

Latvijas Kultūras akadēmija
Kultūras teorijas un vēstures katedra

KULTŪRAS PRODUKTU PIEDĀVĀJUMS UN PROGRAMMAS
VEIDOŠANAS PAMATPRINCIPI LATVIJAS PILSĒTU UN NOVADU
SVĒTKOS

Maģistra darbs

Autore:
Akadēmiskās maģistra studiju programmas “Mākslas”
Kultūras menedžmenta un radošo industriju apakšprogrammas
2. kursa studente Madara Valaine
(ID Nr. 20134627)

Darba vadītāja:
Doc. Agnese Hermane

Rīga
2015

SATURA RĀDĪTĀJS

IEVADS	3
1.KOPIENAS SVĒTKI KĀ KULTŪRAS PRODUKTU KOMPLEKSS	6
1.1.Kultūras produkta jēdziens	6
1.2. Pasākumu definīcija un klasifikācija	12
1.3. Pilsētu un novadu svētki kā kopienu svētki. Definīcijas un nozīmes.	19
2. PASĀKUMU PROGRAMMU VEIDOŠANAS PRINCIPI	26
2.1. Pasākuma programmas veidošanas ietekmējošie faktori	27
2.2. Programmas veidošanas pieejas un dimensijas	29
3. LATVIJAS PILSĒTU UN NOVADU SVĒTKU KOPĪGĀS PAZĪMES	44
3.1. Pilsētu un novadu svētku izplatība Latvijā	44
3.2. Pilsētu un novadu svētku norises laiks un ilgums.....	46
3.3. Pilsētu un novadu svētku nosaukumi un struktūra.....	47
3.4. Pilsētu un novadu svētku pasākumu ieejas maksa.....	49
3.5. Kultūras produktu piedāvājums pilsētu un novadu svētkos.....	51
4. LATVIJAS PILSĒTU UN NOVADU SVĒTKU PROGRAMMU VEIDOŠANAS PAMATPRINCIPI	67
4.1. Pilsētu un novadu svētku funkcijas un izpratne Latvijā	67
4.2. Pilsētas un novadu svētku programma – iekšēji vadīta	69
4.3. Uz izklaidi balstīta programma	72
4.4. Uz brīvdabas pasākumiem balstīta programma	73
4.5. Programma visām paaudzēm, vietējiem iedzīvotājiem un iebraucējiem.....	75
4.6. Programma novadam vai pilsētai.....	77
4.7. Tradicionālā un jaunā balanss.....	78
4.8. Lokālo un viesmākslinieku balanss	81
NOBEIGUMS	85
KOPSAVILKUMS.....	87
IZMANTOTO AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS.....	89
ANNOTATION.....	93
PIELIKUMI.....	94

IEVADS

Pētījums par Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņu un līdzdalību kultūras aktivitātēs no 2007.–2014. gadam parāda, ka kultūras aktivitāte, kurā visvairāk pēdējā gada laikā ir iesaistījušies Latvijas iedzīvotāji, pārliecinoši ir tieši pagasta, pilsētas vai novada svētku svinēšana, tos vismaz reizi pēdējā gada laikā apmeklējuši 69% no visiem aptaujātajiem. Dati liecina par šī kultūras pasākuma formāta aktualitāti mūsdienās un pieprasījumu Latvijas iedzīvotāju sabiedrībā. Autore to var apliecināt arī pēc personīgiem novērojumiem, dzīvojot Lielvārdes novada Lielvārdes pilsētā, kur šis nu jau tradicionālais pasākums pilsētas iedzīvotājiem ir viens no centrālajiem un gaidītākajiem kultūras notikumiem gadā, agrāk saucoties par “Lielvārdes pilsētas svētkiem”, bet 2014. gadā, paplašinot mērogu, jau par “Lielvārdes novada svētkiem”. Šie svētki ir nozīmīgi ne tikai iedzīvotājiem personīgi dzīves kvalitātes veicināšanā, bet svarīga ir to vieta pagastu, pilsētu un novadu ekonomiskajā attīstībā, tūrisma attīstības stratēģijas veidošanā un kultūras, lokālās identitātes veicināšanā utt.

Latviešu akadēmiskajā literatūrā pagaidām nav definīcijas, kas raksturotu pilsētu un novadu svētkus, tomēr nenoliedzami šie jēdzieni “pilsētas svētki” un “novada svētki” (pastāv arī “pagasta svētki” un “ciema svētki”, bet tie nav iekļauti šī pētījuma ietvaros) ir bieži lietoti jēdzieni, un šķiet, ka to kontekstu zina ikviens. Iepazīstoties ar ārzemju pētnieku pasākumu klasifikācijām, pilsētu un novadu svētki pēc to pazīmēm un tipa ir kultūras pasākums, konkrētāk - kopienas svētki (*community festival*), kas ir vēsturiskās un jubileju jeb gadadienu svinības. Dažkārt pētījumos angļu valodā var sastapties ar tādiem jēdzieniem kā *city festival*, *town festival*, *village festival*, *city celebration* un tamlīdzīgi (to nosaka katrā valstī atšķirīgie administratīvo teritoriju iedalījumu tipi), kas arī var funkcionēt kā kopienas svētki, bet dažkārt tie var tikt attiecināti uz kādas pilsētas mākslas festivāliem.

Pilsētu un novadu svētku programmas parasti saistās ar šaurāku vai plašāku kultūras produktu piedāvājumu, tātad šo svētku koncepts ir dažādu kultūras pasākumu apvienojums. Svētku organizētāju uzdevums ir veidot programmu tā, lai tā piesaistītu gan vietējos iedzīvotājus, gan tūristus no citām Latvijas vietām, uz dažkārt pat ārvalstu tūristus. Katrs pagasts, pilsēta un novads, kas organizē šos svētkus, ir atšķirīgs ar savu mērogu, lokācijas vietu, iedzīvotāju daudzumu, kultūrvēsturi un lokālo identitāti, tai skaitā ekonomisko situāciju, tāpēc pasākuma programmas izstrāde un veidošanas principi ir atkarīgi no dažādiem ietekmējošiem faktoriem attiecīgajā reģionā.

Izstrādājot maģistra darbu, autore vēlas izpētīt Latvijas pilsētu un novadu svētku fenomenu, to programmās piedāvāto kultūras produktu saturu un programmas veidošanas

patmatprincipus. Darba pētnieciskais jautājums: kādas ir pašreizējās tendences kultūras produktu piedāvājuma veidošanā pilsētu un novadu svētku programmās Latvijā un kādi ir šo svētku programmas veidošanas patmatprincipi.

Līdz šim Latvijā pilsētu un novadu svētku fenomens akadēmiskajā vidē ir salīdzinoši maz pētīts un raksturots, tāpēc autore uzskata, ka šī pētījuma praktiskā nozīmība un gala rezultāts ir vērtīgs teorētisks pārskats par pasākumu tipoloģiju, pilsētas un novadu svētku funkcijām kā kopienas svētkiem un pasākumu programmas veidošanas patmatprincipiem, un vērtīgs iegūto datu analīzes apkopojums par noteikto tēmu kartēšanas rezultātā, kurā atspoguļojas kuros Latvijas kultūrvēsturiskajos novados šie svētki ir izplatītāka parādība, kādi pasākumi biežāk vai retāk tiek piedāvāti Latvijas reģionos pilsētu un novadu svētku programmās, un kādi ir šo svētku programmu veidošanas priekšnoteikumi Latvijā. Pētījuma rezultāti turpmāk noderēs kultūras darba organizatoriem pašvaldībās, pagastos, pilsētās un novados šo svētku producēšanā un programmas veidošanā, izvērtējot pašreizējās aktualitātes un tendences. Kartēšana tiek plānota visā Latvijas teritorijā. Pētījuma ierobežojums - dati par kultūras produktu piedāvājumu, kas attiecas uz pilsētu un novadu svētku programmām 2014. gadā, iepriekšējo gadu svētku programmas netiek apskatītas.

Maģistra darba mērķis ir novērtēt kultūras produktu piedāvājumu svētku programmās un izvērtēt to veidošanas principus Latvijas pilsētu un novadu svētkos.

Tiek izvirzīti šādi darba uzdevumi:

- 1) raksturot kultūras pasākumus kā kultūras produktus un raksturot to tipoloģisko iedalījumu
- 2) analizēt pilsētu un novadu svētku fenomenu kā kopienas festivālus un skaidrot to definēšanas problemātiku Latvijā un pasaulē
- 3) izpētīt un analizēt kultūras pasākumu programmu satura veidošanas pastāvošās teorijas
- 4) veikt pilsētu un novadu svētku kartēšanu Latvijas teritorijā un analizēt iegūtos datus
- 5) izpētīt pilsētu un novadu svētku Latvijā programmas un tās saturiski analizēt un salīdzināt
- 6) veikt padziļinātās intervijas ar nozares ekspertiem, pilsētu un novadu svētku organizētājiem Latvijā
- 7) raksturot pilsētu un novadu svētku Latvijā programmu satura veidošanas principus un tos salīdzināt un analizēt
- 8) izvirzīt un novērtēt galvenos pilsētu un novadu svētku programmu veidošanas aspektus

Maģistra darba izstrādē kā viena no pētījuma metodēm tiks veikta attiecīgās literatūras atlase, izpēte un teorētiskā pamatojuma analīze. Pētījuma izstrādē tiks izmantota šāda metodoloģija: kartēšana kā kvantitatīvā pētīšanas metode empīrisku datu ieguvei, analīzei un salīdzināšanai, kas tiks veikta pēc viena standartizēta instrumentārija, pilsētu un novadu

svētku programmu satura analīze, padziļinātās daļēji strukturētās intervijas ar nozares ekspertiem pilsētu un novadu svētku fenomena un svētku programmas satura veidošanas principu skaidrošanai, kas ir kā instruments kvalitatīvās pētīšanas metodei.

Maģistra darba struktūra. Darbs sastāv no ievada, 4 nodaļām un attiecīgām apakšnodaļām, nobeiguma, secinājumiem, izmantotās literatūras avotu saraksta un pielikuma.

Darba pirmajā nodaļā tiks skaidrots, kas ir kultūras produkts un tā specifika, galvenokārt balstoties uz Filipa Kotlera (*Philip Kotler*) un Fransuā Kolbēra (*Francois Colbert*) un viņa kolēģu idejām, lai pamatotu kultūras produktu piedāvājumu kā pamata sastāvdaļu pilsētu un novadu svētkos. Turpinot tiks aplūkotas pasākumu definīcijas, tipoloģija un iezīmes, balstoties uz dažādu pētnieku viedokļiem - Džonijs Alens (*Johnny Allen*), Donalds Gecs (*Donald Getz*), Deivids Vats (*David Watt*), u.c. - kas turpmāk pētnieciskajā daļā palīdzēs strukturēt svētku programmu elementus. Šajā nodaļā pilsētu un novadu svētki tiks definēti un raksturoti kā kopienas festivāli, to nozīme, īpatnības un funkcijas Eiropas kultūras telpā, izmantojot dažādu autoru pētījumus un viedokļus, piemēram, Bernaditas Kvinnas (*Bernadette Quinn*) Alana Džepsona (*Allan Jepson*), Pētera Viltšīra (*Peter Wiltshier*), Alana Klārka (*Alan Clarke*) u.c.

Otrajā nodaļā autore pievēršas aktuālākajiem kultūras pasākumu programmu veidošanas ietekmējošiem faktoriem, iespēju veidiem, principiem un dimensijām, tās raksturojot. Šajā teorētiskajā pārskatā tiek apkopoti dažādu autoru viedokļi, to skaitā Grega Ričarda (*Greg Richards*) un Roberta Palmera (*Robert Palmer*), Saimona Mundī (*Simon Mundi*), Donalds Geca.

Trešā maģistra darba nodaļa ir pētnieciskā daļa, kurā tiek analizēti kartēšanas gaitā gūtie kvantitatīvie dati, rezultāti un tendences, kas iezīmē pētāmo svētku kā kopienas festivāla kopīgās pazīmes pasākuma satura veidošanas koncepcijās, kā arī ieskicē iespējamās līdzības un atšķirības pagastu, pilsētu un novadu kontekstā: pilsētas un novadu svētku izplatību, norises laiku, vietu, nosaukumu veidus, programmu strukturēšanas iespējas, programmās iekļauto pasākumu tipus un to kategorijas. Šajā nodaļā apkopoti dati par 107 pilsētu un novadu svētku programmām, kas glabājas autores personiskajā arhīvā.

4.nodaļa ir pētnieciskā daļa, un tajā, balstoties uz teorētisko bāzi, tiek raksturotas galvenās tendences un aspekti pilsētu un novadu svētku Latvijā programmas satura veidošanā un problemātikā. Tika veikta satura analīze 3 konkrētām 2014. gada pilsētu un novadu svētku programmām: Lielvārdes novadu svētku, Ogres pilsētas svētku un Jūrmalas pilsētas svētku. Tās tika raksturotas saturiski, veicot kvalitatīvas dziļās intervijas ar nozares ekspertēm, minēto pilsētu un novadu svētku organizatorēm.

1. KOPIENAS SVĒTKI KĀ KULTŪRAS PRODUKTU KOMPLEKSS

1.1. Kultūras produkta jēdziens

Pilsētu un novadu svētki ir kultūras produkts, kas sevī ietver citus kultūras produktus – dažādus pasākumus, koncertus un aktivitātes, kurus vēro vai kuros piedalās svētku dalībnieki. Tātad pilsētu un novadu svētki attiecīgi ir kultūras produktu komplekss jeb kopums, un tie kopā veido produktu miksu svētku programmās kā piedāvājumu saviem apmeklētājiem. Lai nonāktu pie kultūras produkta jēdziena skaidrošanas, sākotnēji ir jāsaprot atsevišķi katra jēdziena nozīme un problemātika, un kā tie tiek lietoti pētījuma kontekstā.

Jēdziens “kultūra” nav viennozīmīgs, mūsdienās tam ir vairāki simti definīciju, kas dažādās nozarēs un disciplīnās atšķiras. Jēdzienu “kultūra” var saprast gan šaurākā, gan plašākā nozīmē. Latvijā Valsts kultūrpolitikas vadlīnijās 2006. – 2015. gadam “Nacionāla valsts”, kas akceptē Pasaules kultūras konferencē (Meksika, 1982) pieņemto definīciju, ko lieto visos svarīgākajos starptautiskajos kultūrpolitikas dokumentos, dota šāda kultūras definīcija: “Kultūra šī jēdziena visplašākajā nozīmē ir visu to garīgo, materiālo, intelektuālo un emocionālo īpašību kopums, kas piemīt kādai sabiedrībai vai sociālai grupai un līdzās mākslai un literatūrai ietver sevī arī dzīves un līdzāspastāvēšanas veidus, vērtību sistēmas, tradīcijas un uzskatus.”¹ Šī definīcija ir atbalstīta 190 valstīs, pieņemot UNESCO vispārējo deklarāciju par kultūras daudzveidību 2003. gadā.²

Savukārt kultūrpolitikas pamatnostādņu 2014. – 2020. gadam “Radošā Latvija” 2. pielikumā terminu skaidrojumā jēdziens “kultūra” definēts šādi: “Kultūra - plašākā jēdziena izpratnē ir cilvēku un cilvēces visu sasniegumu kopums, forma un veids, kas caurstrāvo jebkuru cilvēcisku darbību un esamību. Kultūra ietver sabiedrībā atzītas vērtības, toleranci, indivīdu un sabiedrības ārējo un iekšējo orientāciju, ticību, radošu garu un intereses. Kultūras saglabāšanas un attīstības pamats ir valoda, folklorā, paražas, rituāli, tradīcijas, zināšanas un izglītības process, daudzveidība un interese par citām kultūrām, kā arī laikam atbilstošs radoša darba produkts. Šaurākā jēdziena izpratnē kultūra ir mākslas, arhitektūras, mūzikas, literatūras un citas radošās izpausmes.”³ Kultūrai ir nozīmīga loma indivīda, sabiedrības un valsts izaugsmē, jo tā ir vērtība pati par sevi, tā veicina kopienu identitāti, tā ir dzīves un līdzāspastāvēšanas veids un tā ir attīstības mērķis, resurss un instruments.⁴

¹ Latvijas Republikas Kultūras ministrija. *Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006.-2015. g. Nacionāla valsts*. Rīga: LR Kultūras ministrija, 2006, 4.-5. lpp

² Latvijas Republikas Kultūras ministrija. *Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006.-2015. g. Nacionāla valsts*. 4.-5. lpp

³ Latvijas Republikas Kultūras ministrija *Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.-2020. gadam. Radošā Latvija*. 2.pielikums. Rīga: LR Kultūras ministrija, 2014, 1.lpp.

⁴ Goldmanis, Juris. *Latvijas kultūrpolitika 21. gadsimtā: vīzijas un izaicinājumi. Kultūras menedžments*. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija, 2008, 25.lpp.

“Produkts” ir tas, kas ir radies kādas darbības rezultātā kā gala iznākums, ko veicinājis cilvēks, produkts var būt gan materiāls, gan nemateriāls. Mārketinga nozarē ar produktu saprot preces un pakalpojumus, kas sniedz patērētājam kādu labumu. Mārketinga teorijā produktam un visiem tā konkurentiem ir vienādas pazīmes, taču tas, kas dod īpašu pievienoto vērtību, ir papildus pazīmes, kas var ievērojami atšķirties.⁵ Starptautiskā mārketinga profesors Filips Kotlers jēdzienu skaidro un definē vēl plašāk: “Produkts ir jebkas, kas var tikt piedāvāts tirgum, lai apmierinātu vēlmi un vajadzību. Produkti ir fiziskas preces, pakalpojumi, pieredzes, pasākumi, personas, vietas, nekustamie īpašumi, organizācijas, informācija un idejas. Klients vērtēs piedāvājumu pēc trim pamatsastāvdaļām: produkta īpašībām un kvalitātes, pakalpojumu miksa un kvalitātes un uz vērtību balstītas cenas atbilstības.”⁶ Šī definīcija, autoresprāt, vislabāk atbilst produktam, kas attiecas uz kultūras nozari. Uz produktu var raudzīties arī no ekonomiskās nozares puses, kas ietver līdzīgas konotācijas iepriekšminētajām definīcijām, piemēram, Jānis Ēriks Niedrītis norāda, ka no šī skatupunkta “produktu traktē kā cilvēka ekonomiskās darbības rezultātu materiāli vieliskā formā (materiālais produkts), informatīvā veidā (intelektuālais produkts) vai arī paveiktu darbu jeb pakalpojumu veidā”.⁷ Vārdam “produkts” ir dažādas nozīmes, bet šī pētījuma ietvaros, tas tiek lietots vispārēji, tas ir, kā pakalpojums, priekšmets vai pieredze.

Fransuā Kolbērs un viņa kolēģi uzskata, ka patērētājs konkrētu produktu izvēlas savu personīgo īpašo nosacījumu vadīts, tie ir trīs komponenti, kas var noteikt viņa izvēli, kur svarīgākais katram patērētājam var būt atšķirīgs - centrālais produkts, ar to saistītie pakalpojumi un vērtība (simboliskā, emocionālā), kas ir atkarīga individuāli no katra patērētāja. Pēc patērētāju pūļu daudzuma produktu ir iespējams klasificēt trīs līmeņos, un tie ir - pirmās nepieciešamības preces, augsti pieprasītās preces un specializētās preces, kur kultūras produktu var identificēt ar pēdējo, jo patērētājs var būt gatavs pielikt pūles un nepieļaut kompromisus, lai iegūtu kādu konkrētu kultūras produkta pieredzi.⁸

Kultūras produkti pamatā balstās un ir atkarīgi no māksliniekiem, kas ir augsti specializēts darbaspēks - tie ir gan radošie mākslinieki, gan izpildītāji, gan dizaineri, gan apkalpojošais personāls, gan tie, kas vada un koordinē, piemēram, režisori, producenti, gan mākslinieciskie vadītāji.⁹ Lai tuvinātos kultūras produkta izpratnei, var skatīt 3 dimensijas,

⁵ Blaits, Džims. *Mārketings. Rokasgrāmata*. Rīga: Zvaigzne ABC, 2001, 99.lpp.

⁶ Kotlers, Filips. *Mārketinga pamati*. Rīga: Jumava, 2006. 393 – 394.lpp.

⁷ Niedrītis, Jānis Ēriks. *Mārketings. Otrais papildinātais izdevums*. Rīga: Biznesa augstskola Turība, 2001, 81.lpp.

⁸ Kolbērs, Fransuā, Nantels, Žaks, Bilodū, Suzanna, Ričs, Deniss. *Kultūras un mākslas mārketings*. Rīga: RD Rīgas Kongresu nams. 2007, 40. - 41.lpp. (Turpmāk: Kolbērs)

⁹ Kolbērs, 16.-17. lpp.

kas raksturo mākslas darbu. Tās ir atsaucis, tehniskās un apstākļu dimensijas (skat. attēlu nr.1).¹⁰

Attēls nr.1. Mākslas produkta trīs dimensijas

Atsauces dimensija	Tehniskā dimensija	Apstākļu dimensija
Disciplīna/nozare Žanrs Vēsture Konkurenta produkti Produkti aizstājēji	Patērētāja produkta tehniskā dimensija Ražošanas procesa tehniskā dimensija	Patērētājs Mākslinieks

Atsauces dimensija ir tā, kas ļauj patērētājam spriest par produktu un to pozicionēt pēc dažādiem kritērijiem, piemēram, žanrs, vēsture, nozare u.c. Šie kritēriji jeb atskaites punkti ir atkarīgi no paša patērētāja, un tie pieaug vai mazinās atkarībā no iepriekšējās pieredzes un zināšanām par produktu. Jo lielāka patērētāja iepriekšējā pieredze un zināšanas par kādu kultūras nozari, jo labāk viņš spēs novērtēt attiecīgās nozares produkta kvalitāti, tā nosakot, kādiem kultūras produktiem viņš dod priekšroku. Atsauces dimensija definē produktu, ņemot vērā visus citus jebkad un jebkurā laikā eksistējošos produktus.¹¹

Tehniskā dimensija saistās ar produkta tehniskajiem un materiālajiem komponentiem. Tā ietekmē gala produkta kvalitāti. Kā piemēru Fransuā Kolbērs ar kolēģiem min kompaktdisku, kas ir tiražēts materiāls un produkts. Kompaktdisku iegādājoties, patērētājs ir guvis mākslas darba tehnisko dimensiju. Bet patērētājs kā mākslas produkta skatītājs redz tehniskās dimensijas integrāciju darbā un to iegūt savā īpašumā nevar.¹²

Apstākļu dimensija ir subjektīvā dimensija, jo saistās ar patērētāja un mākslinieka uztveri un dažādiem apstākļiem, kas vienu un to pašu kultūras produktu savā ziņā padara mainīgu un atšķirīgu, šos apstākļus veicina gan mākslinieks, gan patērētājs, gan konteksta uztvere, kurā produkts ir prezentēts. Tātad produkts nevar būt divas reizes vienāds. Šī dimensija saistās ar ātri gaistošiem apstākļiem produkta uztverē un radīšanā, piemēram, skulptūra vakarā atšķirsies no tā, kā subjekts to būtu redzējis no rīta citā gaismā. Kā gaistošos faktoros vēl var minēt indivīda garastāvokli, fizisko stāvokli, komforta līmeni utt., un tie visi ietekmē produkta kopējo tēlu patērētāja skatījumā un patērētāja uzskatus un viedokli par produktu un tā kvalitāti. Cilvēka uztvere gan patērētāja, gan mākslinieka ir galvenais mainīgais faktors, kas īpaši nozīmīga ir tieši skatuves mākslā.¹³

¹⁰ Kolbērs, 41.lpp.

¹¹ Turpat.

¹² Turpat.

¹³ Kolbērs,41.-42. lpp.

Kultūras produkts ir sarežģīts produkts. “Produkta sarežģītība, atkarībā no tā specifiskajām īpašībām, patērētāja īpašībām vai produkta uztveres, ir ļoti dažāda. Dažus produktus uzskata par sarežģītākiem tāpēc, ka to tehnisko īpašību iepazīšana patērētājam prasa ievērojamas personiskas pūles”¹⁴, tā F. Kolbērs ar kolēģiem. Ja patērētājam nav pilnīgi nekādas zināšanas par kādu konkrētu produktu, ko tas plānojis iegādāties vai pieredzēt, viņam var sagādāt problēmas šī produkta pirkšana, jo nezina, kā izvērtēt tā kvalitāti. Dažkārt šādas situācijas topošais pircējs risina, uzticoties draugu viedoklim un ieteikumiem, tā mazinot emocionālo slodzi produkta izvēlē. Dažkārt patērētājam problēmas sagādā ar kultūras produktu saistītie jēdzieni, kas mēdz būt abstrakti patērētājam. Patērētājam ir nepieciešamas īpašas zināšanas, lai viņš spētu šo produktu novērtēt un saprast, īpaši, ja produkts ir pilnīgi svešs. Tomēr ne visos gadījumos kultūras produkts ir sarežģīts, šādos gadījumos var runāt par populārās kultūras produktu un produktu, kas balstās uz lielam vairumam cilvēku atpazīstamiem stereotipiem, piemēram, popmūziku.¹⁵

Par kultūras produktiem var saukt izrādes, izstādes, koncertus, grāmatas, tikšanās ar māksliniekiem utt., tātad pie tiem var pieskaitīt gan izpildītāj mākslas, gan kultūras pasākumus u.tml. Mārketinga nozarē arī pats mākslinieks tiek skatīts kā produkts.¹⁶ Būtībā kultūras produkts var būt gan taustāms un materiāls kā prece, ko var iegādāties un neierobežoti ilgi uzglabāt savā īpašumā, gan gaistošs, vienreizējs, nemateriāls, kā notikums vai pasākums, kas realizējas patērētāja pieredzē.

Kultūras produkta izpratne laika gaitā ir mainījusies, to ietekmējuši ekonomiskie un sabiedriskie procesi. Mūsdienās, 21. gadsimtā, uzsvars ir uz preču patērēšanu, nevis ražošanu, un arvien lielāku nozīmi un vērtību sabiedrībai sniedz produkta piedāvātais pārdzīvojums, kam ne vienmēr ir jābūt skaistam, bet gan intensīvam. Ārējās pasaules reālijas kļūst par patērētāja iekšējās pasaules daļu. “Mākslas bizness ir ierauts pārdzīvojumu producēšanas mašīnērijā,” tā Māra Cēbere, SIA “Biļešu Serviss” Pārdošanas vadītāja, “(..) Kultūras produkta forma no noteiktas, plānotas un prognozējamās ir kļuvusi projektveidīga, intuitīva un spontāna.”¹⁷ Arvien nozīmīgāki mūsdienu postmodernajai sabiedrībai kļūst vienreizēji notikumi, festivāli un performances, jo patērētāju vēlmes ir reizē ļoti konkrētas un mainīgas. Līdz ar to, lai piesaistītu kultūras patērētājus, kultūras produkta veidotājiem jāveido savs produkts tā, lai tas būtu pēc iespējas unikāls, inovatīvs un atšķirīgs no citiem konkurentu produktiem, tāpēc jāatrod tas īpašais, kas liktu izcelties un piesaistītu auditoriju, protams, šajā

¹⁴ Kolbērs, 42.-43. lpp.

¹⁵ Turpat.

¹⁶ Seņka, Gita. Kultūras mārketings. *Ceļvedis kultūras centra vadībā*. V/A “Tautas mākslas centrs”, 2008, 42.-43.lpp.

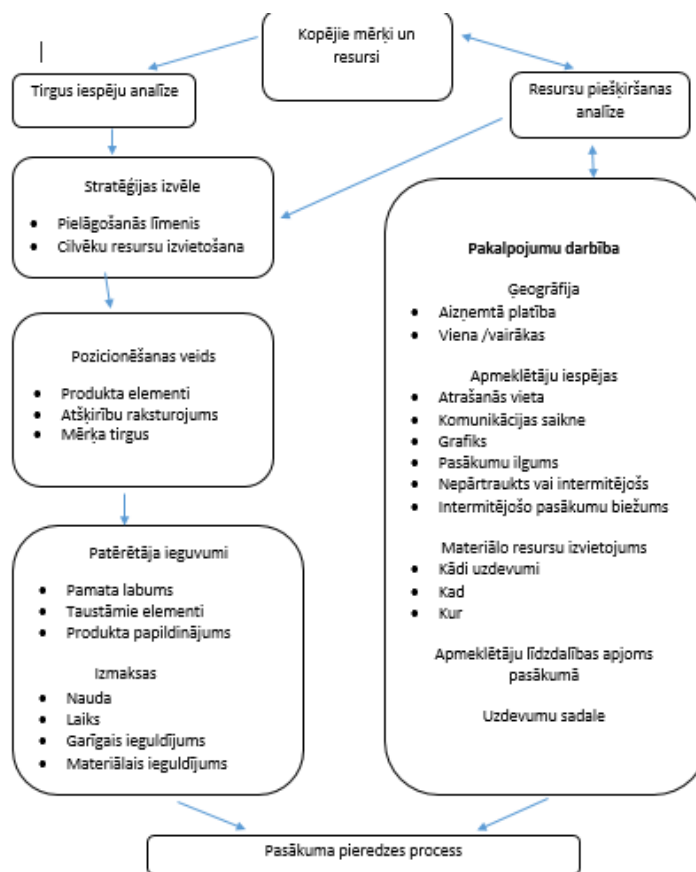
¹⁷ Cēbere, Māra. Kultūras produkta distribūcijas specifika Latvijā 21. gadsimta sākumā. *Kultūras menedžments*. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija, 2008, 96.lpp.

procesā ir svarīga loma mārketinga aktivitātēm un stratēģijai attiecīgā produkta veicināšanā, tai skaitā tirgus segmentācijai. Kultūras produkta orientācijai jābūt vērstai uz tirgu un patērētājiem, ir jāspēj apmierināt viņu vēlmes un vajadzības. Produkta pozicionēšana, pielāgošanās, pārsteiguma moments un piesaistīšanas spēja attiecībā pret auditoriju ir svarīgi aspekti kultūras produkta saiknes veidošanā ar klientu.¹⁸

Produkts ir viens no četriem mārketinga miksa komponentiem līdzās vietai, veicināšanai un cenai, kuri spēlē vienlīdz svarīgu lomu mārketinga aktivitāšu veidošanā. Produktu mārketinga teorijā var raksturot pēc četrām pazīmēm – kvalitātes, īpašību kopuma, ārējā noformējuma un zīmola,¹⁹ turpretī uz kultūras produktu kā pakalpojumu dažas no šīm pazīmēm var neattiekties.

Kultūras pasākuma produkts ir nemateriāls brīvā laika pieredzi un aktivitāšu un materiālu preču kopums jeb komplekss, tā radīšanu, plānošanu un attīstību ir iespējams attēlot shēmā (skat. attēlu nr.2).²⁰

Attēls nr. 2. Pasākuma produkta radīšanas process.



¹⁸ Cēbere, Māra. Kultūras produkta distribūcijas specifika Latvijā 21. gadsimta sākumā. *Kultūras menedžments*. 96.-97. lpp.

¹⁹ Cole, G.A. *Management. Theory and Practice. 3rd edition*. London: DP Publications Ltd, 1990, pp. 287.

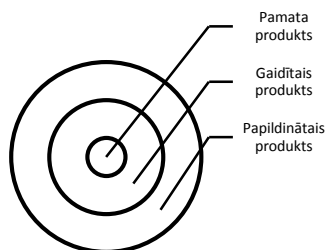
²⁰ Allen, Johnny, O' Toole, William, McDonnel, Ian, Harris, Robert. *Festival and Special Event Management. 2nd Edition*. Milton: John Wiley & Sons Australia, Ltd, 2002, pp.176.

Pasākuma produkts ir pilns preču un pakalpojumu klāsts, ko pirmkārt saprotam ar pasākuma programmu, taču tas sevī ietver arī preces, pakalpojumus, ēdināšanas iespējas, vidi, transportu, dažādu aktivitāšu apvienojumu utt.²¹ Kultūras pasākuma kā kultūras produkta plānošana ir svarīgs process ceļā uz produkta gala rezultātu. Kultūras pasākums ir brīvā laika pavadīšanas pieredze, kas rūpīgi jāattīsta, lai mērķauditorija gūtu gandarījumu un patīkamas emocijas, tāpēc pasākumu plānotājiem un kultūras menedžeriem būtu jāapzinās trīs svarīgi produkta elementi:

- Galvenais labums, ko patērētājs pieredz – baudāma brīvā laika pavadīšana, kas apmierina kāda vajadzības
- Taustāms labums, kas palīdz sasniegt pamata labumu – vieta, dekorācijas, utt.
- Papildinātais produkts – papildus rīki, kas ļauj produktam atšķirties no konkurējošiem produktiem, piemēram, mākslinieki, pakalpojumu kvalitāte, ērta pieejamība, utt.²²

Produktu piedāvājums ir svarīgākais mārketinga elements jebkurai organizācijai, jo tai ir jāspēj apmierināt patērētāju vēlmes un vajadzības, tas attiecas arī uz kultūras produktiem. Kā daudzi mārketinga speciālisti saka: “Ja jums nav produkta, jums nav nekas. Nenodarbojieties ne ar ko, pirms neesat noskaidrojuši, vai jūsu produkts ir vajadzīgs.”²³ Zinot, ka auditorijas prasības un vēlmes laika gaitā mainās, organizācijām ik pa laikam ir jāpārdefinē tas, kas attiecīgajam auditorijas segmentam liekas piesaistošs. Dažkārt galvenā vērtība nav pašā produktā, bet tajā, ko tas patērētājam var piedāvāt, piemēram, estētisku baudu, emocionālu gandarījumu, intelektuālu vai sociālu pieredzi utt. Tas attiecas arī uz izpildītāj mākslu kā kultūras produktu.²⁴ Filips Kotlers un Džoanna Šefa (*Joanne Scheff*) norāda, ka kultūras produkts sevī ietver trīs līmeņus: pamata produkts, gaidītais produkts un papildinātais produkts. (skat. attēlu nr. 3)²⁵

Attēls. Nr. 3. Kultūras produkta līmeņi.



²¹Wagen, Lynn. *Human Resource Management for Events: managing the event workforce*. Oxford: Elsevier, 2007, pp. 7.

²²Allen, Johnny, O' Toole, William, McDonnell, Ian, Harris, Robert. *Festival and Special Event Management*. Pp.166.-167.

²³Niedrītis, Jānis Ēriks. *Mārketinga. Otrais papildinātais izdevums*. 82.lpp.

²⁴ Kotler, Philip, Scheff, Joanne. *Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts*. Harvard Business School Press: Boston, Massachusetts, 1997, pp.189.-190.(Turpmāk: Kotler, Scheff)

²⁵ Kotler, Scheff, pp. 192.

Pamata produkts – produkts, kas veidojies no tā galvenā labuma. Tas tiek piedāvāts mērķa tirgum, lai to iegādātos vai patērētu. Tas var būt, piemēram, kāda koncerta viens skaņdarbs, visa programma, kopējā sezonas programma, izpildītājs u.c.

Gaidītais produkts – patērētāja ieceres attiecībā uz produktu īpašību un apstākļu kopumu, iegādāšanos un produkta patērēšanu, piemēram, patērētājs iecerējis nopirkt biļetes uz koncertu, norēķinoties ar kredītkarti.

Papildinātais produkts – papildu ieguvumi un iespējas, ko mērķauditorija sagaida vai negaida, piemēram, atlaides, izdevīgi piedāvājumi utt., kas var piesaistīt jaunu auditoriju, bet prasa papildus finanses.²⁶

Kultūras produkts izpildītāj mākslas jomā ir kā pakalpojums, to var definēt kā jebkuru performatīvu darbību, ko kāds subjekts vai sabiedrības kopums var piedāvāt citiem, pakalpojums ir netaustāms, tam piemīt zūdamība, un tas nerealizējas patērētāja īpašumā tehniski. Šiem pakalpojuma veida kultūras produktiem ir noteiktas īpašības.

- **Nesataustāmība** – pakalpojums ir gaistošs, to nevar redzēt, dzirdēt, just, nogaršot, pirms patērēšanas vai iegādāšanās, kā piemēru minot, ka cilvēks, kurš nopircis biļeti uz teātri, nevar noskatīties šo teātra izrādi, pirms tā nav izpildīta. Tomēr pakalpojuma piedāvātājs to var radīt skaidrāku, ar tādiem kvalitātes rādītājiem kā zīmols, reputācija, atsauksmes, vizuālais noformējums, žanrs, utt., tādā veidā sniedzot materiālas un simboliskas liecības par savu abstrakto produktu.
- **Nepastāvība** – pakalpojumus nevar uzglabāt, piemēram, ja uz teātra izrādi neierodas cilvēks, kas ir nopircis ieejas biļeti, otrreiz to izmantot viņš nevar, un brīvās vietas arī vairs nav iespējams pārdot.
- **Neatdalāmība** – pakalpojumi parasti vienlaikus tiek gan producēti, gan patērēti, tie ir nešķirami no avota, kas tos nodrošina.
- **Mainīgums** – pakalpojuma kvalitāte ir atkarīga no tā, kas un kad to piedāvā vai izpilda, piemēram, koncerta kvalitāti var iespaidot dziedātāja garīgais vai fiziskais stāvoklis, enerģija, dažādi ārējie apstākļi, klimats, tehniskā nodrošinātība utt. Tas ir sava veida risks, kam tiek pakļauti potenciālie pakalpojuma patērētāji.²⁷

1.2. Pasākumu definīcija un klasifikācija

Pasākumu veidi ir ļoti daudzveidīgi un dažkārt ir grūti noteikt to tipoloģiskās robežas. Dažādi autori piedāvā savus skaidrojumus par to, kas vispār ir pasākumi, kā tos klasificēt, un kādas nozīmes ietver kultūras pasākumi. Šajā apakšnodaļā par tiem būs apkopoti un raksturoti

²⁶ Kotler, Scheff, pp.191.-193.

²⁷ Kotler, Scheff, pp.193.-195.

autoru viedokļi. Šī apakšnodaļa ir būtiska, jo no tās izriet un secīgi var nonākt pie tā, kā var klasificēt pilsētu un novadu svētkus pasākumu tipoloģijā.

1.2.1. Pasākuma jēdziens un īpašības

Vārdnīcās angļu valodas terminu *event* (latv. val. - pasākums, notikums) definē plaši: kaut kas, kas atšķiras no visa cita, kas eksistē vai tāds notikums, kas ir īpašs, svarīgs. Pasākumi sevī ietver dažāda mēroga pasākumus - tie var būt nelieli vietējie lokālie pasākumi līdz pat starptautiska mēroga pasākumiem. Pētnieks Deivids Vats uzsver, ka pasākums ir kaut kas, kas notiek, nevis tikai eksistē, un ir jābūt kādam, cilvēkam vai to grupai, kas veicina iespēju tam notikt - organizē un realizē pasākumu.²⁸ Pasākumus var definēt arī kā “specifisku rituālu, prezentāciju, performanci vai svinības”²⁹

Apkopojot dažādas definīcijas, Donalds Gecs izceļ trīs aspektus, kas raksturo pasākumu: notikums konkrētā vietā un laikā; īpašu apstākļu kopums; ievērības cienīgs notikums. Pasākumam ir raksturīgs noteikts laika posms, kad ir tā sākums un beigas, un tas var būt ciklisks, gadskārtējs vai saprotams mehāniskā pulksteņa laika līmenī, tas ir iepriekš pirms paša pasākuma norises plānots notikums (*planned event*), kam parasti ir konkrēta aktivitāšu vai citu pasākumu programma, vai noteikts norišu grafiks. Pasākuma veidu, kā tas tiek organizēts, uztverts, pieredzēts, apmeklēts, kāda vērtība tam tiek piešķirta, transformē un ietekmē saikne ar ģeogrāfisko vietu un attiecīgās lokālās kultūras identitāte, jo katrai nācijai un kopienai ir nepieciešamas savas svinības un svētki, kas ceļ lepnumu un pauž piederību pie tās. Katrs pasākums ir neatkarojams attiecībā uz pieredzi, ko pasākuma apmeklētājs no tā gūst, un arī materiālā veidā, kaut arī pasākumu formāti un programmas mēdz būt līdzīgi. Apmeklētāju, viesu, dalībnieku un mākslinieku garastāvokļi un gaidas par attiecīgo pasākumu vienmēr atšķirsies, neatkarīgi no pasākuma vides vai programmas. Tātad katrreiz, kad pasākums norisinās, tas ir unikāls, šī galvenā pasākumu īpašība, kas tos dara saistošus to dalībniekiem. Plānots pasākums ir sociāla rakstura fenomens, kas paredzēts kādai konkrētai sabiedrībai vai cilvēku grupai, jo to dabā ir nepieciešamība socializēties, svinēt un veikt dažādus darījumus.³⁰

D. Gecs piedāvā definīciju, kas raksturo pasākumus: “Plānotie pasākumi ir dzīvi, sociāli notikumi, kas radīti, lai sasniegtu īpašu rezultātu, tai skaitā tie, kas saistīti ar biznesu, ekonomiku, kultūru, sabiedrību un vidi. Pasākumu plānošana ietver tēmas, vides,

²⁸ Watt, David. *Event management in leisure and tourism*. Harlow (Essex); New York: Addison Wesley Longman, 1998, pp.1.-2.

²⁹ Williams, Nigel. *Event Project Management. Event Management: an International Approach*. London: Sage Publications Ltd, 2012, pp. 71.

³⁰ Getz, Donald. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned events*. New York: Routledge, 2012, pp. 37.-40.(Turpmāk: Getz)

izejmateriālus, servisu un programmu dizainu un īstenošanu, kas veicina vai ierobežo dalībnieku, viesu, skatītāju vai citu iesaistīto pušu pieredzes. Ikvienu pasākuma pieredze ir personīga un unikāla, tā rodas no vides, programmas un cilvēku mijiedarbības.”³¹

1.2.2. Plānotu pasākumu definēšanas un klasificēšanas problemātika

Akadēmiskajā vidē joprojām nav vienprātības par to, kā klasificēt dažāda veida pasākumus, tāpat arī nav vienas definīcijas, ko pētnieki piešķir kādam konkrētam pasākumu tipam. Autori bieži vien savos akadēmiskajos pētījumos sniedz savas definīcijas un tajā pašā laikā ir atvērti jaunām interpretācijām. Pētot akadēmisko literatūru angļu valodā (latviešu valodā akadēmiskas literatūras par pasākumu veidiem nav) par pasākumiem un to veidiem, var saskarties ar dažādiem skaidrojumiem attiecībā uz vienu terminu; to varētu ietekmēt arī konkrētā disciplīna un konteksts, par ko tiek runāts, tāpat arī laika posma specifika. Autori var lietot dažādus saistītus un radniecīgus terminus, raksturojot konkrētu pasākumu tipu, tāpēc bieži vien robežas starp šiem terminiem var izplūst vai atšķirties (piemēram, lietojums angļu valodas jēdzieniem – *event*, *special event*, *hallmark event*, *mega event*, *major event*, *festival* u.c.). Grūtības un diskusijas var sagādāt arī šo specifisko terminu tulkošana no angļu uz latviešu valodu. Pēc autores domām, arī latviešu akadēmiskajā valodā nav skaidri novilkta robeža tādiem jēdzieniem kā “kultūras pasākums”, “kultūras notikums” un “kultūras projekts”, tie var tikt lietoti kā sinonīmi, jo tiem ir daudz kopīgu īpašību un funkciju, bet tajā pašā laikā termini “pasākums”, “notikums” un “projekts” var tikt definēti atšķirīgi.

Pasākumi rodas dažādu apstākļu dēļ, tāpēc tos var kategorizēt pēc dažādām metodēm, piemēram, pētnieki tos kategorizē pēc:

- pasākuma mērķa - svinības, izglītība, mārketinga, atkalapvienošanās
- mēroga - no maza mēroga lokālajiem un kopienas svētkiem līdz mega pasākumiem
- apstākļiem³²

Mēģinājums apkopot dažādu autoru viedokļus ir *K. Leo Jago, Robin M. Shaw*, rakstā “Īpašie pasākumi: koncepciju un definīciju ietvars” (“*Special events: A conceptual and definitional framework.*”). Autori ir izveidojuši dažādu pasākumu veidu attiecību struktūru, kaut gan akadēmiskajā literatūrā par to jēdzienu skaidrojumiem vienprātības nav.

1. Pasākumi (*event*) iedalās - ikdienišķos pasākumos (*routine or common events*) un īpašos pasākumos (*special events*)

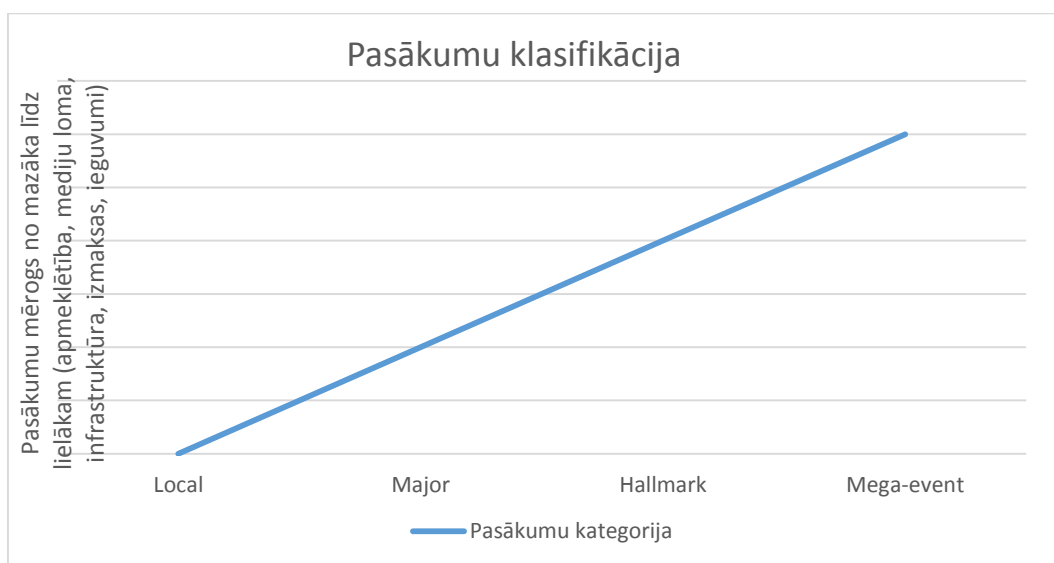
³¹ Getz, pp. 40.

³² Williams, Nigel. Event Project Management. *Event Management: an International Approach*. Pp.71.

2. Īpašie pasākumi (*special events*) – vispārējs apzīmējums, kas bieži lietots tūrisma kontekstā un ietver attiecīgās kategorijas: neliela mēroga īpašais notikums (*minor special event*), festivāli/svētki (*festivals*), liela mēroga īpašais notikums (*major special event*)
3. Lielpasākums (*major event*) sastāv no 2 kategorijām: pazīmju pasākums (*hallmark events*) un mega pasākums (*mega events*)³³

Iepriekš norādītās īpašo pasākumu kategorijas var mēģināt raksturot pēc to apmēra un ietekmes sfērām, lai iezīmētu to atšķirības. Attēlā zemāk J. Allena (*Johnny Allen*) un viņa kolēģu piedāvātā īpašo pasākumu klasifikācija pēc to mēroga. (skat. attēlu nr. 4)³⁴

Attēls nr. 4. Pasākumu klasifikācija pēc J. Allena u.c.



Līdz šim vairāki pētnieki ir mēģinājuši klasificēt pasākumus pēc to tipa, bet ir grūti izcelt kādu konkrētu viedokli, kas būtu vispareizākais vai precīzākais, jo dažkārt ir grūti noteikt pasākumu robežas. Pasākumus var tipoloģiski klasificēt pēc to formas (veidols un programma), tomēr jānorāda, ka jebkurš pasākums ietver sevī dažādas funkcijas, līdzīgas un atšķirīgas pieredzes un nozīmes. Nenoliedzami atšķirīgu plānotu pasākumu formas un funkcijas bieži pārklājas, un tām ir tendence saplūst un mainīties. D. Gecs piedāvā tādu pasākumu klasifikāciju, kuras pamatā ir seši pasākumu tipi: kultūras svinības, biznesa un tirdzniecības pasākumi, mākslas un izklaides pasākumi, sporta un atpūtas pasākumi, politiskie un valsts pasākumi un privātie pasākumi (skat. attēlu nr.5).³⁵

³³ Jago, K. Leo, Shaw, Robin M. Special events: A conceptual and definitional framework. *Event management: critical perspectives on business and management*. London; New York, NY: Routledge, 2014, pp.240.-255.

³⁴ Allen, Johnny, O' Toole, William, McDonnel, Ian, Harris, Robert. *Festival and Special Event Management*. Pp.12.

³⁵ Getz, pp. 41.

Attēls nr. 5. Pasākumu tipoloģija pēc D. Geca.

Kultūras svinības	Biznesa un tirdzniecības pasākumi	Mākslas & izklaides pasākumi	Sporta un atpūtas pasākumi	Politiskie & valsts pasākumi	Privāti funkcionējošie pasākumi
Festivāli, mantojuma atceres pasākumi	Tikšanās, konvencijas	Plānoti koncerti, šovi, teātris	Līgas spēles, čempionāti	Samiti (sanāksmes)	Rituālas / gadskārtējas norises / svētki
Karnevāli, masku balles	Gadatirgus, izstādes	Mākslas izstādes	Viens pret vienu sacīkstes, tūres	Karaliskās izrādes	Balles
Reliģiski rituāli	Tirgus	Instalācijas & laikmetīgā māksla	Izklaides pasākumi	VIP vizītes	Salidojumi
Svētceļojumi	Korporatīvi pasākumi	Balvu pasniegšanas ceremonijas	Sporta festivāli/ svētki	Militārie pasākumi	Kāzas
Parādes	Izglītojoši, zinātniski kongresi			Politiski kongresi	

Arī Linna Van der Vagena (*Lynn Van der Wagen*) piedāvā pasākumu klasifikāciju, tos iedalot trīs pamata kategorijās – biznesa, sporta un kultūras pasākumi, norādot, ka tehniski sporta pasākumi varētu ietilpt arī kultūras pasākumu kategorijā. Vēl viens veids, viņaprāt, kā pasākumus varētu iedalīt: peļņas (komerciālie) un bezpeļņas pasākumi. (Skat. attēlu nr. 6)³⁶

Attēls nr. 6. Pasākumu tipoloģija pēc L. Van der Vagenas.

Biznesa pasākumi	Sporta pasākumi	Kultūras pasākumi
Tikšanās un konferences Izstādes Veicināšanas pasākumi	Sacensību sporta pasākumi Sportiskas aktivitātes	Mākslas pasākumi Izklaides pasākumi Interneta un televīzijas pasākumi Kopienas pasākumi Sociālas aktivitātes Protesti Reliģiski pasākumi Cikliskie – ikgadējie pasākumi

Pētnieks Nigels L. Viliams (*Nigel L. Williams*) izveidojis tabulu, kurā ir apkopojis dažādu pētnieku viedokļus par pasākumu klasificēšanu pēc to tipiem. (Skat. attēlu nr. 7)³⁷

³⁶Wagen, Lynn. *Human Resource Management for Events: managing the event workforce*. Pp.5.-7.

³⁷ Williams, Nigel. *Event Project Management. Event Management: an International Approach*. Pp.71.

Attēls nr. 7. Pasākumu kategorijas pēc to tipa

D. Gecs	G. Bovdins u.c. (<i>Bowdin et al.</i>)	A. Šons & B. Perijs (<i>Shone & Perry</i>)	Dž. Goldblats (<i>Goldblatt</i>)
Kultūras Mākslas Izklaides Sporta Izglītojoši Atpūtas Politiskie Personiskie Svinības	Kultūras Sporta Biznesa	Brīvā laika pavadīšanas (izklaides, sporta, atpūtas) Privāti (kāzas, dzimšanas dienas, gadadienas) Kultūras (ceremonijas, mākslas p., kultūras mantojuma, reliģiskie) Organizatoriski (komerciālie, politiskie, labdarības, tirdzniecības)	Civīlie pasākumi Izstādes Gadatirgi un festivāli <i>Hallmark Event</i> Viesmīlīgie Tikšanās un konferences Sociālie dzīves cikla svētki Mazumtirdzniecības

Pasākumu veidi ir ļoti dažādi, atpūtas un tūrisma jomās tie ir daudzveidīgi, un to saraksts ir nebeidzams, jo rodas arvien jauni kultūras projekti ar savām iezīmēm, īpašajām pazīmēm un prasībām. Deivids Vats (*David Watt*) ir mēģinājis uzskaitīt dažādus pasākumu veidus: mākslinieciskas performances, karnevāli, festivāli, apmācību dienas, tirdzniecības izstādes, svinības, svētki, sporta sacensības, turnīri un pārraidīšana (*displays*), uguņošana, “kara spēles”, mākslas dienas, vides dienas, pilsētas svētki, slavenību uzstāšanās, lauksaimniecības izstādes, atvēršanas dienas, dārza svētki, mūzikas grupu konkursi, laivu izbraucieni, vēsturiskās tūres, muzeju dienas un svētki, mūzikas festivāli, maratoni, izglītojoši semināri, gaisa parādes, sponsorēti gājieni, suņu šovi, teatrālas performances, pasākumi dabā, ralliji, ielu pasākumi, dārza svētki, parādes utt.³⁸

1.2.3. Kultūras pasākumi un svētki

Tā kā kopienas svētki, par kuriem tiks izklāstīts nākamajā apakšnodaļā, visās iepriekš pieminētajās pasākumu klasifikācijās ir ievietoti kultūras pasākumu sadaļā, ir nepieciešams raksturot, kādas īpašības piemīt kultūras pasākumiem un svētkiem, jo pie tiem pieder arī pilsētu un novadu svētki. Kultūras pasākumi ir galvenais pasākumu industrijas sektors, kas ir tūrisma dzinējspēks daudzu valstu ekonomikā, un tie ir ļoti daudzveidīgi gan mēroga, gan žanru dažādības ziņā. D. Gecs šos pasākumus dēvē par kultūras svinībām (*cultural celebration*), un viņš nosauc vairākas vārda “svinības” konotācijas:

- Dzīvespriecīgs notikums; īpašas svinības, lai atzīmētu priecīgu notikumu; liksma ievirze; ievērot dienas vai notikuma ceremonijas ar cieņu, svinēšanu vai jautrību
- Svinīgums (svinīgas ceremonijas vai sakramenta publiska performance ar visiem nepieciešamajiem rituāliem)

³⁸ Watt, David. *Event management in leisure and tourism*. Harlow (Essex). Pp.1.-2.

- Slavēt, cildināt, uzgavilēt
- Darīt plaši zināmu³⁹

“Kultūras svinības ir līksmi pasākumi ar kultūras nozīmi. Tie var iekļaut citus plānotu pasākumu tipus, bet ir atdalāmi no izklaides, jo tiek izteiktas kultūras vērtības”⁴⁰, tā D. Gece. Viņš min, ka antropoloģiskā pieeja un metode pasākumu pētīšanā ir vispiemērotākā. Par viedokļu atšķirību attiecībā uz to, kas ir kultūras pasākums, raksta arī Čārlzs Bladens (*Charles Bladen*) ar kolēģiem, norādot, ka šo fenomenu ir grūti definēt jau tāpēc vien, ka vārdam “kultūra” ir ļoti daudz definīciju un nozīmju. Ir autori, kas kultūras pasākumus liek īpašu pasākumu (*special event*) kategorijā, kamēr citi pasākumu tipoloģijā kultūras pasākumus izdala atsevišķi, tomēr nošķirot vēl mākslas pasākumus un uz kultūras izpausmēm balstītus pasākumus tādus kā, piemēram, kopienu svētkus. Tāpat arī pētnieku viedokļi atšķiras, vai kultūras pasākumi iederas konceptā “izklaides pasākumi” vai nē. Tāpat kategorizējot kultūras pasākumus, tos var saprast antropoloģiskā nozīmē kā dzīvesveidu un estētiskās kultūras izpausmju nozīmē. To var attēlot arī tabulā (skat. attēlu nr.8).⁴¹

Attēls nr. 8. Kultūras pasākumu tipi

KULTŪRAS PASĀKUMI	
Antropoloģiskais tips	Estētiskais tips
Nacionālās kultūras Reliģiskie Tautību Seksualitātes Kopienas	Mākslas Mūzikas Mantojuma

Gregs Ričards un Roberts Palmers nosauc galvenos aspektus, kas raksturo kultūras pasākumus, un tie būtu: tie ietver vairākas aktivitātes, ir noteikts ilgums, pārsvarā atkārtoti un parasti svinīgi. Arī šie pētnieki norāda, ka tie vai nu sakņojas kopienā vai mākslās. Kultūras pasākumiem ir šādas pazīmes:

- Kultūras saturs – fokuss uz kultūru, bet var būt arī citi elementi; kultūra atklāj kultūras produktus, kas balstīti īpašā sabiedrībā, piemēram, literatūra, mākslasdarbi utt., un kultūras procesus, piemēram, kultūra kā tradīcija vai dzīves stils. Kultūras pasākumi ietver, t.s., augstās kultūras pasākumus, kas norisinās formālās vietās, un arī populārās kultūras pasākumus, kas var norisināties dažādās publiskās vietās. Nozīmīgs process ir kultūras pasākuma programmas izstrāde, kas nosaka pasākuma formu un “garšu”.

³⁹ Getz, pp.51.

⁴⁰ Turpat.

⁴¹ Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., Wilde, N. *Event Management: An Introduction*. London and New York: Routledge, 2012, pp. 327.-328. (Turpmāk: Bladen, Kennell, Abson, Wilde)

- Laiks un vieta – specifiski. Skaidri noteikts sākuma un beigu laiks, kā arī nepārprotama vieta, piemēram, pilsēta.
- Auditorija – tie, kam jāpieredz kultūras pasākums. Auditorija var tikt uzaicināta vai arī pasākuma apmeklējums ir bijusi brīva izvēle
- Iesaistītās puses (*stakeholders*) – tie kuri var ietekmēt kultūras pasākuma norisi vai tikt paši ietekmēti, individuāli vai cilvēku grupas, organizācijas utt., kam ir tieša interese, iesaistīšanās vai tie investē kultūrā, finansiāli, politiski vai savādāk, lai kultūras pasākums veiksmīgi noritētu.⁴²

Ja kultūras pasākumu uztveram kā īpašu pasākumu (*special event*), tad jānorāda, ka “īpašais” katram pasākumam ir subjektīva interpretācija gan no organizatoru puses, gan apmeklētāju. D. Geecs pauž viedokli, ka pirmais solis, lai pasākums kļūtu īpašs, ir unikalitātes veicināšana, kas iekļauj tādus elementus kā stils (viesmīlība, simbolisms, svētku gars, tēma un autentiskums), nospraustie mērķi un pievilcības raisīšana iesaistītajām pusēm un pasākuma apmeklētājiem. No tā izriet divas perspektīvas, kā īpašie pasākumi var tikt skatīti, attiecīgi vai tie ir īpaši organizētājiem vai dalībniekiem un apmeklētājiem:

- “Īpašs pasākums ir vienreizējs vai reti sastopams pasākums ārpus ierastās programmas vai sponsorēšanas aktivitātēm vai organizētāja.
- Patērētājam vai viesim īpašs pasākums ir iespēja neierastai pieredzei ārpus ierastajām izvēlēm vai ikdienas pieredzēm.”⁴³

Kā A. Šons un B. Perijs norāda, īpašie pasākumi ir ārpus rutīnas gadījumi vai notikumi, kas saistās ar brīvā laika pavadīšanas iespējām un kultūru, personīgiem un organizatoriskiem mērķiem, kas atšķiras no ikdienišķām darbībām. Šo pasākumu mērķis ir svinēt, atzīmēt, izklaidēt vai radīt dažādus izaicinājumus sabiedrībai vai cilvēku grupai.⁴⁴

1.3. Pilsētu un novadu svētki kā kopienu svētki. Definīcijas un nozīmes.

Kopienas svētku fenomēns ir raksturīgs visā pasaulē, un to popularitāte pieaug. Šie svētki dot pozitīvu ietekmi vietējā tūrisma attīstībā un izklaides industrijās, kas saistās ar brīvā laika pavadīšanu, jo sniedz ekonomisku, sociālu, kultūras un politisku labumu attiecīgajā

⁴² Richard, Greg, Palmer, Robert. *Eventful cities: Cultural Management and Urban Revitalization*. Amsterdam, London: Butterworth-Heinemann, 2010, pp. 41.-42. (Turpmāk: Richard, Palmer)

⁴³ Getz, pp.46.

⁴⁴ Quinn, Bernadette. *Key Concepts in Event Management*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publications Ltd, 2013, pp.15. (Turpmāk: Quinn)

vietā, kur notiek svētki, un vietējo iedzīvotāju grupām dzīves kvalitātes uzlabošanā.⁴⁵ Ir veikti dažādi pētījumi, lai noskaidrotu svētku rezidentu sociālo ietekmju uztveri, vienu no tiem veikusi Keitija Smola (*Katie Small*), pēc īpašas mērījumu skalas (*SIP – Social Impact Perception - scale*) tika identificētas sešas pamata sociālo ietekmju dimensijas: neērtības, kopienas identitāte un kohēzija, personiska vilšanās, izklaide un socializēšanās, kopienas veicināšana un attīstība, uzvedības ietekme.⁴⁶

Lai izprastu kopienas svētku (*community festival*) jēdzienu, nepieciešams skaidrot, ka kopiena ir cilvēku grupa, kas dzīvo kādā vietā un kurus vieno kopīga valoda, izcelsme, reliģija u. tml., un ir jāpiemin, ka angļu valodas terminam “*festival*”, ko latviski var tulkot gan kā “svētki”, gan “festivāls”, ir dažādas nozīmes un definīcijas. Šajā apakšnodaļā tiks apkopotas populārākās un tās, kas atbilst kopienas svētku kontekstam. Svarīgi ir skaidrot arī vārda “festivāls” etimoloģiju, tāpat latīņu valodā ir divi termini, attiecīgi *festum* ir “publiskis prieks, jautrība, dzīres / uzdzīve” un *feria* - “atturēšanās no darba, godinot dievību”. Abi termini tika izmantoti daudzskaitļa formā, kas norāda, ka svētki ilga vairākas dienas un iekļāva daudzus pasākumus, tas ir sociāls fenomens, kas raksturīgs visām cilvēces kultūrām.⁴⁷ Arī latviešu valodas vārds “svētki”, kā jau iepriekš tika minēts, ir daudzskaitļa formā. Antropologs Alesandro Falasi (*Falassi*) uzsver, ka mūsdienu angļu valodā terminam “svētki” (*festival*) ir vairākas nozīmes, piemēram, gadatirgus (*fair*), vispārējas izpriecās, jautrība, kultūras pasākums, kas sastāv no vairākām mākslas performancēm, ikgadējas svinības par godu kādam cilvēkam vai notikumam vai svētas vai laicīgas svinības ar īpašiem rituāliem.⁴⁸

Svētku un kopienas svētku jēdzienu skaidrojumi var saplūst un atšķirties dažādu pētnieku skatījumā, tomēr tos vieno pazīme, ka šie svētki ir kultūras pasākums, un tie veltīti kopienai, cilvēku grupai. D. Gecs dod priekšroku šādai svētku/festivālu definīcijai: “Svinības sabiedrībai ar noteiktu tēmu.”⁴⁹ Un kā vienu no svētku organizēšanas iemesliem citi pētnieki, piemēram, D. Gursojs (*Gursoy*) nosauc tieši ekonomisko labumu, ko tie var sniegt, tajā pašā laikā piekrītot tādu sociologu kā E. Dirkeima (*Durkheim*) un V. Tērnera (*Turner*) ierosinājumam, ka galvenais mērķis kolektīvām svinībām ir sociālās kohēzijas veidošana, lai nostiprinātu saikni starp kopienām.⁵⁰ Ir pētnieki, kā norāda A. Pūns (*Poon*), kas uzskata un uzsver, ka kopienu svētki ir kā laba alternatīva vietējā tūrisma veicināšanā, uzsverot, ka

⁴⁵ Small, Katie. Social Dimensions of Community Festivals: An Application of Factor Analysis in the Development of the Social Impact Perception (SIP) Scale. *Event Management*, Vol.11. USA: Cognizant Comm. Corp., 2007, pp. 54.

⁴⁶ Quinn, pp.13.

⁴⁷ Falassi, Alessandro. Festival: Definition and Morphology. *Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1987, pp.2. (Turpmāk: Falassi)

⁴⁸ Falassi, pp.2.

⁴⁹ Getz, pp. 51.

⁵⁰ Quinn, pp.10.

kopienu svētki satur tādus elementus, ko nevar masveidīgi reproducēt. Savukārt Džozefs Pains un Džims Gilmors (*Joseph Pine & Jim Gilmore*) kopienas svētkus novērtē kā pieredzes ekonomikas galveno izpausmi, jo tie izklaidē, izglīto, sniedz estētisko vērtību un eskeipismu, kas ir cenšanās izvairīties no nepatīkamā, pievēršoties patīkamajam.⁵¹ A. Falassi pieturējās pie kultūrantropoloģiska un socioloģiska uzskata, ka svētki ir svētas vai laicīgas svinības ar īpašu rituālu kompleksu, uzsverot sociālās funkcijas, kas esot tuvas kopienas vērtībām, tomēr vēlāk papildināja, ka arī simboliskās nozīmes, kas izpaužas svētkos, ir cieši saistītas ar vērtībām, ko lokālā kopiena redz kā būtiskas savai ideoloģijai, pasaules skatījumam, sociālajai identitātei, vēsturei un fiziskai izdzīvošanai.⁵² Viņš norāda, ka arī labklājība tiek veicināta sociālā un simboliskā veidā, jo kopienas svētku rezultātā tiek atjaunots kopienas dzīves ritējums.⁵³ Kopienas labklājība ir tās dzīvīgums, vitalitāte, dzīvotspēja un ilgtspējība. Turpretī profesors Dž. Goldblats uzsver kopienas kopības sajūtu, ko sniedz svētku svinēšana,⁵⁴ kas pēc autore domām ir būtiskākais kopienas svētku aspekts. “Kopienas identitāte un turklāt arī kopienas sajūta tomēr ir lokālās kultūras aspekti, un šī kultūra ir kā asinis, kas plūst caur sabiedrību”,⁵⁵ tā A. Džepsons un A. Klarks. Dž. Goldblats arī turas pie uzskata, cilvēki caur savu kultūru cenšas sevi saprast un mobilizēt, aizstāvēt savas lokālās pozitīvās vērtības un prezentēt tās konkrētās pilsētas vai reģiona viesiem, ko var paveikt, ja svētki, kuros tie izpaužas, ir labi noorganizēti.⁵⁶ Šo viedokli par kopienas sajūtu pārstāv arī Rosa Derreta (*Ros Derrett*), kas izceļ kopienas piederības izjūtu vietai un pašai kopienai, kas ir viens no galvenajiem elementiem svētku organizēšanā. Pieķeršanās vietai tās iedzīvotājiem liek apzināties rīkotāju lomu svētku veidošanā, jo tiem ir emocionāla saikne ar tās ainavu un materiālo vidi. Katrai vietai ir sava īpašā aura, ko lokālā kopiena izjūt,⁵⁷ un viņa skaidro, ka “kopienas sajūta ir neredzama, bet svarīga veselīgas kopienas sastāvdaļa. To grūti definēt, bet tā ietver kopienas tēlu, garu, raksturu, lepnumu, savstarpējās attiecības un sakarus. Kopības sajūta nāk no kopīga redzējuma, skaidru mērķu apziņa novērtē indivīdu idejas un ietver sadarbību kopienas svinību jautājumos un problēmu risināšanā. Attīstīt kopības izjūtu ir izaicinājums, ilgtermiņa darbs, attīstot saistības, piederību un atbalstu”.⁵⁸ Pastāv arī diskusija, ka svētki un festivāli, atspoguļojot lokālo un etnisko kultūru, ir kļuvuši nozīmīgi kultūras tūrisma veicināšanā,

⁵¹ Jepson, Allan, Clarke, Alan. Community Festivals and Community Development: Inclusive or Exclusive events. *Research Themes of Events*. Wallingford: CABI, 2012.

⁵² Falassi, pp.2.-3.

⁵³ Turpat.

⁵⁴ Jepson, Allan, Clarke, Alan. Community Festivals and Community Development: Inclusive or Exclusive events. *Research Themes of Events*.

⁵⁵ Turpat.

⁵⁶ Turpat.

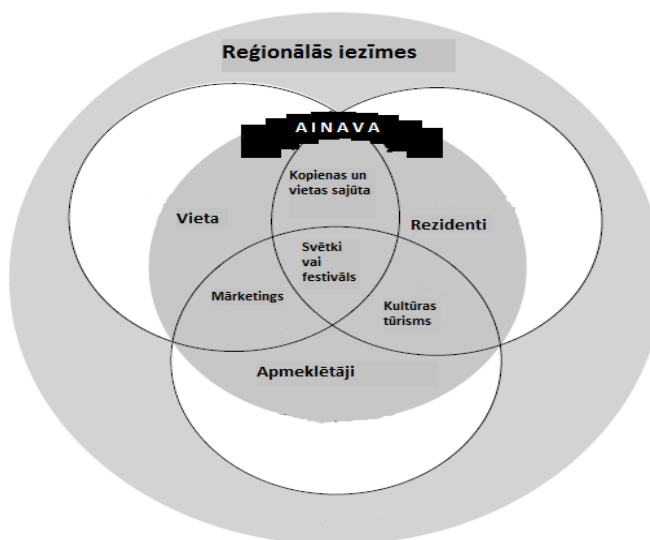
⁵⁷ Derrett, Ros. Making Sense of how Festivals Demonstrate Community's Sense of Place. *Event Management. Volume 8*. USA: Cognizant. Comm. Corp., 2003, pp. 50. (Turpmāk: Derrett)

⁵⁸ Derrett, pp. 51.

lokālai kultūrai kļūstot par svētku saturu.⁵⁹ No tūrisma perspektīvas raugoties, kopienu festivāli iemieso autentiskās lokālās kultūras pieredzes, par ko tūristi arī interesējas. Tūristi savu aktivitāšu rezultātā izmanto lokālo infrastruktūru vietā, kur notiek svētki vai festivāls, un var sniegt būtiskus ieņēmumus.⁶⁰ Pilsētas var veicināt savu tēlu, rīkojot savus pilsētas svētkus vai festivālus, tāpēc tās attiecīgi šos svētkus atbalsta, tādējādi veicinot tūrismu.⁶¹

R. Derreta piedāvā shēmu, kurā attēloti procesi, attiecības un elementi, kas ietekmē festivālu reģionālo un lokālo attīstību. Festivāli rodas no trīs elementiem: vietas, kurā tas notiek, cilvēkiem, kas dzīvo šajā vietā vai reģionā (rezidenti), un apmeklētāji, kas tiek piesaistīti, un visu šo trīs elementu pamatā ir ainava, kurai tie ir piesaistīti. (Skat. attēlu nr. 9)⁶²

Attēls nr. 9. Festivālu reģionālās un lokālās attīstības procesi pēc R. Derretas.



Kā vēl vienu no kopienu svētku skaidrojumiem var minēt Linnas Van der Vagenas piedāvāto, kas ir kodolīga, tomēr nosauc tikai vienu kopienu svētku aspektu: “Kopienas svētki - vēsturiskās un jubileju jeb gadadienu svinības - dibināšanas dienas, simtgades, divsimtās gadadienas un citas gadadienas tiek parasti svinētas (multikulturāli festivāli arī ir šajā kategorijā).”⁶³ Daudz plašāku definīciju sniedz Ziemeļrijas kultūras, mākslas un izklaides departaments (*Department of Culture, Arts and Leisure*): “Kopienas svētki ir pasākumu sērija ar vienotu tēmu, kas notiek konkrētā laika periodā. Tos attīsta kopiena, lai svinētu un pozitīvi veicinātu to, ko kopiena pārstāv. Kopienu svētki ir par to dalībnieku piedalīšanos un iesaistīšanos, un identitātes izjūtas veidošanos, un ir svarīgi kopienas sociālās labklājības

⁵⁹ Getz, pp.53.

⁶⁰ Quinn, pp.11.-12.

⁶¹ Towse, Ruth. *A Textbook of Cultural economics*. Cambridge University Press: 2010, pp.520.

⁶² Derrett, pp. 52.-53.

⁶³ Wagen, Lynn. *Human Resource Management for Events: managing the event workforce*. Pp.7.-8.

sekmēšanā. Tos parasti iniciē un vada kopienas pārstāvēta organizācija vai kopienā balstīta sadarbība. Nepietiek ar to, ka svētki tiek radīti kopienai – pašai kopienai jāspēlē svarīga loma svētku attīstībā un vadībā, un tiem jāpieder pašai kopienai.”⁶⁴ Tomēr pētnieki Allans Džepsens (*Allan Jepsen*) un Alans Klarks (*Alan Clarke*) savos pētījumos norāda, ka svarīgas ir arī politiskās saistības kopienu svētku veidošanā, uzskatot, ka noteicoša loma ir arī individuālām personām, kurām ir tieša ietekme svētku konstruēšanā. Viņi uzskata, ka citas kopienu svētku definīcijas neatsaucas uz to, kas šos svētkus rada, tāpēc pētnieki sniedz savu aptverošāku definīciju: “ Ar noteiktu tēmu un kopienas ietverošs pasākums vai pasākumu sērija, kas ir radīta plānošanas procesa rezultātā, iesaistoties visai kopienai, lai svinētu cilvēku un cilvēku grupu no lokālas kopienas īpašo dzīves stilu ar uzsvāru uz īpašu vietu un laiku”.⁶⁵ Tajā pētnieki izceļ visu iesaistīto pušu lomu svētku tapšanā. Atsvešinātība no lokālas kopienas un tās atbalsta un konsultācijām var veicināt svētku un festivālu neveiksmi, to padarot pārāk komerciālus. Kopienas dalībniekus svētku tapšanā var iesaistīt ar dažādām metodēm, piemēram, piesaistīt skolas, rast brīvprātīgā darba vietas, ļaut iesaistīties lēmumu pieņemšanā, programmas veidošanā un sadarboties ar uzņēmējiem.⁶⁶

Pētniece Bernadita Kvinna savukārt sniedz īsu kopienu svētku definīciju: “Kopienu festivāli ir tie, ko rada vietējā kopiena, lai svinētu kādu aspektu no tās identitātes”.⁶⁷ Bieži vien kopienas svētki tiek svinēti, lai pieminētu un atcerētos nozīmīgus lokālos kalendāros notikumus, piemēram, cilvēku dzimšanas vai nāves dienas, īpašus notikumus, reliģiskus rituālus, agrāro dzīvesciklu vai īpaši nozīmīgas sociālas darbības. Tāpat tie var tikt organizēti vietējo kopienu vajadzībām, piemēram, ja iedzīvotājiem nav pieejama kāda mākslas izpausme, tā var tikt pieprasīta; tas veicina mākslinieku interesi par vietu.⁶⁸ Kopienas svētki vēsturiski tika organizēti arī politiskiem mērķiem vai izmantoti kā mehānisms sociāliem mērķiem, piemēram, minoritāšu grupas tādējādi varēja paust savus uzskatus un radīt sava veida sociālu pretestību dažādos jautājumos.⁶⁹

Kopienas svētki ir publiskas svinības, kas ir kā katalizators kopienas vērtību un kultūras demonstrēšanai, tā norāda A. Džepsens. Viņaprāt, caur šo procesu, kopienas svētkiem, kāda konkrēta sabiedrība var prezentēt savu nacionalitāti, tautību, seksualitāti,

⁶⁴ Jepsen, Allan, Clarke, Alan. Defining and Exploring Community festivals and events. *Exploring Community Festivals and Events*. New York: Routledge, 2015, pp. 2.

⁶⁵ Jepsen, Allan, Clarke, Alan. Defining and Exploring Community festivals and events. *Exploring Community Festivals and Events*. pp. 2. - 3.

⁶⁶ Quinn, pp.12.

⁶⁷ Quinn, pp. 9.

⁶⁸ Quinn, pp. 10.

⁶⁹ Jepsen, Allan, Wiltshier, Peter, Clarke, Allan. Community Festivals: Involvement and Inclusion. *Conference Proceedings of the 17th Annual CHME Research Conference*. Glasgow: Council for Hospitality Management Education, 2008, pp.7. Pieejams: <http://nectar.northampton.ac.uk/1288/> [Skatīts 23.04.2015]

intereses un lokācijas vietu.⁷⁰ Svētki ieņem nozīmīgu lomu kopienu identitātes radīšanā un veicināšanā, saglabāšanā un atjaunošanā, un godināšanā, ko parasti veic cilvēku grupa. Uz kopienām balstītus pasākumus specifiskāk var definēt kā galvenokārt maza mēroga svētkus, ko vada viens vai vairāki brīvprātīgie vietas labumam. Tie parasti norisinās laukos vai daļējos laukos ar vienu no galvenajiem mērķiem sniegt kultūras un izklaides iespējas vietējiem iedzīvotājiem un iebraucējiem. Tomēr, neskatoties uz to, ka kopienu svētki parasti nav liela mēroga svētki, tie attīstās, un daudzviet tie ir kļuvuši atpazīstami nacionālā vai pat starptautiskā līmenī, jo spējusi piesaistīt auditoriju.⁷¹ Īpaši izplatīti un populāri kopienas svētki ir Ziemeļamerikā, kur tie ietver dažādas svinības, izklaides pasākumus, izrādes un sporta pasākumus, šeit cilvēki svin kopienu pašu par sevi, un svētku tēma ne vienmēr ir labākais indikators, pēc kura vērtēt svētku nozīmi.⁷²

Kopienu svētki ir pasākums ģimenei, un tā programma parasti sastāv no dažādu ģimenes atpūtas pasākumu popūrija, svētki pieder pašai kopienai, jo to organizēšanā līdzās vietējai pārvaldei un nevalstiskajām organizācijām brīvprātīgi iesaistās arī vietējā sabiedrība un kopienas dalībnieki. Svētku lokācijas vietas var būt dažādas, parasti tā ir vieta, kur dzīvo kopiena, un dažādi pasākumi notiek publiskās vietās, piemēram, skolās, parkos, uz ielām u.c.⁷³ Kopienas svētki parasti netiek organizēti spontāni, bet gan rūpīgi, laicīgi un kontrolēti. Plānojot svētku pasākumu norises vietas, māksliniekus un tēmas, svētku direktori un producenti ir kā vārtiņi (*gatekeepers*), jo tieši viņi nosaka, kuras kopienas tradīcijas un vērtības tik attiecīgo svētku laikā izceltas. A. Džepsons un A. Klārks ir apkopējuši dažādu pētnieku viedokļus akadēmiskajā literatūrā par veiksmīga kopienas festivāla faktoriem. Un tie būtu: svētki radījuši piederības sajūtu vietai, vietējās sabiedrības iesaistīšana, iekļaušana un atbalsts, noteikumi, lai iekļautos lokālā kopienā, kopienas labklājība – vitalitāte, dzīvīgums, ilgtspējība un dzīvotspēja, tirgus izpēte, lai veidotu atbilstošu stratēģiju, orientēšanās uz tirgu (plānošanas un attīstības process, iedzīvotāju aptauja pirms, pēc un svētku laikā), pieredzējuši darbinieki ar praktiskām un mārketinga zināšanām, spēcīgs pamats – centrālā tēma, virzība, vīzija un mērķi, spēcīgs galvenais organizators ar līdera īpašībām un menedžeru komanda, ikgadēja priekšizpēte, labas kvalitātes telpas, kultūras daudzveidība tiks sasniegta, ja lokālā kopiena tiek iekļauta plānošanas procesā.⁷⁴

⁷⁰ Bladen, Kennell, Abson, Wilde, pp. 336.

⁷¹ Bladen, Kennell, Abson, Wilde, pp. 336.

⁷² Getz, pp.53.

⁷³ Janiskee, Robert L. Historic Houses and Special Events. *Event Management: critical perspectives of business and management. Volume 1*. New York: Routledge, 2014, pp. 77.-78.

⁷⁴ Jepson, Allan, Clarke, Alan. Community Festivals and Community Development: Inclusive or Exclusive events. *Research Themes of Events*.

Noslēdzot šo nodaļu un arī apkopojot aplūkotos viedokļus, var noteikt pilsētu un novadu svētku vietu pasākumu tipoloģijā. Var secināt, ka pilsētu un novadu svētki paši par sevi ir kultūras produkti, kuru programma arī sastāv no kultūras produktiem – dažādu tipu pasākumiem. Pilsētu un novadu svētki ir antropoloģiska veida kultūras pasākums, konkrētāk, kopienu svētki. Tātad apkopojot iepriekš šīs nodaļas pēdējā apakšnodaļā minēto autoru viedokļus, to skaitā A. Klārka, A. Džepsena, B. Kvinnas u.c. par to, kas ir kopienas svētki un kādas ir to funkcijas, var izdarīt secinājumus, piedāvājot savu pilsētu un novadu svētku Latvijā definējumu.

Pilsētas svētki Latvijā ir svinības par godu kādai pilsētai, lai atzīmētu tās gadadienu, vai/un tās lokālajai kopienai, lai svinētu kādu aspektu no tās identitātes, kas ietver dažādu pasākumu programmu un kuru organizēšanā piedalās vietējā pašvaldība, vietējie iedzīvotāji un citas iesaistītās puses.

Novada svētki Latvijā ir svinības par godu kādam novadam un novada pilsētām un pagastiem, lai atzīmētu attiecīgā novada vai tā pilsētas vai pagasta gadadienu, vai/un to lokālajai kopienai, lai svinētu kādu aspektu no tās identitātes, kas ietver dažādu pasākumu programmu un kuru organizēšanā piedalās vietējā pašvaldība, vietējie iedzīvotāji un citas iesaistītās puses.

2. PASĀKUMU PROGRAMMU VEIDOŠANAS PRINCIPI

“Programmēšana ir plānošanas process, kas nodrošina brīvā laika iespēju pieredzes indivīdam vai to grupām”.⁷⁵ Mākslas un kultūras programmēšana liek uzsvāru uz brīvā laika pavadīšanas iespēju tipiem, kas tiek iespējoti sabiedrībai. Margareta J. Vizomirski (*Wyszomirski*) raksturo kultūras un mākslas industriju kā lielu un heterogēnu (neviendabīgu) indivīdu un grupu kompleksu, kurus saista radīšana, producēšana, prezentēšana, izplatīšana, un izglītošana par estētiku, mantojumu un izklaides iespējām, produktiem un artefaktiem.⁷⁶ H. Čartrands (*Chartrand*) nosauca vairākas kultūras industriju veidus mākslas industrijā, tajās iekļaujot parkus un atpūtu, brīvā laika pavadīšanu, izglītību, tūrismu, senlietas un kolekcionēšanu, kosmētiku, virtuves mākslu, bēres, mēbeles un aprīkojums, spēles, multikulturālismu, vietējo kultūru, oficiālās valodas, fizioterapiju, psihoterapiju, sportu un reliģiju. Abi šie koncepti raksturo programmēšanas iespējas.⁷⁷

Pasākumu programmas izstrādāšana ietilpst pasākuma plānošanas un sagatavošanas fāzē, kas, kā Pēteris Bendiksens definē, ir “projicējošs process, kurā rīcības iespējas tiek pārdomātas un veidots koncepts pirms to fiziskās realizācijas.”⁷⁸ Dž. Goldblats norāda piecus jautājumus, uz kuriem sākotnēji jāatbild, plānojot jebkādu pasākumu – kāpēc, kurš, kad, kur un kas? Bet pamata vērtības ir tās, kas nosaka pasākuma misijas ilgspējību un veiksmi, šādā gadījumā būtu jāatbild uz jautājumiem – kāpēc (iemesli), kam (mērķa tirgus), kas (pasākuma produkts), gribēt (ko vēlamies sasniegt).⁷⁹

Pasākuma programmas izstrāde ir daļa no visa pasākuma dizaina (*event design*), kur svarīgākie principi ir visi elementi, kas veido pasākumu, tie būtu - būtiski nepieciešamās lietas jeb *must haves*, vide (vieta un stils), enerģija (īpaša garastāvokļa veicināšana un emocijas⁸⁰); pasākuma programmas izstrāde ir arī daļa no pasākuma pieredzes dizaina (*experience design*) veidošanas, kurā ietilpst, piemēram, arī vides, (atrašanās un norises vieta), dažādu pakalpojumu un to kvalitātes dizains, kā arī patēriņa preču (suvenīri, tirdzniecības veicināšanas (*merchandising*) preces, gastronomija) dizains pasākumā.⁸¹

⁷⁵ Carpenter, Gaylene. *Overview of Arts and cultural programming. Arts and Cultural programming: A Leisure Perspective*. Human Kinetics, pp. 9.

⁷⁶ Turpat.

⁷⁷ Turpat.

⁷⁸ Bendiksens, Pēteris. *Ievads kultūras un mākslas menedžmentā*. Rīga, Jāņa Rozes apgāds, 2008, 161.lpp.

⁷⁹ Brown, Steve, James, Jane. *Event Design and management: ritual sacrifice? Festival and events management: an international arts and culture perspective*. Pp.59.

⁸⁰ Allen, Judy. *Event planning: the ultimate guide to successful meetings, cooperative events, fundraising galas, conferences, conventions, incentives and other special events*. Second edition. Johns Wiley & Sons Canada, Ltd., 2009, pp.45.

⁸¹ Getz, pp. 222.

Pasākumu programma ir arī pasākumu grafiks, koncepts un izklāsts, kas sniedz informāciju par to, kur vai kad notiks pasākums, tā paredzēta auditorijai un dalībniekiem, bet programmas dizains - pasākumu programmas elementu strukturēšana, kas iepazīstina ar pasākuma formātu, tematu, īpašiem pasākumiem, brīvo laiku un pauzēm, lai sasniegtu pasākuma mērķus.⁸² Pētījuma kontekstā termins “programma” saprotams arī kā pasākuma satura un izpildītāju secīgs uzskaitījums. Kultūras pasākumu, festivālu un svētku programmas veidošana (*programming*) tiek saprasta kā pasākumu klāsta izvēlēšanās un apvienošana vienā konceptā pēc to vietas, satura vai organizācijas.⁸³ Tātad programmas saturs katrā pasākuma gadījumā tiek izvēlēts pēc organizācijas izvēlētiem principiem. Dažādu pasākumu un organizāciju programmu veidošanas principi var atšķirties, jo organizāciju mērķi, resursi un vīzija ir citādi, tomēr Eiropā programmu veidotājiem tās izstrādē atbildība ir vienāda, pasākuma programmai jābūt saistošai savai mērķauditorijai. Mājas mākslai ir mājas kultūrai, un veidot kultūras “mājai” programmu nav tas pats, kas veidot vienkāršu darba kārtību.⁸⁴ Programmu veidotājiem jādomā, vai viņu izvēlētais pasākuma koncepts un saturs atbilst mērķiem un mērķauditorijas zināšanām un vēlmēm.

Festivālu programmas parasti ir kompleksas, var iekļaut vairākas dienas un vietas, kur notiek vairākas aktivitātes un performances.⁸⁵ Tātad programmu saturs var sastāvēt no vairākām daļām, līmeņiem, pasākumiem vai performancēm. Programmās iekļautie pasākumi var pārklāties un norisināties arī vienlaicīgi un būt paredzēti dažādām auditorijām.

Šī nodaļa galvenokārt balstās uz Roberta Palmera un Gega Ričarda piedāvātajiem programmu veidošanas virzieniem un iespējām, un tā tiek papildināta arī ar citu pētnieku vai festivālu direktoru viedokļiem, piemēram, Saimona Mundī, Donalds Geca u.c.

2.1. Pasākuma programmas veidošanas ietekmējošie faktori

Kā viens no faktoriem, kas ietekmē pasākumu programmas veidošanu, ir vides faktori. Tos var iedalīt trīs līmeņos – makro, vidējā (*meso*) un mikro (skat. attēlu nr.10).⁸⁶

Makro līmenī tie ir ārējās vides faktori, piemēram, likumdošana, izmaiņas sabiedrībā, ietekme no konkurences. Vidējā līmenī – tās ietekmes, kas apvieno iekšējās un ārējās darba vides, piemēram, sadarbība ar finansēšanas iestādēm un sponsoriem un citām organizācijām. Visbeidzot mikro faktori, kas ir iekšēji, un tie ietver organizācijas stiprās un vājās puses,

⁸² Goldblatt, Joe, Nelson, Kathleen. *The International Dictionary of Event Management*. Second Edition. New York, Chichester, Weinheim, Brisbane, Singapore, Toronto: John Wiley & Sons, INC., 2002, pp.153.

⁸³ Bladen, Kennell, Abson, Wilde, pp.341.

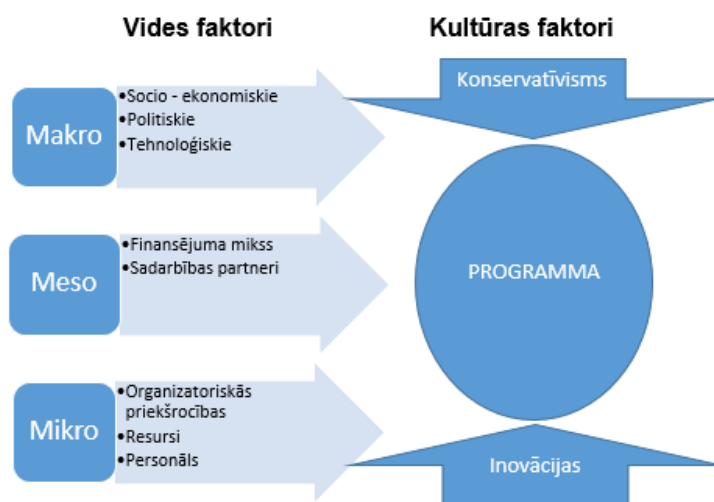
⁸⁴ De Greef, Hugo. Art, a Program, an Audience. *Serving Artists Serve the public: Programming Arts festivals in Asia and Europe*. The Asia-Europe Foundation (ASEF) in collaboration with the European Festivals Association and LASALLE College of the Arts, pp. 18.-19.

⁸⁵ Getz, pp.237.

⁸⁶ Bladen, Kennell, Abson, Wilde, pp. 342.

cilvēkresursu jautājumus u.c. Arī kultūras faktori ietekmē programmas veidošanu, tie ir gan iekšēji, gan ārēji attiecīgai organizācijai, un tie ir saistīti ar auditorijas un programmas veidotāju kultūras orientēšanos. Veiksmīgs programmas veidošanas process veidojas caur radošo spriedzi starp konservatīvām un inovatīvām pieejām lēmumu pieņemšanā.⁸⁷

Attēls nr. 10. Kultūras pasākumu programmas ietekmējošie faktori



J. Allans un viņa kolēģi iezīmē, ka viena pasākuma programma ir atkarīga no: auditorijas vēlmēm, vietas un infrastruktūras ierobežojumiem, klientu kultūras un galvenajiem sponsoriem, skatuves un pasākuma norises vietas iekārtošanas (*staging*) iespējām, loģistikas, pasākuma organizēšanas komandas radošā nolūka.⁸⁸

Kultūras pasākumu programmas var tikt veidotas, atsaucoties uz četrām stilistiskajām konvencijām: tematisko, laicīgo, disciplināro, auditorijas attiecīgajā reģionā.

I. Assassi norāda četrus elementus, kas veido izpildītāj mākslu programmas veidošanas lēmumu pieņemšanu, kas visi būtu jāievēro. Tie būtu:

- Reaktīvais komponents – kultūras pasākuma potenciālie kases ieņēmumi
- Saistību komponents – novērtējums, cik ļoti programma ir veidota kā reakcija uz kultūras patērētāju atsauksmēm
- Proaktīvs komponents – kā programmas veidošanas lēmumi reflektē ar organizācijas mērķiem
- Stratēģiskais komponents – kā programmas veidošana lēmumi saskan ar plašākiem stratēģiskiem organizācijas mērķiem.⁸⁹

⁸⁷ Bladen, Kennell, Abson, Wilde, pp.341.-342.

⁸⁸ Turpat.

⁸⁹ Bladen, Kennell, Abson, Wilde, pp.341.-343.

Ir nosaukti arī iemesli, kāpēc pārdomāta programmas veidošana ir būtiska no tās veidotāja skatupunkta, un tie būtu: veicina uzņēmējdarbību, arī mikro uzņēmumus, piesaista tūristus, ceļ klientu apmierinātību, pievienotās vērtības iegūšanas iespējas klientiem, var piesaistīt vai aktivizēt jaunas tirgus nišas, iespēja gūt labumu no jaunām tirgus tendencēm, uzlabot piesaisti jauniem tirgus segmentiem un īpašām interešu grupām, uzlabot peļņas un ienākumu plūsmu, uzlabot sabiedriskās attiecības un jaunumu un unikālu vērtību publicēšanu, papildus iekārtu, telpu, vietu un servisu izmantošana, uzlabot attiecības ar sadarbības partneriem, biežāka un atkārtota izmantošana servisu izmantošana.⁹⁰

2.2. Programmas veidošanas pieejas un dimensijas

Programmas plānošanas process parasti sākas ar esošu programmu novērtēšanu un jaunu ideju ģenerēšanu, arī ideju testēšana ir labs programmas plānošanas komponents, kaut gan tas varētu būt sarežģīti plānota pasākuma kontekstā, tomēr ir dažādas iespējas – fokusa grupas veidošana u.c.⁹¹

Programmas veidošana ir gan kā māksla, gan zinātne, jo pasākumu menedžeri nosaka mākslinieciskos, izklaidējošos, izglītojošos un citus kritērijus, ko ar pasākumu vajadzētu sasniegt, tā uzskata G. Bowdins ar kolēģiem.⁹² Pasākumu menedžeriem ir iespēja radīt pasākumu dizainu pēc saviem ieskatiem, pielietojot konkrētus mākslinieciskos principus un radošumu. Nozīmīgs ir nemateriālais angļu valodā tā saucamais “wow” efekts, ko latviski varētu saprast kā pārsteiguma momentu, kas ir svarīgs, ja vēlas sasniegt veiksmīgu programmas rezultātu.⁹³ Hugo de Grīfs (*Hugo De Greef*) arī min, ka programmas veidošana var būt dziļi personiska, nenoliedzot, ka arī komunikācijas tīkli un konsultācijas ar kolēģiem ir nozīmīgas šajā procesā. Menedžeriem, direktoriem un tiem, kas veido pasākumu programmas, ir svarīgi veidot neformālus tīklus ar kolēģiem, veidojot uz uzturot labas attiecības, tādējādi ir iespējas dalīties pieredzēs un gūt jaunas atziņas, kas palīdzētu turpmāk programmu veidošanas procesā radīt jaunas un interesantas pasākumu programmas.⁹⁴ G. Ričards un R. Palmers norāda, ka daudzi pasākumu direktori pasākumu programmas veidošanas un plānošanas procesu neuztver kā zinātnisku, bet gan vairāk alķīmisku, uz fantāziju realizēšanas balstītu. Protams, dažādu pilsētu pasākumu programmu veidošanas pieejas var būt atšķirīgas, bet arī mēdz pārklāties, piemēram, pirotehnikas šovi jeb salūti un

⁹⁰ Delamere, Tom. *Festivals*. Pp.138.

⁹¹ Getz, pp. 237.

⁹² Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. *Events Management*. Third Edition. Amsterdam, Boston etc.: Elsevier, pp.407. (Turpmāk: Bowdin, Allen, O'Toole, Harris, McDonnell)

⁹³ Bowdin, Allen, O'Toole, Harris, McDonnell, pp.407.

⁹⁴ De Greef, Hugo. Art, a Program, an Audience. *Serving Artists Serve the public: Programming Arts festivals in Asia and Europe*. Pp. 18.-20.

svētku ugunošanas ir aktuālas vairāku pasākumu noslēguma sadaļās, tomēr mākslinieciskajiem direktoriem ir iespējas apmierināt savu gaumi, veidojot pasākuma programmu pēc saviem ieskatiem.⁹⁵ Tomēr pasākumu organizētājiem ir jāspēj rast balansu starp savu personisko vai māksliniecisko vīziju un ar reālajām, ko nosaka un pieprasa tirgus, iekļaujot arī visas potenciālās izmaksas.⁹⁶ Bieži novērojama ir programmu veidošanas stilu saplūšana, kas raksturīgi visā pasaulē, jo organizatori ir atkarīgi no vieniem un tiem pašiem faktoriem, kas ietekmē viņu programmas veidošanas lēmumus. G. Ričards un R. Palmers norāda šādus faktorus:

- misija un pasākuma programmas mērķi
- galvenais programmas koncepts
- mērķa publika, kuras gaidas ir jārealizē, tai skaitā īpašā publika (bērni, minoritātes, cilvēki ar invaliditāti, dažādas gaumes un intereses, ārzemju tūristi, vietējie tūristi, utt.)
- pasākuma organizācijas loma programmas izveidē
- attiecības ar iekšējās lokālās kultūras noteikumiem (palielināt vai papildināt, bet nedublēt lokālo piedāvājumu)
- rast balansu starp pieprasīto un lokālo, nacionālo un internacionālo
- meklēt balansu starp produktu dažādajām kategorijām: tradicionālais un eksperimentālais, esošais un jaunais, “zvaigžņu zīmoli” un jaunie talanti, savi produkti un kopprodukcija un saņemtā produkcija
- pieeja tirgum un efektīva komunikācija
- pasākumu laiks un datumi
- pieejamība un darba kvalitāte piedāvājumā
- iekārtas un pasākuma telpas, kas tiek izmantotas
- finansiālie resursi, gaidas un iestāžu piedāvātais finansējums
- iespēja kompensēt vai amortizēt izmaksas caur izmaksu dalīšanu, kopprodukciju vai tūrismu un cenu noteikšanu
- tehniskie resursi
- risku balansēšana ar drošām izvēlēm
- iespējas paplašināt programmas ietekmi, piemēram, caur izglītojošām aktivitātēm, tūrismu u.c.

⁹⁵ Richard, Palmer, pp. 88.-99.

⁹⁶ Bowdin, Allen, O'Toole, Harris McDonnell, pp.406.

- citi īpaši faktori (saikne ar tēmu vai gadadienu, vēsturiskas saistības u.c.)⁹⁷

Programmas attīstīšana ir svarīgs process pasākuma produkta veidošanā. Vairāki autori to skaitā G. Bovdins, Džonijs Alens, Vilijs Tūls (*William O'Toole*) u.c. norāda, ka pasākuma portfolio vajadzētu atspoguļot: misiju, vēlamo kvalitātes līmeni, kas atspoguļo mākslinieciskos un tirgus kritērijus un pasākumu organizatoru ieņēmumu vai peļņas mērķus. Tirgus segmentu veidi un iespējas radīt tematiskas saistības starp programmu elementiem, viņuprāt, ir jautājumi, kas tiek atstāti vēlākai apspriešanai un plānošanai. Balstoties uz dažādu pasākumu un festivālu organizatoru pieredzēm, Dublinas diskusiju forumā (*The Theatre Shop Conference*) 2002. gadā tika nosaukti četri galvenie veiksmīgas programmas elementi:

1) nepieciešamība izšķirt pamata konceptu – kas ir tas, kas tiek prezentēts un kas ir nozīmīgs auditorijai

2) nepieciešamība apvienot programmu ar tās fizisko vidi - kādas performances būs īpašas tieši šai vietai, kādi mākslinieki un skatuves iekārtojums gan esošais, gan jaunizveidotais attiecīgajā vidē iederēsies

3) māksliniecisko direktoru un producentu loma un darba pieeja, viņi gan izvēlas māksliniekus paši, gan izskata piedāvājumus

4) programmas satura kritēriju noteikšana – tie ietver mākslinieku saderību ar esošo festivālu tirgu, tehnisko kvalitāti un attiecīgā tipa performances vēsturi citos pasākumos (ir producenti, kas izvērtē, cik bieži mākslinieks ir uzstājies konkrētajā valstī un kādas ir to inovācijas / tradīcijas viņu pasākumu pieredžu portfolio).⁹⁸

G. Torkildsons (*Torkildson*) piedāvā sešu posmu pieeju programmas veidošanā, kas sākas ar skaidru mērķu noteikšanu caur to novērtēšanu. Pasākumam ir jāiederas kontekstuāli organizācijas mērķos un tie jāatbalsta. Šis modelis iestājas par to, ka lēmumi par pasākuma dizaina veidošanu un īstenošanu ir vispirms novērtēti caur organizāciju, iesaistītajām pusēm, resursiem un vides.⁹⁹ Hugo de Grīfs savukārt norāda, ka pats svarīgākais programmas veidošanā ir pats mākslinieks un viņa mākslas darbs, jo bez šiem komponentiem nav ne auditorijas, ne vides, un pazūd visa jēga. Kalpojot māksliniekam, mēs apkalpojam auditoriju.¹⁰⁰

⁹⁷ Richard, Palmer, pp. 88.-90.

⁹⁸ Bowdin, Allen, O'Toole, Harris, McDonnell, pp. 406.-407.

⁹⁹ Crowther, Phill. Strategic Application of events. *Event management*. Volume 2. London ad. New York: Routledge, 2014, pp. 209.

¹⁰⁰ De Greef, Hugo. Art, a Program, an Audience. *Serving Artists Serve the public: Programming Arts festivals in Asia and Europe*. Pp. 20.

Programmu veidošanas stila elementi

Ar vārdu “stils” var saprast raksturīgo veidu, kā darīt lietas un radīt pasākumu, mākslinieciskās ekspresijas, piemēram, programmas vai produkta kvalitāte, vai modi. Dažādi vai viena rakstura pasākumi var būt stilistiski atšķirīgi, jo programmas veidotāji to dara katrs savā manierē, subjektīvi, izmantojot atšķirīgas interpretācijas un balstoties arī uz pieredzi un mērķiem. Katram programmas stila elementam ir savs radošais un tehniskais komponents, un tos savā starpā var kombinēt, radot īpašas variācijas, kā rezultātā rodas unikāla pasākuma programma. Ir tādi elementi, kas ir neatņemama kāda noteikta pasākumu tipa sastāvdaļa vai pazīme, un šis pasākums ar elementu tiek asociēts. Piemēram, festivāli ir svinības, tāpēc tiem jāiekļauj piederības un dalīšanās, emocionālās stimulēšanas, rituālu un simbolisma elementi. Ir iespējams konkretizēt programmas veidošanas stila elementus, veidojot sarakstu ar darbībām, ko programmas veidotājs var iekļaut, vai aktivitātes, ar ko dalībnieki un viesi ir saistīti. D. Gecs norāda šos izstrādājamus aktivitāšu elementus:

- mācīt, interpretēt, informēt; sasaistīt cilvēkus ar diskursu vai problēmas risināšanu
- spēlēt un salīdzināt (spēles; garīgas un fiziskas aktivitātes)
- uzjautrināt (izmantojot humoru un pārsteigumu)
- izklaidēt (tai skaitā performances, izrādes)
- saistīt ar rītiem un rituāliem (simbolisms vai protokols; kultūras autentiskums)
- izstādīt (mākslu; labumus un pakalpojumus mārketinga mērķiem)
- pirkt, pārdot, tirgot (reklāma)
- miksēt un maisīt (socializēt, ballēties, grupu diskusijas)
- sensora stimulēšana (redze, skaņa, tauste, garša, dzirde)
- viesmīlība (laipna sagaidīšana, vadīšana, apkalpošana, pamatvajadzību apmierināšana, piemēram, ēšana, dzeršana, miers u.c.)

D. Gecs piedāvā arī elementus, kas stimulē emocijas pasākuma laikā, par ko vajadzētu domāt, veidojot pasākuma programmu:

- rituāli un simbolisms, kas atspoguļo kultūras un sociālo identitāti; svētu vai cienījamu artefaktu klātesamība
- tieši mutiski aicinājumi lojalitātei, lepnumam, kopiena vai ticībai
- slavenību atzinība un runātāju harizma, īpaši atpazīstamu līderu
- informācija un interpretācija (kā sociālais mārketingu un propaganda)¹⁰¹

¹⁰¹ Getz, pp. 238.-239.

Programmas vīzijas radīšana

Programmas koncepts pats par sevi jau liecina par tās vīziju un galveno domu. Kā G. Ričards un R. Palmers raksta: “Programmas vīzija ir centrālās idejas uzstādījums, kas slēpjas aiz pasākuma aktivitāšu programmas.”¹⁰² Ne tikai vīzijas saturs ir būtisks, bet arī tās skaidrība un efektīva pārraidīšana mērķauditorijai, jo tās uzrunāšana, piesaistīšana, ieinteresēšana un klātbūtne pasākuma laikā ir jebkuras programmas mērķis. Katras programmas vīzija tiek radīta savam laikam, un, lai to veidotu, tā ir pakļauta dažādiem nosacījumiem. Ja nosacījumi mainās, tad tas var ietekmēt arī pašu programmas vīziju negatīvi, tā var vairs nebūt veiksmīga kā spēks, kas slēpjas programmā. Tādā gadījumā būtu jāmaina gan vīzija, gan pati pasākuma vai notikuma programma. Tas ir vitāls ilgtspējības aspekts ne tikai atsevišķos svētku un pasākumu gadījumos, bet arī visas pilsētas pasākumu plāna programmas ietvaros. Kā viena no kļūdām, ko norāda G. Ričards un R. Palmers, ir pasākumu programmas vīzijas kopēšana no citiem pasākumiem, vairākos gadījumos, kad tas ticis darīts, tas ir bijis neveiksmīgi, jo kopēšanas mēģinājumi galu galā ir bāli un attālināti no oriģinālās versijas. Šāda koncepcija arī atņem pilsētai iespēju radīt kaut ko īpašu attiecīgajā pasākumā, kas ir unikāls esošajā laikā, vietā, vēsturē un identitātē.¹⁰³

Pilsētām, kas ir bagātas ar pasākumiem, kurus tās organizē, pasākumu programmu vīzija ir kā pilsētas misijas izpildīšanās forma, kas caur šiem pasākumiem un notikumiem realizējas. Vīzijai un pasākumu programmām ir jābūt saistītām un vienotām ar pilsētu, kurā pasākumi notiek, interesēm. Lai gan katra pasākuma vīzija ir atšķirīga un unikāla, un ir atkarīga no vairākiem kontekstuāliem faktoriem, G. Ričards un R. Palmers norāda, ka ir nepieciešams pašiem sev, pasākumu organizatoriem un menedžeriem, atbildēt uz vairākiem jautājumiem, lai nonāktu pie efektīva pasākuma vīzijas uzstādījuma gan katram pasākumam atsevišķi, gan kā pasākuma kopumam, kas attiecas uz pilsētu. Šie jautājumi būtu:

- Kāda ir mūsu (pasākuma vai pilsētas) pamata uzņēmējdarbība? Kādas ir iesaistītās puses (*stakeholders*)?
- Kas ir mūsu īpašās prasmes? Ko mēs spējam paveikt labāk nekā citas pilsētas?
- Kāda ir mūsu unikālā pozīcija? Kas ir mūsu konkurenti?
- Kādas ir iesaistīto pušu vajadzības? Kā mēs tās apkalposim?
- Ko mēs vēlamies sasniegt nākotnē? Kā mēs veidosim pasākumus nākotnē?¹⁰⁴

¹⁰² Richard, Palmer, pp.81.

¹⁰³ Richard, Palmer, pp. 82.-83.

¹⁰⁴ Richard, Palmer, pp. 85.-86.

Programmas saturs un tā nozīme

Runājot tieši par mākslas festivālu organizēšanu, pirms tā rīkošanas ir jāatbild uz šādiem jautājumiem: *kas ir māksla un kāpēc māksla?* Un viena no atbildēm ir darbs, kas slēpjas aiz mākslas, un iemesls, kāpēc, ir nozīme. Festivālu direktoru un programmu veidotāju uzdevums ir radīt apstākļus, lai mākslinieks spētu radīt šo nozīmi publikai. Hugo de Grīfs (*Hugo De Greef*) uzskata, ka nozīme ir mākslas radīšanas un prezentēšanas būtība, un šī nozīme ir jāspēj ģenerēt. To var darīt, dodot iespēju notikt jauniem mākslas darbiem un performancēm, kas stimulē jaunas idejas un turpina cirkulēt sabiedrībā. Festivālu programmu veidotājiem ir jāieskatās dziļāk dažādos mākslas radīšanas līmeņos – aizsniedzot māksliniekus, kuri strādā sociāli pieņemtos un vispārzināmos ierastos (*mainstream*) veidos, kā arī jāmeklē tādi, kas cenšas rast kaut ko jaunu, inovatīvu un atšķirīgu, jaunu māksliniecisكو valodu. Festivāla menedžeri šeit nonāk izvēles priekšā, vai programmā iekļaut kultūras produktus, kas piedāvā jaunas vēsmas, to skaitā, jaunas mākslas formas, tehnoloģijas, sociāli sasaistītu mākslu, kā, piemēram, iekļaujot tādas kopienas, kas tradicionāli nav iekļautas festivālā vai ir ar atšķirīgām īpašībām, vērtībām. Otra atbildība, kas ir menedžeriem, ir rūpīga mākslinieka vai mākslas darba iepazīšana, zināšanas par to, sekošana līdz viņu izaugsmei, līdz tas nonāk līdz trešajai atbildībai – mākslinieka un mākslas darba prezentēšana un iepazīstināšana ar publiku un auditoriju. Radot saikni starp auditoriju un mākslinieku, tiek radīta arī mākslas pieredzes un apmaiņas nozīme, tā visa jēga. Robins Arčers (*Robyn Archer*) uzsver, ka festivālu direktoriem un menedžeriem nevajadzētu domāt tikai biznesa, tirgus un peļņas līmenī, jo, ja festivālā auditorijai pasniedz tikai to, ko tā vēlas, radošajā procesā progress apstājas, bet jauninājumi ir ļoti būtiski.¹⁰⁵

Māksliniecisكو risku pieņemšana

Kultūras pasākumu organizatori ir pakļauti sacensībai ar citām organizācijām un pasākumu rīkotājiem un menedžeriem par auditorijas piesaistīšanu un tās uzmanību, tāpēc nereti pasākumu programmas tiek veidotas, pieņemot pēc iespējas mazāk māksliniecisكو risku, un programmu veidojot it kā drošā manierē, piemēram, liela mēroga festivāli programmās iekļauj populārus māksliniekus un šovu elementus, un atpazīstamas kultūras ikonas, jo tas mazina pasākuma izgāšanās vai zema apmeklējuma risku. Tomēr G. Ričards un R. Palmers uzskata, ka risku pieņemšana ir pasākumu plānošanas procesa svarīgs elements un paver ceļu uz māksliniecisكو inovācijām. Māksliniecisكو direktori bieži cenšas riskus

¹⁰⁵ Wong, Audrey. Introduction: beyond artistic programming. *Serving Artists Serve the public: Programming Arts festivals in Asia and Europe*. The Asia-Europe Foundation (ASEF) in collaboration with the European Festivals Association and LASALLE College of the Arts, pp.8.

samazināt, veidojot spēcīgu saikni un attiecības ar māksliniekiem un starp māksliniekiem un auditoriju. “Tas nozīmē, ka, esot iesaistītiem producēšanas procesā, identificējot un izvietojot resursus, kas ir nepieciešami, lai producētu darbu, un, pieņemot lēmumus, kas rod balansu starp mākslinieciskajām vajadzībām un citiem faktoriem tādiem kā publikas gaidas un finansiālā realitāte, riski var tikt samazināti”¹⁰⁶, tā G. Ričards un R. Palmers. Ir grūti veidot mūsdienīgus pasākumus un radīt jaunus produktus, kas var sasniegt plašāku auditoriju, ja nav ierosinātāju, kas vēlas mākslinieciskās robežas paplašināt. Vairāki pasākumu organizatori uzsver tieši to, ka tradīcijas ir nepieciešams lauzt. Bet ir arī tāda veida pasākumi, kur mākslinieciskais augstvērtīgums un attīstība nav primārie, un tie nav pašmērķi. Dažreiz tiek riskēts, bet fokusēšanās galvenokārt tiek vērsta uz publikas un patērētāju pieprasījumu un uz tīrību balstītas pieejas. Tāpēc šeit parādās atšķirības starp “tirgus līderu” pasākumiem un tiem, kuru mērķis ir iekļauties stabila tirgus interesēs.¹⁰⁷

Kultūras produktu producējoša vai saņemoša programma

Ir pasākumu menedžeri, kas galvenokārt producē (*produce*) pasākumus, kuros kultūras produkts tiek pasūtīts. Šādos gadījumos mākslinieki, producenti, mākslinieciskie direktori u.c. mākslas radīšanas profesijas pārstāvji tiek uzaicināti, lai veidotu kaut ko oriģinālu un jaunu, kas konkrētajam pasākumam piešķir ekskluzivitāti, jo pasākuma laikā, kad produkts ir radīts, tiek pieredzēta, piemēram, pirmizrāde. Otrs pasākumu veids šādā skatījumā ir tāds pasākums, kurš dažādus kultūras produktus saņem (*receive*) jeb piesaista jau gatavā formātā, kas nav veidoti speciāli konkrētajam pasākuma gadījumam, bet ir programmas sastāvdaļas. Šajā gadījumā pasākuma organizatori neiegulda līdzekļus piesaistītā kultūras produkta ražošanā, atstājot arī mākslinieciskās, performatīvās iespējas un priekšnesuma nianšes aģentu un mākslinieku ziņā. Tas attiecas arī uz dažādiem pasākumiem, kas tiek iekļauti svētku un festivālu programmās, bet ko organizē citas organizācijas pilsētā. Piesaistītā mākslinieka aģenti un menedžeri nereti viņu uzstāšanās nodrošina līdzīgas formas pasākumos, veidojot tūri ar pasākumiem, kuros mākslinieks piedalās.¹⁰⁸

Programmas veidošana pēc organizētāju lomām

Programmas izstrādes procesā organizētāji var pieņemt dažādas lomas. R. Palmers un G. Ričards norāda 4 darba lomas, kā veikt darbu:

¹⁰⁶ Richard, Palmer, pp.86.

¹⁰⁷ Richard, Palmer, pp. 87.-88.

¹⁰⁸ Richard, Palmer, pp. 91.-92.

- Kā arhitekti – par programmas konceptu, dizainu un programmas komponentu apvienošanu ir atbildīgi mākslinieciskās programmas direktors, citi speciālisti vai komitejas biedri. Visi galvenie lēmumi tiek pieņemti centralizēti, arī par pasākuma formu un tēlu.
- Kā koordinatori – pasākuma organizators strādā ciešā kontaktā ar citiem, lai veidotu programmu un dizainu. Programma tiek veidota kā kopdarbs ar visiem partneriem.
- Kā inženieri – šajā gadījumā programmu organizē citi, kas ir ārpus organizācijas, bet pamata pasākuma organizētāji uzņemas atbildību finansiāli un tehniski.
- Kā uzņēmēji – programmas izveide uzticēta citām grupām, organizācijām vai individuālām personām, kas to dara brīvi vai pēc noteiktām vadlīnijām, ko nosaka pamata organizatori¹⁰⁹

Programmas veidošana pēc satura un disciplīnas

Pasākumu programmas var kategorizēt pēc disciplīnas un aktivitāšu tipa, kas koncentrējas uz vienu nozari vai žanru, tās angļu valodā saucas – *subject specific*. Šāda tipa programma tiek veidota, balstoties uz viena veida formas prezentāciju, piemēram, roka grupas, dzeja u.c. Programmas, kas ietver dažādu tipu un žanru aktivitātes, ir starpdisciplināras (*interdisciplinary*). Šāda tipa programmās tiek kombinēti dažādu atšķirīgu kultūras formu pasākumi un priekšnesumi. J. Darmavans (*Darmawan*), pētot Austrumāzijas festivālu pasākumu programmas un balstoties uz tām, secināja, ka festivālus var iedalīt divos pamattipos: plaša mēroga starpdisciplināri pasākumi un tādi, kas koncentrējas uz šaura loka disciplīnām.

Jāpiemin, ka dažādu mākslas stilu, formu un žanru robežas var būt izplūdušas, kas mūsdienās nav reta parādība, tāpēc ir grūti noteikt programmu tipu, piemēram, deja dažkārt var tikt skatīta kā sports. Runājot par pasākumu programmu vispārējām analīzēm, kurās tiek skatītas programmas ar liela mēroga kultūras pasākumiem, daži pētījumi ir izmantojuši programmu veidošanas virzienus, lai palīdzētu noteikt līdzības un atšķirības pasākumu programmās. Piemēram, mākslas festivālos tipiski virzieni iekļāva tādas kategorijas kā “ārvalstu produkts”, “vietējais produkts”, “eksperimentāli pasākumi”, “jauno mākslinieku promocijas” un “jaunie produkti”. Bet pētnieces L. Ranshujsena (*Ranshuysen*) un M. Džansena (*Jansen*), pētot holandiešu vasaras festivālus, saskatīja sešus galvenos programmu veidošanas

¹⁰⁹ Richard, Palmer, pp. 93.

virzienus: ārzemju produkti, eksperimentālie produkti, kvalitātes produkti, jaunie talanti (*young/new talent*), kopprodukcija un jaunā produkcija.¹¹⁰

Arī Saimons Mundi norāda uz pasākuma programmas dalīšanu kategorijās. Programmas veidotājam jeb māksliniecisķajam vadītājam ir jāveido programmas grafiks tik prasmīgi, lai tā atstātu maksimālo efektu uz auditoriju un to spētu noturēt un piesaistīt jaunu. Kopēšana un reproducēšana ir termini, no kuriem ir jāizvairās māksliniecisķās programmas veidošanā, publikai ir jāsniedz jaunas pieredzes.¹¹¹

Starptautiska vai lokāla orientācija programmas pamatā

Kultūras produktu izplatība gadu gaitā ir kļuvusi vienkāršāka un iespējamāka pasākumu organizatoriem, un kopš laika pēc Otrā pasaules kara ārzemju viesi un starptautiski zināmi mākslinieki pasākumos asociējas ar sava veida prestižu, tomēr to, vai ārzemju viesi tiks iekļauti pasākumu programmās, lielā mērā nosaka tirgus un kultūras produkta dārdzība. Dažkārt ārzemju viesu iekļaušana programmā var izmaksāt lētāk, ja valstī, kurā pasākums organizēts, darbojas organizācijas, kas finansiāli atbalsta vai subsidē ārzemju vai kādu konkrētu valstu māksliniekus, piemēram, Britu Padome (*British Council*). Jārēķinās arī ar to, ka ārzemju kultūras produkti var ietvert citas tradīcijas, vērtības un paradumus, kas vietējiem pasākuma apmeklētājiem var likties kā jauna vai citiem varbūt neizprotama pieredze. Ārzemju viesu iekļaušana pasākumu programmās var raisīt vietējo grupu neapmierinātību ar to, ka dažos gadījumos viņiem netiek dota priekšroka. Turpretī vairāki pasākumu organizatori, kas programmās iekļauj gan vietējos, gan ārzemju kultūras produktus, tieši cenšas veicināt labas un ilglaicīgas attiecības un sadarbību starp abām pusēm, ko rosina kultūras apmaiņa. Starptautiska orientācija kultūras pasākumos var dot gan pozitīvu, gan negatīvu ietekmi uz pasākuma apmeklētību, bet, kā R. Palmers un G. Ričards secina: “Jo vairāk lokālo mākslinieku, jo lielāka vietējā auditorija mēdz būt.”¹¹²

Programma un tās kvalitāte

Pasākuma programmas kvalitātes noteikšana ir subjektīva un grūti izmērāma, jo to var darīt dažādos veidos un no atšķirīgiem skatpunktiem, un tie būtu: galvenā vadītāja skatījums, režisora vai citu organizētāju skats uz viņu pašu darbu, publikas un auditorijas skatījums un vērtējums, kas tiek izteikts ar tās uzvedību neformāli vai formāli pasākumos, fokusa grupās utt., mediju, žurnālistu un kritiķu skatījums, valdes viedoklis, netiešo iesaistīto pušu

¹¹⁰ Richard, Palmer, pp. 94.-97.

¹¹¹ Mundy, Simon. *The Performing Arts. A Manual for Managers*. Council of Europe, 2002, pp. 24.-25. (Turpmāk: Mundy)

¹¹² Richard, Palmer, pp. 98.-103.

skatījums, finansētāju tādu kā dažādu komiteju, padomju skatījums, līdzīgu organizāciju un konkurentu viedoklis un pētnieku viedokļi. Liela daļa pasākumu organizatoru tomēr veic savu pasākumu programmu kvalitātes novērtējumu lielākā vai mazākā mērā, piemēram, Skotu Mākslas padomes mūzikas pasākumu mākslinieciskās kvalitātes novērtēšanas sekcijā tiek minēti šādi elementi: produkta kvalitāte, vīzija un iztēle jeb fantāzija, mākslinieki, uzstāšanās kvalitāte, auditorija (tās reakcija un apjoms) un izglītojošā vērtība.¹¹³

D. Gecs un J. Karlsens (*Carlsen*) ir noteikuši galvenās dimensijas, pēc kurām, viņuprāt, varētu vērtēt produkta kvalitāti. Tā sākas ar organizēšanu – mandātu un vīziju, filozofiju un klientu orientāciju; darbinieku un brīvprātīgo kompetenci; pārvaldi; menedžmenta darbu. Programmas vai produkta kvalitāte ir empīriskā un priekšmets kvalitatīvai novērtēšanai no iesaistīto pušu puses. Apmeklētāji novērtē kvalitāti, izpaužot savu gandarījumu vai apmierinātību vai salīdzinot ar citiem pasākumiem.¹¹⁴

Programmas noteikšana balstoties uz aktivitāšu blīvumu

Programmas blīvums ir vidējais uzstāšanās vai pasākumu skaits noteiktā periodā. Tas ir noderīgs, ja tiek salīdzināti īpaši pasākumi ar citiem līdzīga tipa pasākumiem. Šo aspektu Palmers un Ričards min pilsētas kontekstā, kas norāda festivālu vai pasākumu kopējo ilgumu dienās, piemēram, viena gada ietvaros. Tomēr šāda mērīšana nenorāda uz pasākumu kvalitāti, sasniegumiem vai stāstu. Pasākumu skaits dienā var norādīt uz svētku aktivitātes intensitāti.¹¹⁵

Ārēji un iekšēji vadītas programmas

Programmas veidošanu var skatīt arī no tāda aspekta, kas ir tās galvenais virzības un vadības noteicošais impulss. R. Palmers un G. Ričards norāda divus programmu veidus: ārēji (*externally driven*) un iekšēji vadītas (*internally driven*). Tas, kas programmas “vada” - draiveri (*drivers*), ir pasākumu uzņēmējdarbības (komercdarbības) komponenti - mērķauditorija un resursu avoti. Ārēji vadīti pasākumi ir atkarīgi no, piemēram, biļešu tirdzniecības ieņēmumiem, valsts iestādēm un sponsoriem. Ja primāri programmu ietekmē no organizācijas ārēji apstākļi nevis iekšēji, tad to var saukt par ārēji vadītu pasākumu. J. Darmavans ar kolēģiem norāda, šāda tipa pasākumiem ir tendence veidot programmas, pieņemot starpdisciplināras un laikmetīgas pieejas. Iekšēji vadītiem pasākumiem būs pretējas iezīmes, to darbība galvenokārt ir virzīta, balstoties uz pasākuma rīkotājas organizācijas individuālām interesēm, tās vadītājiem, māksliniekiem un valdes locekļiem. Iekšēji vadītu

¹¹³ Richard, Palmer, pp. 103.-104.

¹¹⁴ Getz, pp. 239.-240.

¹¹⁵ Richard, Palmer, pp. 110.-111.

pasākumu centrā ir persona vai cilvēku grupa, kam ir pieredze un zināšanas par to, kā parādīt pasākuma ideju caur tā programmu. J. Darmavans ar kolēģiem uzskata, ka šim tipam raksturīga programmu veidošana tradicionālā manierē. R. Palmers un G. Ričards norāda galvenās atšķirības starp šīm abām pasākumu programmu veidošanas pozīcijām (skat. attēlu nr. 11).¹¹⁶

Attēls nr.11. Ārēji un iekšēji vadītu programmu atšķirības.

Elementi	Iekšēji vadīta	Ārēji vadīta
Resursi	Savi resursi, brīvprātīgie	Finansējums, granti, biļešu ienākumi
Auditorija	Vietējie iedzīvotāji	Apmeklētāji – viesi
Misija	Nosaka vadība, darbinieki	Nosaka sponsori un finansētāji
Organizācija	Autokrātiska, fanātiska	Demokrātiska, tāda, kurai jāatskaitās

Programmas veidošana balstoties uz tēmu

Tēma ir unificējoša ideja vai koncepts, kas dod nozīmi pasākumam vai ir svinību objekts. Tēma var būt vizuāla un arī balstīta uz maņām, piemēram, gan tāda, kas izpaužas dekorācijās, gan aktivitātēs, tēma var būt arī fantāziju tēma, kurā dekorācijas mijas ar izklaidi, tā var būt emocionāla, piemēram, svinības kā kaut kā vērtīga atzīmēšana, vai intelektuālas dabas tēma, piemēram, kādas konferences tēma u.c. D. Gecs norāda, ka tēmai ir jābūt stimulējošai un provokatīvai, kas ietver taustāmus un netaustāmus elementus. Prātā paliekošas tēmas iekļūst “universālā ticības sistēmā”, kā saka D. Gecs, un tai vajadzētu nodrošināt tādu, kā stāsta morāli, kura paliks atmiņā, kad pasākums jau būs noslēdzies, tomēr ne visas tematikas to spēj, un ne vienmēr tas ir stingri nepieciešams.¹¹⁷

Vairākas organizācijas pieņēmušas tematiskas pasākumu programmas veidošanas pieeju, jo tēma palīdz pasākumu radīt un veidot nolasāmāku un saprotamāku, sasaistot kopā dažādus pasākuma elementus. Dažkārt pasākuma tēma tiek ņemta par pamatu, lai veidotu pasākuma programmu, kamēr citos gadījumos tēma tiek noteikta, lai apvienotu pilnīgi atšķirīgas un dažādas vienu ar otru nesaistītas aktivitātes.¹¹⁸

Savukārt S. Mundi par pasākuma tematiskumu raksta šādi: “Tas bija gudrs festivālu direktors, kurš tomēr teica, ka “tēma rada labus darbiniekus, bet sliktus meistaros.” Citiem vārdiem sakot, ja tēma kļūst par šķērslī programmas brīvībai (..), tad tas draud ar auditorijas atsvešināšanos un garlaicību izpildītājiem. No otras puses, prasmīgi izvēlēts, tematiskais pieskāriens ļauj mākslinieciskajam vadītājam atklāt darbu, kuru auditorija citkārt varētu

¹¹⁶ Richard, Palmer, pp. 104.-107.

¹¹⁷ Getz, pp. 237.

¹¹⁸ Richard, Palmer, pp.108.-110.

noraidīt kā pārāk svešu, vai kritiķi izsmietu to kā otršķirīgu. Repertuāra vai formas paplašināšana var padarīt tematisko programmas veidošanu ļoti pievilcīgu un tā ļauj organizācijai izveidot skaidru identitāti publikas prātā”.¹¹⁹

Programma un vietas nozīme

Kad tiek veidota pasākuma programma, ļoti būtiska ir vietas nozīme un izvēle. Pasākumu organizatori izlemj, kura lokācijas vieta vislabāk atbilstu programmai un tajā iekļautajiem pasākumiem gan tehniskā un veiksmīgas darbības ziņā, gan finansiālā. Tiek domāts, lai kultūras pasākums izvēlētajā vietā var kvalitatīvi realizēties, piemēram, *open-air* vietas tiek pakļautas sliktu laikapstākļu riskam, kas var atstāt negatīvas sekas uz kultūras produktu, kas attiecīgajā vietā tiks piedāvāts. Pasākuma vai programmas vieta – tā var būt gan iekštelpās, gan ārpus telpām – brīvā dabā, piemēram, vasaras festivāli pārsvarā fokusējas uz brīvdabas pasākumiem. Telpa – tā var būt gan speciāli paredzēta kādai konkrētai darbībai, piemēram, teātris vai koncertzāles, parki, kā arī vietas, kas nav specializētas kultūras pasākumiem - pamestas ēkas, fabrikas, tilti utt., kas uz notikuma laiku tiek adaptētas kādam priekšnesumam, performancei, izstādei vai citiem pasākumiem. Neparastas un negaidītas kultūras pasākumu vietas ir aktuālas, jo var piesaistīt jaunu auditoriju un piesaistīt mediju uzmanību. Noteiktu vietu izvēle pasākumiem var būt ar sociālu vai simbolisku nozīmi. Pilsētās ir vietas, kas tiek asociētas ar īpašām grupām un kopienām, bet citas vietas ir neitrālas, un “pieder” un ir atpazīstamas visiem.¹²⁰ Netradicionālu vietu transformācijas pasākumiem, piemēram, izgaismošana, kaustiskās manipulācijas, noformējums, scenogrāfija utt., rada māksliniecisku uzstādījumu, ar kuru var papildināt skatuves vēstījumu. S. Mundi uzskata, ka skatītāji nāk uz pasākumu ne tikai tā satura dēļ, bet arī noformējuma, skatuves iekārtojuma un kopējās vides dēļ, tādēļ festivāla direktori cenšas piedomāt arī pie tā, kā apmeklētājus pārsteigt tehniskā ziņā – ar pasākuma vides iekārtošanu, piemēram, radoša pieeja sēdvietu iekārtošanai, kas ir ārpus ordinārām pieejām. Efektīga apmeklētāju piesaiste varētu notikt arī tad, ja visiem zināma konkrētiem mākslas veidiem, stiliem vai žanriem paredzēta vieta tiktu izmantota it kā neiederīgiem – gluži pretējiem mākslas veidiem utt., piemēram, garīgās mūzikas koncerts rokmūzikas cienītāju iestādē.¹²¹

Programmas fokuss uz “zvaigzni”

Nereti programmas tiek veidotas tā, lai uzsvars un fokuss būtu uz slaveniem māksliniekiem vai izpildītājiem, ko mēdz dēvēt par “zvaigznēm”. Šo slaveno mākslinieku

¹¹⁹ Mundy, pp. 27.-28.

¹²⁰ Richard, Palmer, pp. 111.-114.

¹²¹ Mundy, pp.30.-31.

vārdi tiek īpaši uzsvērti vai arī nē, jo atpazīstamus māksliniekus potenciālā auditorija var uziet ātrāk, un tie ir kā iedarbīgs mārketinga instruments. “Zvaigznes” piesaista mediju un publikas uzmanību, un dažkārt tās pat var noteikt visa pasākuma programmu. Ja “zvaigznes” vārds tiek lietots programmā kā centrālais elements, lai piesaistītu auditoriju, tad tas kļūst bīstami brīdī, kad tas sāk noēnot pārējo festivāla programmu. Problēmas var rasties arī tad, ja sakarā ar “zvaigznes” iekļaušanu pasākuma programmā, kā R. Palmers un G. Ričards raksta, “pasākums kļūst lielāks par pilsētu, kurā tas notiek,” šāds risks gan vairāk attiecas uz nelielām pilsētām.¹²² Arī S. Mundī norāda, ka preseī un mārketinga aktivitātēm vajadzētu fokusēties uz pasākumu, kurš programmā ir norādīts kā galvenais, jo tas palīdz veidot auditorijas izpratni par pasākuma kontekstu, un galvenais pasākums netiek parādīts izolēti ārpus visa notikuma. “Jo vairāk auditorijai tiks palīdzēts, lai tā saprastu darba nozīmi, jo iesaistītāka un atbalstošāka tā būs,” tā S. Mundī.¹²³ Bet, ja uzsvars ir nevis uz kādu darbu vai pasākumu, bet mākslinieku, tad to nevajadzētu pilnībā atklāt, bet padarīt noslēpumainu, liekot uzsvaru uz atpazīstamāko repertuāru vai viņa talanta pāragrumu vai stāžu, vai īpašo vērtību, vai pat slikto slavu un reputāciju. To darot, nav jābūt ciniskiem, bet gan jāliek auditorijai saprast, ka pasākuma rīkojošā organizācija ir mūsdienīga un cenšas sabiedrību informēt.

Programmas politiskā dimensija

Pasākumi var tikt organizēti ar politisku vai reliģisku motivāciju, lai nodotu kādu vēstījumu, mudinātu auditoriju ieklausīties, iesaistīties vai raisītu interesi par kādu fenomenu. Līdzīgi arī pasākumu programmām ir mērķi nodot informāciju un raisīt publikas interesi par kādu politisku aspektu. Piemēram, festivāli var tikt organizēti, lai veicinātu valsts vai pilsētas atpazīstamību, parasti kombinējot gan kultūras, gan ekonomiskās aktivitātes. Programmas var būt augstas kvalitātes, bet politiskais vēstījums – diskrēts, tomēr primārais spēks un parasti arī finanšu avots ir valsts vai pilsēta, kas vēlas atspēkot vai mainīt tās tēlu, vai pārpozicionēties nacionālā vai starptautiskā līmenī. Pasākumi un to programmas var tikt veidotas arī tā, lai atbalstītu kādas politiskas programmas.¹²⁴ Šādu viedokli pārstāv R. Palmers un G. Ričards. Savukārt S. Mundī uzsver, ka pasākuma programmas politikai ir jābūt skaidrai un programmu veidotājiem pie tās ir stingri jāturas. Lai nemulsinātu publiku, ir jāturas pie noteiktajiem mērķiem un vīzijas, jo pretējā gadījumā programma var tik negatīvi uztverta no publikas puses, nevis tās satura kvalitātes dēļ, bet tāpēc, ka tā neatbilst iecerētajam. Programmai ir jāspēj būt tādai, kas komunicē ar auditoriju, māksliniekiem un presi.¹²⁵

¹²² Richard, Palmer, pp. 114.-115.

¹²³ Mundy, pp.28.

¹²⁴ Richard, Palmer, pp.115.-117.

¹²⁵ Mundy, pp.23.

Programma un ieinteresēto pušu dimensija

Ieinteresētās puses ir dažādas, tās var būt ne tikai vietējā pašvaldība vai valsts, bet arī tūrisma institūcijas, kā arī dažādas ekonomiskās attīstības aģentūras utt. Tās savā īpašā veidā iesaistās konkrēta pasākuma organizēšanā. Parasti, ja iesaistītās puses lielākā vai mazākā mērā sponsorē vai finansē pasākumu, īpaši, ja tie ir galvenie atbalstītāji, tad šīs iesaistītās puses nereti vēlas tiesības pieņemt lēmumus par attiecīgā pasākuma programmu. Komerciāli uzņēmumi kā iesaistītās puses savukārt vēlas pasākumu programmas sasaistīt ar saviem produktiem, tas, cik lielā mērā to darīt, var būt atkarīgs no tā, cik liels ir šī uzņēmuma finansējums pasākumam. Turpretī, ja galvenā iesaistītā puse ir vietējā kopiena, tad vietējās asociācijas un mākslinieki var noteikt pasākuma programmu, dažkārt pat visa pasākuma programma var tikt nosaukta galvenās iesaistītās puses vārdā vai nosaukumā, parasti tas notiek tad, ja šī iesaistītā puse ir galvenais atbalstītājs vai sponsors.¹²⁶

Konkurence kā programmas stratēģija

Konkurence kā programmas stratēģija ir vairāk vēsturisks aspekts. Daudzi pasākumu organizatori to iekļauj kā vienu no principiem, kā veidot programmu.¹²⁷ Pasākumu organizatori var pētīt konkurējošo norišu veiksmes un neveiksmes, pieejas, kā veidot pasākumu, kā arī, iespējams, iespaidoties no konkurentiem mākslinieciskā satura un kultūras produktu izvēles ziņā.

Pazīstamā un jaunā balanss programmā

S. Mundī min, ka labs programmu veidotājs ir tāds, kas ir nopelnījis auditorijas uzticību, tādā veidā viņš gūst radošo ideju realizēšanas brīvību, piemēram, piedāvājot un atklājot publikai kaut ko jaunu un nepieredzētu, ar ko tā sastapsies neizbēgami. S. Mundī norāda, ka labas programmas veidošanas prasmes liecina par atbildīgā programmas veidotāja līderību un prasmēm, jo viņš spēj ietekmēt auditorijas gaumi un mainīt pamazām tās uztveri attiecībā uz pasākumā piedāvāto kultūras produktu. Sabalansēta pasākuma programma sevī ietver gan veco, gan jauno, gan labi pazīstamo, gan jaunatklātus elementus. Tajā būtu arī vēlams iekļaut kādu mākslinieku vai performanci, ar ko publika iepriekš nav saskārusies, tajā pašā laikā arī kādu, ko tā ļoti labi pazīst un zina, un vēl kādu, ko tā atpazīst, bet labprāt izzinātu vēl dziļāk, piemēram, mūziķu koncertos parasti grupa vai mākslinieks atskaņo vēl nedzirdētus vai mazāk zināmus skaņdarbus, bet koncerta programmā iekļauj arī labi

¹²⁶ Richard, Palmer, pp. 117.-119.

¹²⁷ Richard, Palmer, pp. 119.

pazīstamos hītus, tas pats attiecas uz mākslinieku un pasākumu izvēli, un līdzīgi vajadzētu veidot arī dažādu citu pasākumu programmas. Jaunā atklāšana, atsvaidzināšana un izpētīšana – šādām trim darbībām vajadzētu līdzvērtīgi iekļauties programmā un ietekmēt auditoriju. Pareizs mākslinieku un kultūras produktu salikums un piedāvājums ir kā atslēga uz veiksmīgu pasākuma norisi un apmeklētāju apmierinātību ar pieredzēto.¹²⁸ Ja pasākums ir vietas tradīcija, tad publika zinās, ko sagaidīt no tā, tādā gadījumā programmas veidotāju uzdevums ir padarīt to pamanītu un aizraujošu. Šeit var runāt arī par programmas strukturēšanu, veidojot pasākumu grafikus vai īpašu izkārtojuma shēmu, kas raksturīgi mazāka mēroga pasākumiem vai pasākumiem, kuru norise jau ir kā rutīna – pierasta. Tad jācenšas šis it kā jau pierastais pasākums repertuārā atsvaidzināt, piemēram, veicinot šo produktu kā klasiku vai veicinot publikas vēlmi domāt, ka šis produkts ir obligāti jāredz, jārada nepieciešamība pēc tā. Bet gadījumā, ka pasākums ir ārpus ierastajām vietas tradīcijām, tad galvenā cīņa ir ar to, lai ierastā auditorija attiecīgo pasākumu apmeklētu un arī spētu to izbaudīt, vienlaikus var piesaistīt jaunu auditoriju, kas šādus neierastus pasākumus labprāt apmeklētu. To var izdarīt, rīkojot pasākumu neordinārā vietā, piemēram, teltī, fabrikā vai senā pilī, taču tas jā dara tā, lai šis jauninājums atmaksātos – šī vieta kļūst par pasākuma daļu, un dažādi tās elementi var tikt izmantoti kā īpašas sastāvdaļas programmā vai scenārijā.¹²⁹

Pasākumu organizatori vienmēr ir izvēles priekšā, pēc kādiem principiem veidot iecerētā pasākuma programmu. Lai kādi būtu organizatora plāni vai mērķi, viņam jā rēķinās ar dažādiem riska faktoriem un esošajiem resursiem. Pasākumu programmas var veidot, izmantojot dažādas pieejas vai principus, var pieturēties pie viena un var arī tos apcienot, bet pats galvenais, autoresprāt, ir sasniegt izvirzītos mērķus un pieturēties pie organizācijas vīzijas. Apzināti vai neapzināti pasākumu organizatorus programmas izveidē iespaido dažādi ietekmju faktori, piemēram, inovācijas, tradicionālais, finansiālie resursi, politiskie un ekonomiskie faktori, darbaspēks utt. Pasākumu programmu veidošanas principi ir dažādi, un šajā nodaļā apvienoti būtiskākie tieši kultūras pasākumu organizēšanā, tostarp balansa radīšana starp pazīstamo un jauno, iekšēji vai ārēji vadība, programmas veidošana pēc vietas, tematikas, politikas, lokāla vai starptautiska programma, konkurence kā veidošanas metode utt. Šādas iespējamās vadlīnijas būtu nepieciešams sākotnēji izsvērt un analizēt pasākumu organizatoriem, lai noteiktu savas darbības pieeju pasākuma veidošanā.

¹²⁸ Mundy, pp. 23.-24.

¹²⁹ Mundy, pp. 30.

3. LATVIJAS PILSĒTU UN NOVADU SVĒTKU KOPIĢĀS PAZĪMES

Lai skaidrotu, kādas ir pilsētu un novadu svētku pazīmes Latvijā, tika veikta to kartēšana un programmu kontentanalīze, vērā ņemot visu Latvijas teritoriju un skatot 2014. gada šo svētku pasākumu programmas. Jāpiemin, ka pētījuma ietvaros netika skaitīti Latvijas pagastu, ciemu un apriņķu svētki. Programmas tika meklētas internetā, pašvaldību mājaslapās un citās interneta vietnēs, kur tās bija pieejamas. Atsevišķos gadījumos tika uzrunāti vietējās pašvaldības kultūras darbinieki vai atbildīgie svētku organizēšanā ar e-pasta starpniecību. Visas iegūtās svētku programmas glabājas autores personīgajā arhīvā. Kvantitatīvo datu apkopošana tika veikta pēc autores ieskatiem, fiksējot katra konkrētā svētku gadījuma statusu, nosaukumu, programmā iekļauto pasākumu skaitu, svētku norises laiku un ilgumu, maksas pasākumu skaitu, kā arī kā tika skatīts, kā tiek veikta programmas strukturēšana. Kvantitatīvie dati tika iegūti, veicot visu aspektu apkopošanu un saskaitīšanu. Kā viens no galvenajiem kartēšanas mērķiem bija – noskaidrot, kāds ir kultūras produktu piedāvājums pilsētu un novadu svētkos, kāda tipa pasākumi galvenokārt tiek rīkoti šo svētku ietvaros, un skatīt, vai ir kādas kopīgas pazīmes un kādas ir tendences pasākumu izvēlē. Pasākumu klasifikācija tika veikta, gan pieturoties pie 1. nodaļā minētajām dažādu pētnieku klasifikācijām, piemēram, atsevišķi nodalot kultūras pasākumus un sporta pasākumus, gan veidojot autores izvēlētas klasifikācijas, balstoties uz pilsētu un novadu svētku pasākumu programmu produktu piedāvājuma tendencēm, jo, kā jau iepriekšējās nodaļās tika minēts un konstatēts, pasākumu veidu un nokrāsu klāsts pieaug, tāpēc autore pielāgojās esošajiem datiem. Tātad šī pētījuma ietvaros pasākuma klasifikācija tika veikta divos līmeņos – sākotnēji konstatējot, pie kāda pasākuma tipa tas pieder, un tad atsevišķi katrs tips tika iedalīts vēl sīkākās kategorijās, kas tiks turpmāk iztirzātas šajā nodaļā. Kopā tika saskaitīti 107 pilsētu un novadu svētki, kuros tika iekļauti 2750 pasākumi, kas norisinājušies 2014. gadā (skat. pielikumu nr.1)¹³⁰.

3.1. Pilsētu un novadu svētku izplatība Latvijā

Latvijas Republikā darbojas 119 pašvaldības, no tām 110 novadi un 9 republikas pilsētas.¹³¹ Latvijas Republikā novadu, pēc 2009. gadā veiktās administratīvo teritoriju reorganizācijas, iedala šādās vienībās - novada pilsēta un novada pagasts, taču tam var arī nebūt teritoriāla iedalījuma. Latvijas likumdošanā teikts, ka “pilsētas statusu var piešķirt apdzīvotajām vietām, kuras ir kultūras un komercdarbības centri ar attīstītu inženierinfrastruktūru un ielu tīklu un kurās ir ne mazāk par 2000 pastāvīgo iedzīvotāju.

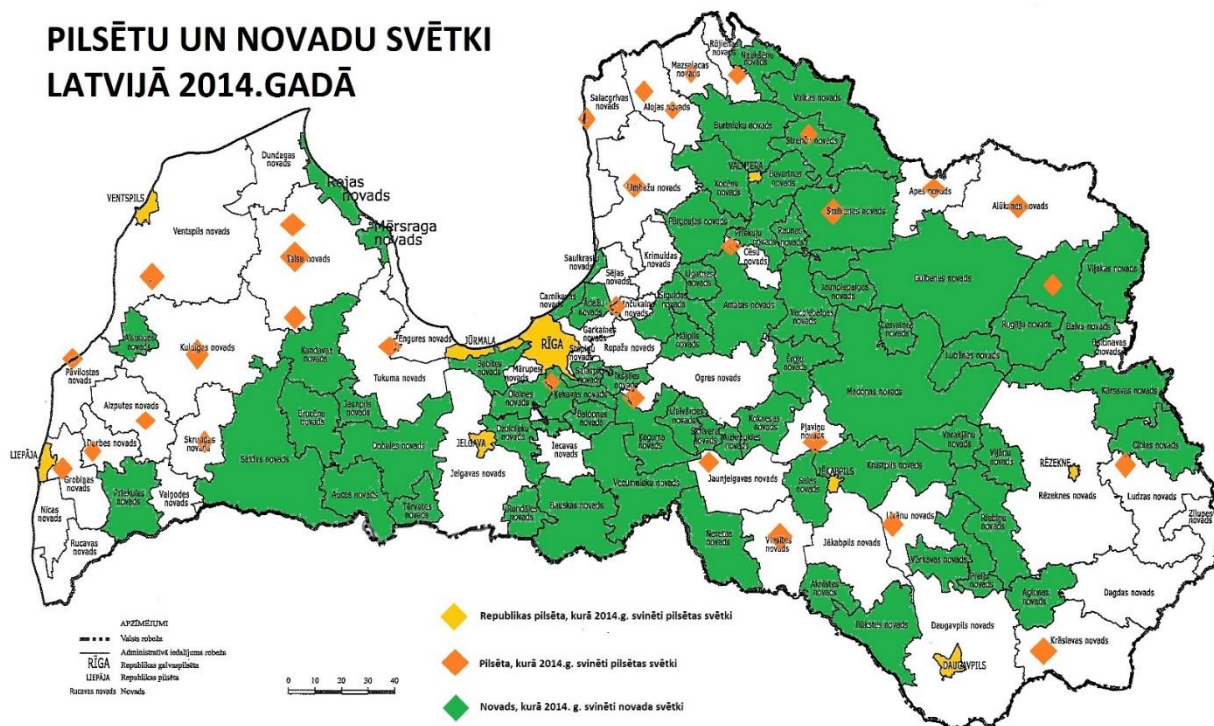
¹³⁰ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

¹³¹ Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija. *Pašvaldības*. Pieejams: http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas_veidi/pasv/ [skatīts 2015, 16. febr.]

Pilsētas statusu var piešķirt apdzīvotajām vietām, kurās ir mazāk par 2000 pastāvīgo iedzīvotāju, ja tās atbilst pārējiem šā panta otrajā daļā minētajiem kritērijiem.”¹³² Pilsēta ir apdzīvota vieta ar rūpniecības, tirdzniecības, kultūras, veselības aizsardzības, administratīvi politiska centra nozīmi. Latvijas Republikas “Administratīvo teritoriju un apdzīvoto vietu likumā” noteikts, ka “par republikas pilsētu Saeima var noteikt pilsētu, kurā ir vairāk par 25 tūkstošiem pastāvīgo iedzīvotāju”.¹³³ Savukārt novads ir administratīvi teritoriāla vienība, teritorija ar vienādām etnogrāfiskām īpatnībām vai kādas teritorijas centrs kopā ar tā apkārtni.

Kartēšanas rezultātā tika noskaidrots, ka 2014. gadā Latvijā tika rīkoti: 41 pilsētu svētki, tai skaitā visu 9 republikas pilsētu svētki (no 76 pilsētām 54% pilsētās), 66 novadu svētki (no 110 novadiem 60% novados), un kopā 107 pilsētu un novadu svētki. Ņemot vērā, ka Latvijas teritorija ir administratīvi iedalīta 119 pašvaldībās, tad kopējais vidējais svinēto svētku skaits ir augsts, procentuāli rēķinot, tas ir 90% no visām pašvaldībām. Apkopojot datus, rezultātus ir iespējams attēlot Latvijas Republikas kartē, tajā redzot, kuros novados un pilsētās šie svētki 2014. gadā tika svinēti (skat. attēlu nr.12).¹³⁴

Attēls nr.12. Pilsētu un novadu svētku izplatība Latvijā 2014. gadā.



¹³² Latvijas Republikas tiesību akti. *Administratīvo teritoriju un apdzīvoto vietu likums.7. pants. Novadi.* Pieejams: <http://m.likumi.lv/doc.php?id=185993> [skatīts 2015, 3.apr.]

¹³³ Latvijas Republikas tiesību akti. *Administratīvo teritoriju un apdzīvoto vietu likums.10. pants. Pilsētas.* Pieejams: <http://m.likumi.lv/doc.php?id=185993> [skatīts 2015, 3. apr.]

¹³⁴ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas rezultātiem. Latvijas Republikas tiesību akti. *Administratīvo teritoriju un apdzīvoto vietu likums. 3. pielikums.* Pieejams: <http://m.likumi.lv/doc.php?id=185993> [skatīts, 2015, 16. febr.]

Tātad 62 novados no 66, gadījumos, kad novadā tiek svinēti novada svētki, tad pilsētas svētki parasti netiek svinēti, izņemot dažus atsevišķus - 4 gadījumus, kas būtu – Smiltenes novadā, kur tika svinēti gan Smiltenes pilsētas svētki, gan novada svētki; Ķekavas novadā tika svinēti novada svētki un tajā esošās Baložu pilsētas svētki; Strenču novadā tika svinēti novada un arī Sedas pilsētas svētki; Balvu novadā arī novada svētki un Balvu pilsētas svētki. Jāpiemin, ka sakarā ar to, ka Latvijā novadu administratīvais dalījums tika ieviests 2009. gadā, gadu gaitā vairākos Latvijas reģionos “pilsētas svētki” tika pārsaukti par “novada svētkiem”, paplašinot savu mērogu, kā rezultātā novada svētki atsevišķos gadījumos var tikt svinēti teritoriāli arī novada pagastos un tajā ietilpstošajās pilsētās. Tā kā 2014. gadā novadi atzīmēja 5. gadadienu, tas arī, iespējams, ir par iemeslu novadu svētku augstākai koncentrācijai to skaita ziņā attiecībā pret pilsētu svētkiem, tomēr, lai to apgalvotu, būtu jāveic dziļāki pētījumi par iepriekšējiem gadiem šajā kontekstā. Retāk novadā tiek svinēti vairāku pilsētu svētki, 2014. gadā konstatēti divi gadījumi – Talsu novadā “Sabiles Vīna svētki”, Valdemārpils svētki un Talsu pilsētas svētki “Vasaras vidus svinēšana”; Alojās novadā – Alojās pilsētas svētki “Alojai 565” un Staiceles pilsētas svētki “Svētā putna " Piváland" svētki”. Novadu svētku fenomena atzīmēšana 2014. gadā bija izteiktāka tādos Latvijas kultūrvēsturiskajos novados kā Kurzemes austrumu daļā, Zemgalē, Vidzemes ziemeļaustrumos un Latgales vidienē un ziemeļu pusē, no tā izriet, ka pilsētu svētki galvenokārt tika atzīmēti Kurzemes rietumu daļā, Vidzemes ziemeļrietumos un Latgales dienvidaustrumos. Spriežot pēc iegūtajiem datiem kartēšanas rezultātā, ne pilsētas, ne novada svētki noteikti netika svinēti šādos novados: Baltinavas novadā, Sējas novadā, Stopiņu novadā un Iecavas novadā, kur pēdējos divos, kā minēja šo novadu kultūras nozares pārstāvji, svētki tiek svinēti ik pēc 5 gadiem. Dati, kas liecinātu par pilsētu vai novadu svētku svinēšanu, netika fiksēti arī šādos novados – Dagdas, Dundagas, Engures, Garkalnes, Krimuldas, Mārupes, Nīcas, Ropažu, Rucavas, Vaiņodes un Zilupes novadā.

3.2. Pilsētu un novadu svētku norises laiks un ilgums

Pilsētu un novadu svētku norises laiks parasti saistās ar gada siltajiem mēnešiem jeb vasaras sezonu, atvaļinājumu laikā. Tas apstiprinās arī pētījuma rezultātos (skat. attēlu nr.13)¹³⁵, pēc kuriem var secināt, ka Latvijas pilsētu un novadu svētki 2014. gadā galvenokārt norisinājās vasarā attiecīgi - jūlijā 42 svētku gadījumi un tam seko svinības augustā - 29 gadījumi, 17 pilsētas vai novadi savus svētkus atzīmējuši maijā, bet 14 – jūnijā. Divos gadījumos konstatēts, ka pilsētas vai novada svētki tiek svinēti septembrī, tie būtu “Svētā

¹³⁵ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

Miķeļa svētki” Alsungas novadā un Babītes novada svētki „Kamēr vēl rasa rododendru dārzā spēlējas...”, un divos novembrī – Vangažu pilsētas svētki Inčukalna novadā un Baložu pilsētas 23. dzimšanas dienas svētki Ķekavas novadā, savukārt 18. martā savu 390. dzimšanas dienu atzīmēja Liepājas pilsēta. Janvārī, februārī, aprīlī, oktobrī un decembrī netika fiksētas pilsētu un novadu svētku svinības. Jāatzīmē, ka gadījumos, kad pilsētu vai novadu svētki tika svinēti vairākas dienas un mēnešu mijā, tad katrs gadījums tika pieskaitīts tam mēnesim, kurā svētki norisinājās ilgāk.

Attēls nr.13. Latvijas pilsētu un novadu svētku norises laiks 2014. gadā.

Janv.	Febr.	Marts	Apr.	Maijs	Jūnijs	Jūlijs	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dec.
		1		17	14	42	29	2		2	

Pēc kartēšanas rezultātiem, balstoties uz informāciju programmās, ir iespējams atspoguļot pilsētu un novadu svētku Latvijā svinēšanas ilgumu pēc to dienu skaita, svētki vai to kulminācija parasti tiek svinēta nedēļas nogalē. (Skat. attēlu nr. 14).¹³⁶. Kā dati liecina, visbiežāk 2014. gadā pilsētu un novadu svētki tika svinēti 1 dienu, tas konstatēts 33 svētku svinēšanas gadījumos, otrs biežākais svinību norises laiks – 3 dienas, kas noticis 25 gadījumos. Tālāk dilstošā secībā 19 gadījumos – 2 dienas, 12 gadījumos – 4 dienas, 8 gadījumos vairāk, kā nedēļa, 5 gadījumos – nedēļu jeb 7 dienas, 3 gadījumos - 6 dienas un 2 gadījumos – 5 dienas.

Attēls nr.14. Latvijas pilsētu un novadu svētku ilgums 2014. gadā.

1 diena	2 dienas	3 dienas	4 dienas	5 dienas	6 dienas	7 dienas	Vairāk, kā nedēļa
33	19	25	12	2	3	5	8

3.3. Pilsētu un novadu svētku nosaukumi un struktūra

Pētot un apkopojot datus par pilsētu un novadu svētkiem, var saskatīt dažādas tendences, kas attiecas uz 2014. gadā notikušo svētku nosaukumiem. Tajos dominē vārdi “pilsēta” un “novads” apvienojumā ar attiecīgo pilsētu vai novadu, kas svētkus organizē, un cipari “2014” un “5”, kas nav pārsteidzoši, jo jau 1. nodaļā pilsētu un novadu svētki tika raksturoti kā kopienu svētki, līdz ar to šos svētkus arī svin pilsētu un novadu kopienas, un ne tikai, šajos gadījumos pilsētas svētki un novada svētki kā fenomens tiek iekļauti nosaukumā, bet norādītais “2014”, protams, norāda uz laiku - svinēšanas gadu, bet “5” ir norādījis novadu

¹³⁶ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

piecu gadu gadadienu. Ja jānorāda uz 2014. gada nosaukumu aktualitātēm, var izcelt 6 pilsētu un novadu svētku gadījumus, kad nosaukumos dominēja vārds “krāsa” dažādās formās, un tie būtu: Ērgļu novada svētki “Iegriez krāsu karuseli”, Ķeguma novada svētki “Izgaismo krāsas Ķeguma novada svētkos”, Saldus novada svētki “Iekrāso sevi novadā”, Balvu novada svētki “Krāsu mozaīka”, Piltenes pilsētas svētki “Krāsaini sapņi, puķes un..” un Jelgavas pilsētas svētki “Ieraugi Jelgavu krāsās”. Tas var liecināt par dažādību svētku pasākumu izvēlē kā arī dažos gadījumos krāsu tematika palīdz strukturēt svētku programmu, piemēram, sadalot dienas vai vairāku dienu programmu krāsās, kā tas, piemēram, ir Ķeguma novada svētku gadījumā. Tomēr galvenokārt nosaukumos ir dažādība, ir pilsētas un novadi, kas katru gadu veic nosaukuma maiņu un svētkiem piešķir tematiku, bet ir arī tādi gadījumi, kad pilsētu un novadu svētkiem ir tradicionāls nosaukums un tie iezīmē kādu aspektu no attiecīgā reģiona identitātes, piemēram, Carnikavas Nēģu svētki. Pilsētu un novadu svētku nosaukumus var klasificēt pēc to veidošanas tipa, un tie būtu pieci:

- Pilsētas / novada nosaukums
- Pilsētas/ novada gadskārta
- Tematisks nosaukums
- Moto / devīze
- Citi svētki, kas parasti saistīti ar kādu pilsētas / novada iezīmi

Piemērus var skatīt tabulā (skat. attēlu nr.15.)¹³⁷:

Attēls nr.15. Latvijas pilsētu un novadu svētku 2014. gada nosaukumu klasifikācija.

Pilsētas / novada nosaukums	Pilsētas / novada gadskārta	Tematisks nosaukums	Moto, devīze	Citi svētki
Rīgas svētki Valmieras pilsētas svētki Ventpils pilsētas svētki Aglonas novada svētki Vangažu pilsētas svētki Tērvetes novada svētki Skrīveru novada svētki	Alojai 565 Limbaži līksmo – 791 Pāvilostas pilsētas 135. jubileja 5. Valkas novada svētki Varakļānu novadam – 5 Baložu 23. dzimšanas diena Viļānu novada 5 gadu svinības	Pilsētas laiks (Jēkabpils) Ieraugi Jelgavu krāsās Jūra līdz ceļiem (Rēzekne) Zīmju ceļš (Lielvārdes novads) Barona Bunduļa Dullības (Smiltenes novads) Mana atmiņu klade (Līgatnes novads)	Pilsēta ar māju sajūtu (Daugavpils) Vieta, kur justies kā mājās (Baldones nov.) Es mīlu savu pilsētu, lai dzirksteļo prieks! (Balvi) Izgaismo krāsas Ķeguma novada svētkos Ieelpo! Izjūti! Iededzies! Izdzīvo! (Skrundas pilsētas svētki)	Liliju svētki Rožu svētki Tukumā Svētā Miķeļa svētki Carnikavas Nēģu svētki Ikara svētki Sabiles Vīna svētki Svētā putna "Pivāлинд" svētki

¹³⁷ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

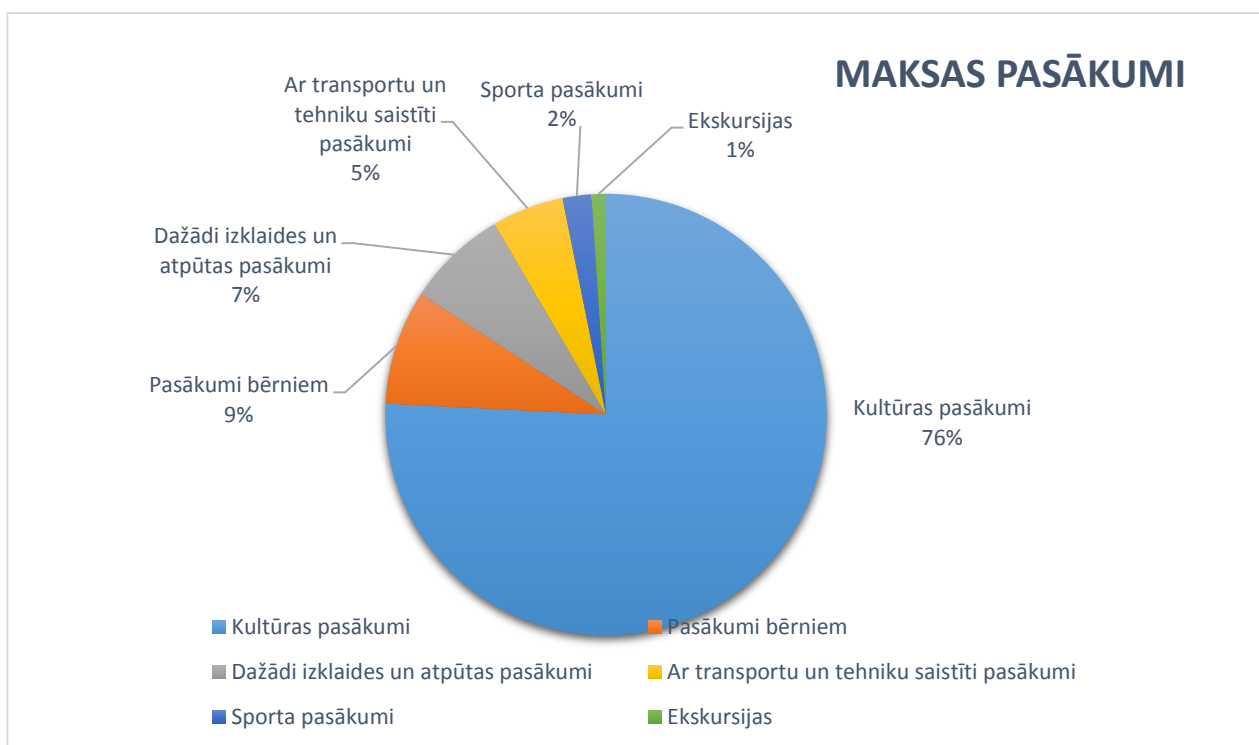
Pilsētu un novadu svētku pasākumu programmu strukturēšanas tendences 2014. gadā ir dažādas, tas tika darīts pēc šādiem kritērijiem, kas dažkārt atsevišķos gadījumos savā starpā arī pārklājās:

- vietas, kur notiek pasākumi
- dienas un laika, kad norisinās pasākumi
- tematikas
- pagastiem, kur norisinās svētki

3.4. Pilsētu un novadu svētku pasākumu ieejas maksa

Pēc kartēšanas rezultātiem var secināt, ka galvenokārt Latvijas pilsētu un novadu svētku pasākumi ir bez ieejas biļešu maksas, tie ir 96,2%, dažkārt arī svētku programmās tas tiek norādīts, ka visos attiecīgās pilsētas vai novada svētku pasākumos ieeja ir “par brīvu”. Kopā 2014. gada pilsētu un novadu svētkos notika 104 maksas pasākumi no kopā 2750 pasākumiem, kas ir 3,8% no visu pasākumu skaita.

Attēls nr.16. Pilsētu un novadu svētku maksas pasākumi Latvijā 2014. gadā.



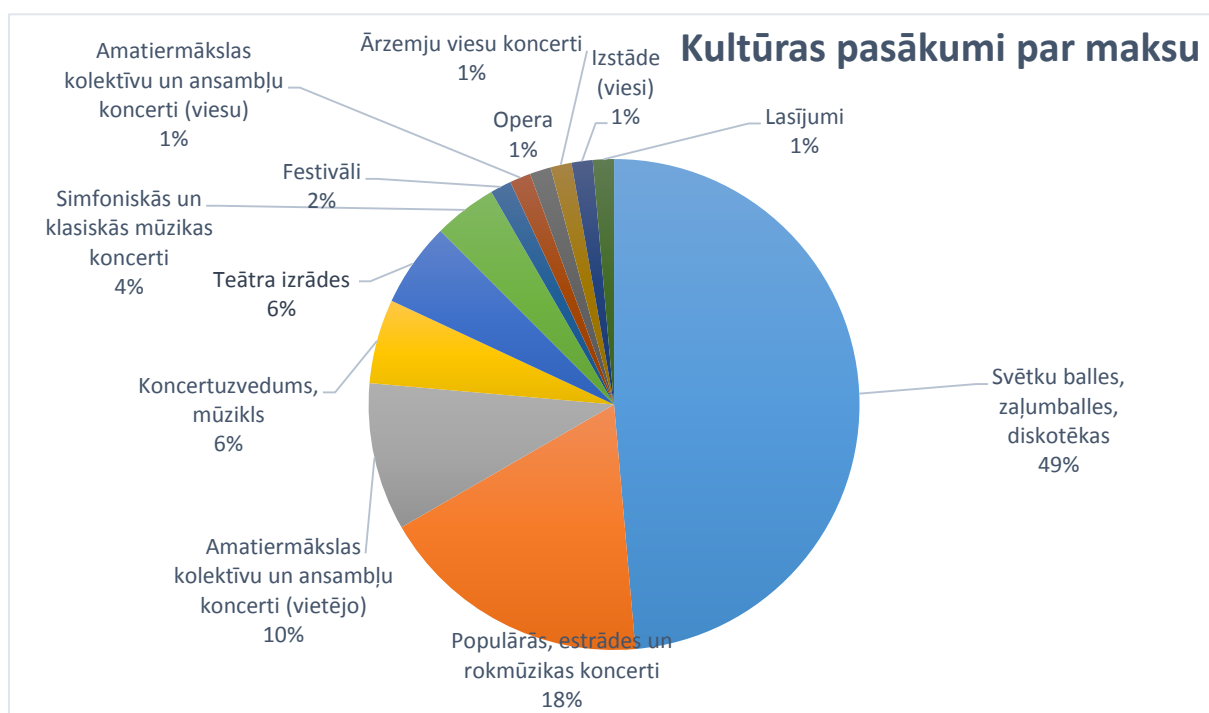
Viszemākā pasākuma cena tika konstatēta Naukšēnu novada svētkos, kur par 0,50 EUR maksāja atrakcijas bērniem, to skaitā balonu locīšana, fotografēšanās, seju apgleznošana, ūdens bumba u.c., bet visaugstākā biļešu cena Ventspils pilsētas svētkos, kur 15,- EUR maksāja ieejas biļete uz Latvijas Nacionālās operas viesizrādi V. A. Mocarta „Figaro kāzas”, kur piedalījās tādi mākslinieki kā Evija Martinsone, Inga Šļubovska, Rihards

Mačanovskis, Jānis Apeinis, Laura Grecka, diriģents Valdis Butāns, režisors Marselo Lombardero, scenogrāfs Djego Siliano.

Pētot kāda veida pasākumi ir par maksu, ar pārlicinošu pārsvaru atklājas, ka tie galvenokārt ir kultūras pasākumi – 76% no visiem maksas pasākumiem, tiem seko pasākumi bērniem – 9%, dažādi, izklaides un atpūtas pasākumi – 7%, ar tehniku un transportu saistīti pasākumi – 5%, sporta pasākumi – 2% un 1% ekskursijas un ar tūrismu saistīti pasākumi. Šie statistikas dati ir attēloti diagrammā (skat. attēlu nr.16).¹³⁸

Tā kā kultūras pasākumu īpatsvars procentuāli, kas ir par maksu, ir izteikti vislielākais, tad jāaplūko, kuri tieši no kultūras pasākumiem tie ir. Protams, šo daudzumu ietekmē arī tas, ka šie kultūras pasākuma veidi biežāk vai retāk tiek iekļauti pilsētu un novadu svētku programmās. No tiem kultūras pasākumiem, kas ir par maksu, visvairāk un gandrīz puse jeb 49% ir tieši pilsētu un novadu svētku balles, zaļumballes un diskotēkas, kuru biļešu cenas pārsvarā svārstās no 1,50 EUR - 5,- EUR. 18% no kultūras pasākumiem, uz kuriem jāiegādājas ieejas biļetes, ir populārās, estrādes un rokmūzikas koncerti, tiem seko 10% - vietējo amatiermākslas kolektīvu un ansambļu koncerti, 6% - koncertuzvedumi, arī 6% - teātra izrādes, 4% klasiskās mūzikas koncerti, 2% - festivāli, un pa 1% no piecām frakcijām – lasījumi, viesmākslinieku izstādes, ārzemju vienu koncerti, opera, viesu amatiermākslas kolektīvu un ansambļu koncerti (skat. attēlu nr.17).¹³⁹

Attēls nr.17. Kultūras pasākumu veidi par maksu pilsētu un novadu svētkos Latvijā 2014. gadā.



¹³⁸ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

¹³⁹ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

3.5. Kultūras produktu piedāvājums pilsētu un novadu svētkos

Latvijas Republikas "Publisku izklaides un svētku pasākumu drošības likumā" ir pieminēts termins "publisks pasākums", kur tas tiek definēts kā "fiziskās vai juridiskās personas plānots un organizēts sabiedrībai pieejams svētku, piemiņas, izklaides, sporta vai atpūtas pasākums publiskā vietā neatkarīgi no īpašuma piederības"¹⁴⁰, kas gan ir diezgan plašs jēdziens, bet sevī ietver arī pilsētu un novada svētkus un tajos iekļautos svētku programmas pasākumus. Latvijas Kultūras ministrijas Kultūrpolitikas plānošanas departamenta sastāvā ir struktūrvienība Stratēģijas un reģionālās kultūrpolitikas nodaļa, kura īsteno valsts kultūrpolitiku reģionos un par kultūras produktu piedāvājumu raksta: "Plašs un daudzveidīgs ikdienā pieejamo kultūras pakalpojumu un pasākumu klāsts, spilgtu notikumu un profesionālu izstāžu un izrāžu pieejamība, profesionālu mākslinieku darbība ir priekšnosacījums ilgtspējīgai reģiona attīstībai. Mūsdienīgu kultūras produktu plašs un daudzveidīgs piedāvājums liecina, ka reģions ir orientēts uz nākotni un atvērts inovācijām."¹⁴¹ Līdz ar to var domāt, jo lielāks dažādu pasākumu klāsts arī pilsētu un novadu svētkos, jo tie pēc iespējas labāk pilda šo reģionālās kultūrpolitikas nostādni un veicina pilsētas un novada attīstību.

Lai izpētītu kultūras produktu piedāvājumu pilsētu un novadu svētkos Latvijā 2014. gadā, tika savāktas pēc iespējas vairāk šo svētku pasākumu programmas visas Latvijas teritorijas ietvaros. Lai klasificētu svētku programmās minētos pasākumus, tika izveidoti 11 pasākumu tipi, balstoties uz pilsētu un novadu svētku pasākumu klāstu un piedāvājumu. Apkopojot rezultātus, tika saskaitīti visi pilsētu un novadu svētku programmās iekļautie pasākumi, un kopā 2014. gadā Latvijas pilsētu un novadu svētkos tika konstatēti 2750 pasākumi. Lai iegūtu pēc iespējas vairāk un precīzākus datus par pasākumu dažādību, tika atsevišķi kā pasākumi fiksētas dažādas aktivitātes, par kurām tika ziņots programmā, piemēram, tādā gadījumā, ja programmā minēts viens pasākums, bet tas ietver sevī vēl citus dažādus pasākumus, kas iederētos citā pasākumu kategorijā, tad tie tika izdalīti pa attiecīgajiem tipiem un kategorijām.

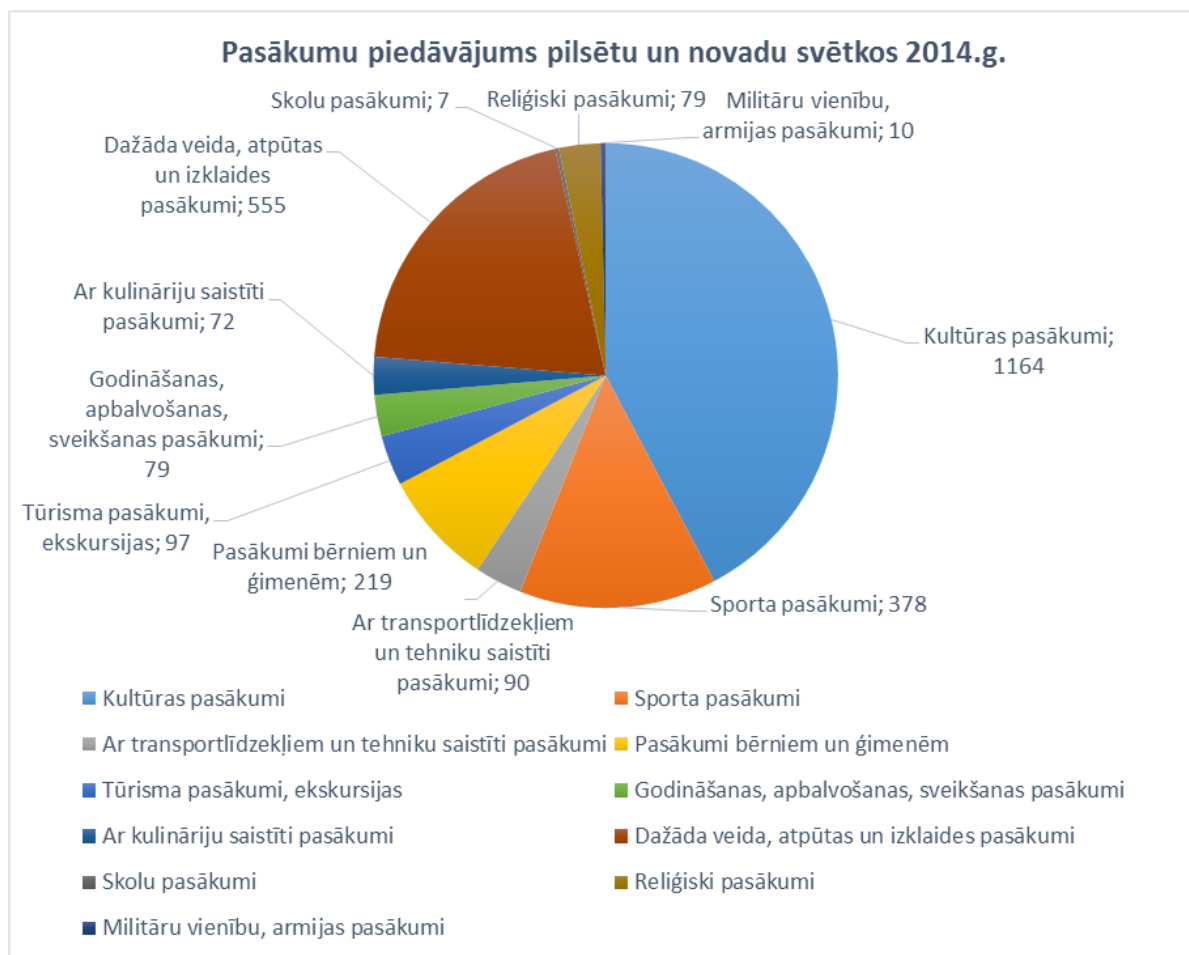
Tātad kopā fiksētajos 107 pilsētu un novadu svētkos vislielākais bija kultūras pasākumu skaits – 1164 jeb 42% no visu piedāvāto pasākumu skaita, kas ir gandrīz puse no visiem pasākumiem, tātad kultūras pasākumi ieņem nozīmīgu lomu pilsētu un novadu svētku pasākumu piedāvājumā, jo nākamie vairāk, kā uz pusi mazāk tiem seko dažādu veidu atpūtas un izklaides pasākumi – 555 jeb 20%. Tālāk dilstošā secībā pilsētu un novadu svētku programmās tika konstatēti sporta pasākumi – 378 jeb 14%, pasākumi bērniem un ģimenēm –

¹⁴⁰ Latvijas Republikas tiesību akti. *Publisku izklaides un svētku pasākumu drošības likums. 1. pants. Likumā lietotie termini*. Pieejams: <http://likumi.lv/doc.php?id=111963> [Skatīts: 2015, 3. apr.]

¹⁴¹ Latvijas Kultūras ministrija. *Reģionālā kultūrpolitika*. Pieejams: <http://www.km.gov.lv/lv/starprnozares/regionala.html> [skatīts 2015, 7.apr.]

219 jeb 8%, tūrisma pasākumi un ekskursijas – 97 jeb 4%, ar transportlīdzekļiem un tehnisku saistīti pasākumi 90 jeb 3%, godināšanas un apbalvošanas pasākumi – 79 jeb 3%, arī reliģiski pasākumi kopā 79 jeb 3%, ar kulināriju saistīti pasākumi – 72 jeb 3%, militāru vienību vai armijas pasākumi – 10 un skolu rīkoti – 7 pasākumi (skat. attēlu nr.18).¹⁴²

Attēls nr.18. Pasākumu piedāvājums Latvijas pilsētu un novadu svētkos 2014. g.



Dažkārt ir grūti noteikt, pie kāda veida kategorijas pasākumu pieskaitīt, jo tas var iekļauties vairākās vienlaicīgi, tāpēc autore izdarīja izvēli pēc saviem ieskatiem, izvērtējot, kura pasākuma ievirze ir izteiktāka. Jāatzīmē arī, ka šie dati, kas tiks šajā nodaļā raksturoti, iespējams, neatspoguļo galīgo un precīzo pasākumu skaitu, kas reāli ir notikuši 2014. gada novadu un pilsētu svētkos, bet gan to, cik un kāda veida pasākumi ir minēti svētku programmās. Jāpieļauj arī iespēja, ka daži pasākumi varēja būt atcelti un svētku programmās tika veiktas izmaiņas un papildinājumi, kā arī citi pasākumi varbūt programmās netika piefiksēti.

¹⁴² Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

Apkopojot datus, ir iespējams noteikt aptuveno vidējo pasākumu skaitu 2014. gadā katrā no frakcijām – republikas pilsētu, novadu pilsētu un novadu svētkos, tomēr jāsaprot, ka pasākumu skaitu katrā atsevišķā gadījumā var noteikt gan attiecīgās pilsētas vai novada iedzīvotāju skaits, gan sponsoru skaits, kā arī citi faktori, piemēram, pašvaldības piešķirtais finansējums, reģiona mērogs, subjektīvie faktori, svētku vīzija utt. (skat. attēlu nr. 19).¹⁴³ Kā piemēru var salīdzināt Kuldīgas pilsētas svētkus “Dzīres Kuldīgā” un Ogres pilsētas svētkus “Zaļi, droši, veselīgi!”, Kuldīgas pilsētā 2014. gadā tika reģistrēti 12123 iedzīvotāji un kurā pēc autores aprēķina 2014. gadā notika 139 pasākumi, bet sponsoru skaits, kas ir norādīti uz svētku afišas, ir 43, savukārt Ogrē tika reģistrēti 25894 iedzīvotāji, svētkos iekļauto pasākumu skaits – 43, bet sponsori netika piesaistīti un svētki tika rīkoti ar pašvaldības atbalstu. Vidēji katros pilsētu vai novadu svētkos ir 26 pasākumi.

Attēls nr. 19. Pasākumu skaits Latvijas pilsētu un novadu svētkos 2014. g.

	Svētku skaits	Svētku pasākumu skaits	Vidējais pasākumu skaits vienos svētkos
Republikas pilsētu svētki	9	523	58
Pilsētu svētki	32	924	29
Novadu svētki	66	1303	20

Tālāk pa punktiem tiks raksturoti visi pasākumu tipi, sākot ar tiem, kas ir visvairāk iekļauti pilsētu un novadu svētku programmās 2014. gadā.

3.5.1. Kultūras pasākumu piedāvājums

Kā jau iepriekš tika secināts, kultūras pasākumi to skaita ziņā 1164 (42% no kopējā pasākumu skaita) ir lielākā daļa no pasākumiem pilsētu un novadu svētku programmās. Kultūras pasākumi šajā kontekstā tiek saprasti kā dažādu mākslas formu, piemēram, dejas, mūzikas, kino, teātra utt. pasākumi, kopā 30 veidu kultūras pasākumu tika iekļauti un izdalīti šajā tipā. (Skat. attēlu nr. 20)¹⁴⁴

Kā vispopulārākais kultūras pasākumu veids ir vietējo amatieru mākslas kolektīvu un ansambļu koncerti, kopā 247 jeb tas ir 21% no visiem kultūras pasākumiem. Var domāt, ka vidēji katros pilsētas vai novada svētkos notiek vismaz 2 šādi koncerti, tāpēc var secināt, ka šī kultūras pasākumu kategorija ir ļoti svarīga vai pat neatņemama pilsētu vai novadu svētku sastāvdaļa, priekšnesumu dalībnieki šajā gadījumā ir vietējie pagastu, pilsētu vai novada

¹⁴³ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

¹⁴⁴ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

iedzīvotāji, vietējās kopienas. Pie šīs pasākumu kategorijas pieder tādi kolektīvi (gan pieaugušo, gan bērnu, gan senioru), kas piedalās ar saviem priekšnesumiem, kā tautisko deju kolektīvi, mūzikas skolu dziedošie un instrumentālie ansambļi, kori, popgrupas, vokālo studiju dziedātāji, vokāli instrumentālās grupas, dažādu stilu un kultūru deju grupas, piemēram, vietējo austrumu deju studijas, līnijdejojotāju grupas vai *hip - hop* deju grupas u.c.

Kā otrs visizplatītākais kultūras pasākumu veids, kas ir iekļauts pilsētu un novadu svētku programmās, ir populārās, rokmūzikas vai estrādes mūzikas koncerts, tie 2014. gada svētku ietvaros norisinājās, kā dati liecina, 175 reizes (15% no visiem kultūras pasākumiem), un vidēji katros pilsētas vai novada svētkos ir viens šāda veida koncerts. Šajā kategorijā iekļautas latviešu gan populārās, gan rokmūzikas, gan estrādes mākslinieku uzstāšanās, jo pārsvarā šie mūziķi ir sabiedrībā atpazīstami. Balstoties uz novērojumiem no svētku programmām, visbiežāk 2014. gadā pilsētu un novadu svētkos uzstājās tādi mākslinieki un grupas kā “*Big Al & The Jockers*”, “*Credo*”, “*Otra Puse*”, Normunds Rutulis un Slavenais Rīgas orķestris, “*Colt*”, Atis Auzāns un Slavenais Jersikas orķestris, Fēlikss Ķīgelis, Raimonds Pauls un viņa dziesmas dažādu mūziķu izpildījumā, “*Autobuss Debesīs*” un citi.

Svarīga pilsētu un novadu svētku programmas sastāvdaļa, kas arī vidēji vismaz vienu reizi tiek organizēta svētku ietvaros, ir tautas balle, zaļumballe, koncerts-balle vai diskotēka. 2014. gada svētku programmās tika fiksēti 139 gadījumi (12% no visiem kultūras pasākumiem), kas norāda, ka tika organizēts šis pasākums. Svētku ballēs, kas ir vakara un nakts pasākums, parasti uzstājas dīdžeji vai dziedošu mūziķu grupa, dažkārt gan vieni, gan otri, piemēram, Aizkraukles novada svētkos uzstājās dīdžejs un spēlēja grupa “*Mākoņstūmēji*”. Dažos gadījumos balle paredzēta īpašām cilvēku grupām, piemēram, Tukuma pilsētas svētkos norisinājās balle senioriem, Rožu disko balle un balle kopā ar grupu “*Rīgas Viļņi*”. 2014. gada pilsētu un novadu svētku ballēs visbiežāk uzstājās tādas grupas kā “*Galaktika*”, “*Mākoņstūmēji*”, “*Rīgas Viļņi*”, “*Velves*”, “*Rock’n Berries*”, “*Credo*”, “*Tērvete*” u.c.

Ceturtais visbiežāk programmās minētais kultūras pasākums ir izstāde vai ekspozīcija, kas akcentē pilsētu, novadu vai kopienu, vai kas ir vietējo mākslinieku izstāde. To skaits liecina, ka vidēji katros novada vai pilsētas svētkos ir vismaz viena šāda izstāde. Šāds kultūras pasākumu veids tika atsevišķi nošķirts no viesmākslinieku izstādēm, jo uzsver vietējai kopienai nozīmīgas vērtības – vietējo kultūras mantojumu, identitātes īpatnības un vietējos māksliniekus. Kopā norisinājās 125 (11% no visiem kultūras pasākumiem) šāda veida izstādes, kas izpaudās gan kā fotogrāfiju izstādes, gan gleznu, gan dažādu eksponātu ekspozīcijas vai izstādēs. Kā piemērus var minēt Naukšēnu novada svētkos vietējo iedzīvotāju

darbu izstādi “*Made in Naukšēnu novadā*”, Mazsalacas pilētas svētkos novadnieka Jāņa Apsītes darbu „Ainava” izstādes atklāšanu un Liepājas dzimšanas dienai veltīto foto izstādi „.....saknes jau vējš neizplēš....”, kur bija apskatāmi 35 Liepājas pilsētas mūziķu portreti.

Tālāk seko kultūras pasākumi, kuri ne vienmēr tik iekļauti pilsētu un novadu svētku programmās 2014. gadā, bet tie procentuāli sasniedz 5% no visiem kultūras pasākumiem, kas fiksēti 2014. gadā. Kā nozīmīga svētku sastāvdaļa ir teātra izrādes, uzvedumi, aktieru performances gan amatieru kolektīvu, gan profesionālo aktieru ansambļi – vietējie un viesi. 2014. g. notika 63 šādas izrādes un teatrāli aktieru priekšnesumi, vidēji nedaudz vairāk nekā pusei no 2014. gadā notikušo svētku programmās tika iekļauts šāda veida kultūras pasākums, kas galvenokārt bija vietējo amatieru teātru iestudējumi, piemēram, Brocēnu novada svētkos notika Brocēnu teātra pirmizrāde I. Šteinbergas lugai “Krāsns”, bet Vecpiebalgā tika izrādīta muzikāla izrāde pēc K. Skalbes pasaku motīviem “Baltā Kaķīša brīnumvārdi” (librets – Inguna Bauere, mūzika – Jānis Lūsēns, režisors – Varis Brasla), kur lomās bija tādi aktieri kā Ģirts Ķesteris, Uldis Anže, Andris Keišs, Baiba Neja, Ivars Puga, Januss Johansons, tomēr pasākumam tika noteikta biļešu cena 5,-EUR apmērā. Vēl līdzīgā skaitā notika ārzemju viesu koncerti un uzstāšanās - 55, kas iekļāva mūziķus, dejotājus un aktieru ansambļus. Jāsaka, ka šajā kategorijā ietilpst gan amatieru kolektīvu viesi, gan populārās mūzikas vai profesionālās daiļrades mākslinieki. Ar lielāko ārzemju mākslinieku dažādību un skaitu 2014. gadā izcēlās Kuldīgas pilsētas svētki, kuros piedalījās un vairākkārt uzstājās mākslinieki no Gruzijas, Francijas, Lietuvas, Beļģijas un Norvēģijas. Bieži pilsētu un novadu svētkos tika rīkoti sadraudzības koncerti, piemēram, Balvu novadā sadraudzības viesu no Baltkrievijas, Lietuvas, Igaunijas, Polijas, Krievijas koncerts, bet kā vienu no populārākajiem ārzemju viesiem var minēt Daugavpils pilsētas svētkos grupu „Bi 2” no Krievijas. Šim kultūras pasākumu veidam seko viesmākslinieku izstādes, arī ārzemju, un kopā 53 gan profesionālo mākslinieku, gan amatieru un bērnu un studentu izstādes. Skatot kopumā, viesmākslinieku izstādes ir ļoti daudzveidīgas un atšķirīgas, kā piemērus minot, Cēsu pilsētas svētkos tika izstādītas Maijas Tabakas gleznas, bet Daugavpils pilsētas svētkos - Līvānu radošās apvienības „Perspektīva” stikla izstādes „Mirklis stiklā iekausēts” atklāšana.

Pārējie kultūras pasākumi to skaita ziņā nepārsniedz 4% barjeru no kopējā skaita. Līdzīgā skaitā notikuši amatieru mākslas kolektīvu, kuros uzstājās gan viesi, gan vietējie, koncerti – 42, un tikai viesu amatieru mākslas kolektīvu koncerti – 38. Tāpat arī filmu seansi un brīvdabas kino (gan spēlfilmas, gan dokumentālās filmas) tika izrādītas 38 reizes, to skaitā ļoti bieži tika izrādītas dokumentālās filmas vai fragmenti par vietējo pilsētu, piemēram, Alūksnes pilsētas svētkos tika izrādīti Latvijas Kino, foto, fono dokumentu arhīva (LKFFDA)

esošie materiāli (11 sižeti) par Alūksni, bet kā visbiežāk rādīto filmu 2014. gada pilsētu un novadu svētkos var saukt M. Putniņa un J. Cimmermaņa režisēto traģikomēdiju “Džimlai rūdi rallallā”, ko cilvēki varēja vērot Valmieras un Ogres pilsētas svētkos un Beverīnas, Lielvārdes un Naukšēnu novadu svētkos. Turpinot, festivālu un plenēru skaits - 27, arī festivālu daudzveidība ir bagātīga, to skaitā ir gan dažādu mākslas formu festivāli, piemēram, Starptautiskais Tautas mūzikas festivāls “Lustes Jēkabpilī VIII”, 14. Starptautiskais laikmetīgās un videomākslas festivāls “Ūdensgabali” Rīgā un Baha mūzikas festivāls Tukumā, gan radoši festivāli, piemēram, Salmu figūru festivāls “Putni” Grobiņā, kulinārā mantojuma festivāls „Cīši gords” Ludzā un 14. Starptautiskais ziedu paklāju festivāls Ventspilī. No katra pa 23 pasākumiem 2014. gada novadu un pilsētu svētkos – simfoniskās un klasiskās mūzikas koncerti 13 dažādu pilsētu un novadu svētkos un tautas un folk mūzikas koncerti 15 dažādu pilsētu un novadu svētkos, kur galvenokārt uzstājās folkloras kopas, kapelas, orķestri un arī grupas, piemēram, “Elektrofolk” vai “Ilģi”. Vēl retāk pilsētu un novadu svētku programmās iekļauj alternatīvās mūzikas koncertus, tie kopā - 16, bet tikai 5 dažādu pilsētu vai novadu svētkos, no kuriem jāizceļ divas - republikas pilsētu Jūrmalas un Daugavpils svētki, tajos bija visplašākās šāda mūzikas stila programmas, bet koncerti tika rīkoti arī Lielvārdes novadā, Kandavā un Vecpiebalgā. Interesanta pilsētu un novadu svētku sastāvdaļa ir “pilsētas modināšana”, kas izpaužas kā muzikāls koncerts, ieskandināšana visbiežāk orķestra pavadībā, bet 2014. gadā biežs viesis bija Latvijā vienīgās mobilās taktiskās mūzikas palaišanas platforma Orķestropēds jeb braucošo klavieru rīta koncerts. Šādi “modināšanas” – 16 pasākumi 16 atsevišķos pilsētu vai novadu svētkos. Dažādi koncertuzvedumi ar specefektiem vai mūzikli norisinājās 15 reizes, tostarp visbiežāk - koncertuzvedums ar maģiskiem specefektiem „Gadalaiki”, kurā piedalās Sonora Vaice, Andris Ērglis, Annmary u.c., bet mākslinieciskas performances – 14, piemēram, Rēzeknē performance „Jūra līdz ceļiem – domas līdz ausīm – ceļi virs domām”, mākslinieku apvienība „From Silence” – glezniecisks pārdomu spogulis ar muzikālo pavadijumu. Pilsētu un novadu svētku programmās tiek iekļauta arī citu svētku svinēšana, piemēram, pagasta, ciema, ciemata, ielas, kādas konkrētas vietas vai dienas, tādi bijuši – 13 pasākumi, tostarp, piemēram, Rīgas svētku ietvaros Strazdmuižas ciemata svētki vai Limbažos Rīgas ielas svētki. Mazāk nekā 10 desmit pasākumi no katras kultūras pasākumu kategorijas, kas tika iekļautas 2014. gada pilsētu un novadu svētku programmās: mazākumtautību un cittautu amatieru mākslas koncerti un pasākumi – 8, dažādas meistarklases – 7, prozas vai dzejas lasījumi – 6, senās mūzikas koncerti – 5, leļļu teātra izrādes – 4, labdarības koncerti – 3, deju izrādes – 2, operas – 2, Āfrikas ritmu koncerti – 2, bet pa 1 no katra – bardu koncerts, viduslaiku mūzikas koncerts un balets.

KULTŪRAS PASĀKUMI	SKAITS
Amatieru mākslas kolektīvu un ansambļu koncerti (vietējo)	247
Populārās, rokmūzikas un estrādes mūzikas koncerti	175
Balle, zaļumballe, ballīte, koncerts-balle, diskotēka	139
Izstāde, ekspozīcija, kas akcentē pilsētu, novadu, kopienu, vietējo mākslinieku izstādes	125
Teātra izrādes, uzvedumi, aktieru performances (amatieru, vietējie, viesu)	63
Ārzemju viesu koncerti un uzstāšanās (mūziķi, dejotāji, aktieru ansambļi)	55
Izstāde (viesmākslinieki)	53
Amatieru mākslas koncerti kolektīvi (gan vietējie, gan viesi)	42
Amatieru mākslas kolektīvu un ansambļu koncerti (viesi)	38
Kino seansi, brīvdabas kino, filmas	38
Festivāli (dažādi), plenēri	27
Simfoniskās mūzikas koncerti, klasiskā mūzika	23
Tautas un folk mūzikas koncerti	23
Alternatīvās mūzikas, smagā metāla, panku mūzikas u.c. koncerts	16
Pilsētas modināšana (muzikāla)	16
Koncertuzvedums, ar specefektiem, mūzikls	15
Mākslinieciska performance	14
Svētki – pagasta, ciema, ciemata, ielas, vietas, pasākumi, brīvdabas pasākumi, īpaša diena	13
Mazākumtautību un cittautu kultūru amatieru koncerti un pasākumi	8
Meistarklases	7
Lasījumi	6
Senās mūzikas koncerts	5
Leļļu teātris	4
Labdarības koncerts	3
Deju izrāde	2
Opera	2
Āfrikas ritmu mūzika	2
Bardu koncerts	1
Viduslaiku pasākums	1
Balets	1

3.5.2. Dažāda veida, izklaides un atpūtas pasākumi

Otrs lielākais pasākumu tips ir dažāda veida, izklaides un atpūtas pasākumi – kopā 555. Šajā tipā ir vislielākā pasākumu kategoriju daudzveidība – 39, tajā iekļauti ar tirdzniecību saistīti pasākumi, informatīvi pasākumi, dažādi konkursi, akcijas, šovi u.c., tātad gan izklaidējoša, gan izglītojoša satura pasākumi un aktivitātes. (Skat. attēlu nr. 21)¹⁴⁵ Kā visbiežāk pilsētu un novadu svētku programmās iekļautais šī tipa pasākums ir radošās darbnīcas un aktivitātes, to skaits – 130 jeb 23% no visiem šajā tipā iekļautajiem, un teorētiski 2014. gada svētkos vidēji katrā bija vismaz 1 šāda veida pasākums. Radošajās darbnīcās cilvēkiem ir iespēja apgūt vai līdzdarboties dažādās aktivitātēs, piemēram, ziepju gatavošanā,

¹⁴⁵ Autores sastādīts kartēšanas rezultātā.

ziedu instalāciju veidošanā, monētu kalšanā utt. Otrs biežāk svētku programmās iekļautais pasākums ir gadatirgus vai amatnieku tirdziņš, tostarp krāmu tirdziņi, andeles, mājražotāju tirdziņi, citur nosaukti īpaši, piemēram, vakara tirgus, pavasara tirgus, svētku tirdziņš, pirkšana-pārdošana utt. 2014. gadā – 99 jeb 18% no visiem šī tipa pasākumiem Vidēji pēc skaita arī gadatirgus ir pasākums, kas ir iekļauts gandrīz katrā pilsētu vai novadu svētku pasākumu programmā. Jāizceļ būtu arī pilsētu un novadu svētku gājiens, kas 2014. gadā, spriežot pēc programmām, norisinājās 58 reizes 56 pilsētās un novados, kas nozīmē, ka vairāk nekā puse no pilsētu un novadu svētkiem organizēja svētku gājienus, tajos parasti piedalās vietējās organizācijas, uzņēmumi, iestādes, kolektīvi, biedrības un vietējie iedzīvotāji utt. Dažkārt tiek rīkoti īpaši gājieni, piemēram, Alūksnes ģimeņu gājiens “Bērni vecāku atspulgs”. Dažādi un ļoti daudzveidīgi informatīvi pasākumi, paraugdemonstrējumi un apmācības fiksētas 43 reizes, tie būtu tādi pasākumi kā, piemēram, Auces novada svētkos - “Uz sabiedrību vērsts policijas darbs” – informatīvā telts ar policijas ekipējuma, autotransporta demonstrējumiem un aktivitātēm bērniem, vai, piemēram, Smiltenes pilsētas svētkos Z/S “Bābēni” lekcija “Dabas dotā laime” par zāļu tējām, ārstniecības augiem, dārzeņiem un laimes sajūtu. Pietiekami bieži pilsētu un novadu svētkos tiek rīkoti ar dzīvniekiem saistīti pasākumi – 37, tie būtu - visbiežāk izjādes ar ponijiem vai brauciens zirga pajūgā, dažādu dzīvnieku izstādes, parādes, arī suņu sacensības, trušu šovi utt. Daudzviet neiztrūkstoša svētku sastāvdaļa ir svētku salūts jeb uguņošana, kas programmās minēta 37 reizes, un norisinājusies 36 pilsētu un novadu svētkos. Pārējie pasākumi, kas minēti šajā kategorijā, pilsētu un novadu svētku programmās minēti mazāk nekā 15 reizes, to veidus un skaitu var aplūkot nākamajā tabulā šajā punktā. No tiem var izcelt karaokes čempionātu un tā posmus, kas notikuši 14 reizes 14 pilsētu un novadu svētkos.

Attēls nr. 21. Dažāda veida, izklaides un atpūtas pasākumi Latvijas pilsētu un novadu svētkos
2014. g.

DAŽĀDA VEIDA, IZKLAIDES UN ATPŪTAS PASĀKUMI	SKAITS
Radošās darbnīcas un aktivitātes	130
Gadatirgus, amatnieku tirdziņš, svētku tirgus	99
Gājieni	58
Paraugdemonstrējumi, informatīvi pasākumi, apmācības u.c.	43
Ar dzīvniekiem saistīti pasākumi, izjādes ar zirgiem	37
Salūts	37
Karaoke čempionāts	14
Akcijas	14
Grāmatas prezentācija, atvēršana, svētki	11
Parādes	11
Tikšanās, sarunas ar..., forums, literāri pasākumi	10

Konkurss	9
Pasākumi klubos, kafejnīcās	9
Cirka izrāde, cirks	8
Uguns šovs	8
Atvērtās Durvju dienas	6
Šovs	5
Talantu konkurss	4
Akrobātu trupu priekšnesumi	4
Modes skate	4
Gaismu šovs	3
Peintbols	3
Ar pirtošanos saistīti pasākumi	3
Pikniks	3
Vokālais konkurss	3
Ūdens salūts	2
Skate	2
Saiets	2
Uguns teātris	2
Strūklaku šovs	2
Bārmeņu šovs	1
Uguns skulptūru mistērija	1
Radošs brauciens vilcienā	1
Pludmales akvaparks	1
Svecīšu iedegšana	1
Video – dejas	1
<i>Dress code</i>	1
Dārza apskate	1
Rata iegriešana	1

3.5.3. Sporta pasākumi

Sporta pasākumi ir 3. visvairāk pilsētu un novadu svētku programmās iekļautie – 378 kopā (skat. attēlu nr.22)¹⁴⁶. Šajā tipā ir iekļauti visi pasākumi, kopā 9 kategorijās, kas saistīti ar sportu vai sportošanu, fiziskām aktivitātēm gan individuāli, gan komandām pieaugušajiem un bērniem. Vislielākais skaits ir dažādas sporta sacensības, čempionāti vai kausa izcīņas – 146, kas vidēji teorētiski pēc to skaita notiek visos pilsētu un novadu svētkos, bet jāņem vērā, ka ir gadījumi, kuros sporta aktivitātēm ir veltīta vesela diena, bet citos svētkos nav iekļauti nemaz. Šajā kategorijā vienas no aktuālākajām ir orientēšanās vai foto orientēšanās sacensības, arī spēkavīru čempionāti, ielu basketbola sacensības utt. Sporta pasākumu tipa klasificēšanā problēmas sagādā pasākuma nošķiršana, vai tas ir turnīrs vai sacensības. Veidojot uzskaitījumu, tie tika nošķirti, tomēr dažādos pilsētu un novadu svētkos tie tiek dēvēti atšķirīgi, piemēram, volejbola sacensības un volejbola turnīrs. Iespējams, ērtāk tos būtu apvienot vienā kategorijā. Turnīru kopējais skaits – 90, šajā grupā iekļauti volejbola,

¹⁴⁶ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

basketbola, futbola, zolītes, novusa, pludmales volejbola, arī strītbola, florbola, šaha turnīri utt. Pilsētu un novadu svētkos tiek piedāvāti arī sporta veidi, kuros var iesaistīties jebkurš, bez īpašām sportiskām iemaņām, šie pasākumi tika klasificēti kategorijā – kopīga sportošana, un kopā tie bija 75 dažādu veidu sporta pasākumi tādi, kā, piemēram, rīta rosme un vingrošana, kopīgi skrējieni, nūjošana, velobraucieni visai ģimenei, šautriņu mešana basketbola soda metieni, ģimeņu sporta spēles un aktivitātes u.c. Atsevišķi tika izdalītas makšķerēšanas sacensības, jo tās tiek rīkotas pilsētās un novados, kur ir iespēja šādai aktivitātei, kopā svētku programmās iekļautas 12 makšķerēšanas sacensības. Dažkārt svētku pilsētu un novadu svētku programmās tika minēts, ka norisinās sporta svētki vai diena, tā kā sīkāk par tajā ietvertajiem sporta veidiem vai aktivitātēm nekas netika minēts, tad arī šeit tika izdalīta atsevišķa kategorija – sporta svētki, diena un ar sportu saistīti informatīvi pasākumi, to kopējais skaits – 12. Vēl atsevišķa kategorija loka šaušanas aktivitātei – kopā 5. Notikusi arī 1 sporta kluba jubileja - Basketbola kluba „Ventspils” 20 gadu jubilejas svinības un 1 festivāls Aizputē - šaušanas festivāls ar pneimatiskajiem ieročiem.

Attēls nr.22. Sporta pasākumi Latvijas pilsētu un novadu svētkos 2014. g.

SPORTA PASĀKUMI	SKAITS
Sporta sacensības, čempionāts, kausa izcīņa	146
Turnīrs	90
Kopīga sportošana (dažādi sporta veidi)	75
Paraugdemonstrējumi, šovi	36
Makšķerēšanas sacensības	12
Sporta svētki/diena/ dažādi informatīvi pasākumi	12
Loka šaušana	5
Sporta kluba jubileja	1
Festivāls	1

3.5.4. Pasākumi bērniem un ģimenēm

Šis pasākumu tips tika atsevišķi nodalīts, jo pasākumu saturs, kas paredzēts bērniem un ģimenēm, ir atšķirīgs un pielāgots bērnu uztverei. Bērnu pasākumi sīkāk iedalīti 8 kategorijās (skat. attēlu nr.23)¹⁴⁷. Kopā no 219 bērnu pasākumiem 115 ir speciāli bērniem piemērotas radošās darbnīcas, spēles, rotaļas un dažādas atrakcijas, vidēji pēc to kopējā skaita 2014. gada svētku programmās katros pilsētas un novada svētkos ir vismaz 1 šāds pasākums, kas paredzēts tieši bērnu auditorijai. Krietni mazāk, bet arī aktuālas ir piepūšamās atrakcijas bērniem - 47. Retāk tiek rīkoti atsevišķi koncerti bērniem – 22, tāds norisinājies, piemēram, Cēsvainē ar nosaukumu “Kas par traku, tas par traku” – jautrs, muzikāls, izglītojošs pasākums

¹⁴⁷ Autores sastādīts kartēšanas rezultātā.

bērniem, vai speciālas izrādes bērniem – 19, kas norisinājušās, piemēram, Cēsu pilsētas svētkos, kur piedalījās Varis Klausītājs un zīmējumu teātris ar interaktīvu izrādi, vai Valmieras kinostudijas izrāde “Madagaskara. Sākums”, kas tika izrādīta Jēkabpilī, Madonā un Ķegumā. Dažos pilsētu un novadu svētkos bija pieejamas ūdens atrakcijas – 8 gadījumos – tie bija gan ūdens atrakciju parki, ūdens bumbas, peldēšanas strūklakas u.c. 3 pilsētu un novadu svētkos tika rīkotas atsevišķas diskotēkas bērniem – Valmierā, Jaunpilī un Viļānos. 3 pilsētu un novadu svētkos tika izrādītas animācijas filmas bērniem – Daugavpilī un Salas un Riebiņu novadu svētkos. Un 2 svētku programmās, Smiltēnē un Ventspilī, tika minēts pārsteigums bērniem, neatklājot tā saturu.

Attēls nr.23. Pasākumi bērniem un ģimenēm Latvijas pilsētu un novadu svētkos 2014. g.

PASĀKUMI BĒRNIEM UN ĢIMENĒM	SKAITS
Radošās darbnīcas, spēles, rotaļas, atrakcijas	115
Atrakciju parks	47
Koncerti bērniem	22
Izrādes	19
Ūdens atrakciju parks	8
Bērnu diskotēka	3
Animācijas filmas	3
Pārsteigums	2

3.5.5. Tūrisma pasākumi un ekskursijas, pasākumi pilsētas vai novada iepazīšanai.

Kopā pilsētu un novadu svētku programmās 2014. gadā iekļauti 97 ar tūrismu un ekskursijām saistīti pasākumi attiecīgo pilsētu iepazīšanai un izzināšanai, kas sīkāk iedalīti 5 kategorijās. (Skat. attēlu nr. 24)¹⁴⁸ 39 no tiem ir ekskursijas pa vietējo apkārtni, uzņēmumiem, pilsētu, novadu vai pagastiem. Dažkārt tās tiek rīkotas vienā pilsētā vairākkārt un atsevišķi vēl krievu valodā, piemēram, Jelgavā gan latviešu, gan krievu valodā ekskursija ar autobusu „Izzini Jelgavu!”, bet Jaunpils novada svētku ietvaros ekskursiju tūre pa vietējiem uzņēmumiem SIA „Joži”, SIA „Līvas grupa”, A/S „KCMAS”, SIA „Īves grupa” un SIA „Saules koka amatnieks”. Līdzīgā skaitā programmās tika iekļautas muzeju apskates un izglītojoši pasākumi muzejos vai ārpus tiem, tādi kopā 30, piemēram, Rīgas svētku ietvaros A. Čaka memoriālajā dzīvoklī-muzejā pasākums “Iepazīsti Aleksandru Čaku!”, Aizputes pilsētas svētkos bija iespēja iepazīties ar Livonijas ordeņa pils kroga ēku, bet Ādažu novada svētki norisinājās vienā laikā ar “Muzeju nakti”, līdz ar to iedzīvotājiem un viesiem bija atvērti vietējie muzeji. Programmās iekļauti arī dažādi kopā 11 atmiņu, atceres vai jubileju pasākumi, piemēram, Viesītes pilsētas svētkos notikusi dzelzceļnieku atmiņu pēcpusdiens. Pilsētu un novadu svētku programmās iekļauti 9 pilsētai vai novadam nozīmīgu objektu

¹⁴⁸ Autores sastādīts kartēšanas rezultātā.

atklāšanas, piemēram, Rūjienā Jaunā Rūjienas novada tūrisma informācijas centra atklāšanas svētki vai Bauskā Viļa Plūdoņa pieminekļa atklāšana. Svētku programmās 8 reizes iekļauti arī braucieni ar kuģīti, laivu vai īpašām vikingu laika laivām Grobiņā, kas veicina reģiona iepazīšanu.

Attēls nr. 24. Tūrisma pasākumi un ekskursijas Latvijas pilsētu un novadu svētkos
2014. g.

TŪRISMA PASĀKUMI UN EKSKURSIJAS, PASĀKUMI PILSĒTAS VAI NOVADA IEPAZĪŠANAI	SKAITS
Ekskursija, ar autobusu, tramvaju, velosipēdu	39
Muzeja apskate, izglītojoši pasākumi	30
Atmiņu, atceres, jubilejas pasākums	11
Atklāšana (nozīmīgu pilsētas vai novada objektu)	9
Braucieni ar kuģīti, laivu	8

3.5.6. Ar transportlīdzekļiem un tehniku saistīti pasākumi

2014. gada pilsētu un novadu svētku programmās iekļauti 90 pasākumi, kas saistīti ar transportlīdzekļiem un tehniku, tie atsevišķi izdalīti 9 aktivitāšu kategorijās (skat. attēlu nr.25)¹⁴⁹. No tām vispopulārākās ir transportlīdzekļu parādes, to skaits – 30, un visbiežāk tās ir motociklu, seno spēkratu, retro vai padomju lauku transportlīdzekļu parādes, bet bieži vien šis pasākums ir radošs, un parādē piedalās izrotāti vai pašdarināti transportlīdzekļi, vai kādi noteikti transportlīdzekļi, to skaitā velosipēdi, piemēram, Balvos - “Ūdens karnevāls” pašdarinātu peldlīdzekļu izbrauciens Balvu ezerā vai Krāslavā “VW” automašīnu “vabolišu” parāde. Svētku programmās iekļautas 15 sacensības ar transportlīdzekļiem, piemēram, dragreisa čempionāti, Alojā sacensības motokrosā “Alojas pilsētas kauss” un vairākas reizes norisinājušās auto – foto orientēšanās (Bauskas, Beverīnas, Naukšēnu, Varakļānu novadu svētkos). Programmās iekļauti 13 transportlīdzekļu šovi un paraugdemonstrējumi, piemēram, Jelgavas pilsētas svētkos ekstrēmās velo un moto komandas „*Greentrials*” šovs - motociklistu paraugdemonstrējumi, Ogres pilsētas svētkos paraugdemonstrējumi no helikoptera un Siguldā “Aerodium” šovs. 12 pasākumi saistās ar vizināšanos ar kuģīti, laivu vai kādu spēkratu, piemēram. Aizputes pilsētā iespēja izbraukt ar katamarānu un Kandavas novada svētkos elektromobili. Dažādi transportlīdzekļi arī tikt izstādīti aplūkošanai, šādi 12 pasākumi, piemēram, Rīgas svētkos Seno spēkratu izstāde “Rīga Retro 2014” vai Jaunpils novada svētkos Jaunpils brīvprātīgo ugunsdzēsēju biedrības mašīnas un Jaunpils novada domes traktora apskate, bet pārsvarā tās ir motociklu un retro mašīnu izstādes. Ļoti reti, bet 4

¹⁴⁹ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

gadījumos svētku ietvaros iekļauti ar transportlīdzekļiem saistīti pasākumi vai salidojumi, 3 no tiem notikuši Rīgas svētku kontekstā, piemēram, starptautiskais aviācijas salidojums “*Riga Fly-In 2014*” (Lidostai “Svilpe”-60). Programmās minēti arī 2 konkursi, piemērs, Valmierā konkurss un pasākums „Gada jaunais autovadītājs”. Un pa 1 pasākumam - labdarības rallijs Valmierā un Ozolnieku novada svētkos - Gaisa balona pakalpojumi “Pacelies debesīs”.

Attēls nr.25. Ar transportlīdzekļiem un tehniku saistīti pasākumi Latvijas pilsētu un novadu svētkos 2014. g.

AR TRANSPORTLĪDZEKĻIEM UN TEHNIKU SAISTĪTI PASĀKUMI	SKAITS
Transportlīdzekļu parāde	30
Sacensības	15
Šovi, paraugdemonstrējumi	13
Vizināšanās ar kuģīti, laivu, spēkratu	12
Izstāde	12
Pasākums / Salidojums	4
Konkurss	2
Labdarības rallijs	1
Gaisa balons	1

3.5.7. Godināšanas, apbalvošanas, sveikšanas pasākumi

Pilsētu un novadu svētku programmās 2014. gadā tiek iekļauti pasākumi, kuros godināti, sveikti, apbalvoti parasti attiecīgajā reģionā dzīvojošie iedzīvotāji par kādu sasniegumu novada labā vai par piedalīšanos konkursos un sacensībās svētku ietvaros, bet ne tikai. Tādi – 79 pasākumi, kuri tika iedalīti 5 kategorijās pēc tā, kā šie pasākumi tika dēvēti attiecīgo svētku kontekstā (skat. attēlu nr.26)¹⁵⁰. Visbiežāk – apbalvošanas, pēc skaita 51, kurās apbalvoti visbiežāk tika sakoptākās sētas īpašnieki novadā vai pilsētā, “Goda” iedzīvotāji, piemēram, “Goda Jēkabpilietis”, dažādu konkursu un sacensību svētku ietvaros uzvarētāji, piemēram, makšķerēšanas un kastinga sacensību uzvarētāju apbalvošana, sportistu apbalvošanas u.c. Šajā pasākumu kategorijā arī 15 sumināšanas un sveikšanas, no kuriem 10 gadījumos tika sveikti jaundzimušie novadnieki, piemēram, Varakļānu novada svētkos norisinājās pasākums “Mazais novadniekam” – sudraba karofītes dāvināšana 2013. g. dzimušajiem mazuļiem, bet Viļānu novada svētkos - piecgadnieku sumināšana. Programmās minētas arī 7 godināšanas – Jelgavā Latvijas Amatniecības kameras jaunpieteikto Jelgavas amata meistarų godināšana, bet, piemēram, Tukumā Svētku Lielā Rožu vainaga godināšana, arī jaundzimušo, sakoptākās sētas īpašnieka un goda novadnieka godināšanas. Šajā kategorijā arī 5 pieņemšanas – divos gadījumos no tiem “zelta pāriem” par godu vai īpašām grupām,

¹⁵⁰ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

piemēram, svētku viesiem vai skolēniem - olimpiāžu uzvarētājiem. Notikusi arī 1 uzņemšana Staiceles pilsētas svētkos - svinīgā trīsgadīgo staiceliešu uzņemšana pilsētnieku kārtā.

Attēls nr.26. Godināšanas, apbalvošanas, sveikšanas pasākumi Latvijas pilsētu un novadu svētkos 2014. g.

GODINĀŠANAS, APBALVOŠANAS, SVEIKŠANAS PASĀKUMI	SKAITS
Apbalvošana	51
Sumināšana, sveikšana	15
Godināšana	7
Pieņemšana	5
Uzņemšana	1

3.5.8. Reliģiski pasākumi

Arī ar reliģiju saistīti pasākumi tiek iekļauti pilsētu un novadu svētku programmās 2014. gadā, tādi – 79 (skat. attēlu nr.27)¹⁵¹. Apkopojot datus, tie tika iedalīti 10 kategorijās, no kurām visbiežāk svētku programmās iekļauti baznīcās notiekošie koncerti – 34. Tie visbiežāk ir garīgās vai ērģelmūzikas koncerti, koklētāju ansambļu, draudžu ansambļu vai koru, vai kristīgo rokgrupu koncerti u.c. Daudzviet svarīgs un svētku programmās tiek iekļauts svētku dievkalpojums vai mise baznīcā – tā 28 gadījumos, tie veltīti konkrētai pilsētai, novadam un to iedzīvotājiem. Programmās iekļautas arī 5 lūgšanas. Dažkārt pilsētu un novadu svētki tiek rīkoti vienā laikā ar kapusvētkiem tajā pašā pilsētā vai novadā, tā programmās minēti 4 šādi gadījumi – Alūksnes, Apes, Jaunjelgavas un Rūjienas pilsētās. Norisinājušās un programmās iekļautas arī 2 novadiem svarīgu atribūtiku iesvētīšanas: Baldonē Ev. Lut. Baznīcā – novada karoga iesvētīšana un Beverīnā Beverīnas novada ģerboņa iesvētīšana Trikātas baznīcā. 2 piemiņas brīži mūžībā aizgājušajiem, 1 vizitācija Līvānos, 1 Mirušo atceres diena Mazsalacā, 1 Alojās gadījumā draudzes dienas un 1 svētbrīdis Pārgaujas Straupes baznīcā.

Attēls nr. 27. Reliģiski pasākumi Latvijas pilsētu un novadu svētkos 2014. g.

RELIĢISKI PASĀKUMI	SKAITS
Baznīcas koncerts	34
Dievkalpojums, mise	28
Lūgšanas	5
Kapusvētki	4
Iesvētīšana	2
Piemiņas brīdis	2
Vizitācija	1
Mirušo atceres diena	1
Draudzes dienas	1
Svētbrīdis	1

¹⁵¹ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

3.5.9. Ar kulināriju saistīti pasākumi un aktivitātes

Atsevišķi kā tips tika izdalīti ar kulināriju saistīti pasākumi, kuros pamatā ir gastronomija, tādi – 72 pasākumi kopā, kas tika iedalīti 10 kategorijās (skat. attēlu nr.28).¹⁵² Visbiežāk no tiem 13 gadījumos svētku programmās minēta zupas ēšana, tai seko mielasts pie saimes galda – 12, no kuriem 6 noturēti Valmierā, arī 12 degustācijas – no tām 4 vīna degustācijas, arī alus, siera, toršu un tradicionālo ēdienu degustācijas. Atsevišķi izdalīti arī tieši pārtikas tirdziņi, kopā 10, kuros tirgo mājas vīnu un pašmāju vietējos kulinārijas izstrādājumus. Arī 9 kulinārijas konkursi iekļauti pilsētu un novadu svētku programmās, tostarp 3 “Saldo siera toršu” konkursi Auces novada svētkos un Skrundas un Smiltenes pilsētu svētkos, un arī tādi konkursi kā, piemēram, nēģu ātrēšanas sacensības vai alus dzeršanas sacensības. 6 ēdienu gatavošanas meistarklases, 5 dažādas akcijas, ko piedāvā kafejnīcas vai biedrības, 3 īpašas cienāšanas, piemēram, Pārgaujas novada svētkos izrāžu laikā skatītājus cienāja ar "deputātmaizītēm", 1 nacionālo, dažādu tautību, virtuvju pasākums Ventspilī un 1 Latvijas novadu siera diena Valmierā.

Attēls nr. 28. Kulinārijas pasākumi Latvijas pilsētu un novadu svētkos 2014. g.

KULINĀRIJAS PASĀKUMI	SKAITS
Zupas ēšana	13
Mielasts pie saimes galda	12
Degustācija	12
Tirdziņš	10
Prezentācija – konkurss	9
Virtuves meistarklase	6
Akcija	5
Cienāšana, cienasts	3
Nacionālās virtuves	1
Latvijas novadu siera diena	1

3.5.10. Militāru vienību un armijas pasākumi

Pilsētu un novadu svētku programmās 2014. gadā ļoti reti tiek iekļauti militāru vienību un ar armiju saistīti pasākumi, tomēr tādi ir 10, tie tika iedalīti 2 kategorijās (skat. attēlu nr.29).¹⁵³ Viena no tām – paraugdemonstrējumi, kuru skaits svētku programmās bija 9, un tajā skaitā, piemēram, Ventspils pilsētas svētkos militāro vienību prezentācijas un zemessardzes 46. kājnieku bataljona ieroču un ekipējumu demonstrācija u.c. vai Talsos “Karavīru placis” NBS un Zemessardzes tehnikas paraugdemonstrējumi. Rēzeknes pilsētas svētku programmā

¹⁵² Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

¹⁵³ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

iekļauts arī gadadienas pasākums – Latvijas Armijas un Rēzeknes 9. kājnieku pulka 95. gadadienas svinības, kuru laikā arī tika veikti paraugdemonstrējumi un izrādīti ieroči.

Attēls nr.29. Militāru vienību un armijas pasākumi Latvijas pilsētu un novadu svētkos
2014. g.

MILITĀRU VIENĪBU UN ARMIJAS PASĀKUMI	SKAITS
Paraugdemonstrējumi	9
Gadadienas pasākums	1

3.5.11. Skolu un bibliotēku pasākumi

Arī skolu pasākuminiecīgā skaitā iekļauti pilsētu un novadu svētku programmās 2014. gadā, kopskaits – 7, kas iedalīti 4 grupās (skat. attēlu nr.30)¹⁵⁴. 3 no pasākumiem – prezentācijas, piemēram, Daugavpilī datubāzes „Daugavpils baznīckalns” prezentācija un Skrundas novada izglītības iestāžu prezentācijas un dažādas aktivitātes. Svētku programmās 2 gadījumos arī iekļauti vietējo skolu salidojumi – Rūjienā un Līgatnē. 1 gadījumā Sedā tika svinēta Sedas bibliotēkas 55. gadadiena un vēl 1 gadījumā Daugavpilī “Izglītības pilsētiņa” – izglītības pārvaldes pasākums.

Attēls nr.30. Skolu un bibliotēku pasākumi Latvijas pilsētu un novadu svētkos 2014. g.

SKOLU UN BIBLIOTĒKU PASĀKUMI	SKAITS
Prezentācijas	3
Salidojums	2
Jubileja	1
Pārvaldes pasākums	1

Apkopojot nodaļā raksturotos datus, var secināt, ka no 119 pašvaldībām Latvijā 107 2014. gadā tika svinēti pilsētu vai novadu svētki, un kopējais pasākumu skaits tajos - 2750. Veiktās kartēšanas rezultātā ir iegūti kvantitatīvie dati, kas uzrāda dažādas pilsētu un novadu svētku Latvijā 2014. gadā kopīgās pazīmes un tendences. Kā pilsētu un novadu svētkiem raksturīgākos pasākumu veidus, ko iekļauj svētku programmās, var saukt šādus pasākumus: vietējo amatieru mākslas kolektīvu un ansambļu koncerti, populārās, rokmūzikas un estrādes mūzikas koncerti, diskotēka vai zaļumballe, izstāde, kas akcentē pilsētu, novadu, kopienu, radošās darbības gan bērniem, gan pieaugušajiem un sporta sacensības.

¹⁵⁴ Autores sastādīts pēc veiktās kartēšanas.

4. LATVIJAS PILSĒTU UN NOVADU SVĒTKU PROGRAMMU VEIDOŠANAS PAMATPRINCIPI

Pilsētu un novadu svētki ir fenomens, kas Latvijā 2014. gadā norisinājies ne mazāk kā 107 reizes lielākajā daļā pilsētu un novadu, tas nozīmē, ka šo svētku organizēšana un to programmas veidošana ir aktuāls jautājums pilsētu un novadu svētku plānotājiem. Veidi un principi, uz kuriem var balstīties, veidojot svētku un festivālu programmas, ir dažādi, tie raksturoti 2. nodaļā - kāds pieturas pie viena, kāds - pie dažādu principu apvienošanas. Svētkiem un festivāliem šīs pieejas var būtiski atšķirties, bet var arī veidoties kopīgas tendences programmu veidošanā. Lai noskaidrotu, kādi ir pilsētu un novadu svētku Latvijā programmu veidošanas principi, tika veiktas 3 daļēji strukturētās dziļās intervijas ar ekspertēm, pilsētu un novada svētku organizatorēm, kuras arī sīkāk stāstīja par savu organizēto pilsētas vai novada svētku programmām un to veidošanas pieejām. Šie 3 piemēri tika izvēlēti pēc principa – 1 republikas pilsētas svētki, 1 pilsētas svētki un 1 novada svētki, lai tiktu raksturoti trīs dažādi skatupunkti, kā arī tiks likts uzsvars uz svētku programmām, kas norisinājās 2014. gadā. Klātienē tika intervētas Ogres novada kultūras pasākumu organizatore Anita Ausjuka (skat. pielikumu nr.2)¹⁵⁵, kas pieredzē dalījās un stāstīja par Ogres pilsētas svētkiem (skat. pielikumu nr.3), klātienē tika intervēta arī Lielvārdes novada kultūras darba organizatore Dace Jansone (skat. pielikumu nr.4)¹⁵⁶, kuras pārziņā ir Lielvārdes novada svētku organizēšana (skat. pielikumu nr.5), un elektroniski rakstiski uz jautājumiem atbildēja Jūrmalas pilsētas Kultūras nodaļas vadītāja Agnese Miltiņa (skat. pielikumu nr.6),¹⁵⁷ kas dalījās pieredzē ar Jūrmalā organizētajiem svētkiem (skat. pielikumu nr.7). Balstoties uz šīm intervijām un minēto svētku programmām, turpmāk nodaļā tiks saturiski analizēti gan pilsētu un novadu svētku programmas veidošanas galvenie kopīgie principi un prakses, gan konkrētas atšķirīgas pieredzes no šo eksperšu organizētajiem pilsētu un novadu svētkiem 2014. gadā. Šie principi var kalpot kā palīgmateriāls vai ieteikumi pilsētas vai novada svētku veidošanā, jo sniedz ieskatu, par kādiem aspektiem būtu jāpiedomā svētku programmas plānošanā.

4.1. Pilsētu un novadu svētku funkcijas un izpratne Latvijā

Pilsētu un novadu svētki – to nosaukums jau norāda uz svinēšanu un svinībām. Tie ir svētki, kas asociējas ar priecīgu un jautru notikumu, ko min arī ekspertes. Tiem ir arī savi mērķi un iemesli, kāpēc tiek svinēti, kā, piemēram, Agnese Miltiņa komentē: “Tie tiek svinēti,

¹⁵⁵ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*. 2015, 26. maijs. Audioieraksts. Glabājas Madaras Valaines personiskajā arhīvā.

¹⁵⁶ Valaine, Madara. *Saruna ar Daci Jansoni*. 2015, 28. maijs. Audioieraksts. Glabājas Madaras Valaines personiskajā arhīvā.

¹⁵⁷ Valaine, Madara. *Saruna ar Agnesi Miltiņu*. 2015, 20. maijs. Rakstveida intervija. Glabājas Madaras Valaines personiskajā arhīvā.

lai parādītu pilsētas attieksmi pret savai pilsētai/novadam svarīgām vērtībām – kultūra, sports, saturīga brīvā laika pavadīšana, utt.”¹⁵⁸ Tātad pilsētu un novadu svētki ir laiks, kad vietējie iedzīvotāji dažādās vecumu grupās, vai tie būtu uzņēmēji, organizācijas, kolektīvi vai vienkārši vietējie cilvēki kaut kādā veidā ar dažādām aktivitātēm vai klātbūtni cenšas parādīt sevi, savu darbu, īpašās prasmes un lokālās identitātes īpatnības, reģionālās iezīmes, ar ko viņi arī lepojas un uzskata par nozīmīgām, un labprāt dalās arī ar citiem - gan kolēģiem, gan draugiem, gan ģimeni vai svētku viesiem. Arī Anita Ausjuka norāda uz to, ka “katras pilsētas goda lieta ir organizēt šādus svētkus, un šajos svētkos parādīt gan uzņēmējdarbības sasniegumus, gan arī mākslinieciskos pašdarbības kolektīvus un, protams, pilsētas iedzīvotājam, lai viņš nebūtu kā tikai vērotājs, bet varētu darboties līdzī, un uzzināt, kas pilsētā ir jauns, un arī parādīt ciemiņiem, kas ir atbraukuši, ar ko mēs lepojamies.”¹⁵⁹ Pilsētas un novadu svētku svinēšana ir iespēja cilvēkiem, neatkarīgi no tā, vai viņš ir vietējais vai iebraucējs, gan iesaistīties dažādās darbībās, gan tās vērot, bet galvenais priekšnosacījums tam visam ir iedzīvotāju kvalitatīva un patīkama laika pavadīšana un socializēšanās, līdz ar to pilsētas svētki ir priecāšanās par sevi un citiem.

Pilsētas un novada svētki kā kopienas svētki vietējiem iedzīvotājiem veicina kopības un vietas sajūtu, to min A. Ausjuka, runājot par to, kādas ir pilsētu un novadu svētku funkcijas: “Iedzīvotājiem pašiem, pirmkārt, apzināties un novērtēt to vietu, un tas, kas viņiem šeit tiek sniegts un dots. [...] Tad arī patriotisma sajūtas vēl vairāk nostiprināt.”¹⁶⁰ Kā galvenos svētku mērķus Dace Jansone min izklaidi un ģimenes saliedēšanu: “Tā ir ģimenes saliedēšana, kad ir visi kopā – visas paaudzes kopā, nekas īpaši netiek dalīts, un mēs tiešām arī priecājamies, ka vakarā ir arī tautas balle, (...) kad visi būs kopā, un tas arī ir pierādījis, šie ļoti daudzie tūkstoši, kas ir apmeklējuši pilsētas svētkus, ir to arī pierādījuši.”¹⁶¹ D. Jansone arī min, ka ir bijušas pārdomas no jauniešu puses, ka vēlētos, piemēram, atsevišķu diskotēku savai paaudzei, bet tomēr vēlāk pēc svētkiem, secinot pēc svētku prakses, apmeklējuma un pieredzēm, tomēr vienojoša visu iedzīvotāju un svētku apmeklētāju balle ir daudz vērtīgāka, jo visi ir saliedēti un rodas kopības un piederības izjūta, kas tad arī ir viens no šo svētku mērķiem, svētku būtība. Tātad, veidojot pilsētas vai novada svētku programmu, ir dziļi jāpiedomā pie tā, kā šī vīzija par to, kas ir šie svētki, atsaukties arī programmā, jo šajā gadījumā programmas komponentiem ir jāveicina vai nu iedzīvotāju kopības sajūta, piederība vietai, pozitīva pieredze vai identitāte.

¹⁵⁸ Valaine, Madara. *Saruna ar Agnesi Miltiņu*.

¹⁵⁹ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*.

¹⁶⁰ Turpat.

¹⁶¹ Valaine, Madara. *Saruna ar Daci Jansoni*.

Pilsētas vai novada svētki ir laiks, kad pagalmi, sētas, ielas, laukumi, vienā vārdā sakot, visa pilsēta tiek sakopta vai pat izrotāta. To veicina gan dažādi pašvaldību organizēti konkursi un akcijas par sakoptāko gada īpašumu, gan arī daudziem iedzīvotājiem tas jau ir izveidojies kā nerakstīts likums, jo arī katrs personīgi, ja gaida ciemiņus vai ja tuvojas svētki, cenšas sakārtot vidi sev apkārt, lai patīkami būtu pašiem un viesiem, jo mērķis ir parādīt sevi no labākās puses. Trāpīgi izsakās arī D. Jansone šajā sakarā:” Iedzīvotāji ļoti lepojās ar to savu vietu, un, es domāju, ka, jau tuvojoties svētkiem, mēs jūtam, kā tiek sakoptas sētas, kā, tuvojoties svētkiem, visi kļūst tādi “sapucīgi”, un mēs gribam palielīties saviem viesiem ar to, ko mēs varam, ko mēs dāvājam, un tiek ielikts milzīgs darbs.”¹⁶² Tātad šī vietas nozīme ir ļoti būtisks pilsētas vai novadu svētku komponents, tā apvieno lokālo kopienu, un arī individuāli un personiski cilvēkiem ir svarīgi par šo vietu rūpēties un dalīties ar to ar citiem.

4.2. Pilsētas un novadu svētku programma – iekšēji vadīta

2. nodaļā tika raksturotas iekšēji un ārēji vadītas pasākumu programmas, un jādodomā, ka pilsētu un novadu svētku programmas un svētki galvenokārt atbilst iekšēji vadītai, jo vispirms šie svētki ir vietējiem iedzīvotājiem, galvenie finansiālie avoti ir piešķirtais pašvaldības budžets, tiek izmantoti pašvaldības resursi gan materiālie, gan cilvēkresursi, kā arī misiju galvenokārt nosaka pašvaldība. Pilsētu svētku svinēšana, piemēram, Jūrmalas gadījumā, notiek jau kopš padomju laikiem, tātad to svinēšana dažkārt ir spēcīga tradīcija. To svinēšana parasti tiek iekļauta arī pašvaldības attīstības plānošanas stratēģijā vai citos plānošanas, piemēram, kultūras stratēģijas, dokumentos. Protams, pieļaujams, ka ir izņēmumi, un dažkārt iekšēji un ārēji vadītu programmu iezīmes pārklājās vai, piemēram, iekšēji vadīta programma var saturēt kādus komponentus no ārēji vadītās, piemēram, sponsori, kas var ietekmēt pasākumu programmu.

Runājot par pilsētu un novadu svētkiem, galvenās lomas to organizēšanā ir dažādas, un to nosaka katra pašvaldība pati, tomēr, tas, ka šī pasākuma organizēšana ir pašvaldības pārziņā, un tas, ka pašvaldība ir kā galvenā organizācija, ir kopīgā pazīme visu pilsētu un novadu svētku Latvijā sakarā, jo īpaši tāpēc, ka pašvaldība ir atbildīga par savu iedzīvotāju labklājību savā ziņā, kā arī tā nosaka šo svētku budžetu, jo svētki tiek rīkoti ar konkrētās pašvaldības atbalstu. Tālāk svētku pasākumu programmas izveidē jau pienākumi un lomas tiek dalītas, un šeit katras pilsētas un novadu svētku prakses programmas veidošanā atšķiras lielākā vai mazākā mērā. Pašvaldība kā galvenā organizācija parasti nosaka, kā veikt programmas plānošanas darbu.

¹⁶² Valaine, Madara. *Saruna ar Daci Jansoni*.

Jūrmalas pilsētas svētkus tradicionāli organizē Jūrmalas kultūras centrs, iesaistot Pašvaldības policiju, Izglītības pārvaldi un Sporta nodaļu, un Jauniešu centru¹⁶³, tātad šeit galvenā mākslinieciskā un programmas sastādīšanas atbildība ir kultūras centram, tāpēc šajā gadījumā pašvaldība varētu ieņemt tā saucamo inženieru lomu - pasākumu organizē cita struktūra, kultūras centrs, kas ir it kā ārpus galvenās organizācijas, protams, kultūras centrs ir pašvaldības institūcija, tomēr galveno darbu veic tieši kultūras centrs.

Gadu gaitā metodes var mainīties, ja mainās vadība, kas notiek arī Ogres pilsētas svētku gadījumā. Ja iepriekš varētu teikt, ka pašvaldība ieņēma koordinatora lomu tādā veidā, ka Ogres novada pasākumu organizatore galvenokārt uzņēmās atbildību par svētku programmu, sadarbojoties arī ar citām pašvaldības struktūrām, tad šobrīd notiek izmaiņas, un pašvaldība ieņem tādu kā pasākumu arhitekta lomu atbildības ziņā, jo visi lēmumi tiek pieņemti centralizēti par svētku organizēšanu. A. Ausjuka stāsta: “Pie svētku organizēšanas, mainoties domes vadībai, mainās, protams, arī uzstādījumi. Agrāk, protams, šos svētkus es kā kultūras darba koordinatore novadīju, tad es organizēju savu darba grupu, kas šos svētkus arī organizē. Nu, šai domei ir citi uzstādījumi, un jāsaka tā, ka koordinē svētkus domes vadība, un viņi sadala, bet tas neattiecas uz pagājušo gadu, [...] bet tad veidojām savu darba grupu un ļoti laba sadarbība mums ir ar muzeju, ļoti laba ar kultūras centru, un arī ar Mūzikas skolu un bibliotēku.”¹⁶⁴

Arī Lielvārdes novada gadījumā tiek veidota darba grupa. “Vispirms ar priekšsēdētāja rīkojumu tiek izdota un sastādīta darba grupa. Darba grupā ietilpst dažādu profesiju pārstāvji, jomu.. tur ir kultūra un sports, ļoti dažādi, lai mēs varam ieklausīties un mēģināt saprast, kas tad visvairāk interesē (cilvēkiem), mēs arī analizējam iepriekšējā gada kļūdas un uzklusām viens otra ieteikumus, un tad arī strādājam pie programmas tā pamazām,”¹⁶⁵ tā Lielvārdes novada kultūras darba organizētāja D. Jansone. Šajā gadījumā šķiet, ka pašvaldības loma ir koordinēšana, jo pie programmas strādā darba grupa, kas arī sadarbojas ar citām organizācijām.

Ir grūti vērtēt, kura ir visproduktīvākā vai kvalitatīvākā pašvaldības darba pieeja pilsētu un novadu svētku organizēšanā, jo katrai pilsētai un novadam ir atšķirīgas tradīcijas, budžets, mērogs, iekšējā pārvalde un struktūra, kā arī cilvēkresursi un sadarbības institūcijas, šeit svarīgs varētu būt arī subjektīvais faktors – vadības stils un personības, viņu attieksme dažādos jautājumos. Pārmaiņas ne vienmēr nāk par ļaunu, jo tā ir iespējams atklāt jaunas nianšes, pieejas vai darba organizēšanas trumpjus vai mīnusos.

¹⁶³ Valaine, Madara. *Saruna ar Agnesi Miltiņu*.

¹⁶⁴ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*.

¹⁶⁵ Valaine, Madara. *Saruna ar Daci Jansonī*.

Par to, vai programmas plānošanā iesaistās un līdzdarbojās brīvprātīgie, arī nosaka katra pašvaldība pēc saviem ieskatiem, piemēram, nereti ļoti aktīvas ir vietējās jauniešu organizācijas, un pašvaldība arī ļauj iesaistīties pasākumā plānošanā, bet citos gadījumos pašvaldība var uzskatīt, ka tas viņiem nav nepieciešams, bet dažkārt ir prakses, ka arī darba grupā tiek iesaistīti brīvprātīgie vai iedzīvotāji. Svētku organizatori dalās dažādā pieredzē, piemēram, ir gadījumi, kad sākotnēji darba grupa tiek izvēsta divdesmit cilvēku sastāvā, tomēr, svētkiem tuvojoties, tā “dabiski” sāk sarukt. Vietējiem iedzīvotājiem nav pieredzes pasākumu organizēšanā, līdz ar to ne vienmēr viņi izprot svētku koncepta veidošanas principus, un reaģē pārāk subjektīvi vai emocionāli.

Iekšēji vadītas programmas resursi parasti ir savi, respektīvi, pašvaldības noteikta summa budžetā, tomēr jebkura pasākuma organizatoriem ir iespēja piesaistīt sponsorus un sadarbības partnerus. Latvijā pilsētu un novadu svētku organizatori piekopj dažādas prakses – ir pašvaldības, kuras ir izlēmušas, ka atsevišķus sponsorus nepiesaistīs, bet ir tādas, kuru programmu ļoti lielā mērā nosaka tieši sponsoru atbalsts un daudzums, tātad šādos gadījumos programmas noteikšanā daļēji var iesaistīties no organizācijas jeb pašvaldības ārēji dzinuļi – sponsori – kas var noteikt arī programmas saturu. Kā piemērus var salīdzināt šajā nodaļā skatītos gadījumus, tātad Jūrmalas pilsētas svētkos sponsori netika piesaistīti, tomēr A. Miltiņa norāda, ka būtu nepieciešamība piesaistīt uzņēmējus.¹⁶⁶ Arī Ogres pilsētas svētki pārsvarā netiek organizēti ar sponsoru atbalstu, kā viens no pamatojumiem šādai nostājai ir vēlme, lai arī viņiem ir svētki, un, neaicinot uzņēmējus kā sponsorus, viņus uz svētkiem neapgrūtina, jo uzņēmēji ir daļa no pilsētas. No vietējiem uzņēmējiem tiek lūgta līdzdalība kādās norisēs, piemēram, ar savu produkciju vai kādu aktivitāti. Tomēr A. Ausjuka arī norāda, ka tas būtu jāmaina un vajadzētu censties ar vietējiem uzņēmējiem sadarboties vairāk.¹⁶⁷ Tātad sponsori sniedz plašākas iespējas programmas satura veidošanā, un pašvaldības, kas šādu praksi nepieņem, uzsver, ka nākotnē labprāt veidotu lielāku sadarbību ar uzņēmējiem. Lielvārdes novada gadījumā ir pretēji, jo tradicionāli vietējie sponsori piesaistīti tiek, bet 2015. gadā plānots no tiem atteikties, un tā iemesls ir tāds, ka pārsvarā šie sponsori ir vietējie uzņēmēji, kuri varbūt nav tik “lieli”, piemēram, ja aprēķina kopējo sponsoru piešķirto naudas summu, tā nepārsniedz parasti 2000eur, un tam seko liels darbs, lai sagādātu viņiem pateicības, dāvanas, rīkotu “slēgto” pateicības pasākumu utt. Protams, ir uzņēmēji, kas piedāvā savu produkciju, un tā tiek arī pieņemta. 2014. g. Lielvārdē bija gadījums, ka viena uzņēmēja sponsorēja 1000eur sevis izvēlētam koncertam, šajā gadījumā tas bija

¹⁶⁶ Valaine, Madara. *Saruna ar Agnesi Miltiņu*.

¹⁶⁷ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*.

Ziemeļlatvijas kameransambļa koncerts ar solisti Ingu Šļubovsku un Ingu Pētersonu, tātad sponsori arī pilsētas un novadu svētkos var ietekmēt to programmu.

Autoresprāt, sponsoru un vietējo uzņēmēju iesaistīšana rada pozitīvu ietekmi, tā ir iespēja gan sponsoriem parādīt sevi, gan arī priecēt svētku apmeklētājus un dalībniekus, lielāks finansējums arī paaugstina iespēju svētku programmā iekļaut tādus māksliniekus un pasākumus, kādus vietējie un organizētāji vēlas. Bet svētki visbiežāk tiek novērtēti kā izdevušies arī gadījumos, kad sponsori nav piesaistīti. Tāpēc katram programmas veidotājam būtu jāizvērtē, kādi ir galvenie pilsētas vai novada svētku mērķi un ko tie vēlas panākt, rīkoties tā, lai šos mērķus sasniegtu.

Pašvaldības spēj nodrošināt bez maksas pasākumus, to pierāda arī iepriekšējā nodaļā veiktā pētījuma dati, kas liecina, ka lielākā daļa pilsētu un novadu svētku pasākumu ir bez maksas (96,2%). Liela daļa svētku organizētāju to bieži vien arī norāda uz svētku programmas. Bez maksas pasākumu programma konstatēta arī visos šajā nodaļā apskatītajos Jūrmalas, Ogres un Lielvārdes novada piemēros. Ir gadījumi, kad pasākumu programmā tiek iekļauts kāds mākslinieks, kuru pašvaldība nevar atļauties finansiāli pilnībā, līdz ar to šim pasākumam var tikt noteikta ieejas maksa, taču tā parasti ir simboliska, salīdzinot ar reālajām cenām, piemēram, D. Jansone min, ka 2015. gadā Lielvārdes novada svētku ietvaros uzstāsies Intars Busulis, un uz viņa koncertu būs simboliska biļetes cena, aptuveni 5eur. Pilsētas un novada svētki ir dāvana to iedzīvotājiem, tāpēc pasākumi pamatā ir bez maksas, tāpat arī jāreķinās ar to, ka programmas saturs ir atkarīgs no piešķirto finansiālo līdzekļu daudzuma, ar šo summu ir jāveido šī daudzveidīgā programma dažādām paaudzēm. Kā norāda D. Jansone: “Protams, jaunieši varbūt gribētu arī Prāta Vētru šeit Lielvārdē sagaidīt, bet tad mums puse no budžeta aizietu uzreiz vienai grupai!”¹⁶⁸ Tātad programmas veidotājiem ir jāspēj rast balansu, plānojot finanses un pasākumu klāstu. Ja ir kāds īpašs mākslinieks, ko pasākuma plānošanas laikā pašvaldība konstatē, ka nevar atļauties, ir iespēja šim pasākumam noteikt ieejas maksu vai piesaistīt sponsorus.

4.3. Uz izklaidi balstīta programma

Pilsētu un novadu svētku pasākumu programmas viena no galvenajām funkcijām, spriežot pēc ekspertu viedokļiem, ir izklaide un saturīga laika pavadīšana, tātad programmai jābūt tādai, kas svētku apmeklētājus var iepriecināt un aktīvi iesaistīt dažādās darbībās. D. Jansone pārliecinoši uzsver, ka “pamatā tā ir izklaide, tā ir vasara, prieks, saule un labs garastāvoklis, un viss pārējais.. Tā tiešām ir izklaide! Bet visas radošās darbnīcas ir ļoti izglītojošas un iesaistošas, cilvēki var paši piedalīties”.¹⁶⁹ Dažādi kultūras pasākumi, aktīvās

¹⁶⁸ Valaine, Madara. *Saruna ar Daci Jansoni*.

¹⁶⁹ Turpat.

atpūtas pasākumi, ekskursijas, sportiskās aktivitātes – šie visi, kas ir visvairāk pārstāvētie pasākumu tipi pilsētu un novadu svētku programmās, ir tendēti tomēr uz izklaidi, protams, izņēmumi ir ar reliģiju saistīti pasāki, kam ir pavisam cita nozīme, tomēr to skaits kopumā nav liels. To, ka pasākuma programmai ir dažādas funkcijas, norāda A. Ausjuka: “Viss kopā! Kā jau es teicu, mēs cenšamies, lai būtu gan izklaide, gan informācija, gan aktīva darbošanās. [...] Es negribētu teikt, ka pilsētas svētki ir tikai viens “plezīrs””.¹⁷⁰ Varētu teikt, ka izklaidējoši pasākumi ir reizē arī informatīvi un izglītojoši, piemēram, to varētu teikt par radošajām darbnīcām, kurās var iesaistīties dažādu paaudžu apmeklētāji. Ogres pilsētas svētku gadījumā A. Ausjuka uzver, ka viņi cenšas šos pasākumus veidot tā, lai apmeklētāji varētu paši iesaistīties un darboties, piemēram, Ogres pilsētas svētkos nenorisinās tirgus tradicionālā izpratnē kā tikai tirgošanās. Jau vairākus gadus tiek rīkots pasākums “Meistaru mājas”, kas norisinās vienas ielas garumā, un tajā ietilpst ne tikai pirkšanas un pārdošanas aktivitātes, bet arī cilvēki var iesaistīties attiecīgo produktu veidošanā, vai tā būtu monētu kalšana vai dzijas krāsošana ar dabiskiem materiāliem, vai kas cits. Šajā gadījumā meistari demonstrē savas prasmes produkta veidošanā un ļauj arī interesētiem iesaistīties, līdz ar to ir iespēja apgūt kaut ko jaunu. Līdzīgi arī bērnu pasākumu rīkošanā. A. Ausjuka norāda, ko Ogres pilsētas svētkos bērnu programmu cenšas rīkot tā, lai nav tikai, piemēram, piepūšamās atrakcijas un lēkšana pa batutu, bet gan arī koncerti bērniem vai kāda cita aktīva darbošanās. Autoresprāt, tas ir veiksmīgs svētku koncepts – izklaides funkcija apvienojumā ar izglītošanas funkciju, jo tas ir vērtīgi, ja katru gadu svētku pieredze apmeklētājiem var sniegt zināšanas, prasmes vai jaunas intereses caur izklaidējošu formātu. Svētku galvenie mērķi un būtība tomēr nav pēc iespējas vairāk apmeklētājus izglītot vai iepazīstināt tikai ar profesionālo mākslu, tāpēc pilsētas un novada svētki ir kultūras pasākumi antropoloģiskā, nevis mākslinieciskā nozīmē. Protams, tas ir svarīgi, lai tiktu piedāvāti arī augstvērtīgi kultūras un mākslas produkti, bet tas nav šo svētku pašmērķis.

4.4. Uz brīvdabas pasākumiem balstīta programma

Balstoties uz iepriekšējā nodaļā veiktajiem secinājumiem, pilsētu un novadu svētki Latvijā izteikti visbiežāk 2014. gadā tika svinēti vasaras sezonā, un tam, protams, ir savi iemesli. A. Miltiņa to pamato šādi: “Lai atvieglotu pasākumu norisi brīvā dabā, tādā veidā sniedzot iespēju tos apmeklēt lielam cilvēku skaitam.”¹⁷¹ Svētku organizatori izceļ to, ka vasara ir atvaļinājumu laiks, un arī autore uzskata, ka cilvēki vasarā labprāt pavada brīvdienas brīvā dabā, gan vietējā pilsētā vai novadā, gan izbraucot uz citiem. A. Ausjuka arī norāda, ka

¹⁷⁰ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*.

¹⁷¹ Valaine, Madara. *Saruna ar Agnesi Miltiņu*.

tie ir krāšņākie gada mēneši, līdz ar to arī pilsētas un novada svētki ir vasaras svētki. Arī tehniski pilsētu un novadu svētku organizēšana ērtāka ir brīvā dabā no tāda aspekta, ka var izvērst daudzveidīgas aktivitātes.¹⁷² Pasākumi, kas norisinās brīvā dabā, īpaši, ja tā ir kāda nozīmīga kultūrvēsturiska vieta, veicina vietas izjūtu pilsētas vai novada iedzīvotājiem, to varētu dēvēt arī par “māju” vai piederības sajūtu, kā arī ir tā priekšrocība, ka brīvdabas pasākumi sniedz iespēju rīkot tādus pasākumus, kurus nav iespējams rīkot telpās, piemēram, makšķerēšanas sacensības Lielvārdē pie Daugavas vai “Upes laiks” – īpaša teātra performance Ogres upē pie tilta. Organizatori šajā gadījumā izmanto pilsētas resursus un nozīmīgas, ar lokālo vietu asociatīvas teritorijas. Turklāt, novērojot 2014. gada Latvijas pilsētu un novadu svētku programmas, var apgalvot, ka lielākā daļa minēto svētku programmas pasākumi ir tieši brīvdabas pasākumi, kas galvenokārt Latvijā arī notiek vasarā.

A.Miltiņa norāda, ka pilsētu un novadu svētkos ir “bagātīga kultūras un izklaides programma, koncentrēta īsā laika posmā un arī ģeogrāfiski ērti apmeklējamas aktivitātes.” Autoresprāt, ērta pieejamība un siltā sezona ir spēcīgākie faktori, kāpēc pilsētu un novadu svētki tiek tik ļoti apmeklēti, jo bieži vien pat mazākie apgrūtinājumi vai slinkums cilvēkus attur no kultūras pasākumu apmeklēšanas. Visbiežāk šo svētku pasākumu programma ir “izstaigājama” ar kājām un neprasa papildu transporta izmantojumu, izņemot, protams, novados, ja pasākumi notiek vairākos pagastos, un lielākās pilsētās. Tātad patiešām salīdzinoši īsā laikā ir pieejams pietiekams pasākumu klāsts un skaits.

Pilsētu un novadu svētkiem mēdz būt arī tradīcijas savus svētkus svinēt noteiktā vasaras laikā vai posmā, piemēram, Lielvārdē pilsētas svētki aizsākti svinēt 2001. gadā, kad tā svinēja 800 gadadienu, un toreiz tas notika jūlija pēdējā sestdienā vai nedēļas nogalē, tā šī tradīcija ir saglabājusies līdz mūsdienām, 2015. gadam.¹⁷³ Bet Ogrē līdz šim bija tradīcija pilsētas svētkus rīkot augusta pēdējā nedēļā, nedēļu pirms jaunā semestra sākuma, dodot iedzīvotājiem iespēju izbaudīt pēdējās vasaras dienas, tomēr 2015. gadā tradīcija tiks lauzta: “Šajā gadā mēs mainīsim, būs 1., 2. augusts, jo tomēr vairāk gribas vasarā “trāpīt”, tajā siltajā laikā,”¹⁷⁴ tā A. Ausjuka. Tātad nozīmīgi ir ieplānot svētkus pēc iespējas “vasarīgākā” laikā, tomēr jāreķinās, ka līdzīgi domā vairāki pilsētu un novadu svētku organizētāji, tāpēc jāseko līdzi, kad šos svētkus svin kaimiņu pilsētas vai novadi, jo dažkārt tas, ka konkrētas pilsētas svētki sakrīt ar citas konkurējošas pilsētas svētkiem, kas iespējams, var piedāvāt spilgtāku pasākumu programmu, var negatīvi ietekmēt apmeklētāju skaitu, īpaši, ja programmas vai svētku mērķis ir piesaistīt viesus no citām vietām. Tāpat arī pastāv risks, ka kāda vietējo

¹⁷² Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*.

¹⁷³ Valaine, Madara. *Saruna ar Daci Jansonī*.

¹⁷⁴ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*.

iedzīvotāju daļa var izvēlēties citas pilsētas svētkus. Teorētiski, tradicionāls laiks pilsētas vai novada svētku svinēšanā mazina risku pazaudēt ilggadējos apmeklētājus, jo viņi ir pieraduši un rēķinās ar jau ierasto laiku, dažkārt pat laicīgi ieplānojot brīvdienas svētku laikā, bet, ja notiek izmaiņas, tas var sagādāt vilšanos.

4.5. Programma visām paaudzēm, vietējiem iedzīvotājiem un iebraucējiem

Ir svarīgi pieminēt auditorijas nozīmi programmas veidošanā, jo tā pilsētu un novadu svētkos ir īpaša. Autoresprāt, vietējo kopienu varētu pat saukt par galvenajiem svētku dalībniekiem. Skatoties uz to, kam vai kādām auditorijām svētki ir domāti, pilsētu un novadu svētku organizatori uzsver, ka galvenokārt un pirmkārt pilsētas vai novada svētki ir pašiem sev, respektīvi, vietējiem iedzīvotājiem un lokālajām kopienām, bet būtiska apmeklētāju sastāvdaļa ir arī draugi, viesi, iebraucēji un tūristi. Mērķauditorija netiek šķirota pēc vecuma, dzimuma vai sociālajām grupām, skatoties uz pilsētas vai novada svētkiem kā fenomenu kopumā, jo šie svētki ir visai ģimenei – to tradīciju stiprināšanai, bet, protams, atsevišķi pasākumi, kas tiek iekļauti svētku programmā, tiek organizēti konkrētām vecumu vai interešu grupām tā, lai visiem ir saistošs veids, kā pavadīt laiku, piemēram, atsevišķi pasākumi bērniem vai makšķerēšanas sacensības šīs aktivitātes interesentiem, bet vispārēji svētki un to saturs ir domāts ikvienam.

Pilsētu un novadu svētku organizatori mēģina pielāgoties vietējiem iedzīvotājiem vai vismaz tos uzklaut un viņu viedokli respektēt. Tas nozīmē, ka pilsētu un novadu svētku organizatori pielieto savas metodes, un tā galvenokārt ir elektroniskā aptaujas anketa, ko ir iespēja aizpildīt gan pirms svētkiem, lai noskaidrotu, ko iedzīvotāji vēlas nākamajos svētkos, gan pēc svētkiem, kad ir iespēja izteikt viedokli par pagājušajiem svētkiem, kas apmierināja, kas neapmierināja, patika, nepatika, un kas būtu jāmaina vai ko gribētu redzēt nākamajos. Cik nu iespējams, tad svētku organizatori ieteikumus cenšas izvērtēt, analizēt un ņemt vērā, A. Miltiņa atzīst: “Mēģinām noskaidrot un iespēju robežās arī ņenam vērā (mērķauditorijas viedokli), piemēram, gājiena dalībnieku apbalvošana par spilgtāko tērpu/priekšnesumu.”¹⁷⁵ Aptaujas anketu rezultātu izvērtēšana ir nepieciešama, protams, nav iespējams ņemt vērā visus ieteikumus, jo bieži vien tie ir pārāk individuāli vai nekompetenti.

Pētījumā par Latvijas kultūras patēriņu kultūras aktivitāte, kurā visvairāk pēdējā gada laikā ir iesaistījušies Latvijas iedzīvotāji (69%), ir tieši pagasta, pilsētas vai novada svētku svinēšana.¹⁷⁶ Atbildot uz jautājumu, kāpēc tā, ekspertes norāda, ka cilvēkus piesaista programmas daudzveidīgums un pasākumu klāsts, kas parasti ir pielāgots dažādām paaudzēm.

¹⁷⁵ Valaine, Madara. *Saruna ar Agnesi Miltiņu*.

¹⁷⁶ Klāsons, G., Tjarve, B., Laķe, A., u.c. *Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņš un līdzdalība kultūras aktivitātēs 2007 – 2014: pētījumu dati un statistika*. Rīga: Culturelab, 2014, 49.lpp.

A. Ausjuka dalās pieredzē: “Programma ir daudzpusīga katros svētkos.. katros pilsētas svētkos var atrast kaut ko, jo nav tā, ka ir viena teātra izrāde vai viens koncerts, bet pilsētas svētki ir tādi, ko gaida visa ģimene, vecmāmiņas, vectētiņi, tēti, mammas, bērni, un katrs atradīs sev kaut kādu nodarbošanos un noteikti kaut ko interesantu, kur acis papriecēt, ko paklausīties. Mēs vienmēr to programmu tā saliekam, lai tomēr interesanti būtu visiem.” Organizatoru mērķi parasti ir parūpēties par visiem iedzīvotājiem programmas piedāvāto pasākumu ziņā, tas, protams, kopienas svētku kontekstā ir svarīgi, bet tādā gadījumā programma jāveido tā, lai šīs grupas netiktu pavisam nodalītas vai nošķirtas, jo dažkārt ģimenes svētku laiku vēlas pavadīt kopā, un, piemēram, pārāk liels attālums aktivitātēm bērniem no aktivitātēm pieaugušajiem vai, ja pasākumi pārklājās, tas var radīt konfliktsituāciju ģimenē pasākumu apmeklējuma izvēlē. Protams, programmas sastādīšana ir sarežģīta un nekad nebūs tā, ka visi apmeklētāji būs apmierināti, tāpēc kultūras darba organizatori ir pakļauti grūtam uzdevumam.

Pilsētu un novadu svētku auditorija ir arī tūristi un viesi. Dace Jansone pauž piemēru par Lielvārdes novada svētkiem: “Protams, ka pamatā tie ir mūsu iedzīvotājiem, bet ar katru gadu vairāk apmeklētāji ir mudināti nākt no citām pilsētām un novadiem, tie ir tūristi, un nu jau tas skaits sniedzās pāri 20 tūkstošiem. Jo svētki jau ir izvēršusies piecu dienu garumā.”¹⁷⁷ Tātad ir svarīgi, lai programma tiktu veidota tā, ka pasākumi ir saistoši un pievilcīgi arī tūristiem un svētku viesiem, jācenšas rast vēlēšanās pilsētas vai novada viesiem atbraukt nākamajos svētkos atkal, vai rosināt vēlmi iepazīt konkrēto vietu tuvāk, apciemojot to ne tikai svētku laikā. Šajā gadījumā Lielvārdes novada svētkus “Zīmju ceļš”, kas norisinājās 2014. gadā, var uzskatīt kā labu veiksmes stāstu, jo, kā eksperte minēja, apmeklētāju un iebraucēju skaits gadu no gada kļūst arvien augstāks un gandrīz uz pusi pārsniedz vietējo iedzīvotāju skaitu, kas Lielvārdes novadā pēc Pilsonības un migrācijas dienesta datiem 2014. gadā reģistrēts kā – 10977.¹⁷⁸ To varētu skaidrot arī ar to, ka 2014. gadā tika pirmo reizi svinēti Lielvārdes novada svētki (iepriekš 13 gadus tika svinēti pilsētas svētki), līdz ar to varēja paplašināties publika sakarā ar to, ka svētki notiek un tiek veltīti arī Lielvārdes novadā esošajiem Lēdmanes un Jumpravas pagastiem. Tātad, ja pilsētas vai novada svētku apmeklētāju skaits pārsniedz vietējo iedzīvotāju skaitu, var domāt, ka šie konkrētie svētki ir pievilcīgi arī tūristiem dažādu iemeslu dēļ. Savukārt Ogres pilsētā 2014. gadā tika reģistrēti

¹⁷⁷ Valaine, Madara. *Saruna ar Daci Jansoni*.

¹⁷⁸ Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde. *Statistika – arhīvs. Iedzīvotāju skaits pašvaldībās 2014. g.* Pieejams: http://www.pmlp.gov.lv/lv/assets/images/statistika/iedzivotaju%20reg.statistika%2001072014/ISPV_Pasvaldiba_s_iedzivotaju_skaits_pagasti.pdf [skatīts 2015, 15. apr.]

25894 iedzīvotāji,¹⁷⁹ bet pilsētas svētku apmeklētāju skaits pēc A. Ausjukas aplēsēm varētu būt 5 vai 6 tūkstoši, viņa komentē: “Ogrē ir 28 tūkstoši, tas ir viena piektā daļa apmēram no iedzīvotāju skaita, bet tas ir pilnīgi pietiekami”.¹⁸⁰ Apmeklētāju skaitu, kā ekspertes norāda, precīzi ir ļoti sarežģīti noteikt, tam nepieciešami īpaši resursi, bet, piemēram, Ogres pilsētu svētku apmeklētāju skaitu aptuveni varēja noteikt pēc organizētās degustācijas apmeklētāju skaita, A. Ausjuka, norāda, ka to apmeklējuši ap 4 tūkstoši cilvēki, pēc tā varot domāt, kāds ir aptuvenais kopējais apmeklējums.¹⁸¹ Jūrmalas gadījumā apmeklētāju skaits svētkos 2014. gadā bija 10 tūkstoši, bet iedzīvotāju skaits arī ir 5 reizes lielāks – 57385.¹⁸²

Lai piesaistītu tūristus un viesus uz pilsētas vai novada svētkiem, organizatori uzsver, ka konkrētai vietai ir jāspēj parādīt vai jāpiesaista ar kādu savas identitātes aspektu vai īpašu notikumu. Ogres novada kultūras pasākumu organizatore norāda: “Protams, ir tādi svētki, uz kuriem no visas Latvijas sabrauc un brauc cauri uz Ventspili (eksperete kā labu svētku piemēru vairākkārt min Ventspils pilsētas svētkus), piemēram, uz ziedu paklājiem, vai Nēģu svētkiem, kaut kādas tādas specifiskas lietas, es domāju, ka var jau arī būt, ka pie mums kāds ciemiņš atbrauc, bet uz šo brīdi mēs varbūt vēl neesam atraduši [...] tādu vienu, īpašu lietu, kāpēc uz Ogrī vajadzētu braukt, kas nenotiek nekur citur.”¹⁸³ Tātad pilsētu un novadu svētku organizatoriem ir jāpiedomā pie tā, kas ir tas unikālais un īpašais tieši viņu reģionā vai viņu svētku programmā, ja vēlas piesaistīt lielāku apmeklētāju skaitu, tomēr tūristu un viesu skaits nav noteicošais tajā, vai svētki kā tādi būs izdevušies, jo, atgādinot, tie pirmkārt ir paredzēti vietējai kopienai – pilsētas un novada iedzīvotājiem. Protams, ekonomiski vai tūrisma ziņā tas ir būtiski vietējiem uzņēmējiem un organizācijām, un pilsētai tēla veicināšanas sakarā, bet viss ir atkarīgs no tā, kādi ir katras pilsētas vai novada konkrētie mērķi katrā atsevišķā svētku rīkošanas gadījumā.

4.6. Programma novadam vai pilsētai

Pašvaldību pienākums, jautājot viedokli arī iedzīvotājiem, ir izlemt, vai rīkot novada vai novada pilsētas svētkus, izsverot un izanalizējot dažādus plusus un mīnus, ieguvumus vai zaudējumus katrā gadījumā. Latvijā novadi un pilsētas teritoriālā ziņā ir ļoti dažādi gan formas, gan vispārējās platības ziņā, tas var ietekmēt viņu izvēli. Dažkārt, ja pašvaldība pieturējusies pie vienām tradīcijām, piemēram, rīkojot tikai pilsētas svētkus, tā izmēģina kā

¹⁷⁹ Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde. *Statistika – arhīvs. Iedzīvotāju skaits pašvaldībās 2014. g.* Pieejams: http://www.pmlp.gov.lv/lv/assets/images/statistika/iedzivotaju%20reg.statistika%2001072014/ISPV_Pasvaldibas_iedzivotaju_skaits_pagasti.pdf [skatīts 2015, 15. apr.]

¹⁸⁰ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku.*

¹⁸¹ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku.*

¹⁸² Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde. *Statistika – arhīvs. Iedzīvotāju skaits pašvaldībās 2014. g.* Pieejams: http://www.pmlp.gov.lv/lv/assets/images/statistika/iedzivotaju%20reg.statistika%2001072014/ISPV_Pasvaldibas_iedzivotaju_skaits_pagasti.pdf [skatīts 2015, 15. apr.]

¹⁸³ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku.*

pilotprojektu rīkot svētkus novadam, pēc tā pašvaldība pieņem lēmumu, kādu konceptu turpināt attīstīt nākamajos gados. Spriežot pēc statistikas, kas raksturota iepriekšējā nodaļā, novadu svētku skaits Latvijā ir lielāks nekā pilsētas svētku skaits, lai gan novadu administratīvais iedalījums stājies spēkā tikai pirms pieciem gadiem. Līdz ar to varētu domāt, ka kopumā novadu svētki kā paplašināts svētku koncepts vai mērogs, svētkos iekļaujot arī citas novada pilsētas vai pagastus, ir veiksmīgs, tomēr šeit būtu nepieciešama dziļāka pētniecība, lai to apgalvotu, jo par iepriekšējiem gadiem dati nav apkopoti, un 2014. gadā novadi svinēja piekto gadadienu, kas varēja noteikt to skaitu. Jūrmalas pilsētas svētku organizatore uzskata, ka pilsētas un novada svētkiem funkcijas ir vienādas, tās “neatšķiras, ja nu vienīgi mērogs, dalībnieku skaits, scenārijs, budžets.”¹⁸⁴ Tā kā Jūrmala ir republikas pilsēta, tad tās svētku koncepts paliek nemainīgs arī pēc administratīvi teritoriālajām izmaiņām. Bet atšķirīgas pieredzes un izvēles ir Lielvārdes un Ogres novada kontekstā. Ogres novadā parasti tiek rīkoti pilsētas svētki, un, lai saprastu, vai ir nepieciešamība rīkot novada svētkus, 2012. gada svētku programmas ietvaros tika organizēts “Sābru tirgus”, kurā piedalījās tirgotāji, uzņēmēji, amatu meistari un amatiermākslas kolektīvi no novada pagastiem, tie brauca arī ar mērķi sevi prezentēt Ogres novadam, kā arī ogrēniešiem bija iespēja iepazīt sava novada pagastus. Tomēr A. Ausjuka norāda, ka tas šo vietējo pagastu iedzīvotājiem – atbraukt uz novada centru Ogrī – nav nemaz tik vienkārši, jo, piemēram, tālākais pagasts ir Mazozoli, kas atrodas aptuveni 60 kilometru attālumā, tas ir gan laiks, gan izdevumi: “Un lielākajos pagastos notiek pašiem savi svētki. Jo viņiem tomēr gribas to identitāti sajūst pašiem, tā pagasta. Nu tas mums bija tāds kā ģenerālmēģinājums, un mēs palikām pie tā, ka mums ir pilsētas svētki.”¹⁸⁵ Šajā gadījumā novada svētku neatbalstīšanas iemesls ir attālums un, kā norāda Ausjuka, spēcīgā pagastu identitāte un pašiem savi svētki, tomēr, autore uzskata, ka, varbūt ne katru gadu, tomēr ik pēc kāda noteikta laika posma, piemēram, ik pēc pieciem gadiem, būtu nepieciešami vienoti svētki visam novadam, lai pagasti iepazītu un apzinātu savus novadniekus. Savukārt Lielvārdes novadā prakse svinēt novada svētkus aizsākusies tieši 2014. gadā, kur iepriekšējo trīs pilsētas svētku dienu vietā nākušas klāt divas dienas, katra savā, Lēdmanes un Jumpravas, pagastā, kur arī notiek svētku pasākumi; novada svētku prakse Lielvārdes novadā tiek turpināta arī 2015. gadā.

4.7. Tradicionālā un jaunā balanss

3. nodaļā veiktajā pētījumā iezīmējās tendences, kādi varētu būt pilsētu un novadu svētku programmās iekļautie pamata pasākumi, kas savā ziņā veido tādu kā pilsētas vai

¹⁸⁴ Valaine, Madara. *Saruna ar Agnesi Miltiņu*.

¹⁸⁵ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*.

novadu svētku formulu. Pēc skaita minētie pasākumi vidēji notiek katros svētkos, tie būtu: vietējo amatiermākslas kolektīvu koncerts, populārās, roka vai estrādes mūzikas koncerts, tautas balle, izstāde, kas akcentē vietējo kopienu vai vietu, radošās darbnīcas un aktivitātes, sporta pasākumi un atsevišķi radošas darbnīcas un spēles bērniem. Šie dati nav nejauši, jo arī ekspertes, pilsētu un novadu svētku veidotājas, uzsver šos pasākumus, piemēram, D. Jansone kā neatņemamas svētku sastāvdaļas norāda tautas balli un tirgu, bet A. Ausjuka norāda uz dažādiem koncertiem, arī balli, atraktīvām aktivitātēm bērniem un amatnieku tirgu.

Būtiska loma ir tieši katras pašvaldības organizēto svētku tradīcijām. Pašu pilsētu un novadu svētku svinēšana jau daudzos gadījumos ir kā tradīcija, līdzīgi arī ar pasākumiem, piemēram, Jūrmalā kā tradīcija ir gājiens ar visas pilsētas iesaistīšanos, koncerts un ugunošana. Gājiens ir tas, kas vieno iedzīvotājus un liek pašiem priecāties par sevi un citiem pilsētas iedzīvotājiem, un gājiena tradīcijas ieviešana, šķiet, kļūst arvien aktuālāka, jo arī Ogres pilsētas svētkos un Lielvārdes novada svētkos 2014. gadā šāda veida pasākums tika organizēts pirmo reizi, un atsauksmes bijušas pozitīvas. Ja skatās šajā pētījumā iegūtos kvantitatīvos datus, tad tie norāda, ka gājiens notikuši 56 pilsētās 2014. gadā. Sarunā ar D. Jansoni pacēlās jautājums par to, vai gājiens Lielvārdes novada svētkos jāriko katru gadu, pārgadu vai ik pēc pieciem gadiem, un, autoresprāt, vispārīgi runājot, pirmkārt, gājiens noteikti būtu jāriko lielāku novadu svētkos, jo tas veicinātu novada saliedēšanu, draudzību un izzīni, arī pilsētas svētkos, ja to atļauj iedzīvotāju un dažādu kolektīvu, institūciju un organizāciju aktivitāte un skaits, otrkārt, lielākās pilsētās un novados, un īpaši tajos, kur gājiens jau ir kā ikgadēja tradīcija, vajadzētu to noteikti saglabāt un rīkot katru gadu vai pēc noteiktā tradicionālā biežuma. Bet atsevišķos gadījumos, kā, piemēram, Lielvārdē, kur gājiens norisinājies pirmo reizi, būtu vērts noskaidrot vietējo iedzīvotāju un potenciālo dalībnieku viedokli, vajadzētu arī konsultēties ar citu novadu un pilsētu svētku organizatoriem par to, kāda ir viņu pieredze, jo no tās var gūt būtiskas atziņas, tāpat svarīgi būtu saprast to, ka, kā jau minēja eksperti, šie svētki ir kultūras pasākums, kura pamatā ir izklaide un savas identitātes, kopienu un vietas svinēšana, un gājiens ir tas, kas šos elementus apvieno, tāpēc tas varētu būt iemesls, kāpēc gājienam vajadzētu rīkot katros pilsētas svētkos, bet, no citas puses raugoties, pastāv risks, ka gājiena tradīcija var zaudēt ekskluzivitāti no tāda aspekta, ka, ja gājiens notiek katru gadu, tad kolektīvi kādu gadu piedalīšanos var izlaist ar domu, ka varēs jau piedalīties nākamajā gadā, ja nu nav vēlmes sanākt kopā attiecīgajā gadā, kaut tam ļoti negribētos ticēt, un tādos gadījumos var pieturēties pie domas – jo lielāks laika intervāls, jo ekskluzīvāk gluži kā Olimpiskās spēles.

Turpinot par tradicionālu pasākumu nozīmi, vietējie iedzīvotāji pierod pie pasākumiem, kas norisinās tradicionāli – katru gadu, un, ja notiek kādas izmaiņas, viņi tajā

var būt vīlušies vai dažās situācijās palikt neizpratnē, kāpēc tā, kā piemēru var minēt atgadījumu Lielvārdes pilsētas svētkos. Tur tradicionāli sestdienas vakarā, pusnaktī, balles laikā notiek svētku salūts, bet vienu gadu tas tomēr netika iekļauts programmā, taču cilvēki pieraduma dēļ tāpat uz šo laiku bija sapulcējušies vietā, kur tas parasti notiek, programmā nemaz neiedziļinoties, bet salūta nebija, tāpēc tie, kas uguņošanu gaidīja, bija nedaudz vīlušies. Šo situāciju komentējot, D. Jansone atzīst: “Cilvēki grib atpūsties un viņiem to nedrīkst liegt”.¹⁸⁶ Bet Ogres pilsētas svētkos uguņošana nenotiek, jo tā tradicionāli notiek Latvijas proklamēšanas dienā 18. novembrī, un svētku organizatore uzskata, ka tā nav nepieciešama, jo tādas tradīcijas. Lielvārdes novada svētku ietvaros tieši Lielvārdes pilsētā notiekoši pasākumi tradicionāli ir strukturēti pa dienām, respektīvi, pirmā diena ir kā svētvakars, kura laikā notiek dievkalpojums un klasiskās mūzikas koncerts un “Goda Lielvārdieša” godināšana, uz šo pasākumu parasti ierodas vietējās inteliģences, otrā diena ir izklaides un kultūras diena, D. Jansones vārdiem sakot, “jampadracis”, bet trešā – sporta diena. Līdz ar to cilvēki jau zina un ir pieraduši pie tā, ko no šīm dienām sagaidīt, tās ir tradīcijas un pie tām labprāt pieturas gan svētku rīkotāji, gan apmeklētāji. Protams, ir bijusi kritika par to, ka, piemēram, kāds pasākums notiek gadu no gada, bet, ja šie pasākumi ir apmeklēti un tādiem, kuriem iepriekš jāpiesakās, ir liela atsaucība, tas organizatori uzskata, ka nedrīkst nerīkot šos pasākumus, pēc kuriem ir pieprasījums.

Tomēr pilsētu un novadu svētki nav tikai tradicionālu pasākumu apvienojums. Ir jāveido balanss starp tradicionālo un jauno, pierasto un neierasto. A. Miltiņa komentē: “Šeit noteikti jābūt mijiedarbībai starp tradīcijām un atpazīstamību no vienas puses un inovācijām un attīstības no otras puses. Inovācijas – uzņēmēju iesaiste ar degustācijām, mākslinieku plenēra publiska aplūkošana, iesaiste, u. c. aktivitātes, kas mainās gadu no gada. (..) Protams, ka, laiku pa laikam, ir kaut kas jauns jāpiedāvā, cilvēki to uztver dažādi, bet tas raisa diskusijas un pārdomas, kā arī palīdz noskaidrot mērķgrupas intereses.”¹⁸⁷ Tātad ir svarīgi, lai pilsētu un novadu svētku apmeklētājiem tiek piedāvāts gan tradicionālais, ko viņi sagaida, un arī jaunais, kas piesaista uzmanību, kā arī ļauj iepazīt vai veidot auditorijas gaumi. Arī A. Ausjuka apliecina: “Skatāties, kas ir tāds jauns, kas nav bijis, ar ko mēs varbūt varam pārsteigt vai ar ko mēs varam iepriecināt cilvēkus, jo mēs tiekam tik lutināti ar šīm programmām, ar visu to, ko mēs redzam televīzijā.. Viegli tas nav vis!”¹⁸⁸ Kā inovācijas pilsētu un novadu svētku organizētāji uzsver dažādus programmās iekļautos šovus, piemēram, ūdens strūklaku šovu, dažādus uguns šovus, kuros piedalās moto kaskadieri, dažādus

¹⁸⁶ Valaine, Madara. *Saruna ar Daci Jansoni*.

¹⁸⁷ Valaine, Madara. *Saruna ar Agnesi Miltiņu*.

¹⁸⁸ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*.

projekciju un gaismu šovus. Inovācijas piešķir katriem svētkiem pievienoto vērtību, jo būtībā katru gadu pamatā uz šiem pasākumiem nāk viena un tā pati vietējā publika, un tā vēlas redzēt ik gadu ko jaunu un neredzētu. Pasākumu programmas plānotājiem ir jāveic izpēte, lai pieaicinātie mākslinieki un šovi neatkārtotos, lai veicinātu programmas daudzveidību un neatkārtojamību. Lielvārdes novada pilsētu svētku organizatore D. Jansone atbildot jautājumam par to, kā, viņasprāt, auditorija reaģētu, ja novada svētku koncepts tiktu krasi mainīts, secina: “Es domāju, ka krasi mainīt nedrīkst! Jo, kā jau mēs runājam par šīm tradīcijām Lielvārdē, jā, inovatīvi pasākumi ir tikai apsveicami, bet tā uzmanīgi skatāties, kurā programmas daļā mēs tos varētu ielikt. Iepriekšējā gadā mums bija interesanta gaismas projekcija, kaut kas savādāks. Cilvēki pierod, un viņi jau zina, ko var sagaidīt no katras vietas, no katras pilsētas, pagasta vai novada. Piedāvājumam jābūt katru gadu, protams, svaigam un jaunam, daudzveidīgam, bet tā pamata lietas Lielvārdē jau ir iestrādātas. Un tad es kā kultūras darba vadītāja ar savu darba grupu runāju par to, vai kaut ko vajadzētu mainīt, nu tā kā sākumā ir liela pauze, un tad mēs saprotam, nu, mēs jau arī nevaram neko izmainīt, jo svētvakars mums ir svētvakars, izklaide mums ir izklaides diena, un aktīvās atpūtas / sporta diena ir 3. diena.” Tātad iespēju robežās, arī domājot par to, lai auditoriju pārāk nešokētu, dažādas inovācijas pasākumu izvēlē notiek, bet pilsētu un novadu svētku kontekstā tradicionālajam ir ļoti spēcīga nozīme.

4.8. Lokālo un viesmākslinieku balanss

Pilsētu un novadu svētku organizatori māksliniekus piemeklē, vadoties pēc svētku koncepcijas, tā norāda Jūrmalas pilsētas svētku organizatore. Svētku programmās tiek ieļauti gan vietējie mākslinieki, kolektīvi un iniciatīvas, gan viesmākslinieki. To balanss ir svarīgs, jo pasākumu organizatori nevēlās vietējos svētku dalībniekus pārāk noslogot, un dažādi viesmākslinieki vai no ārpuses piesaistītu organizāciju pasākumi ir kā dāvana vai veltījums vietējai kopienai, tai skaitā visiem svētku dalībniekiem, kas arī paši piedalās.

Pilsētas un novada svētku programmas neatņemama sastāvdaļa ir vietējo amatiermākslas kolektīvu koncerti, priekšnesumi un uzstāšanās. Tas ir visbiežāk pārstāvētais kultūras pasākumu veids pilsētu un novadu svētku programmās. Vietējie kolektīvi ir daļa no lokālās vietas identitātes, jo galvenokārt to dalībnieki arī ir vietējie iedzīvotāji. Amatieru kolektīvos darbojas dažādas paaudzes, un pilsētas un novada svētki ir laiks, kad tiem ir iespēja par sevi atgādināt gan vietējiem, gan viesiem. Kā A. Miltiņa norāda, amatierkolektīvi pilsētu un novadu svētku programmu padara krāšņāku.¹⁸⁹ Katrā novadā vai pagastā ir vairāk vai

¹⁸⁹ Valaine, Madara. *Saruna ar Agnesi Miltiņu*.

mazāk vietējo kolektīvu, un pilsētas un novadu svētku organizatori ir ieinteresēti, lai svētku programmā tie tiek iekļauti, jo tādā veidā ir iespēja viesiem demonstrēt, ar ko vietējie lepojas, ko dara, kā arī tas varētu būt finansiāli izdevīgāk, nekā piesaistot vairāk viesmāksliniekus. Kā jau iepriekš tika minēts, pilsētu un novadu svētkos pēc iespējas tiek izmantoti iekšējie – vietējie resursi. Turklāt daudzi reģioni ar saviem amatiermākslas kolektīviem var lepoties ne tikai lokālā līmenī, bet arī valstiskā, un dažkārt nav nemaz vajadzības aicināt, piemēram, citus amatierkolektīvus gan Latvijas mēroga, gan ārzemju, jo vietējie spēj nodrošināt priekšnesumus augstā līmenī, ko apliecina rezultāti skatēs un konkursos.¹⁹⁰

Pilsētu un novadu svētku organizatori norāda, ka saņem piedāvājumus no dažādu nozaru aģentiem un menedžeriem, kas piedāvā savu produktu. Piedāvājumi bieži vien domāti visa gada kontekstā, bet to piedāvātais saturs bieži vien atbilst pilsētu un novadu svētku formātam. Galvenā problēma parasti sadarbībā ar aģentiem ir, vai piedāvātā produkta cena ir pieņemama svētku organizatoriem, jo galvenokārt visu nosaka piešķirtais budžets. “Viņi, menedžeri, sūta šo to, teiksim gada griezumā, bet tieši uz novada svētkiem mums ļoti daudz ēdinātāju piedāvā un tirgotāju. Bet tā izvēle nav nemaz tik liela, jo jādodomā, lai cilvēkiem patiktu,”¹⁹¹ tā D. Jansone. Tas savā ziņā atvieglo mākslinieku un pasākumu izvēli, ko iekļaut pilsētu vai novadu svētku programmā, bet var arī traucēt tādā ziņā, ka organizators var iespaidoties, jo, autoresprāt, sākotnēji jābūt tādai nostājai, ka organizators zina, kādu produktu vēlas, par to cīnās, un, ja, piemēram, finansiālu vai citu apsvērumu dēļ neizdodas programmā iekļaut sākotnēji paredzēto koncepcijai un vīzijai atbilstošo produktu, tad var izskatīt citus piedāvājumus.

Runājot par viesmāksliniekiem, ir svarīgi piesaistīt mākslinieku “zvaigzni”, jo potenciālie svētku apmeklētāji to parasti sagaida no katriem svētkiem. Protams, atpazīstamu vai populāru mākslinieku piesaiste ir atkarīga no attiecīgās pašvaldības piešķirtā budžeta un pilsētas vai novada iedzīvotāju skaita, kas bieži vien ir galvenais stūrakmens svētku programmas satura un koncepta izveidē. Lielvārdes novada svētku organizatore norāda, ka iedzīvotāji patiešām sagaida kāda populāra mākslinieka uzstāšanos, un uzsver, ka šie mākslinieki ir jācenšas iekļaut pasākumu programmā, jo tas piesaista arī apmeklētājus no citām Latvijas vietām, kā arī vietējie iedzīvotāji informē savus draugus un radus, kas dzīvo citur, īpaši uzsverot “no mutes mutē” principu, kas veiksmīgi nostrādā kā auditorijas piesaistes instruments. Īpašs gadījums, kā D. Jansone min, bijis 2014. gada Lielvārdes novada svētkos dienā, kad pasākumi notikuši Jumpravas pagastā: “Nu Jumpravā, protams, bija slavenā “Jumprava”, kurai arī bija jubilejas gads. Un apmeklētāji, to skaits, pārspēja paši sevi,

¹⁹⁰ Valaine, Madara. *Saruna ar Daci Jansoni*.

¹⁹¹ Turpat.

jo nebija tiešām, kur adatai nokrist. Bija kaut kas tāds vienreizējs.”¹⁹² Tas liecina, ka “zvaigznes” iekļaušana pilsētas un novadu svētku programmā var izvērsties kā plānoti vai neplānoti veiksmīgs lēmums. Svētku organizatoriem varētu būt citādi mērķi populāru mākslinieku iekļaušanā programmā, vieni būtu tie, kuri balsta programmu uz šo “zvaigzni” tādā skatījumā, ka tā ir “vakara nagla” vai programmas galvenais pasākums, viņi censtos piesaistīt pēc iespējas populārāku mākslinieku, vai pat vairākus, to arī reklāmās izceltu, kā visa mērķis būtu piesaistīt vairāk tūristu. Otri būtu tie, kuri piesaistītu atpazīstamu mākslinieku, bet pārējā programma tā dēļ nemainītos kvalitatīvi vai kvantitatīvi, un populārais mākslinieks iekļautos programmas konceptā, un tā iekļaušanas mērķis būtu kā dāvana vietējiem. Šīs varētu būt, iespējams, pārāk striktas autores minētās organizētāju mērķu nostādnes, tomēr pašvaldībām būtu svarīgi saprast, kāpēc iekļaut vairāk vai mazāk populārus izpildītājus. Ogres pilsētas svētku organizatore norāda, ka 2014. gada programmā netika iekļauts mākslinieks - “zvaigzne”, vai, ekspertes vārdiem sakot, mākslinieks ar “vārdu”, jo viņa norāda, ka katram māksliniekam ir sava auditorija, un dažkārt kāda paaudze var vilties māksliniekā.¹⁹³

Ir gadījumi, kad pilsētu un novadu svētku pasākumu programmās tiek iekļauti ārzemju mākslinieki. Visbiežāk, balstoties uz iepriekšējā nodaļā analizētajiem datiem, tie ir amatiermākslas kolektīvi, kuri veidojuši sadraudzību ar konkrētas pilsētas vai novada kolektīviem, bet dažkārt tie ir mūziķi, dejotāji vai aktieru trupas. Vaicājot par ārzemju viesu priekšnesumu iekļaušanu pilsētu un novadu svētku programmās, D. Jansone atbild: “Ārzemju viesmāksliniekus mēs nepiesaistām, es pat nezinu, vai vajag, jo šie arī amatiermākslas koncerti ir ļoti sirsnīgi, ļoti jauki un ļoti apmeklēti!”¹⁹⁴ Balstoties uz šo viedokli, vēlreiz var secināt, cik svarīga loma ir vietējās kopienas cilvēkiem, kolektīviem un viņu dalībai lokālās pilsētas vai novada svētkos. Savukārt Ogres pilsētas svētku gadījumā retos gadījumos, bet ir uzstājušies arī ārzemju kolektīvi no sadraudzības valstīm.

Tātad ir nepieciešams mērs gan viesu mākslinieku, gan vietējo dalībnieku ziņā, bet, ņemot vērā, ka svētki, pirmkārt, ir vietējiem iedzīvotājiem, tad to īpatsvars dažādos kultūras pasākumos kā dalībniekiem ir lielāks, A. Ausjuka komentē: “Vietējie mākslinieki ir mūsu pilsētas iedzīvotāji, pagastu iedzīvotāji. Gribas teikt, ka tie ir 90% vietējie iedzīvotāji. Un viņiem arī lielākajai daļai ir ģimenes, ir sieva un bērni, un tā arī ir tā reize, patriotiska, kad var atnākt kaimiņš, un teikt “redzi, mana sieva dzied” vai “mans vīrs”, vai abi kopā.. Tā ir tāda lielāka piederības sajūta savai pilsētai, bet es uzskatu, ka nevar arī iztikt bez profesionāliem

¹⁹² Turpat.

¹⁹³ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*.

¹⁹⁴ Valaine, Madara. *Saruna ar Daci Jansoni*.

māksliniekiem, jo tā ir tāda kā dāvana, “rozīnīte” svētku, vai tas būtu kāds populārs vai tautā iemīļots mākslinieks, un to tu vari klātienē baudīt un redzēt, dzirdēt.. Jāsabalansē!”¹⁹⁵

Apkopojot šajā nodaļā aktuālās tēmas, var secināt, ka pilsētu un novadu svētki ir svinības vasarā lokālai kopienai, ko organizē vietējā pašvaldība, kas nosaka svētku budžetu, darba grupu, kas izstrādā svētku pasākumu programmu, un galvenos mērķus un vīziju, no kā lielā mērā ir atkarīgs programmas saturs. Pilsētu un novadu svētku programmu un tajā iekļauto pasākumu daudzveidību un kvalitāti un kvantitāti ļoti būtiski var ietekmēt piesaistītie sponsori, kas galvenokārt ir vietējie uzņēmēji. Latvijas pilsētu un novadu svētku programmas veidošanas principu pamatā ir tās veidošana, lai apmeklētājiem sniegtu izklaides iespējas un kopības sajūtu, lai apmeklētājiem būtu piedāvāti gan tradicionāli, gan inovatīvi pasākumi un pasākumu dalībnieki būtu gan vietējie mākslinieki, gan viesmākslinieki. Pilsētu un novadu svētku pamata auditorijas ir vietējie iedzīvotāji un arī tās viesi visās paaudzēs. Autoresprāt, šos pamatprincipus ir vērtīgi apzināties pilsētu un novadu svētku organizatoriem īpaši tiem, kuriem vēl nav pieredzes svētku organizēšanā un programmas satura sastādīšanā. Šajā nodaļā tika apkopoti aktuālākie pamatprincipi, uz ko balstās jau pieredzējuši pilsētu un novadu svētku organizatori Latvijā, un tie sniedz pamatojumu, kāpēc pilsētu un novadu svētku pasākumu klāsta veidošanā ir minētās tendences, tās atspoguļo to, ar ko var nākties saskarties pilsētu un novadu svētku organizēšanā, bet tās arī neizslēdz citus principus un aspektus, kā programmas tiek veidotas. Šie ir pamatprincipi, kopīgās programmu veidošanas pazīmes un pieredzes, tie, protams, ir lietderīgi, bet, autoresprāt, katrā pilsētu un novadu svētku organizēšanas gadījumā ir citas nianse un konteksts, un šo svētku organizētājiem ir jāspēj pielāgoties esošajai situācijai un jāveido svētku pasākumu programmas saturs pēc situācijai un mērķiem atbilstošiem principiem.

¹⁹⁵ Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*.

NOBEIGUMS

Pilsētu un novadu svētki Latvijā ir kultūras pasākums, kas attiecīgo pilsētu un novadu svētku iedzīvotājiem ir nozīmīgs notikums, dažkārt ikgadējs un tradicionāls, citkārt ik pēc noteikta laika perioda, bet jebkurā gadījumā – aktuāls lokālajai kopienai. Par to liecina gan fakts, ka ļoti liela daļa šos svētkus ir apmeklējuši, gan iedzīvotāju kā galveno dalībnieku loma svētku kontekstā. Uz pilsētu un novadu svētkiem var raudzīties no diviem skatupunktiem. No antropoloģiskā skatupunkta raugoties, šie svētki pēc savas būtības un pazīmēm ir vietējās kopienas svētki, kuros šī vietējā kopiena svin piederību pati sev, lokālajai vietai, savus unikālos identitātes aspektus, kultūru, socializējas un bauda kopā būšanu, kas to vieno, un no vēsturiskā aspekta – noteiktā reģiona, pilsētas vai novada, gadadienas svinēšana. No cita skatupunkta raugoties, šie svētki ir pasākums – kultūras produkts, kas pakļaujas pasākumu plānošanas, organizēšanas un programmas veidošanas procesam, kuras pamatā ir citi kultūras produkti. Uz pilsētu un novadu svētkiem šī pētījuma ietvaros autore centās raudzīties no abiem skatupunktiem, kas teorētiski raksturoti darba 1. un 2. nodaļā un praktiski – 3. un 4. nodaļā, jo, tie ir kopienai nozīmīgi svētki, un to būtība ietekmē arī piedāvāto kultūras produktu izvēli un to nozīmi šo svētku programmas ietvaros, kas tika secināts pētījuma gaitā. Tātad šīs nozīmes ir neatdalāmas un savā ziņā viena otru paskaidrojošas.

Pētījuma galvenais mērķis bija noskaidrot, kādas ir pašreizējās tendences kultūras produktu piedāvājuma veidošanā pilsētu un novadu svētku programmās Latvijā un kādi ir šo svētku programmas veidošanas pamatprincipi, un tas ir izdevies. Pēc Latvijas pilsētu un novadu svētku 2014. gada programmu kartēšanas veikšanas tika iezīmētas būtiskākās pilsētu un novadu svētku kopīgās pazīmes, un jāsaka, ka kultūras produktu piedāvājums pēc to tipa lielākoties visos svētku gadījumos ir savstarpēji līdzīgs, jo skaidri iezīmējās, piemēram, kultūras pasākumu, dažādu aktīvās atpūtas un izklaides pasākumu, sporta un bērnu pasākumu piedāvājums. Tātad šie pasākumu tipi galvenokārt veido svētku konceptu, un tie ir kā pamats, kas veido svētku programmu, tas apstiprinājās arī interviju ar ekspertēm, pilsētu un novadu svētku organizatorēm, gaitā. Iegūtie kvantitatīvie dati norāda, ka no 119 pašvaldībām Latvijā 107 no tām 2014. gadā tika svinēti pilsētu vai novadu svētki, un kopējais pasākumu skaits tajos bija - 2750. Arī Latvijas pilsētu un novadu svētku programmu veidošanas principi tika noskaidroti pētījuma gaitā. Protams, katrā svētku gadījumā ir atšķirīgs konteksts un esošā situācija dažādu aspektu ziņā, tomēr varēja iezīmēt būtiskākos programmu veidošanas principus, un tie ir – veidot un vadīt programmu iekšēji, koncentrēt pasākumu norisi tikai pilsētā vai novada pagastos, veidot galvenokārt izklaidējošu programmas saturu, organizēt brīvdabas pasākumus visām paaudzēm gan vietējiem iedzīvotājiem, gan viesiem, radīt

balansu starp tradicionāliem pasākumiem, pazīstamo un inovatīviem pasākumiem, jauno, radīt balansu vietējo mākslinieku un viesmākslinieku ziņā. Galu galā var secināt, ka interviju gaitā noskaidrotie pilsētu un novadu svētku programmu veidošanas principi attaisno kartēšanas gaitā gūtos rezultātus, un galvenais darba mērķis ir sasniegts.

Iezīmējot turpmākās pētniecības iespējas, jāsecina, ka tās ir ļoti plašas, un padziļināta pilsētu un novadu svētku fenomena pētīšana ir nepieciešama, un to varētu realizēt vairākās dimensijās. Pirmkārt, līdzīga tipa pētījumu šim autores izstrādātajam darbam varētu veikt ik gadu, lai noskaidrotu vai un kā mainās kultūras produktu piedāvājums pilsētu un novadu svētkos. Otrkārt, būtu nepieciešams pētīt pilsētas svētkus antropoloģiskā dimensijā, piemēram, pētot pēc to identitātes atšķirīgas kopienas, to izpausmes un viņu svētkiem piešķirtās nozīmes. Treškārt, Latvijas pilsētu un novadu svētkus varētu pētīt vēsturiskā aspektā, gan to aizsākumu, gan tradīciju līmenī. Ceturtkārt, varētu pētīt iedzīvotāju līdzdalību svētkos gan kā organizētājiem, gan dalībniekiem, gan kā vērotājiem. Piektkārt, varētu pētīt šo svētku auditorijas viedokli par tajā iekļautajiem pasākumiem. Šīs uzskaitītās ir tikai dažas dimensijas, kā pilsētu un novadu svētkus varētu pētīt, vēl var minēt, ka arī pagastu un ciemu svētkus var iekļaut turpmākos pētījumos

Autoresprāt, Latvijā pilsētas un novadu svētku svinēšanai nākotnes perspektīva ir pozitīva, un tuvāko gadu laikā šos svētkus joprojām svinēs gan tāpēc, ka bieži tie tiek iekļauti pašvaldību attīstības stratēģijās, gan tāpēc, ka iedzīvotājiem par tiem ir interese, un, iespējams, tradīciju rezultātā, pat nepieciešamība – šie ir ģimenes un saliedētības svētki, vasaras svētki un svētki brīvā gaisotnē un dabā ar sabalansētu, nesarežģītu un galvenokārt bez maksas pasākumu programmu, kas ir pēc katras pašvaldības iespējām pielāgota auditorijas vēlmēm.

KOPSAVILKUMS

1. Kultūras produkts var būt prece, pakalpojums, pieredze, pasākums, cilvēks un tamlīdzīgi, tā funkcijas Latvijas pilsētu un novadu svētkos ir piedāvāt izklaidi, estētisku baudu, emocionālu gandarījumu, intelektuālu vai sociālu pieredzi.
2. Kultūras produktu piedāvājums ir svarīga Latvijas pilsētu un novadu svētku sastāvdaļa, jo tai gan kā atsevišķam produktam, gan kā produktu kopumam ir jāspēj apmierināt svētku apmeklētāju vēlmes.
3. Kultūras pasākuma produkts ir nemateriāls brīvā laika pieredžu un aktivitāšu un materiālu preču kopums jeb komplekss, tas ir pilns preču un pakalpojumu klāsts, ko pilsētu un novadu svētku kontekstā saprot kā pasākumu programmu.
4. Pasākumu veidi ir ļoti dažādi un daudzveidīgi, un to skaits pieaug, jo rodas arvien jauni kultūras projekti ar savām iezīmēm, īpašajām pazīmēm un prasībām, tāpēc pētniekiem nav vienprātības par pasākumu klasificēšanu.
5. Kultūras pasākumus var saprast divās nozīmēs, antropoloģiskā nozīmē kā dzīvesveidu, kādā saprot arī pilsētu un novadu svētkus, un estētiskās kultūras izpausmju nozīmē, ko var ietvert pasākumi pilsētu un novadu svētku programmās.
6. Pilsētu un novadu svētki ir kopienas svētki, kam ir dažādas funkcijas: veicināt kopienas sajūtu un vienotību, piederību vietai un identitāti, izglītēt, izklaidēt un paust vērtības.
7. Pilsētas svētki Latvijā ir svinības par godu kādai pilsētai, lai atzīmētu tās gadadienu, vai/un tās lokālajai kopienai, lai svinētu kādu aspektu no tās identitātes, kas ietver dažādu pasākumu programmu un kuru organizēšanā piedalās vietējā pašvaldība, vietējie iedzīvotāji un citas iesaistītās puses.
8. Novada svētki Latvijā ir svinības par godu kādam novadam un novada pilsētām un pagastiem, lai atzīmētu attiecīgā novada vai tā pilsētas vai pagasta gadadienu, vai/un to lokālajai kopienai, lai svinētu kādu aspektu no tās identitātes, kas ietver dažādu pasākumu programmu un kuru organizēšanā piedalās vietējā pašvaldība, vietējie iedzīvotāji un citas iesaistītās puses.

9. Kultūras pasākumu, festivālu un svētku programmas veidošana tiek saprasta kā pasākumu klāsta izvēlēšanās un apvienošana vienā konceptā pēc to vietas, satura vai organizācijas, ko nosaka katras organizācijas mērķi, vīzija, principi un resursi.
10. 2014. gadā Latvijā tika rīkoti: 41 pilsētu svētki, tai skaitā 9 republikas pilsētu svētki (no 76 pilsētām 54% pilsētās), 66 novadu svētki (no 110 novadiem 60% novados), un kopā 107 pilsētu un novadu svētki, kopējais vidējais svinēto svētku skaits ir 90% no visām pašvaldībām, to programmās kopā fiksēti 2750 pasākumi.
11. 107 Latvijas pilsētu un novadu svētkos 2014. gadā vislielākais konstatēts kultūras pasākumu skaits – 1164 jeb 42% no visu piedāvāto pasākumu skaita, tiem seko dažādu veidu atpūtas un izklaides pasākumi – 555 jeb 20%, sporta pasākumi – 378 jeb 14%, pasākumi bērniem un ģimenēm – 219 jeb 8%, tūrisma pasākumi un ekskursijas – 97 jeb 4%, ar transportlīdzekļiem un tehnisku saistīti pasākumi 90 jeb 3%, godināšanas un apbalvošanas pasākumi – 79 jeb 3%, reliģiski pasākumi kopā 79 jeb 3%, ar kulināriju saistīti pasākumi – 72 jeb 3%, militāru vienību vai armijas pasākumi – 10 un skolu rīkoti – 7 pasākumi.
12. Latvijas pilsētu un novadu svētku programmās 2014. gadā visvairāk iekļautie pasākumu veidi ir vietējo amatieru mākslas kolektīvu un ansambļu koncerti, populārās, rokmūzikas un estrādes mūzikas koncerti, diskotēka vai zaļumballe, izstāde, kas akcentē pilsētu, novadu, kopienu, radošās darbnīcas gan bērniem, gan pieaugušajiem un sporta sacensības.
13. Latvijas pilsētu un novadu svētku programmu veidošanas pamatprincipi ir: iekšēji vadīta programma, tradīciju un inovāciju balanss, vietējo un viesmākslinieku balanss, uz izklaides funkciju un uz brīvdabas pasākumiem vērsta programma, visām paaudzēm, ģimenēm, lokālajai kopienai un vietas viesiem vērsta programma.
14. Latvijas pilsētu un novadu svētku pasākumu programmās iekļauto pasākumu skaitu un to veidus un saturu būtiski ietekmē piesaistītie sponsori un piešķirtais budžets.
15. Pilsētu un novadu svētku programmas ir iekšēji vadītas: svētki ir vietējiem iedzīvotājiem, galvenie finansiālie avoti ir piešķirtais pašvaldības budžets, tiek izmantoti pašvaldības resursi gan materiālie, gan cilvēkresursi, un misiju nosaka pašvaldība.

IZMANTOTO AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS

1. Allen, Johnny, O' Toole, William, McDonnell, Ian, Harris, Robert. *Festival and Special Event Management. 2nd Edition*. Milton: John Wiley & Sons Australia, Ltd, 2002.
2. Allen, Judy. *Event planning: the ultimate guide to successful meetings, cooperative events, fundraising galas, conferences, conventions, incentives and other special events*. Second edition. John Wiley & Sons Canada, Ltd., 2009.
3. Bendikšens, Pēteris. *Ievads kultūras un mākslas menedžmentā*. Rīga, Jāņa Rozes apgāds, 2008.
4. Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., Wilde, N. *Event Management: An Introduction*. London and New York: Routledge, 2012.
5. Blaits, Džims. *Mārketings. Rokasgrāmata*. Rīga: Zvaigzne ABC, 2001.
6. Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. *Events Management*. Third Edition. Amsterdam, Boston etc.: Elsevier.
7. Brown, Steve, James, Jane. *Event Design and management: ritual sacrifice? Festival and events management: an international arts and culture perspective*. Elsevier: Butterworth-Heinemann, 2005, pp.53.-64.
8. Carpenter, Gaylene. *Overview of Arts and cultural programming. Arts and Cultural programming: A Leisure Perspective*. Human Kinetics, 2008.
9. Cēbere, Māra. Kultūras produkta distribūcijas specifika Latvijā 21. gadsimta sākumā. *Kultūras menedžments*. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija, 2008, 96.-102.lpp
10. Cole, G.A. *Management. Theory and Practice. 3rd edition*. London: DP Publications Ltd, 1990.
11. Crowther, Phill. Strategic Application of events. *Event management*. Volume 2. London ad. New York: Routledge, 2014, pp. 203.-235.
12. De Greef, Hugo. Art, a Program, an Audience. *Serving Artists Serve the public: Programming Arts festivals in Asia and Europe*. The Asia-Europe Foundation (ASEF) in collaboration with the European Festivals Association and LASALLE College of the Arts, pp. 18.-21.
13. Delamere, Tom. *Festivals*.
14. Derrett, Ros. Making Sense of how Festivals Demonstrate Community's Sense of Place. *Event Management. Volume 8*. USA: Cognizant. Comm. Corp., 2003, pp. 49.-58.

15. Falassi, Alessandro. Festival: Definition and Morphology. *Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press, 1987, pp. 1.-10.
16. Getz, Donald. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned events*. New York: Routledge, 2012.
17. Getz, Donald. Special Events: Defining the product. *Event management: critical perspectives on business and management*. London; New York, NY: Routledge, 2014, pp. 132. – 149.
18. Getz, Donald. The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research, Volume 5, Number 1, 2010*, pp.1.-47.
19. Goldblatt, Joe, Nelson, Kathleen. *The International Dictionary of Event Management*. Second Edition. New York, Chichester, Weinheim, Brisbane, Singapore, Toronto: John Wiley & Sons, INC., 2002.
20. Goldmanis, Juris. Latvijas kultūrpolitika 21. gadsimtā: vīzijas un izaicinājumi. *Kultūras menedžments*. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija, 2008, 22.- 40.lpp
21. Gruntmane, Zane. *Latvijas festivālu programmas veidošanas principi*. Bakalaura darbs. Rīga: Latvijas Kultūras akadēmija, 2010.
22. Jago, K. Leo, Shaw, Robin M. Special events: A conceptual and definitional framework. *Event management: critical perspectives on business and management*. London; New York, NY: Routledge, 2014, pp.240.-255.
23. Janiskee, Robert L. Historic Houses and Special Events. *Event Management: critical perspectives of business and management. Volume 1*. New York: Routledge, 2014, pp. 71.-79.
24. Jepson, Allan, Clarke, Alan. Community Festivals and Community Development: Inclusive or Exclusive events. *Research Themes of Events*. Wallingford: CABI, 2012.
25. Jepson, Allan, Clarke, Alan. Defining and Exploring Community festivals and events. *Exploring Community Festivals and Events*. New York: Routledge, 2015, pp. 1.-14.
26. Klāsons, G., Tjarve, B., Laķe, A., u.c. *Latvijas iedzīvotāju kultūras patēriņš un līdzdalība kultūras aktivitātēs 2007 – 2014: pētījumu dati un statistika*. Rīga: Culturelab, 2014.
27. Kolbērs, Fransuā, Nantels, Žaks, Bilodū, Suzanna, Ričs, Deniss. *Kultūras un mākslas mārketingš*. Rīga: RD Rīgas Kongresu nams. 2007.
28. Kotler, Philip, Scheff Joanne. *Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts*. Harvard Business School Press: Boston, Massachusetts, 1997.
29. Kotlers, Filips. *Mārketinga pamati*. Rīga: Jumava, 2006.

30. Latvijas Kultūras ministrija. *Reģionālā kultūrpolitika*. Pieejams:
<http://www.km.gov.lv/lv/starppozares/regionala.html> [skatīts 2015, 7.apr.]
31. Latvijas Republikas Kultūras ministrija. *Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.-2020. gadam. Radošā Latvija. 2.pielikums*. Rīga: LR Kultūras ministrija, 2014.
32. Latvijas Republikas Kultūras ministrija. *Valsts kultūrpolitikas vadlīnijas 2006.-2015. g. Nacionāla valsts*. Rīga: LR Kultūras ministrija, 2006.
33. Latvijas Republikas tiesību akti. *Administratīvo teritoriju un apdzīvoto vietu likums.7. pants. Novadi*. Pieejams: <http://m.likumi.lv/doc.php?id=185993> [skatīts 2015, 3.apr.]
34. Latvijas Republikas tiesību akti. *Administratīvo teritoriju un apdzīvoto vietu likums.10. pants. Pilsētas*. Pieejams: <http://m.likumi.lv/doc.php?id=185993> [skatīts 2015, 3. apr.]
35. Latvijas Republikas tiesību akti. *Publisku izklaides un svētku pasākumu drošības likums. 1. pants. Likumā lietotie termini*. Pieejams: Pieejams:
<http://likumi.lv/doc.php?id=111963> [skatīts: 2015, 3. apr.]
36. Mundy, Simon. *The Performing Arts. A Manual for Managers*. Council of Europe, 2002.
37. Niedrītis, Jānis Ēriks. *Mārketings. Otrais papildinātais izdevums*. Rīga: Biznesa augstskola Turība, 2001.
38. Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde. *Statistika – arhīvs. Iedzīvotāju skaits pašvaldībās 2014. g.* Pieejams:
http://www.pmlp.gov.lv/lv/assets/images/statistika/iedzivotaju%20reg.statistika%2001072014/ISPV_Pasvaldibas_iedzivotaju_skaits_pagasti.pdf [skatīts 2015, 15. apr.]
39. Quinn, Bernadette. *Key Concepts in Event Management*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publications Ltd, 2013.
40. Richard, Greg, Palmer, Robert. *Eventful cities: Cultural Management and Urban Revitalization*. Amsterdam, London: Butterworth-Heinemann, 2010.
41. Richards, Greg, Marques, Lénia, Mein, Karen. Introduction: designing events, events as a design strategy. *Event Design: Social Perspectives and Strategies*. London and New York: Routledge, 2015, pp. 1.-14.
42. Senča, Gita. Kultūras mārketings. *Ceļvedis kultūras centra vadībā*. V/A “Tautas mākslas centrs”, 2008. 40.-55.lpp.
43. Shone, A., Parry, B. *Successful Event management: a practical handbook*. London and New York: Continuum, 2001.

44. Small, Katie. Social Dimensions of Community Festivals: An Application of Factor Analysis in the Development of the Social Impact Perception (SIP) Scale. *Event Management*, Vol.11. USA: Cognizant Comm. Corp., 2007, pp. 45.-55.
45. Towse, Ruth. *A Textbook of Cultural economics*. Cambridge University Press: 2010.
46. Valaine, Madara. *Saruna ar Agnesi Miltiņu*. 2015, 20. maijs. Rakstveida intervija. Glabājas Madaras Valaines personiskajā arhīvā.
47. Valaine, Madara. *Saruna ar Anitu Ausjuku*. 2015, 26. maijs. Audioieraksts. Glabājas Madaras Valaines personiskajā arhīvā.
48. Valaine, Madara. *Saruna ar Daci Jansoni*. 2015, 28. maijs. Audioieraksts. Glabājas Madaras Valaines personiskajā arhīvā.
49. Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija. *Pašvaldības*. Pieejams: http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas_veidi/pasv/ [skatīts 2015, 16. febr.]
50. Wagen, Lynn. *Human Resource Management for Events: managing the event workforce*. Oxford: Elsevier, 2007.
51. Watt, David. *Event management in leisure and tourism*. Harlow (Essex); New York: Addison Wesley Longman, 1998.
52. Williams, Nigel. Event Project Management. *Event Management: an International Approach*. London: Sage Publications Ltd, 2012, pp. 70.-93.
53. Wong, Audrey. Introduction: beyond artistic programming. *Serving Artists Serve the public: Programming Arts festivals in Asia and Europe*. The Asia-Europe Foundation (ASEF) in collaboration with the European Festivals Association and LASALLE College of the Arts, pp. 8.

ANNOTATION

Supply of Cultural Products and Basic Principles of Programming at Community Festivals in Latvia

The research about culture consumption and participation in cultural activities in Latvia from 2007 to 2014 shows, that the most attended cultural event in last year were community festivals. This shows that community festivals are relevant also for communities of Latvia. The aim of master thesis was to evaluate the supply of cultural products in festival programs and evaluate basic principles of programming of community festivals in Latvia. In the Chapter 1 author characterizes cultural products and their features, typologies of events and community festivals and their features. In the Chapter 2 author describes theoretical principles of event programming based on G. Richards and R. Palmer studies. Chapter 3 and Chapter 4 are the parts of author's research. In Chapter 3 as a result of mapping of community festival programs of 2014 author concluded that the cultural events like amateur collectives' concerts, open-air parties, popular music concerts and local exhibitions, leisure and entertainment event like creative workshops and sports events and workshops for children are the most popular type of events included in community festivals. After 3 interviews with local cultural event organizers of cities and municipalities author performed content analysis and concluded that the basic principles of programming of community festivals are internally driven program, tradition and innovation balanced program, local and guest artist balance, on entertainment based program, on open-air event based program, for all ages, families, local community based program.

PIELIKUMI

Pielikums nr.1. Latvijas pilsētu un novadu svētki 2014. g.

Republikas pilsētas	Iedzīvotāju skaits	Ielīgumi	Statuss	Svētku nosaukums	Pasākumi	Maksas p.	Laiks	Programmas struktūra	Sponsori
Daugavpils	98089	1	pilsētas	Pilsēta ar māju sajūtu	123	5	2.06.-8.06	Vieta, diena, laiks	
Jēkabpils	24839	0	pilsētas	Pilsētas laiks	37	1	5.07.-12.07.	Tematika, diena, laiks	26
Jelgava	62572	3	pilsētas	Ieraugi Jelgavu krāsās	48	5	25.05.-1.06.	Vieta, diena, laiks	
Jūrmala	57385	0	pilsētas	Jomas ielas svētki	30	0	5.07.-6.07.	Vieta, diena	3
Liepāja	79995	0	pilsētas	Liepājas svētki	11	0	18.03.	Vieta, diena	
Rēzekne	32630	0	pilsētas	Jūra līdz ceļiem	33	3	1.08.-3.08.	Žans, diena, laiks	
Rīga	701185	1	pilsētas	Rīgas svētki	118	0	15.08.-17.08.	Veids, vieta, laiks	5
Valmiera	25680	0	pilsētas	Valmieras pilsētas svētki	62	0	3.07.-5.07.	Diena, laiks	
Ventspils	40679	0	pilsētas	Ventspils pilsētas svētki	61	2	31.07.-3.08.	Diena, laiks	27
					523	16			

Novads	Iedz.sk. nov./pils.	Ielīgumi	Statuss	Svētku nosaukums vai moto	Pasākumi	Maksas p.	Laiks	Programmas struktūra	Sponsori
Ādažu novads	10450	0	novada	Gaujas svētki Ādažos	17	0	17.05.	Laiks	11
Aglonas novads	4090	0	novada	Aglonas novada svētki	8	1	9.08.	Laiks	
Aizkraukles novads	9283	0	novada	Aizkraukles novada svētki	17	0	23.05.-25.05.	Laiks, vieta	3
Aizputes novads	9839 / 4837	0	pilsētas	Svētki ienāk pilsētā	48	3	7.08.-9.08.	Diena, laiks.	11
Aknīstes novads	3056	0	novada	"Rotā saule.."	16	0	19.07.	Pagasti, laiks	
Alojas novads	5661 / 1305	0	pilsētas	Alojai 565	24	0	1.07.-6.07.	Dienas	
Alsungas novads	1592	0	novada	Svētā Miķeļa svētki	26	2	26.09.-28.09.	Diena, laiks	
Alūksnes novads	18020 / 8314	0	pilsētas	Atspulgi iedzīrkstī Alūksnē	35	3	01.08.-03.08	Vieta, diena, laiks	
Amatas pagasts	6086	0	novada	Laika mēdības Nītaurē - Amatas novada svētki	12	0	12.07.	Laiks	
Apes novads	3977 / 1000	0	pilsētas	Kolhozu laiki Apē	16	2	22.08.-24.08	Tematika, diena, laiks	
Auces novads	7945	0	novada	XIX Auces novada svētki	36	0	23.07.-26.07.	Diena	4
Babītes novads	10020	4	novada	„Kamēr vēl rasa rododendru dārzā spēlējas ...”	22	0	31.08.-6.09.	Diena, laiks	12
Baldones novads	5621	0	novada	Vieta, kur justies kā mājās	27	1	26.07.-31.07.	Diena	
Baltinavas novads	1252								
Balvu novads	14606 / 7410	0	pilsētas	Es mīlu savu pilsētu, lai dzirkstojo prieks!	14	1	18.07.-19.07.	Diena, vieta	
Bauskas novads	26348	0	novada	Zelts un sidrabs manim purā Bauskai 405	32	0	1.08.-3.08.	Vieta, diena	2
Beverīnas novads	3435	0	novada	Beverīnas novada svētki	14	2	26.07.	Vieta (pagasts)	
Brocēnu novads	6552	0	novada	Brocēnu novada svētki 2014	17	0	6.06.-7.06.	Diena, laiks	5
Burtieku novads	8146	0	novada	Burtieku novada svētki	14	0	28.06.	Laiks	
Carnikavas novads	6874	0	novada	Carnikavas Nēģu svētki	26	1	23.08.	Tematika	8
Cēsu novads	18964 / 17392	0	pilsētas	Cēsu svētki 2014	49	5	25.07.-27.07.	Žanri, tematika	3
Cesvaines novads	2927	0	novada	Cesvaines pils parka svētki	24	1	26.07.-27.07.	Diena	7
Ciblas novads	3082	0	novada	Ciblas novada svētki	18	0	5.07.-12.07.	Diena	
Dagdas novads	8634								
Daugavpils novads	26266								
Dobeles novads	22980	0	novada	Senā, mainīgā un mūžam jaunā - Dobelei 760	25	1	06.06.-08.06.	Diena, laiks	10
Dundagas novads	4556								
Durbes novads	3187 / 575	0	pilsētas	Durbes pilsētas svētki	24	3	27.06.-28.06.	Diena/vieta	dome
Engures novads	7782								
Ērgļu novads	3341	0	novada	Iegriez krāsu karuseļi	43	0	25.07.-27.07.	Diena	7
Garkalnes novads	7895								
Grobiņas novads	9874 / 4110	0	pilsētas	Ar stiprām saknēm stipri mēs	31	1	30.05.- 1.06.	Diena, tematika	
Gulbenes novads	23721	0	novada	Lītenes ritenī	16	1	5.07.	Laiks	6
Iecavas novads	9463								
Iksšķiles novads	9231	0	novada	Piešķil Iksšķilei savu kniškšķi	24	0	8.08.-9.08.	Diena Vieta	
Ilūkstes novads	8387		novada	Ilūkstes novada svētki			22.08.-30.08.	Diena	
Inčukalna novads	8305								
Jaunjelgavas novads	6240 / 2183	0	pilsētas	Svētki Jaunjelgavai!	12	0	1.08.-2.08.	Vieta	
Jaunpiebalgas novads	2528	0	novada	Izstāde - gadatirgus "Izvēlies Piebalgu"	17	2	2.08.	Laiks	3

Jaunpils novads	2665	0	novada	Jaunpils novada svētki	42	0	11.05.-31.05.	Tematika	6
Jēkabpils novads	5302								
Jelgavas novads	25801								
Kandavas novads	9431	0	novada	Citāda Kandava	32	2	30.05.-1.06.	Diena	
Kārsavas novads	6458	0	novada	Kārsavas novada svētki	19	0	21.08.-30.08.	Tematika	
Kocēnu novads	6759	0	novada	Kocēnu novada svētki	5	0	12.07.	Laiks	
Kokneses novads	5814	0	novada	Ar sirdi Koknesē	19	0	2.07.-5.07.	Pagasti, diena	
Krāslavas novads	18366 / 9466	0	pilsētas	Kulinārā mantojuma festivāls	17	0	19.07.	Norises vietas, laiks	4
Krimuldas novads	5527								
Krustpils novads	6525	0	novada	Krustpils novada svētki	12	0	5.07.	Laiks	
Kuldīgas novads	26017 / 12123	1	pilsētas	Dzīres Kuldīgā	139	2	17.07.-20.07.	Norises vieta	43
Ķeguma novads	6083	0	novada	Izgaismo krāsas Ķeguma novada svētkos	21	0	2.06.-7.06.	Pagasti, diena, tematika	19
Ķekavas novads	22446	0	novada	Ķekavas novada svētki	19	0	25.-27.07.	Tematika, pagasti	
Lielvārdes novads	10977	0	novada	Zīmju ceļš	51	0	19.-25.07.	Tematika, pagasti	
Līgatnes novads	3776	0	novada	Mana atmiņu klade	17	2	24.05.	Laiks	
Limbažu novads	18541 / 8022	0	pilsētas	Limbaži liksmo 791	34	1	1.08.-3.08.	Vieta	
Līvānu novads	13251 / 8345	0	pilsētas	Uz bezgalības spārnēm pacelties	23	0	17.07.-19.07.	Dienas, laiks	viet.uzņ.
Lubānas novads	2715	0	novada	Aiviekstes svētki 2014	18	0	12.07.	Laiks	
Ludzas novads	14486 / 8960	0	pilsētas	Ar sauli azotē	15	0	8.08.-10.08.	Diena	
Madonas novads	26387 / 8264	0	novada	Madonas pilsētas svētki novadam	29	0	4.06.-07.06.	Diena, laiks	dome
Mālpils novads	3789	0	novada	Mālpils novada svētki	16	0	9.08.-10.08.		
Mārupes novads	17039								
Mazsalacas novads	3642 / 1378	0	pilsētas	Mazsalacas pilsētas svētki	22	1	23.07.-27.07.	Diena	
Mērsraga novads	1774	0	novada	Mērsraga novada svētki	13	0	9.08.	Vieta	
Naukšēnu novads	2088	0	novada	Tauriņu lidojums - Naukšēni 2014	28	1	18.07.-20.07.	Diena	
Neretas novads	4060	0	novada	Sēlijas zaļajā krastā	7	0	19.07.	Vieta	
Nīcas novads	3697								
Ogres novads	37292 / 25894	0	pilsētas	Zaļi, droši un veseli	43	0	22.08.-24.08.	Vieta	
Olaines novads	20325	0	novada	Olaines novada svētki	17	0	24.05.-25.05.	Laiks	5
Ozolnieku novads	10482	0	novada	Ar saknēm novadā	15	0	26.06.	Laiks	
Pārgaujas novads	4266	0	novada	Ceļojums Pārgaujas novadā	20	0	18.07.-20.07.	Diena, laiks	
Pāvilostas novads	3017 / 1066	0	pilsētas	Pāvilostas pilsētas 135 jubileja	15	1	17.05.-18.05.	Diena, laiks	
Plaviņu novads	5914 / 3503	0	pilsētas	Treju novadu gaiļi līgo	7	0	23.06.	Laiks	
Preiļu novads	10930	0	novada	Preiļu novada svētki	18	2	28.08.-30.08.	Laiks	
Priekules novads	6211	0	novada	11. Ikara svētki	26	0	2.08.-9.08.	Diena, laiks	
Priekuļu novads	8815	0	novada	Ar prieku caur Liepu	27	0	28.06.-29.06.	Tematiski	
Raunas novads	3740	0	novada	Rodam Raunas novadā	7	2	4.07.-5.07.		
Rēzeknes novads	30217								
Riebiņu novads	5780	0	novada	Riebiņu novada svētki 2014	18	0	29.07.-2.08.	Diena	
Rojas novads	4236	0	novada	To ikviena reņģe zin'- Rojas novads svētkus svin	32	1	31.05.	Laiks	

Ropažu novads	6993								
Rucavas novads	1893								
Rugāju novads	2507	0	novada	Saimnieks lūdza saimnieci	15	0	24.07.-26.07.	Diena	
Rūjienas novads	5760 / 3204	0	pilsētas	Sanākt kopā lai atkal satīktos	29	6	31.07.-3.08.	Diena	
Rundāles novads	4067	0	novada	Reiz Rundālē bija tā	6	0	7.06.	Laiks	3
Salacgrīvas novads	8766 / 3096	0	pilsētas	Salacai ir divi krasti	21	2	8.0.-9.08.	Tematika	
Salas novads	4127	0	novada	Salas novada svētki	30	1	23.05.-24.05.	Laiks, vieta	
Salaspils novads	23116	0	novada	Salaspils novada svētki 2014	15	3	28.05.-31.05.	Diena	2
Saldus novads	27239	0	novada	Iekrāso sevi novadā	56	1	16.05.-17.05.	Diena, tematika	
Saulkrastu novads	6158	0	novada	Saulkrasti ir modušies	27	0	3.07.-6.07.	Diena	2
Sējas novads	2426								
Siguldas novads	18197	0	novada	Siguldas novada svētki 2014	26	2	29.05.-1.06.	Diena	
Skrīveru novads	3844	0	novada	Skrīveru novada svētki	11	1	28.06.	Laiks	
Skrundas novads	5609 / 2313	0	pilsētas	Ieeļpo! Izjūti! Iededzies! Izdzīvo!	27	2	8.05.-10.05.	Laiks, vieta	4
Smiļtenes novads	13663 / 5605	0	pilsētas	Celnieku lustes Smiltēnē	28	2	21.06.	Vieta	
Stopiņu novads	10359								
Strenču novads	3855	0	novada	Tīnu gadus kamoļā	18	1	2.08.	Laiks	
Talsu novads	32773 / 10634	0	pilsētas	Vasaras vidus svinēšana	26	3	3.07.-6.06.	Diena, vieta	
Tērvetes novads	3821	0	novada	Tērvetes novada svētki	16	0	13.-19.07.	Diena, vieta	21
Tukuma novads	31903 / 19192	0	pilsētas	Rožu svētki Tukumā	71	2	3.07.- 6.07.	Diena, vieta	
Vainodes novads	2775								
Valkas novads	9867	0	novada	5.Valkas novada svētki	4	1	23.05.	Laiks	
Varakļānu novads	3668	0	novada	Varakļānu novadam - 5	5	1	30.05.-1.06.	Laiks	
Vārkavas novads	2225	0	novada	Vārkavas novada svētki 2014	4	0	8.08.	Laiks	
Vecpiebalgas novads	4454	0	novada	Vecpiebalga atver durvis	16	6	7.07.-13.07.	Diena	2
Vecumnieku novads	9190	0	novada	9.Liliju svētki	11	1	12.07.	Laiks	
Ventspils novads	12890								
Viesītes novads	4293 / 1773	0	pilsētas	Balsis un atbalsis "klusajā pilsētā"	33	0	2.08.-3.08.	Diena,vieta	
Viļakas novads	5880	0	novada	Ar Latgališa priku sirdie	13	0	11.06.-12.06.	Diena	5
Viļānu novads	6633	0	novada	Viļānu novada 5 gadu svinības	21	0	9.-16.08.	Diena	1
Zilupes novads	3431								
Sabiles pilsēta (Talsu nov.)	32773 / 1682	0	pilsētas	Sabiles vīna svētki	53	2	24.07.-27.07.	Diena, laiks	
Sedas pilsēta (Strenču nov.)	3855 / 1439	0	pilsētas	Sedai 60	14	1	23.08.	Laiks	
Staicele pilsēta (Alojas nov.)	5661 / 1098	0	pilsētas	Svētā putna "Pivāliņd" svētki	11	1	19.07.	Diena, vieta	
Valdemārpils svētki (Talsu nov.)	32773 / 1426	0	pilsētas	Liepu ziedēšanas laikā	31	2	19.07.	Tematiska, vieta	
Vangažu pilsēta (inčukalna nov.)	8305 / 3834	1	pilsētas	Vangažu pilsētas svētki	1	0	8.11.	Laiks	
Baložu pilsēta (Kekavas nov.)	22446 / 1138	0	pilsētas	Baložu 23.dzimšanas diena	1	0	14.nov.	Laiks	
Piltenes pilsēta (Ventspils nov.)	12890 / 998	0	pilsētas	"Krāsaini sapņi, puķes un.."	10	1	18.07.-19.07.	Laiks, diena	
Balvu novada svētki	14606	0	novada	Krāsu mozaika	12	0	16.08.	Laiks	
Smiltēnes novada svētki	13663	0	novada	Barona Bundula dullības!	18	1	11.07. - 12.07.	Diena	
					2227	88			

Pielikums nr. 2. Saruna ar Anitu Ausjuku.

Intervija ar:
Ogres novada kultūras pasākumu organizētāju
Anitu Ausjuku
Interviju veic:
Latvijas Kultūras akadēmijas
Maģistra apakšprogrammas "Kultūras menedžments un radošās industrijas"
2. kursa studente
Madara Valaine

"Kultūras produktu piedāvājums un programmas veidošanas principi Latvijas pilsētu un novadu svētkos".

1. *Kas, Jūsuprāt, ir pilsētas un novada svētki? Kāds ir to mērķis, kas tos raksturo un kam par godu tie tiek svinēti?*

A.A.: "Katrās pilsētas goda lieta ir organizēt šādus svētkus, un šajos svētkos parādīt gan uzņēmējdarbības sasniegumus, gan arī mākslinieciškos pašdarbības kolektīvus un, protams, pilsētas iedzīvotājiem, lai sniegtu svētku sajūtu, un nebūtu kā tikai vērotāji, bet varētu darboties līdzī, un uzzināt, kas pilsētā ir jauns, un arī parādīt ciemiņiem, kas ir atbraukuši, ar ko mēs lepojamies tieši Ogres pilsētā. Un tad es iedibināju tradīciju Ogrē, kad pilsētas svētkus mēs organizējam, uzsākot jauno mācību gadu. [...] Un tieši ar tādu domu, ka, pirms, sākot jauno mācību gadu, vēl var kārtīgi atpūsties un izlustēties. [...] Līdz šim visas aktivitātes un koncerti ir bezmaksas. Tā ir tā dāvana pilsētas iedzīvotājiem.

2. *Kādas, Jūsuprāt, ir pilsētu un novadu svētku funkcijas? Vai pilsētu svētku funkcijas atšķiras no novadu svētku funkcijām?*

A.A.: Iedzīvotājiem pašiem, pirmkārt, apzināties un novērtēt to vietu, un tas, kas viņiem šeit tiek sniegts un dots. [...] Tad arī patriotisma sajūtas vēl vairāk nostiprināt, ka mēs, Ogres iedzīvotāji, esam. Protams, pasākuma programma ir domāta visai ģimenei un dažādām paaudzēm, arī stiprināt ģimenes tradīcijas. [...] Arī ciemiņiem, lai tiem ir vēlme vēlreiz atbraukt, un tiek dots ieskats Ogres pilsētas dzīvē un lai viņiem ir vēlme atbraukt biežāk un apskatīties to, ko varbūt svētku dienā neredz. [...]

Jāsaka tā, ka Ogres novads ir ļoti liels. Un bija viens tāds mēģinājums, kad pagasti brauca ciemos uz Ogres pilsētu, tas bija, man liekas, divus gadus atpakaļ, un bija tāds "Sābru tirgus", un tādā nozīmē, ka pie mums brauca tirgot arī ar savām programmām, lai pilsētnieki iepazītos un redzētu, kas notiek Mazozolos un Ķeipenē, un kas notiek mūsu novadā. Tātad brauca līdzī šo pagastu interesantākie mājražotāji vai uzņēmēji, un arī ar savi pašdarbnieki. Un bija tā iespēja pilsētniekiem iepazīties ar to, kādi mūsu novadā ir tādi un tādi pagasti. Bet ir tā, ka tālākais pagasts ir Mazozoli, un tas tomēr ir kādi 60km no Ogres, tas ir tālu un, lai atbrauktu šie pagastu iedzīvotāji.. Viņiem tas nav tik vienkārši. Un lielākajos pagastos notiek pašiem savi svētki. Jo viņiem tomēr gribas to identitāti sajūst pašiem, tā pagasta. Nu tas mums bija tāds ģenerālmēģinājums, un mēs palikām pie tā, ka mums ir pilsētas svētki. [...] Ir Madlienas diena, ir Suntažu diena, ir Ķeipenes pagastam savi svētki. Viņi var braukt ciemos gan kā skatītāji, gan kā dalībnieki, bet ne kā svētku sastāvdaļa vai svētku veidotāji.

3. *Cik cilvēku apmeklēja Jūsu organizētos pilsētas/novada svētkus 2014. gadā? (ja nezināt precīzi, tad aptuveni, vai norādiet, vai apmeklētāju skaits pārsniedza vai nepārsniedza pilsētas/novada iedzīvotāju skaitu)*

A.A.: Jā, apmeklētāju skaitu mēs varam pluss mīnuss noteikt.. [...] Mums tiek rīkotas degustācijas, [...] tātad pagājušo gadu 4 ar pusi tūkstoši, bet uz to (degustācijām) ne katrs iet, tāpēc es domāju, ka ap 5 tūkstošiem noteikti varētu būt.. pieci, seši tūkstoši.

M.V.: Tas ir vairāk nekā Ogres iedzīvotāji?

A.A.: Nē, Ogrē ir 28 tūkstoši, tas ir viena piektā daļa apmēram no iedzīvotāju skaita, bet tas ir pilnīgi pietiekami. Pagājušo gadu Zemessardzei bija tieši jubileja, un piedāvāja (Zemessardze) savu programmu un mēs arī laipni viņus pieņemām. Un tas arī, es domāju, bija interesanti, cilvēkiem patika..

M.V.: Saistoši..

A.A.: Jā, saistoši. Viņiem bija arī savi paraugdemonstrējumi, izpletņa lēcēji, un tāds kā.. [...] Mēs nosaucām (pilsētas) svētkus kā “Zaļi, droši un veseli!”. [...] Un mums arī šī tradīcija ir iedibināta.. Mums ir “Meistaru mājas” iela. Tātad šie meistari ir, kas gan prezentē to, ko viņi dara un varbūt arī tādā neikdienišķā tādā.. Žogu pinēji bija, kas patika ļoti cilvēkiem, dzijas krāsošana ar dabīgiem materiāliem, nu tāda tā “Meistaru māja” ir, kas ļauj cilvēkiem iepazīt pašiem, gan degustēt un darboties līdzī. Un pagājušā gadā pirmo reizi mums notika arī svētku gājiens. Mums iepriekšējos gados nebija šī svētku gājiena un pirmajai reizei domāju, ka aktivitāte bija pietiekama [...].

4. *Vai Jūsu organizētajos pilsētas/novada svētkos 2014. g. tika piesaistīti sponsori? Ja jā, tad cik un kāda ir to loma pilsētu/novadu svētkos? Kā sponsori un sadarbības partneri un organizācijas ietekmē svētku programmu?*

A.A.: Jāsaka tā, ka nekādu sponsoru mums nav, jo šī uzņēmējdarbības misija vai kā to varētu nosaukt.. Viņiem ir citi mērķi, vairāk sporta vai tā.. Tā kā domes budžetā vienmēr šis finansējums tiek ielikts, mēs cenšamies, lai varbūt arī uzņēmējiem ir svētki, kad mēs neprasām no viņiem, prasām no viņiem varbūt līdzdalību, bet finansējumu nē, izņemot tāds veids kā apdrošināšanas firma, kas svētkus apdrošina, arī pagājušo gadu bija “Balta”, man liekas. Bet uzņēmēju ieguldījums vai devums ir tas, ka viņi piedalās šajos svētkos, kā “Fazer”, pieņemsim, un tad viņš (“Fazer”) ar savām degustācijām, ar savām.. jā, piedāvā savus produktus. [...] Bet pie tā mums vajadzētu piestrādāt, jo zinu, ka daudzās pilsētās ir liels uzņēmēju atbalsts svētku daudzinašanā [...].

5. *Kas un kāpēc piedalījās 2014. g. Jūsu pilsētas/novada svētku organizēšanā? Kam bija vislielākā loma pilsētu / novadu svētku pasākumu programmas veidošanā? Vai to noteica viens cilvēks vai komanda? Cik lielā mērā un kā vietējie iedzīvotāji, brīvprātīgie un citas organizācijas iesaistījās organizēšanā?*

A.A.: Pie svētku organizēšanas, mainoties domes vadībai, mainās, protams, arī uzstādījumi. Agrāk, protams, šos svētkus es kā kultūras darba koordinatore novadīju, tad es organizēju savu darba grupu, kas šos svētkus arī organizē. Nu, šai domei ir citi uzstādījumi, un jāsaka tā, ka koordinē svētkus domes vadība un viņi sadala, bet tas neattiecas uz pagājušo gadu, [...] bet tad veidojām savu darba grupu un ļoti laba sadarbība mums ir ar muzeju, ļoti laba ar kultūras centru, un arī ar Mūzikas skolu un bibliotēku.

M.V.: Bet arī pagājušo gadu Jūs ar viņiem sadarbojāties, ja?

A.A.: Jā! U Vienmēr tika sastādīts šis plāns, par ko mēs katrs arī atbildam un arī par kultūras programmu. Un tā.. Man jau liekas, ka pagājušo gadu tiešām bija vislabākās atsauksmes un parasti jau, protams, ir arī kritikas, vai kāda kļūda, ko svētkos konstatē, ka vajadzēja darīt tā vai tā, bet man pašai tiešām ir gandarījums par pagājušā gada svētkiem, un tie bija ļoti izdevušies. Laiks bija labs un cilvēku atsaucība arī. [...] Ir tāds komentētājs par visiem Lunis, vari apskatīties internetā, [...] viņa komentāri parasti ir ļoti dažādi, un ja pat Lunis bija tik pozitīvi noskaņots par pagājušā gada svētkiem, tad tiešām prieks! Tad laikam tiešām (svētki) bija izdevušies! [...] Kad šie svētki beidzās, ir vajadzīga analīze, un ko paņemam tālāk un ko darām tālāk, jo tā “Meistaru māja” - iela ir tā, ko mēs cenšamies no vieni svētkiem uz otriem (kā tradīcija) papildinot un papildinot, jo šie amati ir dažādi.

M.V.: Vai piedalās arī brīvprātīgie? Vai viņi ietekmē programmas izveidi? Vai piedalās lēmumu pieņemšanā?

A.A.: Pagājušo gadu arī bija darba grupa izveidota milzīga, kādi 20 cilvēki, bet beigās jau ļoti maz palika. Bija arī (grupas sastāvā) kāds no iedzīvotājiem, bet cilvēkiem nav pieredzes šo svētku organizēšanā, un tad viņi pieiet tam ļoti subjektīvi no sava redzesloka. Šie visi ierosinājumi, kas nāk no pilsētas iedzīvotāju grupas, nu divi cilvēki bija, nu.. viņi īsti neatbilda ne tam formātam, ne arī tam, kā viņi ierosināja, bet, es domāju, ka mums ir jauniešu klubs, kas ir ļoti atsaucīgi, kuri, ja vajadzētu, arī iesaistītos, bet pagaidām tāda liela vajadzība nav. Tiekam galā paši, jo ir pietiekami daudz un pieredzes bagāti cilvēki visi, kas ar mākslu, nodarbojas, kā es teicu, mūzikas skola. Jā, uz muzejs ar šīm "Meistaru mājām".. viņi arī šos meistaros sameklē un vairāk menedžē, piemēram, mākslas skola organizē citas aktivitātes, tā ka tādā sadarbībā veidojas arī visu svētki.

6. *Vai pilsētas/novada svētku organizēšana ir iekļauta pašvaldības plānošanas dokumentos? Cik gadus jau tiek rīkoti Jūsu pilsētas / novada svētki?*

A.A.: Jā! Tas ir mūsu attīstības programmā! Skaitījām, man liekas, ka pāri pa desmit jau. Es domē esmu takā jau piecpadsmit gadus un tad arī visu laiku saku, ka sākumā mums šie pilsētas svētki nebija tik plaši. Vienu vai divas.. vai jau piektdienas, vakarā ieskandinot, un tad sestdien vai svētdien jau varbūt tad bija tikai tā viena diena. Sākumā pamatā viss bija takā augusta beigās pirms jaunā mācību gada. Šajā gadā mēs mainīsim, būs 1., 2. augusts, jo tomēr vairāk gribas vasarā "trāpīt", tajā siltajā laikā, jo tomēr tās augusta beigas jau ir tādas, kad tie vakari jau.. (neskaidrs ieraksts).

7. *Kāpēc, Jūsaprāt, pagastu, pilsētu un novadu svētki ir viens no visapmeklētākajiem kultūras pasākumiem Latvijā?*

A.A.: Es domāju, ka programma ir daudzpusīga katros svētkos.. katros pilsētas svētkos var atrast kaut ko, jo nav tā, ka ir viena teātra izrāde vai viens koncerts, bet pilsētas svētki ir tādi, ko gaida visa ģimene, vecmāmiņas, vectētiņi, tēti, mammas, bērni, un katrs atradīs sev kaut kādu nodarbošanos un noteikti kādu interesantu.. kur acis papriecēt, ko paklausīties. Mēs vienmēr to programmu tā saliekam, lai tomēr interesanti būtu visiem. [...] Un ne mazāk svarīgs faktors, man liekas, ka būtu arī tas, ka daudzas aktivitātes ir bezmaksas. Un man liekas, ka lielāko daļu, man liekas, ka visos pilsētas svētkos, ir.. nu skatoties varbūt, ka kādos pilsētas svētkos varbūt balle ir par maksu vakarā, bet tomēr lielākā daļa, man liekas, ir bezmaksas, un tas nav mazsvarīgi ģimenēm.

8. *Kāpēc, Jūsaprāt, pilsētu un novadu svētki galvenokārt tiek rīkoti vasarā?*

A.A.: Tie ir tie siltākie un krāšņākie vasaras mēneši, un es domāju, ka pamatā ir tas, ka katrā pilsētā.. (neskaidrs ieraksts, joko, ka jāsarunā ar "to, kas ir augšā", lai būtu labs laiks). Tāpēc arī tie ir vasaras svētki. Cilvēki tomēr ir atvaļinājumos.. Brīvā dabā noteikti var vairāk aktivitātes izvērst nekā vienā kultūras namā.

9. *Kādi ir priekšnosacījumi vai pamatelementi pilsētu/novadu svētku pasākumu programmās un to saturā? Vai tādi vispār ir? Vai ir tādi pasākumu veidi, kuri obligāti būtu jāiekļauj pilsētu/novadu svētku programmās, piemēram, kultūras pasākumi, sporta, pasākumi bērniem u.c.?*

A.A.: Es domāju, ka tieši tā tas ir, ja salīdzina pilnīgi visus pilsētas svētkus, tad ir šie dažādie koncerti, noteikti kādas atraktīvas aktivitātes bērniem, jo tie ir tā lielākā iedzīvotāju daļa, kas apmeklē pasākumus, tā tad tie ir bērni, un jā, droši vien svētku balle. Mums pilsētas svētkos nekad nebija uguņošana, šī domes vadība domā, ka šajos pilsētas svētkos..... Nu nezinu! Vasara ir vasara, un katrs dara pēc sava maciņa biežuma, programmas. Ogrē ir tradīcija, ka uguņošana ir 18. novembrī, jo tad sabrauc ļoti daudzi no pagastiem cilvēki, jo ne jau katrs var

aizbraukt uz Rīgu. [...] Bet jā, es skatos, ka lielākajai daļai šī arī ir viena no svētku sastāvdaļām (uguņošana). Kas mums varbūt ne, bet neatņemama svētku sastāvdaļa [...] tomēr 90% var teikt šajos svētkos ir amatnieku tirdziņi, tāds tirgus. Mums tāds kā tirgus nav, mums ir šī meistarų iela, ko nevar nosaukt kā tikai tirgu, te ir tā pievienotā vērtība, ka viņš (meistars) tirgo tos, piemēram, lakatus vai šalles, bet tad viņam blakus arī stelles ir, kur pašam ir iespēja to visu darīt un demonstrēt, un tā par jebkuru amatu māju, piemēram, Ķeipenes piparkūkas, un tām blakus ir darbnīca, kur arī parāda, kā tas viss top un pašam ir iespēja to izmēģināt un darīt. Mums ir tā, nav tāda vienkārša tirgošanās. [...]

10. *Kāda ir Jūsu organizēto pilsētu / novadu svētku mērķauditorija? Lūdzu, raksturojiet!*

A.A.: Jā, auditorija ir visi pilsētas iedzīvotāji. Protams, ir tādi svētki, uz kuriem no visas Latvijas sabrauc un brauc cauri uz Ventspili, piemēram, uz ziedu paklājiem, vai Nēgu svētkiem, kaut kādas tādas specifiskas lietas, es domāju, ka var jau arī būt, ka pie mums kāds ciemiņš atbrauc, bet uz šo brīdi mēs varbūt vēl neesam atraduši, uz ko uz tādu vienu, īpašu lietu, kāpēc uz Ogrī vajadzētu braukt, kas nenotiek nekur citur. [...]

11. *Vai veidojot pilsētu / novadu svētku pasākumu programmu 2014. g., Jūs centāties noskaidrot, ko vēlas mērķauditorija? Ja jā, tad kā Jūs to darījāt, un vai un cik lielā mērā Jūs rezultātus ņēmtāt vērā, kad veidojāt nākamo pilsētu / novadu svētku programmu?*

A.A.: Pēc svētkiem iedzīvotāji var izteikt savu vērtējumu, kas patika, kas nepatika, ko vēlas. Un tiek jau arī uzklauti, bet, protams, ir jāskatās, ko mēs varam īstenot no viņu vēlmēm. [...] Piemēram, jautā, vai bērniem nevarētu to koncertu likt [...] vienpadsmitos, jo bērni tad iet pusdienas laiku gulēt, bet no otras puses, vienpadsmitos ne visi jau būs modušies. Tā ka katrs cilvēks iziet no savas (puses). Nu neesam dzirdējuši no visas pilsētas kādu ierosinājumu, kas tagad attiektos uz visu pilsētu – jā, mēs domājam, ka tas bija labi, tāds vai tāds koncerts vai pasākums, par kuriem visiem būtu prieks. Lielākā daļa iziet caur savu to (skatupunktu). (Stāsta par individuālām cilvēku vēlmēm, piemēram, vēlētos kādu konkrēta veida degustāciju).

12. *Kā notika konkrēto mākslinieku izvēle, ko iekļaut pilsētas / novada svētku programmā 2014. g. un kas ietekmēja izvēli? Vai māksliniekus izvēlas organizatori subjektīvi vai mākslinieku aģenti sūta piedāvājumus? Vai mākslinieku izvēli ietekmē pilsētu / novadu svētku tematika?*

A.A.: Mēs skatāmies, kas ir mūsu amatiermākslas kolektīvi, tā ir viena daļa, pagājušajā gadā derēja "Šveiks" pie tās visas programmas, ko mēs palūdzām tautas teātrim, viņi to arī restaurēja, bija gājiens un arī amatiermākslas kolektīvi tur piedalījās, koncerti [...]. Skatāmies, kas ir tāds jauns, nav bijis, ar ko mēs varbūt varam pārsteigt vai ar ko mēs varam iepriecināt cilvēkus, jo mēs tiekam tik lutināti ar šīm programmām, ar visu to, ko mēs redzam televīzijā.. Viegli tas nav vis! Mēs domājam par paaudzēm, vai kas interesants ir bijis, tad mēs arī izvēlamies.

M.V.: Vai Jums tiek arī piedāvājumi iesūtīti?

A. A.: Jā, ļoti daudz! Ļoti, ļoti daudz, kas ir, bet nu.. Te arī jāizvērtē tas viss pēc šīm cenām. Katrā ziņā to, ko piedāvā, kas būtu tāds varbūt atbilstošs pilsētas svētku formai, ir ļoti daudz. Mēs esam ņēmuši, izmantojuši šīs pašas ūdens strūklakas, ūdens strūklaku šovu. Pagājušajā gadā mums pirmo reizi bija Ogres upē "Upes laiks", pasākums virs Ogres upes, kur bija mūsu pašu mūzikas skolas pedagogi, mūsu dziedātāji uz svētkiem. Interese bija ļoti liela, cilvēki bija ļoti daudz, kaut kas tāds bija pirmo reizi. Tā! [...]

Par tematiku:

A.A.: "Zaļi, droši un veseli!" – tāpēc, ka mēs arī esam ļoti zaļa pilsēta. Tāpēc šogad mums arī bija tā Zemessardzes tehnika, un tu jūties droši, un "veseli" tāpēc, ka mums bija ļoti daudz radošās darbnīcas tiešām vai par veselīgu dzīvesveidu. Svētku nosaukums radās no tā, kad saliek šo svētku programmu.

M.V.: Un Jūs cenšaties pielāgot programmu tematikai?

A.A.: Nē, mums ir programma, un tad nosaukums vai drīzāk tā kā moto, reizē nosaukums.

13. *Vai bija 2014. g. svētkos svarīgi piesaistīt kādu, tā saucamo, top mākslinieku – “zvaigzni”? Kāpēc? Vai pasākuma “zvaigzne” vienmēr ir arī “pasākuma nagla”?*

A.A.: Nē, nu nav tā! Nav tā, ka mēs tikai vienu mākslinieku censtos.. Bija Edgars Liepiņš, viņš arī mūsu novadnieks ir, pats arī 20 gadus organizē šos koncertus Saulkrastu estrādē, šogad Dzintaru koncertzālē. Un vienu gadu bija arī programma pilsētas svētkos. Cilvēkiem patīk mākslinieks ar “vārdu”, un ka viņš ierauga to.. Jādomā jau arī par šiem.. Ir bijis dažādi. Ir bijušas jauniešu grupas noslēgumā, bet tad vidējā paaudze jūtas apbīzota, ka viņiem nav.. Jādomā, lai neviens nebūtu apbīzots! [...] (Jādomā, lai ir piesaistoša grupa gan jauniešiem, gan vidējai paaudzei).

14. *Vai Jūs kaut kādā veidā strukturējāt 2014. g. pilsētas/ novada svētku programmu? Kā un kāpēc? (piemēram, tematiski, pēc norises vietas vai laika un tml.)*

A.A.: [...] Mēs cenšamies, lai programma ir krāsaina un piesaistoša. Lai ir portālos pieejama. Vislabāk jau “no mutes mutē” informāciju nodot. Un, ja vēl cilvēkiem ir labas atmiņas un nav vīlušies iepriekšējos svētkos, tad tā ir vislabākā reklāma.

15. *Kādas ir galvenās funkcijas Jūsu organizēto pilsētu / novadu svētku pasākumu programmai 2014. gadā? (izglītošana, izklaidēšana, pārstiegšana, pasākumu daudzveidība utt.)*

A.A.: Viss kopā! Kā jau es teicu, mēs cenšamies, lai būtu gan izklaide, gan informācija, gan aktīva darbošanās. [...] Es negribētu teikt, ka pilsētas svētki ir tikai viens “plezīrs”. Protams, ka nē, jo tāpēc jau mums ir šīs meistarību mājas, meistarību iela. Un arī bērnu pilsētiņa, kas tiek organizēta pie kultūras centra (Ogres Kultūras centra), ne tikai šīs piepūšamās atrakcijas, par kurām dažreiz ir jācīnās, tomēr, piemēra, pagājušajā gadā bija vizināšanās ar poniem, bija skatuve tieši ar bērnu programmām, lai bērni varētu arī iet rotaļās, lai tas nav tikai tā, ka viņš tikai pa batutu lēkā [...]. Arī zvēriņi no zooloģiskā dārza. Tā, lai programma ir daudzpusīga. Lai (apmeklētājs) kaut ko iegūst, nevis tikai – paskaties, noklausies un aizej. Ir daudzas tiešām labas atsauksmes par to pašu dzijas krāsošanu vai to.... [...] kā džemperī caurumu izveido no defekta par efektu. [...] Citreiz ir tā, ka ir piebildes, kad kādas divas interesantas lietas pārklājas, tad ir ļoti grūti salikt to laiku, kad beidzas vieni un sākas nākamie, tāpēc ir šīs meistarību mājas, kas darbojas no “tikiem līdz tikiem” un pa to laiku tu vari aiziet kaut ko citu paskatīties, un tomēr cilvēkiem jau tās intereses ir dažādas. Negribētos nodalīt tā – tagad visi tikai uz koncertu, tagad visi tā un tā – arī nē! Pagājušajā gadā bija tā, ka bija ļoti interesanti tie izpletņu lēcēji, tā programmā, tā pārklājās kopā ar gājieni, bet no sākuma tas tā nebija ielānāts, bet tie izpletņu lēcēji ir saistīti ar gaisa plūsmu un pēkšņi tas vējš iegriezās ne tā, kā bija ielānāts, un tad vai nu bija jāatsakās vispār no tā vai viņš notika tā, kā viņš notika. Tad tur bija ļoti daudz cilvēku, kuri gribējuši arī gājieni redzēt. Tāpēc tā programma ir jāizvērtē, ko es tā ļoti, ļoti gribu redzēt, jo varbūt nekas nenotiks, ja arī es to neredzēju. [...] Tomēr galvenā pagājušā gadu bija tā meistarību iela, tā bija svarīgākā. Pārējais viss bija tāds, kas šos svētkus vēl izkrāšņotu. Pagājušā gadu mums bija kopā ar sporta aktivitātēm, tāpēc bija divas pilnas dienas. Piektdienas vakars bija tā kā ieskaņa, un sestdien bija viss kultūrai un svētdien viss sportam. Jārēķinās, ka cilvēkiem uzmanība, iedzīvotājiem un ģimenēm, tā iziešana ārpus mājas “ielās” vairāk par divām dienām var būt par daudz, jo tas prasa tomēr arī savus izdevumus, it sevišķi bērniem – vajag padzerties, vajag saldējumu, limonādi un vēl kaut ko. Un tad likās, ka sports tādā apbīzotā lomā, un tad pagājušā gadu mēs salikām kopā, un bija ļoti labi. [...]

M.V.: Jā, es redzēju, ka bija pat atsevišķa sporta programma!

A.A.: Jā! Jo, bija ļoti labi, ka bija sports, piemēram, tētis aiziet sportot, bet mamma ar meitu aiziet savās.. Man liekas, ka visi bija ļoti apmierināti. Tad atkal satiekas kaut kur ģimene visi kopā uz kādu koncertu vai izrādi, un tas bija labi. [...]

16. *Kam bija svarīgāka loma pilsētu/ novadu svētku pasākumu programmās – vietējiem māksliniekiem vai viesiem (arī ārzemju), amatiermākslas kolektīviem vai profesionāliem māksliniekiem, kvalitātei vai kvantitātei? Pamatojiet, lūdzu, savu viedokli un pieredzi! Vai cenšaties rast balansu starp šīm kategorijām?*

A.A.: (Par vietējiem / viesu māksliniekiem) Gan, gan, jo tie vietējie mākslinieki ir mūsu pilsētas iedzīvotāji, pagastu iedzīvotāji. Gribas teikt, ka tie ir 90% vietējie iedzīvotāji. Un viņiem arī lielākajai daļai ir ģimenes, ir sieva un bērni, un ka tā arī ir tā reize, patriotiska, kad var atnākt kaimiņš, un teikt “redzi, mana sieva dzied” vai “mans vīrs”, vai abi kopā.. Tā ir tāda lielāka piederības sajūta savai pilsētai, bet es uzskatu, ka nevar arī iztikt bez profesionāliem māksliniekiem, jo tā ir tāda kā dāvana, “rozīnīte” svētku, vai tas būtu kāds populārs vai tautā iemīļots mākslinieks, un to tu vari klātienē baudīt un redzēt, dzirdēt.. Jāsabalansē! Ja būs tikai kaut kas viens.. Arī vietējiem un pašdarbniekiem gribas, lai viņiem būtu kāda dāvana, tāpēc cenšamies, lai būtu kāds no šiem profesionālajiem māksliniekiem.

M.V.: Vai ir arī ārzemju viesi?

A.A.: Ogresi ir daudz sadraudzības pilsētas. Piecpadsmit laikam. Tad, kad pilsētai ir.. Šogad pilsētai ir 87 gadi. Tad, kad ir 80 vai 85, tad mēs, protams, aicinām arī šos sadarbības partnerus. Pagājušā gadā mums bija tikai 2 delegācijas ar amatiermākslas kolektīviem. Šobrīd tiek rakstīti projekti [..], un varbūt šogad piedalīsies kāds no sadraudzības kolektīviem. [..] Notiek tāda kā kolektīvu apmaiņa. Bet tā, mēs kā pilsētas svētki, neesam no ārzemēm “importējuši”.

17. *Kā, Jūsaprāt, reaģētu pilsētu / novadu svētku auditorija, ja krasi mainītu pilsētu / novadu svētku programmas satura veidošanas paradumus un tendences, vairāk iekļaujot profesionālo mākslu, inovatīvus vai eksperimentālus pasākumus un atturoties no tradicionāliem pasākumiem? Vai Jūs esat to praktizējis (ja jā, tad kā reaģēja auditorija) un vai tas, Jūsaprāt, vispār ir nepieciešams?*

A.A.: Droši vien tas ir jāizmēģina! Es domāju, ka tā ļoti krasi.. Es pat nezinu, ko tā ļoti krasi varētu mainīt! No katriem svētkiem var kaut ko labu paņemt un turpināt, un katru gadu censties kaut ko jaunu, nebijušu vai tādu.. es nezinu, nevaru iedomāties, kā tas būtu, ja, piemēram, no Brīvības ielas pārceltu kaut ko uz Mālkalnes prospektu. Var jau būt, ka, ja tas būtu kaut kas ļoti saistošs, tad cilvēki droši vien ietu, kāpēc nē? Kā būtu pēc tam, ko viņi teiktu, būtu citādi! Noteikti kaut ko var mēģināt, un arī šī ir tā lieta, par ko esam daudz runājuši, vadība norādījusi, ka nevar taisīt visu tikai centrā, vajag arī nomalēs, bet es esmu oponente par šo, jo cilvēkam tomēr tie ir svētki, viņam, no tās Pārogres, no tās Jaunogres, gribas sapucēties, uzvilkt jauno kleitu, satīt tos ruļļus un iznākt centrā, bet, ja viņam pienesīs to mākslu klāt pagalmā vai kur, nezinu, vai viņam būs tā svētku izjūta. [..] Piemēram, pie Kartona fabrikas mums ir kaut kas jātaisa, un tie, kas to mums uzstāda, vadība, viņi nesaprot, ka nevar tā vienkārši paņemt un – “nu, tur tagad deju kolektīvs dejos” – ko nozīmē “dejoj”? Ir vajadzīga apskaņošana, ir vajadzīga kaut kāda grīda vai vismaz līdzens laukums, un kas tad būs tie skatītāji? Tie kuri tur sauļojās dažī? Nu tā.. Pagājušo gadu es centos, piemēram, pūtējus es pieliku pie stacijas, lai nospēlē, lai būtu tāda kā ieskaņa. [..] Nevar Rīgas svētkus, piemēram, salīdzināt ar Ogrī. [..] Tie lielākie pasākumi jau notiek Rīgas centrā, tas ir Doma laukums, nu, protams, ir kaut kas Dzegužkalnā, bet tur jau ir sagatavota vieta, jau ir estrādīte vai apskaņošanas iespējas. Bet es nezinu, vai to (programmu) tā sašķaidīt, būtu prāta darbs! Te ir tā kopības sajūta.

18. *Kādas ir būtiskākās problēmas, apgrūtinājumi, izaicinājumi vai riski, ar kuriem Jūs sastopaties, veidojot pilsētu / novadu svētku programmas?*

A.A.: [..] Vairāk saimnieciskās lietas. Vai tur konteineri pietiks.. [..] Ir tādas nianšes, kas noteikti ir jāpārrunā, piemēram, tiem pašiem sētniekiem ir jābūt, visu laiku ir jāuztur tā tīrība un kārtība. [..] “Upes laikā” gāja balle skvēriņā, un ir lieta, ar kuru es nevaru nekādi cīnīties,

iedzeršana. Tā ir tāda sastāvdaļa.. Mēs nevaram aizslēgt veikalus. Cilvēks nezina to mēru, un tad ir tā daļa, kas tomēr patraucē tos svētkus, bravūrība.. Un tad (pagājušo gadu) tika paziņots, ka būs salūts, un tad cilvēki tā haotiski gāja uz to upi (Ogres upi), uz tiltu, un tur viss bija izlikts, svecītes, un tā atmosfēra. Un cilvēks atnāk un viņš gaida kaut ko citu, bet tur jaunieši ar jau bundžām rokās, bet mēs jau to diez vai varam tā izcīnīt. [..] Un tomēr tas krasts, un tumšs, un drošība..[..]

19. Vai Jūs ietekmējaties no citu pilsētas svētku pieredzēm?

A.A.: Nē, noteikti nē! Es uzskatu, ka katrai pilsētai, lai cik man ļoti gribētos kaut ko no Ventspils, tomēr katram ir jāapzinās tā sava identitāte, savas iespējas un budžets. Protams, dažkārt sāpīgs ir tas salīdzinājums – tur ir tā un tur ir tā. Nu ja cilvēki salīdzina, tad lai viņi salīdzina! Bet nu, nekad ne no vienas pilsētas mēs neietekmējamies. Nu varbūt paskatos tā – nu kas viņiem par koncertu un tā.. [..] Es domāju, ka tā jau ir tā svētku patika katrai pilsētai, tas īpašais, vienreizējais.. neatkārtojams. [..] Bet nu kaut ko pārņemt.. tur jau ir tas unikālais katrai pilsētai, tā jēga.[..] Tā jau es braucu uz citiem svētkiem, skatos un vērtēju, ir lietas, kuras arī domāju, ka mums tā vajadzētu. [..] Man patīk, kad svētku atklāšana (Ventspilī) ir vakarā. Nevienam nav teicis, ka tam jābūt no rīta un tā.. [..] Bet tā, ka paskatīties, pavērot var! [..] Piemēram, Rīga ir Rīga, viņiem finansējums ir cits.. Mēs jau tomēr esam mazpilsēta. [..] Kaut ko labu vienmēr var pamācīties, nevis tā kā nošpikot. [..] Vajadzētu izmantot Ogres upi vairāk. [..]

Daudz kas notika tur un tur, bet tagad daudz kas ir privatizēts, piemēram, Ogres estrāde vairs nav mūsu, bet tie bija tādi laiki, kad tā viss notika.. [..] Cilvēki pieraduši pie Brīvības ielas, tā ir tiekoši gara un plata, un skvēriņš.. Tā ka es pat neredzu citu vietu, tas mums ir tāds kā centrālais, pa vidu, tur ir laukums.. tur uzliekam skatuvi. Piemēram, aiz kultūras centra mums bija bērnu pilsētiņa, tur ir droši, tur nav nekāda transporta. [..] Vēl es cīnos pret ko, lai cik tas būtu garšīgi, mums nebija ne cukura vates, ne popkorna. [..] Piemēram, vienu gadu bija lapsēņu uzlidojumi, un cukura vate.. Bet nu ne dēļ lapsenēm, bet nu, nu vienkārši nē! (visur citur, ja vecāki vēlas, lai pērk, bet pilsētas svētkos nē) [..] Vēl mēs cienām Brīvības ielas uzņēmējus, mēs neaicinām citas bufetes. Tas Ogrē neattaisnojas, varbūt citur attaisnojas, bet Ogrē nē! Jā, uz ielām ir saldējumi, bet tā visur ir veikali. (Tas arī kā atbalstot savus vietējos uzņēmējus). [..] Bet vakarā rezultāts jau arī bez bufetēm viens, tāds, kāds arī visām bufetēm. (Smejas)

Intervijas beigas.

Pielikums nr. 3. Ogres pilsētas svētku programma 2014. g.

Piektdien, 22. augustā

plkst.20.00 pilsētas skvērā pie pulksteņa izrāde "TEIXMA CIRCUS MISTERIA"

Sestdien, 23. augustā

10.00 PO "Horizonts" muzikālais sveiciens Ogres stacijā
10.00-11.30 Helikopters, izpletņu lēcēji Ogres stadionā
11.30-12.30 Paraugdemonstrējumi no helikoptera virs Ogres vecupes

Pilsētas skvērā un Brīvības ielas promenādē

10.00 – 17.00 MEISTARU MĀJAS.

Ziedu instalācijas pie strūklakas

Radošās darbnīcas:

Fazer "Dzīvesprieka darbnīca"; Papīram "otrs mūžs" - Kristaps Ozoliņš;

Defektu par efektu, filcēšanas darbnīca - Jānis Trops;

Dzijas krāsošana ar dabīgām krāsvielām - Anete Karlsonē;

Mājas degvīna sagatavošanas paraugdemonstrējumi un baltmaizes cepšana-Kjaviņu

ģimene no Stāmerienes; Monotipijas darbnīca - Līva Kaprāle;

Rotāļlietas un aksesuāri no papīra - Baiba Kaprāle; Veselības un možuma pietura "Esi vesels,ogrēnieti";

Meža darbnīca; Ielu mākslinieks JURIS GERMANIS

Pie Kūrmājas un Lāčīša Ērika

14.00-17.00 Pasaku nams bērniem - brīnumainu izjūtu pilni svētki!

Pasaku tēli, radošās darbnīcas, muzikāli priekšnesumi, bērbišu sacensības.

13.00-18.00 Trušu pilsētiņa

22.00 Latviešu mākslas filma "Džimlai Rūdi rallalā"

11.00-12.00/LAPU IELA-BRĪVĪBAS IELA/ SVĒTKU GĀJIENS

Aicinām piedalīties Ogres uzņēmumu un firmu, kolektīvu un iestāžu pārstāvjus ar asprātību un izdomu parādīt ogrēniešu iznesīgumu

LAUKUMĀ PIE KULTŪRAS CENTRA

12.00 OFICIĀLA PILSĒTAS SVĒTKU ATKLĀŠANA

Ogres novada domes priekšsēdētāja ARTŪRA MANGUĻA uzruna
KC amatiermākslas kolektīvu koncerts, piedalās: VPK "Aija", un " Raksti",
Bērnu deju kolektīvs "Pīlādžītis", Jauniešu koris, PO "Horizonts"
Gājiena dalībnieku sveikšana

13.00 Latvijas NBS Štāba bataljona Goda rotas defilē programma

17.00 AGRA KAZEĻNIKA šovs

UZ BRĪVDABAS SKATUVES PIE PULKSTEŅA UN SKVĒRĀ

11.00 – 14.00 Modes skates. Ogres talantu muzikālie sveiceni. Dažādi konkursi ar balvām.

14.00 Latvijas Republikas Zemessardzes pūtēju orķestra un Latvijas Republikas

Zemessardzes kora " Stars" koncerts

17.00 Ogres TT izrādes "Šveiks" fragmenti

19.00 Latvijas čempionāta posms KĀRAOKE

22.00 ZAĻUMBALLE

24.00 Upes laiks. Ogres Muzikālā teātra performance Ogres upē pie Līkā tilta

Laukumā aiz Ogres kultūras centra

10.00 – 20.00

ZEMESSARDZES TEHNIKAS IZSTĀDE UN PARAUGDEMONSTRĒJUMI

SPORTA AKTIVĪTĀTES

No 19.augusta basketbola grozs pie Mākslas skolas - metam "sodiņus"

10.30 ielu basketbols 3:3 – pie Mākslas skolas

13.00 mini handbola turnīrs bērniem - laukumā aiz kultūras centra

13.00 florbols 2:2 – pie Ogres KC

13.30 skrējieni pa Bērzu aleju

13.00 loka šaušana – laukumā aiz KC

13.00 OC labirints - orientēšanās - laukumā aiz KC

13.00 novusa sacensības – KC foajē

13.00 Ogres Sc - ģimeņu trīscīņa

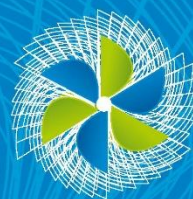
13.00 volejbola sacensības, laukumā aiz KC

13.00 peitbola šautuve, laukumā aiz KC

15.00 balonu sports, laukumā aiz KC

17.00 velo orientēšanās " Velo dēka" starts/finišs pie Hauze

13.00-16.00 karatē, svarcelšana, ielu vingrotāji



**OGRES
PILSĒTAS SVĒTKI
ZAĻI, DROŠI UN VESELI
22., 23., 24. AUGUSTS**

Pielikums nr. 4. Saruna ar Daci Jansoni

Intervija ar:
Lielvārdes novada kultūras darba organizatori
Daci Jansoni
Interviju veic:
Latvijas Kultūras akadēmijas
Maģistra apakšprogrammas “Kultūras menedžments un radošās industrijas”
2. kursa studente
Madara Valaine

“Kultūras produktu piedāvājums un programmas veidošanas principi Latvijas pilsētu un novadu svētkos”.

20. *Kas, Jūsaprāt, ir pilsētas un novada svētki? Kāds ir to mērķis, kas tos raksturo un kam par godu tie tiek svinēti?*

D.J.: Iepriekšējā gadā mēs sākām organizēt novada svētkus. Pirms tam bija tikai pilsētas Lielvārdes svētki, tā kā ir izveidojies novads, tad arī svētki notiek pagastos – Jumpravas un Lēdmanes pagastā. Un, atbildot uz jautājumu, es teikšu tā, ka mums bija iedzīvotāju aptauja, un kā iecienītākie kā no visa gada svētkiem tika minēti tieši novada svētki. Un, protams, mērķi, funkcijas.. tā ir vasara, tā ir izklaide, mērķis viens, protams, varētu minēt - tā ir ģimenes saliedēšana, arī, kad ir visi kopā – visas paaudzes kopā, nekas īpaši netiek dalīts, un mēs tiešām arī priecājamies, ka vakarā ir arī tautas balle, tad, teiksim, kādreiz prasa, vai būs jauniešiem atsevišķa diskotēka vai modernāka grupa, ka nē, visi zina, ka tā būs tāda balle, kad visi būs kopā, un tas arī ir pierādījies, ka šie ļoti daudzie tūkstoši, kas ir apmeklējuši pilsētas svētkus, ir to arī pierādījuši.

M.V.: Un kam par godu?

D.J.: Tie nav tikai iedzīvotāji, es domāju, ka.. Tā, 2001. gadā bija pirmie svētki, tātad šie jau ir piecpadsmītie svētki.

M.V.: Tie, kas 2015. gadā būs?

D.J.: Jā! Bet nākamgad mēs svinēsim Lielvārdei 815 gadus, 2016. gadā. Protams, ka pamatā tie ir mūsu iedzīvotājiem, bet ar katru gadu vairāk apmeklētāji ir mudināti nākt no citām pilsētām un novadiem, tie ir tūristi, un nu jau tas skaits sniedzās pāri 20 tūkstošiem. Jo svētki jau ir izvērkušies piecu dienu garumā.

21. *Kādas, Jūsaprāt, ir pilsētu un novadu svētku funkcijas? Vai pilsētu svētku funkcijas atšķiras no novadu svētku funkcijām?*

D. J.: Pilsētas svētki bija trīs dienu garumā, kas joprojām saglabājušies Lielvārdē, un nāk vēl klāt mums vēl 2 dienas – viena diena Jumpravā un viena Lēdmanē. Pagājušo gadu tie bija gandrīz piecdesmit pasākumi piecu dienu laikā.

22. *Cik cilvēku apmeklēja Jūsu organizētos pilsētas/novada svētkus 2014. gadā? (ja nezināt precīzi, tad aptuveni, vai norādiet, vai apmeklētāju skaits pārsniedza vai nepārsniedza pilsētas/novada iedzīvotāju skaitu)*

D.J.: Nu ir jau tā ļoti grūti noteikt, bet tā kopumā. [...] Katrā ziņā teiksim amatnieku tirgos ir viena publika, no tās, protams, kaut kāda daļa nāk arī uz visām pārējām norisēm, bet tādu sadalījumu ir grūti pateikt (apmeklētāju skaits), mums nav tādu resursu, lai mēs to varētu izdarīt.

M.V.: Vai tas pārsniedz iedzīvotāju skaitu? (jautājums no audioieraksta beigu daļas)

D.J.: Protams, jo Lielvārdē ir 9 tūkstoši iedzīvotāju, ieskaitot visus sirmgalvjus un zīdaiņus! Arī tas, ka pagastos, tas nāk pamazām, un cilvēki pierod. Un reti kur ir tā, ka novadi svētki notiek arī novada pagastos.

23. *Vai Jūsu organizētajos pilsētas/novada svētkos 2014. g. tika piesaistīti sponsori? Ja jā, tad cik un kāda ir to loma pilsētu/novadu svētkos? Kā sponsori un sadarbības partneri un organizācijas ietekmē svētku programmu?*

D.J.: Jā! Protams, tie ir pamatā mūsu uzņēmēji, un bez mūsu uzņēmējiem no ārpusē vienīgi bija "Fazer", un var teikt arī viss, bet tās ir nelielas summas. Teiksim vienam uzņēmējam tā bija S. Ločmele un "Veina Pluss", kura vēlējās nosponsorēt vienu koncertu, tas bija piektdienas vakarā iepriekšējā gadā, kad mums ir svētvakars, un viņai bija konkrēts piedāvājums, tas bija vairāk nekā vienu tūkstoti eiro, nu tādi sponsori mums nekad nav bijuši.

M.V.: Kas tas bija par koncertu?

D.J.: Tā, viņa mums sponsorēja Ziemeļlatvijas kameransambļa koncertu, kur bija solisti Inga Šļubovska un Ingus Pētersons. Šajā laikā bija arī apbalvošanas ceremonija "Gada novadnieks". [...] Varbūt mēs neesam tik liela kā pilsēta un varbūt nav tik lieli tie uzņēmēji, kas varētu sponsorēt ar lielākām summām. Mums ir arī daļa tādi sponsori, kas iedod produkciju, piemēram, tur kāda gaļiņa, desiņa un maizīte, ar ko mēs varētu pacienāt savus amatiermākslas kolektīvus un mūsu viesus. Tās ir dāvaniņas, jo programma sastāv no dažādām radošām darbnīcām un konkursiem. Bet kopsummā (visus sponsorus ieskaitot) šī summa nepārsniedz 2000eur, neskatoties uz to, ka viens sponsors varbūt nosponsorē tūkstoti eiro, vai ne, tad mēs šogad nolēmām, ka visus svētkus sponsorē Lielvārdes novada pašvaldība, liels darbs ar tiem sponsoriem arī ņemties, lai ieguldītu tik ļoti, ļoti lielu darbu. Pēc tam tad ir jātaisa arī pateicības pasākums, jārupē dāvaniņas, slēgta pieņemšana [...].

24. *Kas un kāpēc piedalījās 2014. g. Jūsu pilsētas/novada svētku organizēšanā? Kam bija vislielākā loma pilsētu / novadu svētku pasākumu programmas veidošanā? Vai to noteica viens cilvēks vai komanda? Cik lielā mērā un kā vietējie iedzīvotāji, brīvprātīgie un citas organizācijas iesaistījās organizēšanā?*

D.J.: Vispirms tiek ar priekšsēdētāja rīkojumu tiek izdota un sastādīta darba grupa. Darba grupā ietilpst dažādu profesiju pārstāvji, jomu.. un tur ir kultūra un sports, ļoti dažādi, lai mēs varam ieklausīties un mēģināt saprast, kas tad visvairāk interesē (cilvēkiem), mēs arī analizējam iepriekšējā gada kļūdas un uzklusām viens otra ieteikumus, un tad arī strādājam pie programmas tā pamazām. Bet mums tomēr jau ir tādas Lielvārdē ir tradīcijas izveidojušās 15 gadu laikā. Vispirms jāpasaka, ka Lielvārdē svētki notiek jūlija pēdējā mēneša piektdienā, sestdienā, svētdienā. Un piektdienas vakars, kā jau es teicu, ir izveidojušās jau šīs tradīcijas, piektdienas vakars ir tāds kā svētvakars, jo tas sākas ar ekumēnisko dievkalpojumu baznīcā, pēc tā ir tāds varbūt nopietnāks koncerts, mēģinām sarunāt klasiskās mūzikas koncertus, apbalvojam "Gada lielvārdiešus", tas ir piektdienas vakars. Un tad sestdien, protams, no rīta ir.. tā ir tāda izklaides diena, bet, protams, no rīta ir tradicionālais makšķernieku pasākums, par ko cits varbūt saka: "Jā, jums vienmēr sestdienas rīts sākas jau sešos no rīta ar makšķerniekiem", bet, ja mums piesakās 50 cilvēki, mēs taču nevaram to neorganizēt! Un tā jau ir izveidojusies kā tradīcija, un visi zina, ka jau plkst. 11.00 mēs aicinām arī savus apmeklētājus ēst zivju zupu. Tad, protams, amatnieku tirgus, un mainās izklaides formas. Dažādi koncertu piedāvājumi, radošās darbnīcas. Šogad mums no iepriekšējā gada nāk klāt – mēs esam sarunājuši moto kaskadierus ar uguns šovu, tad arī būs interesants pasākums pie Andreja Pumpura muzeja – uguns skulptūras ar tādu īpašu muzikālo priekšnesumu. Nu tā dažādība ir tajā, ka mainās grupas. Un trešā diena mums tradicionāli ir aktīvās atpūtas diena pie novada sporta centra, un šeit ir šīs sporta aktivitātes.

M.V.: Vai organizēšanā piedalās brīvprātīgie, vietējās organizācijas?

D.J.: Jā, mums ļoti aktīva ir jauniešu organizācija, par ko mēs esam viņiem arī ļoti pateicīgi. Un arī brīvprātīgie, arī šogad svētku organizēšanā tiek piesaistīti brīvprātīgie.

25. *Vai pilsētas/novada svētku organizēšana ir iekļauta pašvaldības plānošanas dokumentos? Cik gadus jau tiek rīkoti Jūsu pilsētas / novada svētki?*

D.J.: Jā, viņš ir iekļauts attīstības plānā! Šogad ir izstrādāta kultūrpolitikas stratēģijas dokumenti.. tā kā, jā!

26. *Kāpēc, Jūsaprāt, pagastu, pilsētu un novadu svētki ir viens no visapmeklētākajiem kultūras pasākumiem Latvijā?*

D.J.: Tas ir vasaras vidus! Manaprāt, tāpēc, ka iedzīvotāji ļoti lepojās ar to savu vietu, un, es domāju, ka, jau tuvojoties svētkiem, mēs jūtam, kā tiek sakoptas sētas, kā.. tuvojoties svētkiem, visi kļūst tādi “sapucīgi”, un mēs gribam palielīties saviem viesiem ar to, ko mēs varam, ko mēs dāvājam un tiek ielikts milzīgs darbs. Es domāju, ka arī noteikti jāmin tas, ka ar ļoti maziem resursiem top šādi svētki, cilvēki visi strādā. Tās ir neaprstāmas darba stundas naktīs un dienās. Tas ir tāds patriotisms, katra paša sirds darbs, un mēs jau zinām, ka kultūrā strādā tikai trākie! (Smejas)

27. *Kāpēc, Jūsaprāt, pilsētu un novadu svētki galvenokārt tiek rīkoti vasarā?*

D.J.: Mēs esam vieni no pirmajiem no tādiem mazākiem novadiem, kas arī svin šos svētkus, 2001. gadā mēs svinējām Lielvārdei 800 gadus. Kā jau mēs sākām, jūlija pēdējās nedēļā svinēt šos svētkus, tā mēs esam saglabājuši šo nedēļu, tās nogali. Un mums tieši sakrita tīri vēsturiski, ka Lielvārdes dzimšanas diena, un Lielvārde, kā mēs smejamies, ir mazliet jaunāka par Rīgu, jo gadu skaitļi mums ir vienādi, bet mēs savus svētkus svinējām nedaudz ātrāk nekā Rīga (smejamies), Rīga svinēja augustā, mēs – jūlijā. Mēs esam šo laiku saglabājuši, un teiksim tie, kas apkārt rīko, zina, ka mums ir jūlija pēdējā nedēļa, nogale. Jo mēs zinām, ka pēc nedēļas visi dodas tālāk uz Ventspili.

28. *Kādi ir priekšnosacījumi vai pamatelementi pilsētu/novadu svētku pasākumu programmās un to saturā? Vai tādi vispār ir? Vai ir tādi pasākumu veidi, kuri obligāti būtu jāiekļauj pilsētu/novadu svētku programmās, piemēram, kultūras pasākumi, sporta, pasākumi bērniem u.c.?*

D.J.: Kā jau es teicu, tā noteikti ir tautas balle. Tas ir arī tirgus, kur visi cilvēki pulcējas un satiekas, un viņiem ir labi. Viņi arī komunicē. Un varbūt kāds vispār tikai gadā divas vai trīs reizes, īpaši vecākā gadu gājuma cilvēki, iziet no savām mājām, bet es pat negribētu salīdzināt, kurš ir varbūt svarīgāks vai mazāk svarīgs pasākums, kā jau mums šīs tradīcijas iesākušās, mēs varbūt gribējām vienu brīdi kaut ko mainīt, bet tad sapratām – nē, cilvēki zina, īpaši inteliģences, kas dodas vienmēr uz šiem svētvakara koncertiem pie Andreja Pumpura muzeja. Šis vakars ir klusāks un mierīgāks, tad otrā diena ir “riktīgs jampadracis”, un bez sporta aktivitātēm mēs arī nevaram iztikt. Un pagastos arī.. Tagad otro gadu mums ir novada svētki, viņi veido šo dienu tā, lai no rīta nedaudz ir arī sporta aktivitātes un arī vakars noslēdzās ar svētku balli. Un bija tā, ka vienā gadā mēs uguņošanu nenoorganizējām un tad mēs sapratām, ka tā nedrīkst darīt, jo bija sanākuši tik daudzi uz to brīdi, uz pulksten divdesmit četriem, šeit parkā un bija mazliet vīlušies, tā kā cilvēki grib atpūsties un viņiem to nedrīkst liegt, taupīt. [...] Mēs viņu vienkārši (uguņošanu) nebijām iekļāvuši programmā, un cilvēki vienkārši neizlasa, neiedziļinās, un viņi atnāk uz uguņošanu tik un tā. Novada svētki ir arī tie, kad ļoti daudz brauc radi un draugi, un tad jau viņi arī ciemojās mājās [...].

29. *Vai veidojot pilsētu / novadu svētku pasākumu programmu 2014. g., Jūs centāties noskaidrot, ko vēlas mērķauditorija? Ja jā, tad kā Jūs to darījāt, un vai un cik lielā mērā Jūs rezultātus ņēmāt vērā, kad veidojāt nākamo pilsētu / novadu svētku programmu?*

D.J.: Mums bija tieši pirms iepriekšējiem svētkiem aptauja, tur arī mēs ļoti skatījāmies, izvērtējām un analizējām ieteikumus. Bija sākumā brīdis, kad jaunieši gribētu vēl kādu

diskotēku, vai ko.. Bet ar gadiem mēs sapratām, un arī viņi paši teica, nē, tomēr ļoti jauki, ka esam visi kopā.

30. *Vai iedzīvotāju skaits un amatiermākslas kolektīvu skaits ietekmē pilsētu / novadu svētku programmas veidošanu? Ja jā, tad kādā veidā?*

D.J.: Man jāsaka vislabākie vārdi mūsu amatiermākslas kolektīviem, jo mūsu nelielajā novadā ir ļoti daudz amatiermākslas kolektīvu, viņi ļoti augstā līmenī ir, visi no skatēm atbrauc mājās ar pirmās vai augstākās pakāpes diplomiem. Un mums nav kauns viņus rādīt, un mēs labprāt to darām! Arī šogad visos pagastos un Lielvārdē būs amatiermākslas koncerti! Man jāpiemin arī gājiens, mēs pirmo reizi organizējam tādu lielu gājienu, un, protams, ar krāšņiem tērpiem. Un šogad mēs nevaram izdomāt, vai katru gadu to vajadzētu, vai pārgados, vai arī vienu reizi piecos gados, jo neesam mēs tik liela pilsēta, kā, piemēram, Rīga. [..]

31. *Kā Jūs veidojāt pilsētas/ novada svētku programmu 2014. g. – vai bija kādas konkrētas metodes vai principi? Vai pilsētu / novadu svētku programmu veidošanas principi gadu gaitā mainās vai Jūs pieturaties pie viena? Kādi faktori ietekmē programmas veidošanu? Tematika!*

D.J.: Iepriekšējā gadā mums bija konkurss par svētku logo. Iepriekšējā gadā mēs darba grupā vienojāmies par nosaukumu “Zīmju ceļš”, protams, pamatā tam ir Lielvārdes josta, un zīmju ceļš kā Lielvārde. Arī šobrīd pilsēta jau ir svētku rotā, ir gar lielo šoseju latvju zīmes izliktas. Un iepriekšējā gadā bija tik labs tas nosaukums, un mēs domājam, nu ko lai mēs šogad darām! Protams, vieglāk ir nelikt nekādu nosaukumu, nu ir novada svētki, bet mēs tomēr ar darba grupu vienojāmies, ka jābūt nosaukumam, un tad ienāca prātā ļoti laba ideja, ka katru gadu varētu būt citā zīmē, piemēram, šogad Lielvārdes novada svētki būs saules zīmē. [..] Var arī filozofiski padomāt, ko nozīmē šī zīme un ceļš, ir taču labas izglītojošās bildes.. [..] Un nākošgad būs, tā kā Lielvārdei apritēs pusapaļa jubileja, mūsu ģerbonī arī ir krusts, latvju zīme, nu tad varbūt mēs ņemsim Māras zīmi.

32. *Kā notika konkrēto mākslinieku izvēle, ko iekļaut pilsētas / novada svētku programmā 2014. g. un kas ietekmēja izvēli? Vai māksliniekus izvēlas organizatori subjektīvi vai mākslinieku aģenti sūta piedāvājumus? Vai mākslinieku izvēli ietekmē pilsētu / novadu svētku tematika?*

D.J.: Pirmkārt, lai neatkārtotos! Tas ir ļoti grūti, tas nav viegli, jo bieži ir tā, ka kaut ko esam iecerējuši, bet mākslinieki netiek, tad ir par dārgu. Protams, jaunieši varbūt gribētu arī Prāta Vētru šeit Lielvārdē sagaidīt, bet tad mums puse no budžeta aizietu uzreiz vienai grupai! Šogad ir viens koncerts par maksu – Intara Busuļa koncerts. Protams, šīs maksas ir ļoti simboliskas, ja mēs salīdzinām ar Rīgu, cik varētu maksāt I.Busuļa koncerts, sākot no 15 vai 20eur, šeit varbūt tie būs kādi 5eur, piemēram!

M.V.: Vai arī mākslinieku aģenti sūta savus piedāvājumus?

D.J.: Jā! Viņi, menedžeri, sūta šo to, teiksim gada griezumā, bet tieši uz novada svētkiem mums ļoti daudz ēdinātāju piedāvā un tirgotāju. Bet tā izvēle nav nemaz tik liela, jo jādomā, lai cilvēkiem patiktu. Es domāju, ka šogad mums ir diezgan atkal tā kā liels tas piedāvājums, Lēdmanē būs ballē “Galaktika” spēlē, un “Dzelzs vilks”, un, kā jau es teicu I.Busulis, Igo būs.. Nu cenšamies! Un viss jau ir budžeta robežās, cik tas maciņš liels ir, tik ir! Bet ar to arī, vienmēr klausoties cilvēku atsauksmes un masu medijos, jūs ar tādām pieticīgām naudiņām esat spējuši labus svētkus.

33. *Vai bija 2014. g. svētkos svarīgi piesaistīt kādu, tā saucamo, top mākslinieku – “zvaigzni”? Kāpēc? Vai pasākuma “zvaigzne” vienmēr ir arī “pasākuma nagla”?*

D.J.: Tas ir ļoti svarīgi, jā! Cilvēki vēlas šīs zvaigznes, šogad mēs arī (neskaidrs ieraksts, bet doma, ka ir svarīgi, jo vietējie piesaista draugus un citus cilvēkus stāstot, kādi mākslinieki būs pilsētas svētkiem, tādējādi rosinot vēlmi atbraukt). Iepriekšējā gadā – kameransambļa koncerts ar operas zvaigzni I. Šļubovska. Sestdienas vakarā bija grupas “Big AI & The Jokers” koncerts Aļģirda Šuminska vadībā. Mēs zinām, ka viņš ir no Lietuvas. Protams,

vienmēr jau būs tā, ka varbūt kādam arī nepazīstamāks, bet cenšamies piesaistīt šīs zvaigznes. Nu Jumpravā, protams, bija slavenā “Jumprava”, kurai arī bija jubilejas gads. Un apmeklētāji, to skaits, pārspēja paši sevi, jo nebija tiešām, kur adatai nokrist. Bija kaut kas tāds vienreizējs. Nu un Lēdmanes pagastā – Edvarta Rozenštrauha piemiņai viesojās mākslinieki no Rīgas, un Lindiņas kundze, nu šeit (programmā) nav rakstīts. Katra vieta bija ļoti piedomājusi, kas tai ir raksturīgs. Un, piemēram, ļoti mēs paši arī brīnījāmies par lielo apmeklētāju skaitu, bija nakts orientēšanās, kur piedalījās gan jaunieši, gan pieaugušie. Nu mums bija arī “Zelta mopēda” Latvijas čempionāta posms. Starptautiskais floristu festivāls.. [...] Katru gadu kāda rozīnīte.

34. *Vai Jūs kaut kādā veidā strukturējāt 2014. g. pilsētas/ novada svētku programmu? Kā un kāpēc? (piemēram, tematiski, pēc norises vietas vai laika un tml.)*

D.J.: Mums ir arī programmiņas atsevišķas pa dienām, lai cilvēki visu skaidri var redzēt! [...] Ir Lēdmanē, Jumpravā (pa dienām programma) un tad Lielvārdē 3 dienas. Tā, lai cilvēki var uzreiz orientēties šajā programmiņā un visu atrast. Šis variants (afiša) ir tāds, lai var visu salikt uz A4 formāta, tas jau nav viegli. Gribētos ielikt vairāk paskaidrojošus teikumus, bet tas ir ļoti sarežģīti. [...] Ir afišas, baneri baloni, saules zīmē būs šogad viss noformēts. Ja jau cilvēki katru gadu ir arvien vairāk, tad jau tas ir labs rādītājs!

35. *Pēc kādiem principiem Jūs noteicāt, kuri būs maksas un kuri – bez maksas pasākumi?*

D.J. [...] Iepriekšējā gadā, man liekas, nemaksāja pilnīgi nekas un neko, viss bija pilnīgi bez maksas, ja nu vienīgi kāda dalības maksa sporta sacensībās, bet tādi koncerti un balles, viss pārējais bija bezmaksas. Nu šogad Intara Busuļa koncerts būs par simbolisku maksu, jo mēs ļoti vēlējamies šo koncertu [...].

36. *Kādas ir galvenās funkcijas Jūsu organizēto pilsētu / novadu svētku pasākumu programmai 2014. gadā? (izglītošana, izklaidēšana, pārsteigšana, pasākumu daudzveidība utt.)*

D.J.: Pamatā tā ir izklaide, tā ir vasara, prieks, saule un labs garastāvoklis, un viss pārējais.. Tā tiešām ir izklaide! Bet visas radošās darbnīcas ir ļoti izglītojošas un iesaistošas, cilvēki var paši piedalīties. Un vakarā mēs godinām “Goda cilvēku”, mēs godinām viņus.. Tur arī pasaules koru olimpiāde, bērnu koris “Lielvārde” dziedāja, tas ir arī kā piemērs citiem bērniem, bet, protams, pamatā tā ir vasaras izklaide.[...]

37. *Kam bija svarīgāka loma pilsētu/ novadu svētku pasākumu programmās – vietējiem māksliniekiem vai viesiem (arī ārzemju), amatiermākslas kolektīviem vai profesionāliem māksliniekiem, kvalitātei vai kvantitātei? Pamatojiet, lūdzu, savu viedokli un pieredzi! Vai cenšaties rast balansu starp šīm kategorijām?*

D.J.: Ārzemju viesmākslinieku mēs nepiesaistām, es pat nezinu, vai vajag! Jo šie arī amatiermākslas koncerti ir ļoti sirsnīgi, ļoti jauki un ļoti apmeklēti! Arī šogad no skolēnu dziesmu un deju svētku uzveduma piedalīsies Rīgas deju kolektīvi kopā ar mūsu slaveno “Pūpolīti”, un kāpēc lai viņš būtu mazāk slavens nekā ārzemju kolektīvi? Es tā negribētu uzskatīt, man liekas, ka viņi tāpat piedalās dažādos starptautiskos festivālos, ļoti ievērojami, no skatēm atbrauc ar austākās pakāpes diplomiem, es pat negribētu tā sadalīt, jo kādreiz atbrauc kāds viesmākslinieks, un varbūt šis koncerts ne vienmēr ir vēlamā līmenī. Amatiermākslas kolektīvi mums ir sirsnīgi un augstā līmenī.

38. *Kā, Jūsaprāt, reaģētu pilsētu / novadu svētku auditorija, ja krasi mainītu pilsētu / novadu svētku programmas satura veidošanas paradumus un tendences, vairāk iekļaujot profesionālo mākslu, inovatīvus vai eksperimentālus pasākumus un atturoties no tradicionāliem pasākumiem? Vai Jūs esat to praktizējis (ja jā, tad kā reaģēja auditorija) un vai tas, Jūsaprāt, vispār ir nepieciešams?*

D.J.: Es domāju, ka krasi mainīt nedrīkst! Jo, kā jau mēs runājām par šīm tradīcijām Lielvārdē, jā, inovatīvi pasākumi ir tikai apsveicami, bet tā uzmanīgi skatāties, kurā programmas daļā mēs tos varētu ielikt. Iepriekšējā gadā mums bija interesanta gaismas projekcija, kaut kas savādāks. Cilvēki pierod, un viņi jau zina, ko var sagaidīt no katras vietas, no katras pilsētas, pagasta vai novada. Piedāvājumam jābūt katru gadu, protams, svaigam un jaunam, daudzveidīgam, bet tā pamata lietas Lielvārdē jau ir iestrādātas. Un tad es kā kultūras darba vadītāja ar savu darba grupu runāju par to, vai kaut ko vajadzētu mainīt, nu tā kā sākumā ir liela pauze, un tad mēs saprotam, nu, mēs jau arī nevaram neko izmainīt, jo svētvakars mums ir svētvakars, izklaide mums ir izklaides diena, un aktīvās atpūtas / sporta diena ir 3. diena.

39. *Kādas ir būtiskākās problēmas, apgrūtinājumi, izaicinājumi vai riski, ar kuriem Jūs sastopaties, veidojot pilsētu / novadu svētku programmas?*

D.J.: Protams, ka cilvēki vienmēr vēlas, lai būtu vēl vairāk grupas. Es esmu dzirdējusi, ka cilvēki runā, ka tajā vakara ballē varētu būt kādas 10 – 12 grupas. Mēs varētu sagādāt kaut vai 25, bet tas maciņš ir tik liels, cik viņš ir, tas pats, kā ģimenes budžets, un es domāju, ka ne jau vienmēr no tā skaita paliek atmiņā šie svētki. Es domāju, ka ar tām visām rozīnītēm un visādām lietiņām. Visā visumā, ja mūsu cilvēki apgalvo un ir definējuši mūsu svētkus, kā vienus no labākajiem, tas ir gada spilgtākais notikums.

M.V.: Tad var vērtēt, ka svētki ir izdevušies!

D.J.: Es domāju, ka jā! Mēs, protams, daudz strādājam, lai ir reklāmas baneri, pieeja masu medijos.

40. *Vai ietekmējaties un ņemat piemēru no citiem pilsētas vai novada svētkiem?*

D.J.: Mēs braucam viens pie otra un skatāties gan noformējumus, gan norises, kā veido. Vienmēr cenšamies viens no otra paņemt to labāko. Arī, satiekoties ar kolēģiem kultūras darbā, izrunājam veiksmes stāstus, vai to, kas neveicās, vai arī, kādus māksliniekus nevajag aicināt un kādi godīgi savu darbiņu padara. Kā jau es teicu, resursi, kas mums šeit ir, mēs ar to (neskaidrs ieraksts) [..].

Intervijas beigas.

LIELVĀRDES NOVADA SVĒTKI 2014

**19. jūlijā, sestdienā
SVĒTKU DIENA
JUMPRAVAS PAGASTĀ –
"JUMPRAVAI 75"**

14.00 – 18.00 Atraktivs bērniem, meistardarbnīcas
Spēle "Izzini Jumpravu", netradicionālas spēles ģimenēm parkā pie estrādes
14.00 Amatnieku gadatirgus parkā pie estrādes
15.00 Ekstrēmais veloņš "Greenrials Bike Tour" basketbola laukumā pie estrādes
16.00 Jumpravas kultūras nama amatiermākslas kolektīvu koncerts "Jumpravā atSKAN" estrādē
21.00 Legēdarās grupas "Jumprava" 30 gadu jubilejas koncerts estrādē
23.30 Brīvdabas kino spēlfilma "Džimlai Rūdi Rallallā"

**20. jūlijā, svētdienā
SVĒTKU DIENA
LĒDMANES PAGASTĀ**

10.00 Vasaras gadatirgus, meistardarbnīcas, atrakcijas laukumā pie tirdzniecības centra
12.00 Tomes folkloras kopas "Graudī" koncerts "Zimju rakstos" laukumā pie tirdzniecības centra
13.00 Svētku dievkalpojums Sv. Apustuļu Pētera un Pāvila Romas katoļu baznīcā
15.00 Latvijas Nūfaundlendiešu un Lendziru kluba suņu paraugdemonstrējumi glābšanā uz ūdens centrā pie diķa
17.00 Lielkoncerts – uzvedums "Tauta Eduarda Rozenštrauha piemiņai" laukumā pie tirdzniecības centra

**25. jūlijā, piektdienā
SVĒTKU DIENA LIELVĀRDĒ**

19.30 **PIE ANDREJA PUMPURA LIELVĀRDES MUZEJĀ**
Ekumēniskais dievkalpojums Luterāņu dievnamā
Laternu darbnīcas
20.30 Ziemeļlatvijas kameransambļa koncerts, solisti Inga Šubovska un Ingus Pētersons
Apbalvošanas ceremonija "Gada novadnieks" Grāmatas "Mana un Tava Lielvārde" papildinātā izdevuma prezentācija muzejā
Gaismas projekcija "Mūsu raksti" Dziedās bērnu koris "Lielvārde"
22.30 Nakts orientēšanās "Nakc orientēterēšanās"
Nolikums: www.lielvarde.lv
Pie muzeja darbosies vasaras kafējnīca

**26. jūlijā, sestdienā
SVĒTKU DIENA LIELVĀRDĒ**

6.00 **PIE ANDREJA PUMPURA LIELVĀRDES MUZEJĀ**
Makšķerēšanas sacensības
10.00 Zivju zupa un makšķernieku apbalvošana

9.00 – 15.00 **AUSEKĻA IELĀ**
Amatnieku gadatirgus
Piepūšamās atrakcijas
12.00 Pirmskolas vecuma bērniem – bez maksas
Dienas koncerts uz lielās skatuves – piedalās amatiermākslas kolektīvi

PIE DIENAS CENTRA UN PAGALMĀ
Loesje radošā rakstīšanas darbnīca
Filcētāju radošās darbnīcas
Amatnieku radošo darbu izstāde

10.00 – 14.00 **CENTRA LAUKUMĀ**
Lielvārdiešu autokrosa mašīnu parāde

No 10.00 **IZZIŅAS UN EKSPERIMENTU CENTRĀ "LIELVĀRDI"**
Atvērtā diena – iekšējai ekspozīcijai, aizraujoši eksponāti, radošās darbnīcas maziem un lieliem.
Izzināsim šo pasauli kopā!

Visi svētku pasākumi ir bez maksas, izņemot:
• sporta pasākumos dalības maksa no 18 gadu vecuma
• piepūšamās atrakcijas bērniem par maksu no skolas vecuma

PILSĒTĀ

14.00 **Svētku gājiens**
Stāšanās pie kultūras nama "Lielvārde" 13.30
Dzelzceļa stacija – Ausekļa iela (cauri tirgum) – Daugavpils šoseja – Rembates parks

REMBATES PARKĀ
Starptautiskais floristu festivāls "Dzīves ģeometrija"
11.00 – 13.00 Velo-foto orientēšanās ar 20 kontrolpunktiem.
Nolikums: www.lielvarde.lv
15.00 Deju studijas "Teixma" deju izrādē "Cirks"
Spīdālas salīnā
No 15.00 NVO "Zied zeme"
Netradicionālas sporta spēles Latvijas čempionāta posms "Zelta mopēds"
Rītenbraucēju sacensības no 3 līdz 14 gadu vecumam Saules ielā
16.00 – 17.30 Jauno grupu koncerts Spīdālas salīnā
Nolikums: www.lielvarde.lv
19.30 Grupas "Big AI&The Jokers" un solista Alģirda Šuminska koncerts
No 22.00 NVO "Zied zeme" tvīto uz kultūras nama "Lielvārde" sienas
21.30 Svētku balle kopā ar grupu "Mākonstūmēji" un DJ Anss
24.00 Svētku uguņošana

**27. jūlijā, svētdienā
SVĒTKU DIENA LIELVĀRDĒ**

PIE LIELVĀRDES NOVADA SPORTA CENTRA
Aktīvās atpūtas diena:
• Ielu basketbols
• Mini futbols 7 pret 7
• Pludmales volejbols 2:2
• Florbols
• Teniss
• Galda teniss
• Spēka sacensības
Nolikums: www.lielvarde.lv
Jauniešiem līdz 18 gadu vecumam – bez maksas.

**No 19. jūlija līdz 25. jūlijam
Lielvārdes novada apceļošana – spēle
"DARINI SAVU LIELVĀRDES JOSTU!"**

Nolikums: www.lielvarde.lv

INFORMĀCIJA:
Kultūras nams "Lielvārde" 65053683; 65053684; 29216548
Pieteikšanās Amatnieku gadatirgum Lielvārdē 29192564
Jumpravas kultūras nams 65057616; 25450061
Lēdmanes tautas nams 65058674; 26306105
Andreja Pumpura Lielvārdes muzejs 65053759; 29322468
Lielvārdes novada sporta centrs 65054152; 29180320
Svētku vadītāja Dace Jansone 65053750; 29231470

Pielikums nr. 6. Saruna ar Agnesi Miltiņu.

Intervija ar:
Jūrmalas pilsētas Kultūras nodaļas vadītāju
Agnesi Miltiņu
Interviju veic:
Latvijas Kultūras akadēmijas
Maģistra apakšprogrammas “Kultūras menedžments un radošās industrijas”
2. kursa studente
Madara Valaine

“Kultūras produktu piedāvājums un programmas veidošanas principi Latvijas pilsētu un novadu svētkos”.

41. *Kas, Jūsaprāt, ir pilsētas un novada svētki? Kāds ir to mērķis, kas tos raksturo un kam par godu tie tiek svinēti?*
A.M.: Tie ir svētki, pirmkārt, pilsētas/novada iedzīvotājiem un otrkārt, pilsētas/novada viesiem. Tie tiek svinēti, lai parādītu pilsētas attieksmi pret savai pilsētai/novadam svarīgām vērtībām – kultūra, sports, saturīga brīvā laika pavadīšana, utt.
42. *Kādas, Jūsaprāt, ir pilsētu un novadu svētku funkcijas? Vai pilsētu svētku funkcijas atšķiras no novadu svētku funkcijām?*
A.M.: Neatšķiras, ja nu vienīgi mērogs, dalībnieku skaits, scenārijs, budžets.
43. *Cik cilvēku apmeklēja Jūsu organizētos pilsētas/novada svētkus 2014. gadā? (ja nezināt precīzi, tad aptuveni, vai norādiet, vai apmeklētāju skaits pārsniedza vai nepārsniedza pilsētas/novada iedzīvotāju skaitu)*
A.M.: Nepārsniedza, aptuveni 10 000
44. *Vai Jūsu organizētajos pilsētas/novada svētkos 2014. g. tika piesaistīti sponsori? Ja jā, tad cik un kāda ir to loma pilsētu/novadu svētkos? Kā sponsori un sadarbības partneri un organizācijas ietekmē svētku programmu?*
A.M.: Netika piesaistīti, tie ir pilsētas budžetā, bet vajadzētu iesaistīt arī uzņēmējus.
45. *Kas un kāpēc piedalījās 2014. g. Jūsu pilsētas/novada svētku organizēšanā? Kam bija vislielākā loma pilsētu / novadu svētku pasākumu programmas veidošanā? Vai to noteica viens cilvēks vai komanda? Cik lielā mērā un kā vietējie iedzīvotāji, brīvprātīgie un citas organizācijas iesaistījās organizēšanā?*
A.M.: Jūrmalas pilsētas svētkus tradicionāli organizē Jūrmalas kultūras centrs, iesaistot Pašvaldības policiju, Izglītības pārvaldi un Sporta nodaļu un Jauniešu centru.
46. *Vai pilsētas/novada svētku organizēšana ir iekļauta pašvaldības plānošanas dokumentos? Cik gadus jau tiek rīkoti Jūsu pilsētas / novada svētki?*
A.M.: Jā, ir iekļauti, tiek rīkoti jau kopš padomju laikiem.
47. *Kāpēc, Jūsaprāt, pagastu, pilsētu un novadu svētki ir viens no visapmeklētākajiem kultūras pasākumiem Latvijā?*
A.M.: Tajos ir bagātīga kultūras un izklaides programma, koncentrēta īsā laika posmā un arī ģeogrāfiski ērti apmeklējamas aktivitātes.
48. *Kāpēc, Jūsaprāt, pilsētu un novadu svētki galvenokārt tiek rīkoti vasarā?*

A.M.: Lai atvieglotu pasākumu norisi brīvā dabā, tādā veidā sniedzot iespēju tos apmeklēt lielam cilvēku skaitam.

49. *Kādi ir priekšnosacījumi vai pamatelementi pilsētu/novadu svētku pasākumu programmās un to saturā? Vai tādi vispār ir? Vai ir tādi pasākumu veidi, kuri obligāti būtu jāiekļauj pilsētu/novadu svētku programmās, piemēram, kultūras pasākumi, sporta, pasākumi bērniem u.c.?*

A.M.: Šeit noteikti jābūt mijiedarbībai starp tradīcijām un atpazīstamību no vienas puses un inovācijām un attīstības no otras puses. Jūrmalā kā tradīcija ir gājieni ar visas pilsētas iesaistīšanos, koncerts, uguņošana. Inovācijas – uzņēmēju iesaiste ar degustācijām, mākslinieku plenēra publiska aplūkošana, iesaiste, u. c. aktivitātes, kas mainās gadu no gada. Kā arī katra gada tematika – šogad jaunais Jūrmalas zīmols!

50. *Kāda ir Jūsu organizēto pilsētu / novadu svētku mērķauditorija? Lūdzu, raksturojiet!*

A.M.: Jūrmalas pilsētas iedzīvotāji pirmkārt, tad viesi un draugi, tūristi.

51. *Vai veidojot pilsētu / novadu svētku pasākumu programmu 2014. g., Jūs centāties noskaidrot, ko vēlas mērķauditorija? Ja jā, tad kā Jūs to darījāt, un vai un cik lielā mērā Jūs rezultātus ņemāt vērā, kad veidojāt nākamo pilsētu / novadu svētku programmu?*

A.M.: Mēģinājām noskaidrot un iespēju robežās arī ņemam vērā, piemēram, gājiena dalībnieku apbalvošana par spilgtāko tērpu/priekšnesumu.

52. *Vai iedzīvotāju skaits un amatiermākslas kolektīvu skaits ietekmē pilsētu / novadu svētku programmas veidošanu? Ja jā, tad kādā veidā?*

A.M.: Noteikti ietekmē – krāšņāka programma ar amatierkolektīvu līdzdalību, arī gājienā piedalās dažādi kolektīvi ar saviem priekšnesumiem.

53. *Kā Jūs veidojāt pilsētas/ novada svētku programmu 2014. g. – vai bija kādas konkrētas metodes vai principi? Vai pilsētu / novadu svētku programmu veidošanas principi gadu gaitā mainās vai Jūs pieturaties pie viena? Kādi faktori ietekmē programmas veidošanu?*

A.M.: Lūdzu skatīt atbildi uz 9.jautājumu.

54. *Kā notika konkrēto mākslinieku izvēle, ko iekļaut pilsētas / novada svētku programmā 2014. g. un kas ietekmēja izvēli? Vai māksliniekus izvēlas organizatori subjektīvi vai mākslinieku aģenti sūta piedāvājumus? Vai mākslinieku izvēli ietekmē pilsētu / novadu svētku tematika?*

A.M.: Pirmkārt, organizatori, vadoties pēc svētku koncepcijas, piemeklē māksliniekus un gatavo programmu.

55. *Vai bija 2014. g. svētkos svarīgi piesaistīt kādu, tā saucamo, top mākslinieku – “zvaigzni”? Kāpēc? Vai pasākuma “zvaigzne” vienmēr ir arī “pasākuma nagla”?*

A.M.: Jūrmalā tas noteikti ir vakara koncerts, kurā ir dažāda prakse, protams, ka publikai patīk atpazīstamas zvaigznes.

56. *Vai Jūs kaut kādā veidā strukturējāt 2014. g. pilsētas/ novada svētku programmu kategorijās? Kā un kāpēc?*

A.M.: Kas domāts ar “kategorijām”?

57. *Pēc kādiem principiem Jūs noteicāt, kuri būs maksas un kuri – bez maksas pasākumi?*

A.M.: Viss, ko organizē Jūrmalas pilsēta publisko svētku ietvaros, ir bez maksas.

58. *Kādas ir galvenās funkcijas Jūsu organizēto pilsētu / novadu svētku pasākumu programmai 2014. gadā? (izglītošana, izklaidēšana, pārsteigšana, pasākumu daudzveidība utt.)*

A.M.: Saturīga laika pavadīšana, izklaide.

59. *Vai tūrisma un politiskie faktori, Jūsaprāt, būtiski ietekmēja pilsētas / novada svētku programmas 2014. g. veidošanu? Kāpēc un kādā veidā?*

A.M.: Jā, iespaido, bet visvairāk iespaido piešķirtais finansējums un prasme tā gudrā saplānošanā.

60. *Kam bija svarīgāka loma pilsētu/ novadu svētku pasākumu programmās – vietējiem māksliniekiem vai viesiem (arī ārzemju), amatiermākslas kolektīviem vai profesionāliem māksliniekiem, kvalitātei vai kvantitātei? Pamatojiet, lūdzu, savu viedokli un pieredzi! Vai cenšaties rast balansu starp šīm kategorijām?*

A.M.: Svētku vienotai koncepcijai, savstarpējai sadarbībai, lai būtu aktivitātes, atbilstošas katras mērķgrupas interesēm.

61. *Kā, Jūsaprāt, reaģētu pilsētu / novadu svētku auditorija, ja krasi mainītu pilsētu / novadu svētku programmas satura veidošanas paradumus un tendences, vairāk iekļaujot profesionālo mākslu, inovatīvus vai eksperimentālus pasākumus un atturoties no tradicionāliem pasākumiem? Vai Jūs esat to praktizējis (ja jā, tad kā reaģēja auditorija) un vai tas, Jūsaprāt, vispār ir nepieciešams?*

A.M.: Protams, ka laiku pa laikam ir kaut kas jauns jāpiedāvā, cilvēki to uztver dažādi, bet tas raisa diskusijas un pārdomas, kā arī palīdz noskaidrot mērķgrupas intereses.

62. *Kādas ir būtiskākās problēmas, apgrūtinājumi, izaicinājumi vai riski, ar kuriem Jūs sastopaties, veidojot pilsētu / novadu svētku programmas?*

A.M.: Laika apstākļi var kalpot gan kā iespēja gan drauds. Kā arī komandas darbs un spēja sadarboties un koordinēt gan satura, gan tehniskos jautājumus. Ļoti svarīga ir vadības spēja rast risinājumus visdažādākajās situācijās.

Intervijas beigas.

JOMAS IELAS SVĒTKI

5.-6. JŪLIJS

5. jūlijs

Lielā skatuve Majoru stāvlaukumā

- 12.00 CREDD
- 14.00 Moment
- 15.00 Colours of Bubbles (LT)
- 16.00 Dzelzs Vilks
- 17.30 Ufo
- 18.50 Suna Stunda
- 19.50 Sībyl Vane (EE)
- 21.00 Triānas Parks
- 22.30 Normunds Jakušonoks un TIPA ORKESTRIS

00.00–02.00 DJ Roberts Lejasmeijers

11.00–18.00 5th Baltic Bike Days 2014

Jomas ielā pie Hotel Jūrmala SPA

- 13.00 Flame & The Rolltones
- 15.00 Pyro Trees
- 16.00 B-Sea Surfers
- 17.30 Modes skates „Jūrmalas kūrorta kolekcijas”
- 19.00 Karina Free
- 20.00 Band Mango
- 21.00 Neon Saturdays

Bērnu skatuve Horna dārzā

- 13.00 Skolēnu pils teātra „Ziluks” izrāde „Kurts šnorē, lai atpūtinātu galvu”
- 15.00 Aukstuma eksperti
- 16.00 BG deju studija
- 17.00 „Soul Tap” stepa meistarklase un priekšnesumi
- 18.00 Vokālā grupa „Espresso”

13.00–19.00

Radošās darbnīcas bērniem Horna dārzā

**Aicina
Jūrmalas
pilsēta!**

6. jūlijs
Horna dārzā

Dziesminieku skatuve

- 16.00 Andris Akmentiņš
- 17.00 Ornaments
(Laura Dudare, Dzintars Šusts)
- 18.00 Mikus Frišfelds
- 19.00 Marko Ojala un Anta Engele
- 20.00 Roberts Gobziņš un Resnie Putni
- 21.00 Gaujarts



AVON

ieeja bez maksas

Vairāk info www.jurmala.lv

_____ darbs
Bakalaura, maģistra

“ _____ ”
_____ tēmas nosaukums

izstrādāts Latvijas Kultūras akadēmijas _____ katedrā
_____ katedras nosaukums

Ar savu parakstu apliecinu, ka _____ darbs izstrādāts patstāvīgi; izmantojot citu autoru darbos publicētus datus, definējumus un viedokļus, dotas precīzas norādes (atsauces) uz to ieguves avotu; iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autors: _____ . ____ . ____ .2015.
Vārds, uzvārds Paraksts

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītājs: _____ . ____ . ____ .2015.
Akadēmiskais amats, grāds, vārds, uzvārds Paraksts

Recenzents: _____
Akadēmiskais amats, grāds, vārds, uzvārds

Darbs iesniegts ____ . ____ .2015.

Studējošo servisa speciālists : _____
Vārds, uzvārds Paraksts

Darbs aizstāvēts LKA _____ gala pārbaudījumu komisijas sēdē
Bakalaura, maģistra

____ . ____ .2015. prot. Nr. _____ vērtējums _____

Komisijas sekretārs: _____
Vārds, uzvārds Paraksts