintinė*. Vilnius.
Prieiga: https://www.urm.lt/uploads/default/documents/globali_lietuva/seminarai_renginiai/Renginiu_organizavimo_atmintine.pdf Žiūr. [2016-04-23]
29. Willnauer, F. 2011. *Festspiele and Festivals*. Deutsches Musikinformationszentrum.

RENGINIŲ KLASIFIKAVIMAS PAGAL PAGRINDINIUS TIPUS

Renginio tipas	Rezultatai dalyviams	Rezultatai organizatoriams
Dalykinis Dilerių suvažiavimai Konferencijos, suvažiavimai, kongresai Verslo pusryčiai Renginiai, skirti ryšiams su investuotojais	Dalijimasis idėjomis Naujų įgūdžių mokymasis Kontakto užmezgimas	Esamų klientų ir partnerių lojalumo didinimas Naujų klientų ir partnerių pritraukimas Naujų idėjų paieška Investicijų pritraukimas Pelnas iš renginio
Mokomieji, švietėjiški Seminarai Treniruotės	Naujų įgūdžių mokymasis Mokymasis elgtis naujose situacijose Kvalifikacijos kėlimas	Pardavimo apimčių didinimas Darbo efektyvumo didinimas Pelnas iš renginio
Žiniasklaidai Spaudos konferencijos Spaudos kelionės	Aktualiausios ir patikimiausios informacijos gavimas iš pirmų lūpų	Žiniasklaidos dėmesio atkreipimas Straipsniai spaudoje Viešųjų ryšių palaikymas Kompanijos kaip lyderio pozicionavimas Antikriziniai veiksmai
Išvažiuojamieji renginiai Prezentacijos Realizavimo skatinimo renginiai	Informacijos apie naujoves gavimas Ypatingos sąlygos pirkiniams/paslaugoms	Pardavimo apimčių didinimas Esamų klientų ir partnerių lojalumo didinimas Naujų klientų ir partnerių pritraukimas
Pramoginiai Korporacinės šventės Renginiai korporacijos viduje komandai sutelkti	Pramoga Bendravimas Ryšių kolektyvo viduje stiprinimas	Darbuotojų lojalumo didinimas Spaudos dėmesio atkreipimas
Iškilmingi Banketai, furšetai, pobūviai Jubiliejai Ypač svarbių svečių priėmimas	Tradicijų formavimas Bendravimas Statuso palaikymas	Savojo statuso didinimas Rezultatai organizatoriams
Labdaros renginiai Labdaros pietūs, koncertai	Galimybė padėti vargstantiems, sergantiems ir kt.	Socialinės atsakomybės demonstravimas

Lėšų rinkimo akcijos	Pramoga Bendravimas	Galimybė padėti vargstantiems, sergantiems Atkreipiamas spaudos dėmesys
Masiniai Miesto šventės Festivaliai/Koncertai Konkursai Parodos	Pramoga Bendravimas	Turistų, rėmėjų pritraukimas Kultūros rėmimas Socialinės atsakomybės demonstravimas
Sporto	Varžybos ir laimėjimų pripažinimas Pramoga	Masinė netiesioginė reklama Turistų pritraukimas Socialinės atsakomybės demonstravimas

Šaltinis: Joe Goldblat. Special Events. 2008 p. 36

LIETUVOJE 2015-ŲJŲ METŲ VASARĄ VYKĘ ELEKTRONINĖS MUZIKOS FESTIVALIAI

1. „Sūpynės“



2. „Tundra“



3. „Revolution festival“



4. „Yaga Gathering“



5. „2Echoes Festival“



2015-ŪJŲ METŲ „REVOLUTION FESTIVAL“ ATLIKĖJŲ SĄRAŠAS

JUNGLE WARRIORS scena | Stilius: Jungle, Ragga jungle, Oldschool jungle, Dubwize, Raggatek, Ragga core, Ragga terror, etc.

VANDAL (UK)
 DAVID BOOMAH (UK)
 SELECTA J-MAN (UK)
 OTAKO (Lemon Drizlay Crew) (UK)
 RIFFZ (PL)
 OSH KOSH (UK)
 BIGSPIN B2B KUTZ (UK)
 MONKSTA (UK)
 PSYDA (UK)
 CR-EDIT a.k.a. DOCTAH JAHNGLE (LT)
 DJ MAMANIA (LT)
 J-LIGHTA (LT)
 POSITIVE FYAH (LT)
 SQUADEX (LT)
 ROOFNECK (LT)
 SPECTER JUNGLIST (LT)
 SPRAY (LT)
 FAMIZ (LT)
 BABILAN (LT)
 SOCLE (LT)
 B ORE (LT)
 VJ 2v3 (LT)
<https://goo.gl/9Fi8dJ>

BABYLON PRESSURE scena | Stilius: Techno, Hard Techno, Drum'n'Bass, Frenchcore, Hardcore, Hardstyle, Terror, Speedcore, breakcore etc.

I:GOR (PL)
 WALDHAUS (DE)
 BREAKFORCE ONE (DE)
 KPK (PL)
 DJ2B (LV)
 DR. X-RAY(LT)
 EVILSPOT (LT)
 M1DLET (LT)

ALYGA SOFT (LT)
VARPININKAS (LT/NO)
BO(7LAKES) a.k.a. BONGO (LT)
DEEPCLUSTERZ (LT)
NO SPIN (LT)
AMBER FREQS (LT)
CHR (LT)
CYBER (LT)
ALISA SCHRANZO ŠALYJE (LT)
QUADGRIND (LT)
KAUKAS (LT)
BULVIUS IR ELEKTRODAI (LT)
GIORFIVE (LT)
COMA (LT)

KINGDOM OF ZION scena | Stilius: Reggae, Ska, Dub, Dub meditation, Dancehall etc.

WUDUB!?! (BE)
MC BABYLONBUSTER (BE)
JAHYU (DE)
RAS KIBA (LT)
ELEKTRONINIS BALTASIS KIRAS (LT)
DUBSTEP MEDITATIONS a.k.a SKE (LT)
DUBINN (LT)
SOUL JAH (LT)
ZIKAS (LT)
YARAS (LT)
YOSOY (LT)

FESTIVALIO „TUNDRA“ DEKORACIJOS

