

SLAVNÉ DNY

PŘÍBĚHY, KTERÉ PSALY HISTORII



Woodstock (15.srpen 1969)

AKTIVITA: SŠ
NÁZEV: Jak připravit festival?

ANOTACE:

Žáci si sami vyzkouší postup přípravy festivalů a i jiných kulturních akcí. Žáci získají přehled o možnostech občanské participace, která přispívá k rozvoji v oblasti kultury, a to nejen v místech jejich bydliště.

VZDĚLÁVACÍ OBLASTI A OBSAHOVÉ VZDĚLÁVACÍ OKRUHY:

GV: český jazyk a literatura, základy společenských věd, dějepis

OV: český jazyk a literatura, občanská výchova, dějepis

PRŮŘEZOVÁ TÉMATA:

GV a OV: multikulturní výchova, výchova v evropských a globálních souvislostech

KLÍČOVÉ KOMPETENCE:

k učení, komunikativní, občanské

CÍLE:

Žáci:

- připraví kulturní akci pro své spolužáky,
- vyzkouší si propracovat jednotlivé body přípravy festivalu,
- zjistí možnosti pořádání hudebních akcí v místě školy a v místě bydliště.

DĚLKA:

45minut

POMŮCKY:

- tužka
- pracovní list
- internet
- kniha **Slavné dny 50+2 příběhy, které psaly historii (str. 200)**

POSTUP:

- 1) Učitel promítne video: <http://www.stream.cz/slavedny/751078-den-kdy-zacal-festival-ve-woodstocku-15-srpen> nebo rozdáme text z knihy „*Slavné dny 50+2 příběhy, které psaly historii*“.

- 2) Žáci se rozdělí do skupin po třech.
- 3) Do každé skupiny učitel rozdá jeden pracovní list. Žáci mají za úkol společně zorganizovat fiktivní hudební festival dle svého výběru a přání. Rozdělí si jednotlivé úkoly v rámci prac. listu, aby proces přípravy co nejvíce urychlili.
- 4) Žáci společně s učitelem prochází jednotlivé body. Učitel je upozorňuje na případné opomenutí (viz poznámky pro učitele).
- 5) Za domácí úkol mají žáci zjistit možnosti pořádání kulturních akcí v místě svého bydliště.

REFLEXE:

Reflexe proběhne formou diskuze nad jednotlivými body pracovního listu. Učitel společně s žáky doplňuje, co jednotlivci případně skupiny opomněly. Po celou dobu klade důraz na možnost něco podobného uspořádat v rámci školy či bydliště žáků.

PRACOVNÍ LIST (v rámci úspory papíru je možnost daný list promítnout na tabuli):

TEORIE

Co?

Jak?

Kdy?

Kde?

Základní zajištění

PRAXE

Příprava

Design

Reklama, propagace

Kapely, program

OSA

Myšlenka projektu

POZNÁMKA a ZDROJE:

Pro učitele:

1. TEORIE

1.1 Co

Nejdříve si pořadatel musí uvědomit, co chce dělat. Jakým duchem bude akce pojatá. Bude to zaměřené čistě na poslouchání hudby? Bude tam další doprovodný program? Pro jakou vrstvu lidí bude akce určena? Jak dlouho bude akce probíhat (ne čas, ale dny)? Budu to organizovat pro 10 kamarádů, 50 známých nebo 300 návštěvníků? Koho oslovím o pomoc s hlavními problémy? V jakém přibližném finančním rozpočtu akce bude?

Tyto otázky jsou opravdu nanejvýš důležité. Akce pořádané v duchu nějaké myšlenky mají mnohem větší úspěch. Organizovat obyčejný koncert není tak zajímavé, jako organizovat benefiční koncert, či koncert na místě, kde takové akce nejsou zvykem. Lidé jsou vděční za takovou pomoc, jakou je kulturní akce.

1.2 Jak

Přípravný tým je neocenitelná výpomoc. Lze využít kamarády nebo profesionály, odvíjí se to od vašich finančních možností.

Připravit seznam termínů tzv. „přípravných setkáních.“ Ještě před ním je potřeba si uvědomit odvětví, za která budou různí lidé odpovědní, hlavní jsou: reklama, tisk, design, technika, „papíry,“ pořadatelská činnost, finance (viz. podkapitoly níže). Též důležité je určit prostředníka mezi vším děním (informátor), který má největší přehled nad projektem. Musí být také jedna fyzická nebo právnická osoba, která bude ručit celým festivalem a akci zaštit'ovat. Samozřejmě může být více funkcí na jednom člověku. Velmi důležité je rozmyslet, zda-li bude akce pořádaná fyzickou, či právnickou osobou. Podle toho máte/nemáte další práva a povinnosti. Osoba pověřená určitou funkcí nemusí sama tu činnost konat, ale je zodpovědná, aby funkce byla provedena.

Hlavní pravidlo při veškeré činnosti s akcí je: vše zapisovat. Veškeré materiály ukládat, přemýšlet dopředu, všechny finance mít na papíře (i když je to třeba jen půjčka), před podepsáním čehokoli pečlivě pročíst, nejlépe poradit se s někým, kdo smlouvě dobře rozumí.

1.3 Kdy

Termín je jedním z hlavních faktorů, který určí kolik návštěvníků dorazí. V dnešní době má každý člověk mnoho možností kulturního vyžití a je velice nepříjemné, když se setká více akcí na sobě blízkém místě v jeden den. Nejprve si člověk má uvědomit, jak dlouho bude přibližně trvat příprava festivalu. Chce-li dělat kvalitní reklamu, je třeba mnoho času. Například, aby se domluvila reklama v časopisech, radiu, novinách a na mnoho místech. Myslím, že minimální čas

je 3 měsíce, ale lepší je, když je času více (já začal půl roku dopředu a bylo to napoprvé akorát). Během přípravy si člověk vzpomene na tolik věcí, co mohl zařídit, ale bohužel může být již pozdě. Proto raději více času. Reklama hraje na datum velkou roli.

Další faktor je období, ve kterém se má akce uskutečnit. Není vrchol sezóny, tudíž by bylo jisté, že bude akcí mnoho? Nebo jsou prázdniny, svátky, kdy bude mnoho lidí na dovolené? Jako třetí faktor je samotný datum. Organizátor by si měl projít informační weby a kanály, zda-li se již nekoná nějaká velká akce.

Musí také počítat s tím, že se může cokoliv zkazit a datum bude potřeba změnit. Například nečekané problémy s pronájmem prostoru, počasí nebo nemožné stihnutí přípravy.

1.4 Kde

Vymyslet ten nejvhodnější prostor pro konání akce je velice komplikované. Raději známé prostory, kde se již akce konají, nebo dát přednost novému prostoru, kde by mohla začít nová tradice? Nebylo by lepší, aby byla akce venku? Je potřeba předložit všechna pro a proti, jestli venku, vevnitř, doma nebo daleko. Venku je problém s pódiem, případným oplocením a hlavně nejistým počasím, ale je to pod širým nebem a to je přeci nádherné. Uvnitř je problém s pronájmem sálu, možnosti poničení prostoru, omezená kapacita, ale naopak jistota, že akce vůbec bude a také je větší bezpečí proti poničení aparatury a nástrojů.

Na blízké místo může člověk kdykoliv dojet, ale je možné, že daleko budou příhodnější podmínky pro organizaci. Musíme si dopředu připravit více prostorů a začít obvolávat, lépe objíždět, majitele. Nebude-li jim vyhovovat termín, tak mít dopředu připravený jiný. Hlavně si připravit slušný a na úrovni podaný proslov o myšlence a přínosu projektu. Nejvhodnější je, když prostor vlastní nám známý člověk, tím odpadne mnoho dalších starostí.

1.5 Základní zajištění

- **Hudba:** vyhledat kapely, domluvit se na ceně a neustále být s kapelníky v kontaktu a dávat jim informace o veškerých změnách. Zvukař je velmi drahá a problematická funkce, proto se zde nejvíce osvědčí známosti (doporučuji nikdy nezapomenout oficiálně poděkovat zvukaři, je to velmi náročná funkce). Také je užitečné domluvit s kapelami univerzální nástroje pro všechny, aby se večer zbytečně neprodužoval zvučením (hlavně bicí).
- **Sál:** připravit rozmístění aparatury, židlí, stolů atd., výzdobu (nejlépe, když má na starosti zvláštní skupinka lidí), plán podia pro program i kapely, alternativní vchody proti podvodníkům, občerstvení, V.I.P. prostory, bezpečnostní opatření (únikové východy), cedulky zákazů a povolení a ještě zjistit umístění pojistek a získat kontakt na zodpovědnou osobu pronajatého prostoru.
- **Lidé:** domluvit bodyguardy, pořadatele, lidi u kasy, nosiče aparatur, V.I.P návštěvy, hasiče, moderátory, zdravotníka a informovat místní policii o konání akce.

SLAVNÉ DNY

PŘÍBĚHY, KTERÉ PSALY HISTORII

- **Papíry:** osa - pouze pro zastupované autory (viz. podkapitola 2.5), nájemní smlouva, daň městu, daň státu (pouze od určitého příjmu osoby nebo pro akce necharitativní), daň ze vstupenek, nákupní lístky uchovávat pro doložení sponzorům, smlouvy s kapelami, honoráře pro účinkující, doporučuji dále zjistit si veškeré požadavky města, každé má jiné. Dále pro sponzory smlouvu o reklamě, přijetí nepeněžního resp. peněžního daru, paragony (nejlépe jako DPP).
- **Sponzoři:** věcní i finanční jsou vždy vítáni (například jako hodnotné ceny pro významné návštěvníky), také se zde velmi osvědčí dobré známosti, důležitá je i komunikační dovednost, nezapomínat přečíst podrobně papíry, dodržet je přesně a být se sponzory v kontaktu.
- **Vstupenky:** musí být očíslované, na silném papíře, orazítkované městem, několikrát překontrolovat před tiskem chyby, nezfalšovatelné, musí mít kontrolní ústřížek (příloha A). A poté doporučuji vytvořit vrácenku (například: razítko).
- **Program:** dobře se musí promyslet dostatečný čas, vymyslet popřípadě mezi-program, náhradní verze, vše prodiskutovat s moderátory a doporučuji tisknout podrobnou strukturu programu i zjednodušenou.
- **Reklama:** vytvořit plakáty, které budou přehledné a zároveň zajímavé, vytisknout je v dostatečné velikosti např. na školy, vývěsní plochy - některé jsou placené, některé ne, nosit na různá setkání, akce, prostory, kde se pohybují lidé. Dále je užitečné vytvořit prezentaci o akci (promítání na kulturních akcích), protože když je prezentace kvalitní, tak velmi zapůsobí. Náročné je najít levný tisk s dostatečným, nejlépe barevným, tiskem min. formátu A3. Dále dodat plakáty (nebo bannery) na co nejvíce webových stránek, nebo rozeslat po e-mailech. Komunikace s designérem je velice častá a důležitá. Každý drobně vylepšený detail může silně pomoci.

<https://jinaj.signal.cz/1001/organizace-festivalu>

DOPORUČENÍ:

Důvody, proč někteří interpreti na Woodstock nedorazili, naleznete v knize **Slavné dny 50+2 příběhy, které psaly historii.**

Zpracovala:

Tereza Vodičková