

## AGNESE HERMANE

# LATVIJAS FESTIVĀLU MĒRĶORIENTĀCIJA MENEDŽMENTA UN KULTŪRPOLITIKAS KONTEKSTĀ

### Ievads

Ar ko festivāli asociējas daudziem mūsu līdzcilvēkiem? Arvien biežāk – ar nomīditiem zālājiem, iereibušiem jauniešiem, troksni. Tie tiek kritizēti kā tukša izklaide, kā pasākumi, kuri iztērē publiskos līdzekļus, bet kurus apmeklē tikai elite vai jaunieši. Tomēr šā raksta nolūks ir festivālus aizstāvēt, atgādināt, ka tiem ir daudz dziļāka jēga sabiedrības dzīvē, ka tie ir spēcīgs solidarizējošs, iekļaujošs un izglītojošs instruments.

Runājot par festivāliem Latvijā, jāatzīst, ka ir daudz jautājumu, uz kuriem pagaidām nav pieejamas atbildes – cik? kur? kādēļ? kam tie ir nepieciešami? kādēļ tie ir jāatbalsta? ko tie dod? Kaut arī pasaulē festivālu pētniecība pēdējo desmit gadu laikā bijusi aktīva, sevišķi par festivālu ekonomisko un sociālo ietekmi, Latvijā aptveroši pētījumi par festivāliem nav veikti. Atbildes uz minētajiem vienkāršajiem jautājumiem varētu interesēt gan sabiedrību, gan festivālu organizatorus pašus, kuri, kā secināts pētījuma laikā, ne vienmēr izprot un apzinās pašu veidotā festivāla nozīmību un ne vienmēr spēj pietiekami argumentēti to pamatot. Jo īpaši būtiski tas ir krīzes apstākļos, kad finansējuma pieejamība ir ierobežota, jo daudziem festivāliem ir nepieciešams arī valsts un pašvaldību atbalsts. Festivālu rīkotājiem tādēļ jādarbojas ļoti mērķtiecīgi un apdomīgi – svarīgi nospraust konkrētus mērķus un uz tiem tiekties, lai sasniegtu iecerētos rezultātus un pildītu solījumus, kas doti finansētājiem. Festivālu ir daudz, tādēļ padziļināta izpratne un pamatotprasmē var palīdzēt izdzīvot.

Šā raksta ietvaros tiks meklēta atbilde uz jautājumu – kādu ietekmi festivālu rīkotāji Latvijā vēlas panākt un kā tas atspoguļots festivālu mērķu formulējumos? Vispirms tiks sniegts festivāla jēdziena skaidrojums, aplūkota mērķu nozīmība gan no menedžmenta skatpunkta, gan kultūrpolitikas kontekstā. Tupinājumā tiks aprakstīti pētījuma rezultāti, kura ietvaros ar kontentanalīzes

metodi tika veikta Latvijas festivālu mērķu formulējumu saturiska analīze, noskaidrojot festivālu veidotāju vēlamu festivālu rezultātu un ietekmes veidu.

### Definīcija

Vēsturiski festivālu izcelsme saistāma ar rituāliem, kas sastopami ikvienā sabiedrībā, ar reliģiskām un kulta darbībām, kurām bija īpaša simboliska jēga. To ir būtiski ņemt vērā, runājot par festivāliem mūsdienās, jo daļa no tiem kaut kādā aspektā ir saglabājuši šo savu sākotnējās jēgas līmeni. Protams, aizvien vairāk ir arī tādu festivālu, kas netiecas pēc dziļākiem meklējumiem, bet ir vērsti uz izklaidi un kopā pulcēšanu, kas arī ir būtiska festivālu funkcija. Tradicionālais festivāla jēdziena skaidrojums ietver reliģiskus notikumus, sezonālas svinības vai cita veida prakses, kas saistītas ar cilvēku dzīves lielākajiem notikumiem, kuri ievērojami atšķiras no ikdienas (*Birx*, 2010, 774). Emīls Dirkhēims 1915. gadā, rakstot par reliģiskās dzīves formām, atzīst, ka reliģiskie svētki ir tāda kā kolektīvās mutuoļošanas, kopīgas pacilātības forma, kuros kolektīvā apziņa izpaužas un konsolidējas (E. Durkheim. *The Elementary Forms of the Religious Life*. 1915. <http://www.gutenberg.org/files/41360/41360-h/41360-h.htm> Skatīts 10.10.2013.). Šis E. Dirkhēima formulējums "kolektīvā mutuoļošana" vai "kolektīvā pacilātība" varētu raksturot festivālu gaisotni arī mūsdienās. Tomēr E. Dirkhēims to vairāk raksturo kā destruktīvu. Francūz antropologs Alberts Pjete (*Albert Piette*) savukārt uzskata, ka ir nepietiekami festivālus aplūkot vienīgi kā svinēšanas vai transgresijas aktu, pēc viņa domām, festivāls ir intersticiāla laiktelpa, kurā mainās ikdienas elementu un attiecību raksturs (*Piette*, 1992, 38, 40). Arī šī atziņa ir attiecināma uz mūsdienu festivālu dabu, jo, veidojot festivāla atmosfēru, izvēloties norises vietu, sastādot programmu, organizatoru centieni ir vērsti uz to, lai apmeklētāji "atslēgtos no ikdienas".

Mainoties sabiedrībai, arī festivālu būtības skaidrojums pakāpeniski attālinās no rituālu formas, tie kļūst par vietējo kopienu sociāliem notikumiem. Viens no pirmajiem posttradicionālā festivāla definīcijas autoriem – Alesandro Falassi – norāda, ka festivāls ir sociāls notikums, kas regulāri atkārtojas, tam raksturīga formu daudzveidība un koordinētu pasākumu sērijas, tajā tieši vai netieši un dažādos līmeņos iesaistās visi vietējās kopienas biedri, kurus vieno etniskas, lingvistiskas, reliģiskas vai vēsturiskais saiknes un kopējs pasaules uzskats (*Falassi*, 1987, 1–2). Šī definīcija ir pamatā lielai daļai pētījumu par festivāliem mūsdienās. Jaunzēlandes kultūrpolitikas pētnieki ir izveidojuši pavisam atšķirīgu pieeju festivāla definīcijai, apliecinot, ka vienīgie pasākumi,

kas var tikt klasificēti kā festivāli ir tie, kas *galvenokārt centrēti uz attīstību, prezentāciju un/vai dalību mākslā; kuru programma ir iecerēta, producēta un pasniegta kā komplekss un kuri notiek vienā noteiktā vietā vai reģionā, noteiktā laika posmā* (Hunyadi, Inkei, 2006, 8). Tomēr pieejas festivāla jēdziena definēšanā ir ļoti dažādas, grūtības atrast vienojošu pieeju rada arī lielā festivālu daudzveidība un tendence lietot šo apzīmējumu arī neatbilstošās situācijās. Dragans Klaičs (*Dragan Klaič*), viens no aktīvākajiem kultūras un mākslas festivālu pētniekiem, atzīst, ka lielā daudzveidība padara festivāla jēdzienu gandrīz vai bezjēdzīgu (Klaič, 2006, 54). “Šoppinga festivāls Spicē”, “HP festivāls”, lai izpārdotu *Hewlett Packard* veco modeļu printerus, “Austeru festivāls”, kura laikā restorāni savās ēdienkartēs iekļauj austeres, dūņu festivāls Dienvidkorejā – tie ir tikai daži no piemēriem, kas apgrūtina festivāla jēdziena adekvātu izpratni.

Lai festivālu kopainu padarītu nedaudz pārskatāmāku, tos var mēģināt grupēt pēc noteiktām specifiskām pazīmēm. Var izdalīt vietējas nozīmes, reģionālus un starptautiskus festivālus, norādot uz to atšķirīgo mērogu un ietekmes zonu, var grupēt festivālus pēc to norises biežuma – ikgadējie, reizi divos gados, reizi trijos gados notiekošie, var runāt par urbāniem un rurāliem festivāliem. D. Klaičs norāda, ka festivālus var iedalīt nosacītās trīs grupās – vietējo kopienų svinības, komerciāli pūļa pulcēšanās pasākumi un mākslas festivāli, kurus var iedalīt vēl vairākās grupās – vienas īpašas mākslas disciplīnas festivāli, festivāli ar ģeogrāfisku akcentu, multidisciplināri festivāli un monogrāfiski, starpdisciplināri un piemiņas festivāli (D. Klaič. *Every Weekend A Festival! Urban impact of the festivalization of the daily life in Europe. Time-Space Dynamics in Urban Settings Third Annual Conference of the Transatlantic Graduate Research Program, Center for Metropolitan Studies, Technical University Berlin, 25 May 2007.* [http://www.powershows.com/view1/24f9c8-ZDc1Z/Every\\_Weekend\\_A\\_Festival\\_Urban\\_impact\\_of\\_the\\_festivalization\\_of\\_the\\_daily\\_life\\_in\\_Europe\\_powerpoint\\_ppt\\_presentation](http://www.powershows.com/view1/24f9c8-ZDc1Z/Every_Weekend_A_Festival_Urban_impact_of_the_festivalization_of_the_daily_life_in_Europe_powerpoint_ppt_presentation) Skatīts 01.10.2013.). Austriešu kultūras pētnieks Manfrēds Vāgners (*Manfred Wagner*) iedala festivālus četrās grupās – reprezentācijas festivāli, dzimtenes festivāli (tradicionāli pasākumi, kas pielīdzināmi pilsētu svētkiem), tēmu festivāli un mērķgrupu festivāli (Wagner, 1983, 35–41). Mākslas festivālu jomā nošķir arī profesionālās mākslas un amatiermākslas festivālus (Getz, 2005, 40). Šā raksta ietvaros pamatā tiek runāts tieši par kultūras un mākslas festivāliem, kuriem parasti piemīt spēcīga mākslinieciska vīzija un programma, tieksme pēc augstas mākslinieciskas kvalitātes, kas tos atšķir no cita veida notikumiem. Tiem raksturīgs norises laika periodiskums (ik gadu vai ik

pa diviem trim gadiem), noteikta norises vieta (visbiežāk festivāli asociējas ar konkrētu pilsētu, apdzīvotu vietu, tomēr ir arī tādi, kas vienlaikus notiek dažādās vietās), noteikts mērķis, iemesls, kādēļ tieši šis festivāls notiek tieši šeit un tagad, daudzveidīga programma, kas visbiežāk ietver dažāda veida pasākumus dažādām auditorijām (*Hermane, 2008, 86*).

### Mērķi

Sākot pētīt festivālu ietekmi Latvijā, likās būtiski izprast, ko tad paši festivālu rīkotāji uzskata par vēlamu sava darba rezultātu, kādu ietekmi vēlas panākt – kādi ir Latvijas festivālu mērķi. Vai festivālu rīkotājiem vairāk rūp auditorija, tās dzīves kvalitāte, vai arī nozares situācijas uzlabošana, mākslinieku profesionālās izaugsmes veicināšana, vai izklaides un saturīgu brīvā laika pavadīšanas iespēju nodrošināšana? Festivālu mērķu analīze ļauj iegūt ieskatu jomās, kuras festivālu rīkotāji uzskata par būtiskākajām un kuras ļauj izdarīt arī secinājumus par festivālu mērķtiecīgumu kultūrpolitikas kontekstā.

Varētu rasties jautājums, ko dod mērķu analīze un kam tā vajadzīga? Atbilde ir vienkārša. Mērķis ir darbības vai uzdevuma nolūks, ko persona vai organizācija apzināti vēlas sasniegt vai iegūt. Saskaņā ar menedžmenta pamatprincipiem mērķu definēšana ir būtisks stratēģiskās plānošanas solis, tieši mērķi nosaka vēlamu gala rezultātu, norāda darbības virzienu, ļauj fokusēties, motivē, tiem ir pārliecinoša ietekme. Mērķa formulēšana palīdz labāk sasniegt rezultātus (*Locke, Latham, 2006, 265*). Par mērķu nozīmi jau 20. gs. 50. gados runājis P. Drakers (*P. Drucker*), nodefinējot t. s. mērķu menedžmenta pieeju (*management by objectives*). 60. gados E. Loke (*E. Locke*) savos darbos arī norādīja, ka konkrēti un ambiciozi mērķi nodrošina labāku uzdevumu izpildi. 90. gados E. Loke un G. Letems (*G. Latham*) attīstīja savu mērķu izvirzīšanas teoriju, apgalvojot, ka mērķu noteikšana ietekmē rezultātu četrus veidos. Pirmkārt, saistībā ar izvēlēm, – tiek koncentrēta uzmanība un darbs ievirzīts mērķim atbilstošās slīdēs, atvirzītas mērķiem nebūtiskās darbības. Otrkārt, saistībā ar piepūli, – mērķu sasniegšanā tiek ielikta lielāka piepūle nekā tad, ja mērķu nebūtu. Treškārt, noturības ziņā, – cilvēki kļūst neatlaidīgāki grūtību pārvarēšanā. Ceturtkārt, kognīcija, – mērķi var ietekmēt uzvedības maiņu, rosināt vēlmi pilnveidoties (*Locke, Latham, 1990*).

Mērķi ir arī būtisks festivālu menedžmenta aspekts, tie nosaka festivāla veidotāju nolūkus, ļauj koncentrēties organizatoriskajā procesā uz galveno. Tie kalpo kā virziena rādītājs festivāla organizēšanā iesaistītajiem (*Allen, O'Toole,*

2008, 108). Tie ir nozīmīgs elements arī festivālu ietekmes mērīšanā, kas būtu veicama nosprausto mērķu kontekstā, nevis atrauti no tiem. Ja ietekme netiek vērtēta mērķu kontekstā, tai drīzāk piemīt nejaušības efekts. Protams, mērķu izpēte vien neko negarantē, un ietekme var būt arī neplānota un negaidīta.

Veicot intervijas ar festivālu organizatoriem, tika novērotas trīs tendences. Daļa no rīkotājiem uzskata un piekrīt, ka festivāla mērķu formulējums ir nozīmīgs, un pie tā tiek nopietni strādāts. Iezīmējās arī tendence, ka mērķu formulējums tiek lietots kā manipulatīvs instruments – lai piesaistītu papildu finansējumu, pievērstu mediju uzmanību vai vienkārši – lai izklausītos iespaidīgāk. Un trešā tendence – mērķi netiek formulēti vispār, jo iesaistītajiem šķiet, ka tāpat ir skaidrs, kas ir svarīgākais – to apliecināja arī šā pētījuma rezultātā apzinātie festivāli, no kuriem daļai mērķu formulējuma nebija vispār. Šāda situācija gan ir pretrunā ar menedžmenta pamatprincipiem, kas norāda, ka mērķu noteikšana ir priekšnosacījums rezultātu sasniegšanai (*Locke, Latham, 1990; Drucker, 2010*). Festivāla mērķu manipulatīva lietošana ievērojami apgrūtina festivāla rezultātu un ietekmes, menedžmenta efektivitātes novērtēšanu, kas ir būtiska lēmumu pieņēmējiem, finansētājiem.

### Ietekme

Kādu ietekmi vēlas panākt festivālu rīkotāji Latvijā, un kāda ir atšķirība starp profesionālās mākslas un amatiermākslas festivāliem, kuros līdzās mākslinieciskai kvalitātei liela nozīme ir arī kopības apziņas veidošanai? Pētījuma ietvaros tika veikta festivālu mērķu analīze, izmantojot kontentanalīzes metodi. Pētījumā sākotnēji, pēc nejaušības principa, tika ietverti 90 dažādi Latvijas festivāli, par kuriem tiešsaistē ir publiski pieejama informācija, tomēr darba gaitā tika atlasīti 62 festivāli, kuriem bija publiski pieejams vai no organizatoriem iegūts mērķu formulējums, atlikušajiem 34 konkrētu mērķu formulējumā nebija, kas liecina par menedžmenta pamatprincipu neievērošanu. Mērķu formulējumi tika sadalīti daļās, un katra mērķa daļa tika uzskatīta par vienu analizējamu kategoriju – kopā tika aplūkotas 210 mērķu kategorijas jeb mērķos ietvertie tematiskie formulējumi. Pētījumā tika iekļauti visā Latvijas teritorijā notiekošie festivāli viena gada laikā – no 2013. gada 1. janvāra līdz 31. decembrim. Tika izanalizēts un salīdzināts 31 profesionālās mākslas festivālu mērķis un 31 amatiermākslas festivāla mērķis. No 210 mērķu kategorijām 148 tika ietvertas profesionālās mākslas festivālu mērķos, bet 62 – amatiermākslas festivālu mērķos, kas ļauj izdarīt secinājumu, ka profesionālās mākslas festivālu mērķi ir apjomīgāki un

daudzveidīgāki nekā amatiermākslas festivālu mērķi, un tas ir loģiski. Profesionālās mākslas festivāliem ir lielāks resursu apjoms un menedžmenta kapacitāte, lai izvirzītu kompleksākus mērķus un vēlētos panākt lielāku ietekmi.

Pētījumos, kuros aplūkota kultūras ietekme plašākā kontekstā, parasti norāda uz pieciem galvenajiem ietekmes veidiem – ekonomisko, politisko, vides, sociālo un kultūras ietekmi. Šajā pētījumā netika aplūkota politiskā ietekme, jo nevienā no definētajiem festivālu mērķiem šāda ietekmes joma neparādījās, ar vides ietekmi tika saprasta ietekme uz kultūrvidi, bet kultūras ietekme tika vērtēta kā ietekme uz kultūras nozari. Sociālā ietekme aplūkota kā sociālās sekas, kas iespaido veidu, kā cilvēki dzīvo, strādā, komunicē, izturas cits pret citu un kā sadzīvo ar sabiedrību kopumā.

Katrā no ietekmes jomām tika grupētas mērķu formulējumos saturiski līdzīgās kategorijas, norādot uz galvenajiem ietekmes veidiem. Dažāda veida ietekme uz attiecīgo kultūras nozari pieminēta 76 mērķu kategorijās no 210 aplūkotajām kategorijām (1. att.) un aplūkotajos Latvijas festivālu mērķos

76 NO 210	NOZARES, ŽANRA, MĀKSLINIEKA, MŪZIKAS INSTRUMENTA POPULARIZĒŠANA	PROFESIONĀLĀS APRIĒTES STIMULĒŠANA	MĀKSLINIEKU DALĪBNIEKU IZGLĪTOŠANA MESTARĪBAS CĒLŠANA	IZPAUSMĒS IESPĒJU NODROŠINĀŠANA JAUNAJIEM MĀKSLINIEKĀM, JAUNU TALANTU ATKLĀŠANA	JAUNRADES VEICINĀŠANA, MĀKSLINIEKU IEDVESMOŠANA	STARPTAUTISKĀS APRIĒTES STIMULĒŠANA	
	21	14	12	10	11	8	KOPĀ
54	14	12	9	6	7	6	PROFESIONĀLĀS MĀKSLAS FESTIVĀLI
22	7	2	3	4	4	2	AMATIERMĀKSLAS FESTIVĀLI
	<p><i>*populāriēt un attīstīt laikmetīgo deju Latvijā;</i></p> <p><i>*Festivāla mērķis ir popularizēt ērģeļspēles kultūru un latviešu ērģeļmākslu, kā arī atbalstīt ērģeļu uzturēšanu un apkopi;</i></p>	<p><i>*labvēlīgas vides radīšana dažādu valstu kinematogrāfiju radošās pieredzes apmaiņai</i></p> <p><i>*veicināt Latvijas amatierdāru attīstību, radošo iesaimes un celt amatierdāru iestādījumu māksliniecisko kvalitāti;</i></p>	<p><i>*apmācīt jaunus māmiņus ietilpīt baroka mākslu autentiski un vēsturiski korekti;</i></p> <p><i>*veicināt festivāla dalībnieku prasību attīstību;</i></p>	<p><i>*dot iespēju sevi apliecināt jaunajiem Latvijā talantiem</i></p> <p><i>*piesaistīt jaunus un radošus māksliniekus;</i></p>	<p><i>*stimulēt radošā potenciāla attīstību</i></p> <p><i>*rast iespēju latviešu komponisties radīt jaundarbus festivāla koncertiem;</i></p> <p><i>*veicināt latviešu pianistu radošo darbību;</i></p>	<p><i>*eksponēt Latvijas tēdri starptautiskā līmenī un mērķtieciīgi veicināt tālājoju starptautisko sadarbību;</i></p> <p><i>*sekmēt mākslinieku apmaiņu starp Latviju, Eiropu un citām pasaulē valstīm;</i></p>	

(Autore saskaņā ar publiski pieejamajiem Latvijas kultūras nozares festivālu mērķu form ulējumiem)

### 1. att. Festivālu mērķos ietvertā ietekme uz nozari.







deviņas reizes, galvenokārt kultūras tūrisma veicināšanas kontekstā un vienīgi profesionālās mākslas festivālu mērķos. Savukārt atsevišķi mērķu uzstādījumi (piecas kategorijas) bija grūti klasificējami un iekļaujami analizē, piemēram, *ļaut iejusties laikmeta tēlā vai tuvināt klausītājus un mūziķus, vai vērst sabiedrības uzmanību no ārišķīgā uz iekšējo – vārdos grūti formulējamo, netveramo mākslas virsvērtību, kas ļauj mākslas darbiem dzīvot cauri laikmetiem.*

### **Secinājumi**

Šis ir pirmais mēģinājums saturiski analizēt Latvijas festivālu mērķus, un darba gaitā tika secināts, ka metodes pielietojumā un mērķu avotu atlasē nepieciešami precizējumi; būtu jāizdala vairāk un precīzākas mērķu kategorijas; tāpat šķiet nepieciešami veidot daudzveidīgajai Latvijas festivālu kopainai atbilstošu festivālu klasifikāciju.

Latvijas kultūrpolitikas pamatnostādnēs 2014.–2020. gadam “Radošā Latvija” tiešā veidā festivāli tiek pieminēti saistībā ar kultūras un kultūras mantojuma nozaru starptautisko sadarbību un konkurētspējas nodrošināšanu, norādot, ka nepieciešams stiprināt esošo un veicināt jaunu starptautisku pasākumu – konkursu, festivālu, meistarklašu attīstību Latvijā tieši dejas nozares starptautiskās atpazīstamības veicināšanai. Saistībā ar kino industrijas attīstību tiek norādīts, ka svarīgi ir piedalīties nozīmīgākajos starptautiskajos kino pasākumos un festivālos – pasaulē un Eiropā. Tāpat pieminēta nepieciešamība nodrošināt valsts pārstāvniecību starptautiskajās tautsaimniecības skatēs, mesēs, tirgos, festivālos u. c., lai popularizētu Latvijas radošās industrijas un veicinātu radošo industriju eksportu. Festivāli pieminēti arī kultūrizglītības kontekstā, norādot, ka nepieciešams izveidot atbalsta sistēmu talantu atklāšanai un izcilības izkopšanai un ka tas varētu notikt ar regulāru valsts un starptautiska mēroga konkursu, festivālu, izstāžu, radošo nometņu un darbnīcu norisi, kas vērstas uz izcilību izvērtēšanu un izglītības kvalitātes pārraudzību un analīzi (Kultūrpolitikas pamatnostādnēs 2014.–2020. gadam “Radošā Latvija”, 2014. 20, 28, 38. <http://www.km.gov.lv/lv/ministrija/radosa-latvija.html> Skatīts 10.04.2014.). Festivāli, tātad, var kalpot par instrumentu dažādu kultūrpolitisku mērķu īstenošanai, tomēr pamatnostādnēs festivāli netiek akcentēti vai izcelti. Dokumentā ir izvirzītas četras galvenās kultūrpolitikas prioritātes – kultūras kapitāla saglabāšana un attīstība, sabiedrībai līdzdarbojoties kultūras procesos; radošums mūžizglītībā un uz darba tirgu orientēta kultūrizglītība; eksportspējīgas kultūras un radošās industrijas; ra-

došas teritorijas un kultūras pakalpojumu pieejamība (Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.–2020. gadam “Radošā Latvija”, 2014. 13. [http://www.km.gov.lv/lv/ministrija/radosa\\_latvija.html](http://www.km.gov.lv/lv/ministrija/radosa_latvija.html) Skatīts 10.04.2014.). Festivāli var kalpot par specifisku mērķu sasniegšanas instrumentu katrā no šīm prioritātēm. Festivālu mērķu analīze norāda, ka to organizatoriem visbūtiskāk šķiet bagātināt kultūras dzīvi, vairot kvalitatīvu kultūras piedāvājumu un daudzveidot to, iepazīstināt apmeklētājus ar kaut ko jaunu, paplašināt viņu redzesloku, tāpat svarīga liekas nepieciešamība popularizēt noteiktu kultūras nozari, žanru vai mākslinieka daiļradi, kas būtībā iekļaujas kultūrpolitikas vadlīnijās. Salīdzinoši varētu teikt, ka pat uzkrītoši maz festivālu mērķos iekļauta pieejamības veicināšana un līdzdalības uzlabošana, kas ir viena no kultūrpolitikas prioritātēm gan Latvijā, gan Eiropā. Tomēr kopumā var atzīt, ka festivāli Latvijā ir orientēti uz pozitīvu pārmaiņu veidošanu sabiedrībā un stiprina kultūras kapitālu. Mazāk izteikta ir sociālā ietekme, tomēr kopumā festivālu definēto mērķu klāsts aptver plašu vēlamo ietekmes lauku un pārsniedz kultūras nozares ietvaru, tiecoties ietekmēt arī cilvēku dzīves kvalitāti. Tomēr, lai novērtētu festivālu faktisko ietekmi, turpmākajos pētījumos būtu nepieciešams pētīt to reālo ietekmi, aptaujājot festivālu apmeklētājus, jo šis pilotpētījums caur festivālu mērķu formulējumiem sniedza ieskatu festivālu ietekmes veidos tikai vēlamības izteiksmē.

## Bibliogrāfija

- Allen, O’Toole, 2008. J. Allen, W O’Toole et al. *Festival & Special Event Management*. Australia: John Wiley & Sons, 2008.
- Birx, 2010. H. Birx. *Festivals and Rituals. 21st Century Anthropology: A reference handbook*. CA: SAGE Publications, Inc, 2010. – pp. 773–782.
- Drucker, 2010. P. F. Drucker. *The Practice of Management*. New York: Harper Business, 2010.
- Falassi, 1987. A. Falassi. *Festival: Definition and Morphology. Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque, NM: University of New Mexico Press, 1987. – pp. 1–10.
- Getz, 2005. D. Getz. *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant, 2005.
- Hermane, 2008. A. Hermane. *Nozīmīgākās pieturvietas festivāla organizēšanas procesā. Ceļvedis kultūras centra vadībā*. Rīga: V/A Tautas mākslas centrs, 2008.
- Hunyadi, Inkei, 2006. Z. Hunyadi, P. Inkei et al. *Festival – world Summary Report. National survey on festivals in Hungary*. Budapest: KultúrPont Iroda, 2006.
- Klaic, 2006. D. Klaic. *Festival Performance Research. A Journal of the Performing Arts*. 2006. Vol. 4, 11. – pp. 54–55.

Locke, Latham, 1990. E. A. Locke, G. P. Latham. *A theory of goal setting and task performance*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1990.

Locke, Latham, 2006. E. A. Locke, G. P. Latham. New Directions in Goal-Setting Theory. *Current Directions in Psychological Science. A Journal of the Association for Psychological Science*. 2006. Vol. 15. No. 5.

Piette, 1992. A. Piette. Play, Reality, and Fiction: Toward a Theoretical and Methodological Approach to the Festival Framework. *Qualitative Sociology*. 1992. Vol. 15. No. 1. – pp. 37–52.

Wagner, 1983. M. Wagner. Kulturfestivals – Eine Form Gesellschaftlicher Reaktion auf die Krisen der achtziger Jahre. *Theorie und Praxis des Kunstmanagements*. 1983. Jg. 1. Heft 1. – S. 35.–41.

Agnese Hermane

### **Objectives and focus of festivals in Latvia within the context of management and cultural policy**

Abstract: This article provides an insight into the problems of defining the notion “festival” and the classification of various festivals. In respect to the influence of cultural and art festivals, it is indicated that the definition of the objective is a pre-condition for the measurement of influence, so that the results could be objectively accepted. The formulation of an objective by defining the preferable results and the desirable influence corresponds to the basic principles of management and the best practice in the organisation of cultural events. The article analyses the objectives of Latvia’s festivals and the categories of influence by applying the method of content analysis, as well as outlines the influence of festivals upon the sector of culture and cultural environment, including the social influence. The author draws a conclusion that the organisers of festivals in Latvia believe that the main objective is to enrich cultural life by offering qualitative cultural events and by diversifying it with something new, thus broadening the worldview of participants and popularising a specific genre of art.

Keywords: festival, objective, influence, cultural policy.