

PRIMENA EMBOK MODELA U MENADŽMENTU DOGAĐAJA IZ OBLASTI KULTURE I UMETNOSTI**APPLICATION OF EMBOK MODEL IN EVENT MANAGEMENT IN THE FIELD OF CULTURE AND ART**

Dario Maslač, *Fakultet tehničkih nauka, Novi Sad*

Oblast: PROJEKTNi MENADŽMENT

Kratik sadržaj – U radu se analizira primena EMBOK modela u organizovanju Međunarodnog festivala umetnosti KotorArt koji se dešava svako leto u Kotoru, Crnoj Gori.

Ključne reči: Menadžment, događaj, organizacija, embok, kultura.

Abstract – The thesis presents the use of EMBOK model in organizing the International Festival KotorArt which takes places every summer in Kotor, Montenegro.

Keywords: Management, Event, Organization, Embok, Culture.

1. UVOD

Predmet istraživanja rada jeste analiza primene EMBOK modela u organizovanju konkretnog događaja, u ovom slučaju festivala umetničke muzike KotorArt koji, po svojim kvantitativnim ali i kvalitativnim karakteristikama spada u događaje velikog obima, međunarodne ispraćenosti i regionalnog društveno-kulturnog značaja.

Cilj ovog rada jeste pružanje smernica za uspešno organizovanje događaja kakav je međunarodni festival KotorArt i ukazivanje na važnost i vrednosti organizovanja i ulaganja u kulturno-umetničke događaje. Kroz rad prolazićemo kroz specifikaciju aktivnosti i odgovornosti koje EMBOK model sadrži, a koji organizatorima, menadžerima i upravi služi kao podsetnik i lista aktivnosti koje se moraju obaviti kroz procese planiranja, organizovanja i realizacije događaja. Na osnovu ovog modela, organizatori mogu pratiti da li su sve pobrojane aktivnosti obavljene na najefikasniji način. Cilj samog rada jeste detaljno i sa što više validnih informacija napraviti dekompoziciju događaja sa aspekta pet domena EMBOK modela - administraciju, dizajn, marketing, operacije i rizika.

Istraživanje je predstavljeno na bazi prethodnih teorijskih saznanja i novootkrivenih empirijskih činjenica. Na osnovu toga, istraživanje se zasniva na sledećim istraživačkim pitanjima:

- Da li je primena EMBOK modela pogodna za organizaciju događaja kao što je festival umetničke muzike
- Postoji li specifičnost u pogledu analize stejkholdera kod događaja u oblasti kulture i umetnosti u odnosu na događaje iz drugih oblasti?
- Da li postoji prostor za unapređenje modela pri organizaciji događaja u oblasti kulture i umetnosti?

U cilju boljeg razumevanja tematike ovog rada, opisane su teorijske osnove samog događaja, pre svega njegov pojam, istorija nastanka i značaj. Zatim najznačajnije klasifikacije događaja i tipologija. Zatim je kroz rad ukazano na važnosti kulture kao društvenog fenomena i kulturnih dešavanja i organizacija. Kroz rad se posebna pažanja posvetila upravo upravljanju događajima koji se realizuju u oblasti kulture kao što su festivali, pozorišne predstave, izložbe, koncerti klasične muzike i sl. Kao vrlo specifični događaji, kako zbog prirode i svrhe realizovanja, tako i zbog publike koju privlače, događajima u oblasti kulture se mora prići na specifičan, nekonvencionalan način sa posebnim znanjima i veštinama organizatora i menadžera istih.

Kulturne potrebe su oni objekti koji zadovoljavaju: lepotu (ukus), uživanje, zadovoljstvo, saznanje čoveka i kulturnih grupa. U osnovi ovih potreba nalazi se potreba za smislom (unošenje smisla u svakodnevni život), za verovanjem, samorefleksijom, mišljenje o drugima, doživljajem, osećanjem [5].

2. POJAM MENADŽMENTA DOGAĐAJA

Kako se menadžment događaja smatra vrlo mladim poljem naučnog istraživanja, ne postoji opšteprihvaćena definicija šta zapravo predstavlja upravljanje događajem i šta su to događaji. „Postoje velike razlike u definisanju događaja. Jedan, nezanemarljiv broj autora, usluge posmatraju kao doživljaje. Događaji su sastavljeni od velikog broja usluga različitih karakteristika, koji predstavljaju doživljaje. Tako se događaj može posmatrati kao skup pojedinačnih doživljaja, koji, pomoću sinergijskog efekta, pružaju viši nivo ukupnog doživljaja.“ [1]

Događaji, kao što se iz raznih definicija mnogobrojnih autora moglo zaključiti, predstavljaju deo uslužne ekonomije, čime impliciramo uključenost kako živog tako i minulog ljudskog rada u cilju zadovoljenja potrošačevih potreba i zahteva. Međutim, postoje evidentne razlike od onoga šta se podrazumeva pod klasičnom uslužnom ponudom. Te razlike postoje upravo u onim elementima

NAPOMENA:

Ovaj rad proistekao je iz master rada čiji mentor je bio dr Nenad Simeunović.

događaja koji njega definišu kao takvog: jedinstvenost, neponovljivost, vremenska određenost, ambijentalnost itd. Događaje možemo klasifikovati po različitim kriterijumima: *veličina, vrsta, specifičnost, namera, karakteristike događaja i sl.*

Ukoliko kao kriterijum za klasifikaciju događaja uzmemo veličinu (najčešći parametar klasifikacije), onda događaje možemo podeliti u četiri kategorije: lokalni događaji, glavni događaji, hallmark događaji i mega događaji. [4]

Dok ukoliko kao kriterijum pri klasifikaciji događaja uzmemo ponovljivost i specifičnosti, događaje možemo podeliti u dve kategorije: specijalni događaji i uobičajeni događaji.

Događaji u oblasti kulture se najčešće mogu podvesti i pod kategoriju glavnih događaja. Kulturni događaji su u uskoj korelaciji sa turizmom kako bi u toj sinergiji ostvarili maksimalne ekonomske koristi za zajednicu u kojoj se dešavaju. Lokalne samouprave i srodne organizacije su rade da podrže događaje iz kulture kako privatne tako i javne produkcije zarad razvijanja reputacije turistički atraktivne lokacije sa kvalitetnim i raznovrsnim sadržajem. Kultura, kako sastavni deo svakog društva igra značajnu ulogu kako u životima organizatora ovakvih događaja tako i kod publike koja učestvuje na njima.

3. UPRAVLJANJE DOGAĐAJIMA U OBLASTI KULTURE

Reč kultura je latinskog porekla (*colere – gajiti*). Pod pojmom kultura podrazumeva se način života jednog društva ili uže društvene grupe, sadržaj interakcija u kojima oni ostvaruju svoje osnovne egzistencijalne potrebe kao što su rad, komunikacija, način ishrane, oblačenje, stanovanje, porodični život, religija, zabava, umetnost, moć i vlast. Osnovni elementi kulture su: sazajni, instrumentalni, vizionarski. Čovek i zajednica saznaju svet, stvaraju pogodna sredstva za ovladavanje svetom i zamišljaju nove oblike stvarnosti [5].

Kultura kao društveni fenomen i, kao što i sam naslov poglavlja govori – imperativ, ima ulogu podizanja svesti pojedinca i celog društva do toga da njihovi ideali budu: čovečnost, pravičnost, istinitost i uzajamno poštovanje. Oslanjajući se na ovu retoriku, u interesu društva bi trebalo biti da sve od sebe da dosegne te ideale, a u idealnom scenariju – i poboljša.

Osim volje, nezaobilazan momenat u podsticanju razvoja i širenja kulture kao sastavnog elementa civilizovanog društva jeste – novac. Ovaj spoj materijalnog, vanvremenskog, duhovnog, „izraza duše“ ovoploćenog u konačnosti zvanog umetnost, ili šire kultura, i materijalnog, realnog, jednodimenzionalnog, iskazanog u najtiražnijoj reči – novac, ipak, neosporno je, najbolje funkcionišu zajedno [1].

Kulturni i umetnički događaji (festivali, manifestacije, takmičenja, smotre, masterklasovi i sl.) imaju važnu ulogu u postizanju kulturne održivosti, jer su oni katalizatori ekonomske aktivnosti, estetike izvrsnosti, regionalne saradnje, razvoja turizma, podižu svest o pitanjima održivosti, obrazovanja, utiču na stvaranje kulturnog identiteta, podstiču interkulturalnost i društvenu koheziju [6].

4. EMBOK MODEL U MENADŽMENTU DOGAĐAJA U OBLASTI KULTURE I UMETNOSTI

Grupa naučnika i akademika koja se bavila istraživanjem menadžmenta događaja sa akademskog i profesionalnog nivoa, razvila je metodu o upravljanju događajima – EMBOK (*Event Management Boody of Knowledge*). Naredni prikaz vizualno predstavlja pet domena znanja i srodne funkcionalne jedinice, od kojih se svaka sastoji od 7 klasa koje menadžer samog događaja treba da „savlada“, neke formalnim znanjem i studijskim istraživanjem, neke i ličnim iskustvom u datoj oblasti. Tako je ova metodologija našla primenu i u oblasti kulture prilikom planiranja i organizacije kulturno-umetničkih događaja.

Studije o događajima sagledavaju širu sliku, obuhvataju i tiču se svih pitanja u vezi planiranja događaja, pored upravljanja, dizajna, operacija. Takođe, studije o događajima postoje i bez menadžmenta događaja. Kada istraživač, sociolog, ili jednostavno zainteresovani pojedinac ispituje uticaje određenog događaja, bez prethodnog interesovanja za njegovo planiranje ili procese izvršenja, to je primer studijskog pristupa događajima.

Svaki domen predstavlja zasvođenu oblast aktivnosti koja može odražavati organizacionu strukturu ili modularizovanu kategoriju za izučavanje i/ili analizu. Ova struktura obezbeđuje razvijanje sistema i potrebno dokumentovanje za disciplinovanu i temeljno upravljanje događajima i rizicima koji ih okružuju [1].

Domen administracije tiče se raspoloživih resursa, njihovog pronalaženje, raspodele i kontrole. Kako su projektni resursi limitirani (vreme, novac, opseg), tako se kroz ovaj domen očekuje njihovo pravilno sticanje i iskorišćavanje na najefikasniji način u cilju uspešne realizacije projektnog događaja, uz svođenje rizika na minimum.

Domen dizajna se fokusira na umetničku interpretaciju i ekspresiju svrhe i ciljeva projekta organizacije događaja i njegove iskustvene dimenzije. [1] Dizajn događaja kombinuje sve vizualne-sezitivne elemente čiji je cilj kreiranje pozitivnog doživljaja i osećaja satisfakcije prisutvovanju događaju.

Domen marketinga se bavi funkcijama koje obezbeđuju razvoj poslovanja, neguju ekonomsku i političku podršku i oblikuju sliku i vrednost projekta organizacije događaja. Priroda događaja kao „iskustva“ čini potrebnim temeljno razumevanje jedinstvenog odnosa prodavac-kupac, povezanog sa ovim neopipljivim proizvodom [1].

Domen operacija se koncentriše na ljude, proizvode i usluge koji će biti sakupljeni zajedno na mestu organizovanja projekta događaja, kao i na uloge, odgovornosti, primene i manevre povezane sa svim elementima događaja. Neophodna je besprekorna koordinacija kako bi se upravljalo ovom simfonijom logističkih i funkcionalnih zahteva i očekivanja [1].

Domen rizika se bavi zaštitnim obligacijama, mogućnošću i zakonodavstvom tradicionalno povezanim sa bilo kojim preduzećem, uključujući i projekat događaja. Ove oblasti su neraskidivo povezane sa svakim izborom i svim izvedenim aktivnostima i sve više ih nalažu interesne strane, od regulatornih tela do različitih konzumenata događaja [1].

5. PRIMENA EMBOK MODEL U ORGANIZACIJI FESTIVALA KOTORART

Međunarodni festival KotorArt, manifestacija od državnog značaja za kulturu Crne Gore, jedan je od najvećih i najznačajnijih festivala umetnosti u državi i regionu. Svakog leta KotorArt okuplja impresivan broj međunarodnih umetnika, a sa preko 200 programa na brojnim ambijentalnim lokacijama u Kotoru i širom Boke privlači više desetina hiljada posetilaca, čime se svrstava u najposećenije festivale ovog tipa u regionu.

KotorArt dobitnik je nagrade *Wild Beauty Award* za najbolju manifestaciju 2018. godine, kao i prestižne *EFFE titule* za period 2019/20 koju dodeljuje Evropska asocijacija festivala, što je neosporiv dokaz umetničkog, kulturnog i produkcionog kvaliteta, visokog renomea manifestacije na lokalnom, nacionalnom i regionalnom nivou, ali i vodeće uloge koju KotorArt ima u kulturnom životu Kotora, Crne Gore i regiona.

Sa vizijom Kotora kao važnog kulturnog centra Crne Gore, regiona ali i Evrope, KotorArt stremi ka umetničkoj izvrsnosti. Okuplja vrhunske umetnike, realizuje programe sa jedinstvenim i originalnim koncepcijama, koji su snažno povezani sa lokalnom zajednicom i često isprepleteni sa drugim oblastima i aktuelnim društvenim temama.

5.1. Administracija

Kao Festival od posebnog značaja za kulturu Crne Gore, KotorArt uživa pokroviteljstvo Opštine Kotor, Ministarstva kulture Crne Gore i Ministarstva održivog razvoja i turizma Crne Gore. Veliki broj uspešnih kompanija u Crnoj Gori i regionu, tokom godina podržava festival kroz komercijalna sponzorstva: Luštica Bay, Coca-Cola, Porto Montenegro, Luka Kotor, Prva banka Crne Gore, Crnogorska komercijalna banka, Sava osiguranje, The Capital Plaza, Hard Rock Cafe, Hoteli Palma, Cattaro, Palmon Bay i mnogi drugi, a programi festivala se organizuju zahvaljujući velikoj mreži partnera iz javnog, privatnog i nevladinog sektora, na lokalnom i nacionalnom nivou. KotorArt je povezan sa međunarodnom umetničkom zajednicom kroz saradnju sa brojnim organizacijama, umetničkim agencijama i asocijacijama iz celog sveta.

5.2. Dizajn

Kako bismo bili u mogućnosti da dizajniramo temu događaja, prvo moramo definisati svrhu i cilj događaja. XIX KotorArt Don Brankovi dani muzike 2019. godine trajali su duže nego prethodnih godina, od 05. jula do 13. avgusta i objedinjujući nekoliko serijala koncerata i pažljivo osmišljavanih celina – koncerte umetničke muzike, evergreen-pop koncerte koji su ove godine povezani sa klasičnim zvukom, platformu KotorArt Talenti, programe za najmlađu publiku KotorArtić, serijal programa Pjaca od džez, kao i programski serijal Luke Umjetnosti.

Program devetnaestih KotorArt Don Brankovih dana muzike uključuju 28 koncerata u okviru glavnog programa i preko 200 nastupa i performansa u okviru programskog segmenta Luke umjetnosti.

Pored muzičkih programa, održan je i tradicionalni segment Pjaca od Filozofa, koji je trajao dve večeri sa dva predavanja.

5.3. Marketing

Marketing kampanja festivala KotorArt se može podeliti u tri kategorije:

- Prefestivalski marketing
- Festivalski marketing
- Postfestivalski marketing

Prefestivalska faza marketing kampanje Festivala traje od februara, kada se kreće sa postepenim najavljuvanjem programa, pa sve do samog početka Festivala. Marketing kampanja koja se odvija tokom trajanja festivala, slobodno se može okarakterisati kao “intenzivna marketing kampanja”. Kada govorimo o postfestivalskom marketingu, on je umerenijeg intenziteta, kako sadržinski tako i sa vremenskog aspekta. Festival se trudi da se u svesti publike zadrži što je duže moguće u periodu nakon završetka Festivala.

5.4. Operacije

Kako bi sve projektne aktivnosti bile realizovane kao što je i planirano i kako bi se obezbedio zadovoljavajući kvalitet, produkcija i organizacija KotorArt Don Brankovih dana muzike osigurava da sve bude detaljno isplanirano, da su sve aktivnosti unapred predviđene i da se tačno prati napravljeni plan, jer se na taj način smanjuju zastoji i čekanja, a ujedno se obezbeđuje očekivani kvalitet realizacije samog festivala.

KotorArt Don Brankovi dani muzike svoje događaje realizuje na preko 20 lokacija širom Boke. S tim u vezi, potrebno je posebnu pažnju posvetiti organizaciji prostora u kojima će umetnici kao i zaposleni koji nisu iz Crne Gore boraviti. Kako festival odlikuje dinamika u njegovom dešavanju, svi operativni članovi tima moraju biti precizno upoznati sa svakim pojedinačnim programom, vremenom i lokacijom njegovog dešavanja.

5.5. Rizik

Najveći finansijski rizik festivala je svakako vezan za politiku. Većinski budžet (2/3) a samim tim i obim programa zavise od političke situacije u državi i na lokalnu. Kada govorimo o rizicima ljudskih kadrova, oni su najmanje verovatni. Podrazumevaju odsustva ključnih ljudi na programima (umetnika, dirigenta) usled vanrednih okolnosti, nepredvidive bolesti kako članova organizacije tako i samih učesnika. Kako je primarna funkcija festivala organizacija koncerata umetničke, dzez i pop muzike, produkciono rizici su takođe od ključnog značaja za nesmetano odvijanje festivala. U produkcione rizike spadaju vremenske neprilike (jer se 70% sadržaja festivala realizuje na otvorenom), kvar opreme, problemi u transportu opreme, povrede na radu, problemi sa snabdevanjem električne energije i sl.

6. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

U radu su dati odgovori na sva istraživačka pitanja. Za kvalitetan menadžment događajem, odnosno festivala umetničke muzike, koji je i bio predmet analize, utvrđeno je da je primena EMBOK modela ne samo moguća, već i poželjna u cilju veće efikasnosti i efektivnosti rada svih učesnika.

Predlog potencijalnog unapređenja organizacije i realizacije festivala bi se mogao predložiti u domenu rizika. Kako se većina programa festivala realizuje na otvorenom (stadion, trgovi, Ljetnja scena) rizik od vremenskih nepogoda predstavlja veliki stres, kako za zaposlene tako i za izvođače i najzad, za publiku. Nebrojeno puta koncerti i programi su morali da se odlože ili čak otkazu zbog iznenadnih vremenskih nepogoda koje su, uzimajući u obzir geografsku lokaciju Kotora, vrlo nepredvidive. Rešenje ovog problema bi se moglo realizovati u vidu kapitalne investicije – izgradnje koncertne dvorane. Međutim, ova investicija ne zavisi samo od festivala. Naprotiv, festival sa svojim budžet, koji je predodređen državnim i lokalnim budžetima nema finansijska sredstva za izgradnju koncertne dvorane. Pitanje izgradnje koncertne dvorane kakvu Kotor kao grad kulture i umetnosti Crne Gore zaslužuje, mora se predstaviti državnim organima kao i organima lokalne samouprave (Ministarstvu kulture, Opštini Kotor itd.)

Kao pravac daljih istraživanja, nameće se prilagođavanje modela prirodi i specifičnostima događaja u oblasti kulture i umetnosti, uzimajući u obzir širu primenljivost u oblasti.

Kako je celokupan akcenat ovog rada stavljen na projektne događaje u oblasti kulture, njihov značaj i važnost za pojedinca, društvenu grupu i na kraju - državu, želeo bih da rad završim citatom iz, sada već legendarnog filma „Društvo mrtvih pesnika”, reditelja Peter Weira koji glasi: „Nauka nam pomaže da lakše živimo, ali umetnost nam govori zašto živimo” jer, umetnost je sve(t).

7. LITERATURA

- [1] M. Koprivica, Menadžment događaja, Prometej, Novi Sad, 2008.
- [2] W. & R. Chambers, The Chambers Dictionary, HYPERLINK "https://en.wikipedia.org/wiki/Chambers_Harrap" \o "Chambers Harrap" Chambers Harrap Publishers Ltd, Edinburg, Scotland, UK, 2011.

- [3] A. Andrejević i A. Grubor, Menadžment događaja, Fakultet za uslužni biznis Sremska Kamenica, 2007.
- [4] G. Bowdin, J. Allen, W. O'Toole, R. Harris, I. McDonnell, Events Management, Elsevier Ltd, 2006.
- [5] Z. Avramović, Menadžment u kulturi umetnosti, Old Commerce Novi Sad, 2007.
- [6] S. Mandić, Kulturna politika i održivi razvoj, Ispitni rad, Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd, 2016.
- [7] M. Dragičević Šešić, S. Dragojević, Menadžment umetnosti u turbulentnim okolnostima, CLIO, Beograd, 2005.
- [8] J. Allen, Event Planing: the ultimate guide to successful meetings, corporate events, fund-raising galas, conferences, conventions, incentives and other special events, John Wiley&Sons Canada Ltd, Ontario, Canada, 2009.
- [9] D. Getz, Event Studies: Theory, research and policy for planned events, Elsevier Ltd, USA, 2007.
- [10] J. Goldblatt, Special Events, John Wiley&Sons Inc, New York, USA, 2002.
- [11] A. Shone, B. Parry, Successful Event Management: A practical handbook, Cengage Learning Inc., Hampshire, UK, 2004.
- [12] D. Conway, The Event Manager's Bible: How to plan and Deliver an Event, How to Books Ltd, Oxford, UK, 2006.

Kratka biografija:

Dario Maslač, rođen je u Novom Sadu 1994. godine. Master rad na Fakultetu tehničkih nauka iz oblasti Projektnog menadžmenta, Menadžment događaja odbranio je 2020. godine. Kontakt: dariomaslac994@gmail.com