

Rafał SADOWNIK

Warsztaty Kultury w Lublinie

Agnieszka WIECHNIK

Referat ds. Marketingu Miasta w Kancelarii Prezydenta Miasta Lublin

RENESANS LUDYCZNOŚCI – CARNAVAL SZTUK-MISTRZÓW W LUBLINIE: WYDARZENIE JAKO WIZYTÓWKA MIASTA

Wstęp

Carnaval Sztuk-Mistrzów – którego patronem jest Jasza Mazur, czyli bohater literacki słynnej powieści Izaaka Bashevisa Singera *Sztukmistrz z Lublina* – jest materializacją idei przywrócenia pierwiastka ludycznego oraz karnawałowego w lubelskiej rzeczywistości kulturowej i łączy wielowiekową tradycję Lublina z nowoczesnym nurtem w sztuce teatralnej. Umożliwia to zmaterializowanie – na cztery dni – ulotnej duchowości, autentyzmu oraz podkreślenie bogactwa kulturowego i wyjątkowego klimatu miasta Lublina – inspirującego, magicznego, kolorowego, międzynarodowego i młodego duchem. Carnaval Sztuk-Mistrzów stał się dlatego wydarzeniem stanowiącym wizytówkę Lublina. Jest też główną atrakcją turystyczną wśród trzech segmentów rynku turystycznego – opisanych dzięki przeprowadzonym przez miasto Lublin w 2009 r. badaniom – jako 1) kulturalni spacerowicze, 2) aktywni miłośnicy przyrody, 3) „eventowcy” i klubowicze¹.

¹ Kulturalni spacerowicze – lubią zwiedzać lokalne atrakcje kulturalne, historyczne i kulinarne. Zwiedzając, nie spieszą się, celebrytują chwile. Nie przepadają za aktywnym, wysiłko-

Dlaczego Carnaval? Carnaval powstał jako odpowiedź na stan naszej kultury, w której brakuje wydarzeń o charakterze społecznym, ludycznym, łączących społeczności w przeżywaniu. Sprzyja nawiązywaniu relacji społecznych i skłania do ekspresji kulturowych. Jest nie tylko festiwalem, ale prawdziwym świętem miasta, kształtującym jego tożsamość.

Carnaval Sztuk-Mistrzów powstał w 2010 r., rozwijając działania Festiwalu Sztukmistrzów realizowanego w Lublinie od 2008 r. Wydarzenie zostało pomyślane jako wielkie święto całego miasta i regionu, nawiązujące swoim charakterem i tematyką do bachtinowskiej idei karnawału – wielowiekowej tradycji wspólnego świętowania (por. SADOWNIK 2014a).

Żyjemy w czasach silnej polaryzacji społecznej, dynamicznych zmian i przenikań grup, kultur i subkultur, stykając się na co dzień ze zjawiskami takimi, jak: zmiana, nowość, inność, i z wartościami, które wnoszą. Z drugiej strony obserwujemy tendencje do poszukiwania tożsamości poprzez powrót do tradycji i jej twórcze interpretacje. Ludyczność kreuje więzi międzyludzkie, jest impulsem do ich powstawania – niezwykle mocnym, opartym na archetypicznym żywiole zabawy. Jej moc kulturotwórcza i wspólnototwórcza jest dziś na wagę złota. To z niej wynika idea Carnawalu Sztuk-Mistrzów jako wielkiego, totalnego święta spajającego miejskie i regionalne społeczności. Tak tworzony karnawał nawiązuje do tradycji, ale jest jednocześnie otwarty na nowe, twórcze formy działania w kulturze. To współczesne ludyczne święto (SADOWNIK 2014a). Wydarzenie nadające miastu i jego mieszkańcom tożsamość, ale i takie, z którym można się utożsamiać.

wym sposobem spędzania czasu – wolą formy bardziej relaksujące. Cenią turystykę miejską. Aktywni miłośnicy przyrody – typowe wagabundy, osoby lubiące wypoczywać w sposób aktywny, w kontakcie z przyrodą, w ruchu. To odróżnia ich od kulturalnych spacerowiczów. Podobnie jednak jak tamci lubią zwiedzać atrakcje historyczne i kulturalne oraz doświadczać lokalnego kolorytu odwiedzanych przez siebie miejsc. Jest to najliczniejsza grupa krajowych turystów. Z pewnością częściej można ich spotkać poza miastami, choć nie gardzą ciekawymi imprezami kulturalnymi – koncertami, festiwalami. „Eventowcy” i klubowicze – dobrze czują się w miastach i w miejskiej turystyce. Nie interesuje ich jednak turystyka poznawcza ani aktywne, ruchowe spędzanie czasu – chcą przede wszystkim „poczuć klimat miejsca”. Zwiedzając, ominą ów czy inny uznany nawet zabytek, zajrzą za to do ciekawego „klimatycznego” lokalu – pubu, klubu, dyskoteki. Nie gardzą rozrywką masową, nie stronią od centrów handlowych.

Idea Carnawalu Sztuk-Mistrzów

„Człowiek bardziej niż jakakolwiek inna istota zawiera w sobie sprzeczność. Racjonalny umysł zamknięty w fizycznym ciele. Rozum szarpany emocjami. Umiłowanie porządku i potrzeba chaosu. Naszą ludzką pracą jest tworzenie porządków, struktur, walka z naturą i chaosem. Naszym świętem jest obalanie porządków, oddanie się naturze, dyktatowi chaosu. Z natury ludzkiej wynika cykliczny charakter naszego życia. Następstwo okresów, w których dane części natury przejmują nad nami kontrolę. Takim cyklem jest rok kalendarzowy, w trakcie którego istnieje czas pracy i czas święta, zabawy – karnawału.

Do określenia i jak najlepszego oddania charakteru imprezy wybrana została formuła karnawału. Istotą imprezy jest zabawa. Karnawał to okres, kiedy zwyczajowe prawa codzienności ulegają zawieszeniu, a cały społeczny i kulturowy porządek ulega odwróceniu o 180 stopni. Tak jak kuglarz – artysta jest synonimem odmienca, cudaka i wyrzutka, tak czas karnawału jest synonimem czasu święta, zniesienia praw, obowiązków, norm. Karnawał jest czasem niszczenia, chaosu, śmierci, ale także czasem odnowy, oczyszczenia, narodzin, jest czasem głupców, artystów i kuglarzy.

Karnawał jest świętem życia samego w sobie. Jest esencją życia, jego najbardziej witalnym objawem.

Ludyczność, do której się odwołujemy, rodzi się z więzi międzyludzkiej. Kreuje te więzi. Jest najmocniejszym, bo zabawowym impulsem do jej powstania. Ta jej kulturotwórcza i wspólnototwórcza cecha jest obecnie najbardziej pożądaną”. (SADOWNIK 2014a).

U podstaw Carnawalu Sztuk-Mistrzów leży idea Nowego Cyrku². Przedstawienia z tego nurtu sztuki cyrkowej starają się opowiadać historię, stosując dyscypliny cyrkowe i kuglarskie jako język narracji. Kolejnymi różnicami, które zazwyczaj wymienia się, są: odejście od tresury i wykorzystania zwierząt oraz prezentowanie spektakli poza przestrzenią namiotu cyrkowego. Nowy Cyrk jest jednocześnie ruchem artystycznym i społecznym, który od kilku dziesięcioleci rozwija się na świecie, a od kilku lat również w Polsce.

² Nowy Cyrk – nurt sztuki cyrkowej powstał w opozycji do cyrku tradycyjnego, rozumianego jako pokaz numerów na arenie cyrkowej. Spektakle NC skonstruowane są jak spektakle teatralne, tzn. posiadają fabułę, opowiadają pewną historię, ale używają do narracji środków aktorskich i języka dyscyplin kuglarskich.

Carnaval ożywia przestrzeń Starego Miasta, które dzięki dziejącym się na nim wydarzeniom nabiera unikatowego, magicznego charakteru. Uczestnicy imprezy znajdują się w centrum zuchwałych występów „buskerów”,³ są wciągani w interakcje z nietuzinkowymi artystami oraz są świadkami popisów „highlinerów”⁴ walczących z siłami grawitacji. Wszystkie te przeżycia, z jakimi pozostają mieszkańcy miasta, a turyści wyjeżdżają, są najlepszą wizytówką miejsca oraz zapewniają z każdym nadchodzącym rokiem jeszcze większy sukces imprezy. Pomimo dużego zainteresowania uczestników oraz bardzo licznego udziału w poszczególnych spektaklach, Carnaval Sztuk-Mistrzów nie traci swojego kameralnego charakteru. Dzięki unikatowym na skalę całej Polski spektaklom i warsztatom oraz magicznemu spowolnieniu w niezwyklej przestrzeni, odbiorcy odzyskują smak, uczucia, doznania, pełnię i inspirację.

Geneza Carnawalu Sztuk-Mistrzów

„Na powstanie Carnawalu w obecnej formie złożyło się wiele czynników i doświadczeń, które zbierałem przez wiele lat. Od czasów studiów interesowałem się szeroko pojętą ludycznością w wymiarze filozoficznym (praca magisterska na wydziale Filozofii i Socjologii UMCS), historycznym, a przede wszystkim kulturowym. Zainteresowania teoretyczne, analizy historyczne, teoretyczne i kulturowe wzbogacone o autorefleksję dotyczącą roli i obecności pierwiastka ludycznego, doprowadziły do zrealizowania wielu działań animacyjnych, teatralnych, kulturalno-sportowych. Jednym z nich było zrealizowanie Festiwalu Sztukmistrzów w latach 2008 i 2009, który został dostrzeżony przez Marketing Miasta Lublin jako wydarzenie odzwierciedlające założenia strategii i posiadające potencjał wizerunkowy dla miasta. Poproszony o przedstawienie idei, nazwy i konstrukcji programowej nowego, dużego wydarzenia o charakterze kulturowym, na które planowano pozyskać fundusze z RPO, wymyśliłem i przedstawiłem po-

³ *Busker* – osoba występująca w miejscach publicznych, zabawiająca przechodniów i zbierająca pieniądze „do kapelusza”. W odróżnieniu od artysty teatru ulicznego stawia sobie za cel zabawienie przechodniów i bezpośrednie zaangażowanie ich w przedstawienie.

⁴ *Highliner* – osoba chodząca po tzw. highlinach – wysoko rozwieszonych taśmach. *Highline*, odmiana „slackliningu” – sztuki chodzenia po taśmach tekstylnych. Obecnie dynamicznie rozwijająca się dziedzina zaliczana do ekwilibrystyki.

myśl na Carnaval Sztuk-Mistrzów. Projekt otrzymał dofinansowanie z RPO i przystąpiliśmy do realizacji przedsięwzięcia.” (SADOWNIK 2014b).

Pierwsza edycja Festiwalu Sztukmistrzów była skromnym wydarzeniem prezentującym głównie młodą polską sztukę z kręgu Nowego Cyrku. Silną stroną pierwszej edycji było zaangażowanie lubelskich środowisk kuglarsko-żonglerskich i akrobatycznych (lubelscy „traceurzy”⁵ uprawiający *parkour*)⁶, które poznały się i scalały w jedno duże środowisko. Nawiązana została także ścisła współpraca ze stowarzyszeniem Kejos, którego członkowie wystąpili w charakterze gości.

Druga edycja była owocem dalszej współpracy ze stowarzyszeniem Kejos (pierwszej grupy kuglarskiej zajmującej się sztuką Nowego Cyrku w Polsce). Zajęło się ono realizacją programu artystycznego i reżyserią gali (finałowego przedstawienia wieńczącego festiwal, podczas którego występują wszyscy zaangażowani artyści). Druga edycja Festiwalu Sztukmistrzów była największym wydarzeniem poświęconym sztuce Nowego Cyrku w Polsce w 2009 r. o najwyższym poziomie artystycznym. Towarzyszyło jej wydarzenie o nazwie Urban Highline – największa w Polsce impreza poświęcona „slackliningowi” (sztuce chodzenia po taśmie rozwieszanej wysoko pomiędzy dwoma punktami). Taśma zawisła między budynkami Urzędu Marszałkowskiego i Urzędu Miasta Lublin na wysokości 40 m. Choć nie udało się pobić rekordu świata, to Urban Highline 2009 spowodował, że *slackline* na stałe wpisał się w oblicze Festiwalu Sztukmistrzów, który jako pierwszy w Polsce połączył *stricte* „branżowe” zajęcie, jakim był *slacklining*, z wydarzeniem o charakterze kulturalnym i artystycznym, jakim był Festiwal Sztukmistrzów (SADOWNIK 2010).

Strategia marki miasta Lublina a Carnaval Sztuk-Mistrzów

Wierzimy, że informacja dotycząca miejsca powstania produktu czy ulokowania usługi (wydarzenia) może mieć wyraźny wpływ na różne wymiary oceny odbiorcy, a także postawy i decyzje zakupowe. Miejsce pochodzenia jest często traktowane przez konsumentów jako wartość dodana, za

⁵ *Traceur* – osoba uprawiająca *parkour*.

⁶ *Parkour* – pochodząca z Francji forma aktywności fizycznej (nazywana również „sztuką przemieszczania się”) polegająca na jak najprostszym i jak najszybszym pokonywaniu przeszkód znajdujących się na drodze – trasie biegu.

którą są gotowi zapłacić premię cenową. Właśnie premia cenowa, którą pobierać będą mieszkańcy miasta, jest celem wdrażania strategii marki.

Stworzenie strategii marki „Lublin” związane było z podjęciem pogłębianej analizy tożsamości miasta Lublina w oparciu o jego kluczowe zasoby, wizerunek, pozycję konkurencyjną oraz istniejący potencjał. Projekt był podzielony na kilka etapów: a) inwentaryzacja potencjału Lublina, b) badania ilościowe, c) badania jakościowe, d) konsultacje społeczne.

Strategia, odpowiadając na kluczowe pytania, opisuje Lublin, definiuje najważniejsze składowe jego tożsamości, określa najbardziej charakterystyczne elementy wizerunku, by na koniec przełożyć je na poziom planowania marketingowego. Lublin nosi miano miasta inspiracji. Dzieje się tak nie bez przyczyny. Od lat jest miastem znanym z wielu prestiżowych i ważnych wydarzeń artystycznych, takich jak Jarmark Jagielloński, Noc Kultury, Międzynarodowe Spotkania Folklorystyczne, Międzynarodowy Festiwal Teatralny „Konfrontacje Teatralne”, Festiwal „Inne Brzmienia”. To przeszłość historyczna, dziedzictwo kulturowe i magiczny klimat są źródłem inspiracji dla działań na polu kultury sztuki i nauki, a lubelskie środowisko uczyniło go jednym z głównych ośrodków kultury alternatywnej. Miasto zachęca do twórczego eksperymentowania, jest otwarte na innowacyjność i niekonwencjonalne formy ekspresji. Lublin to miasto otwarte i inspirujące, w którym sztuka i działania kulturalne pobudzają wyobraźnię, pozwalając jej wyjść poza przyjęte ramy i konwencje. Tu rodzą się niecodzienne wizje i niezwykle pomysły.

Zarządzanie wizerunkiem Lublina na co dzień realizowane jest przez wiele precyzyjnie zaplanowanych działań podnoszących poziom atrakcyjności oferty miasta wśród mieszkańców, inwestorów i turystów. Zwieńczeniem tych inicjatyw jest Carnaval Sztuk-Mistrzów, który udowadnia, że cykliczne wydarzenie miejskie może stać się metodą skutecznej motywacji, inspiracji oraz aktywizacji środowisk lokalnych wokół wspólnych celów. Carnaval staje się oknem na świat współczesnej sztuki, naturalną platformą dialogu pomiędzy Wschodem i Zachodem, zastrzykiem kreatywnej energii oraz bodźcem do bliższego poznania miasta i jego oferty.

Z punktu widzenia marki miasta Lublina kluczowe w Carnavale Sztuk-Mistrzów jest:

- 1) tworzenie widowiskowego i unikatowego wydarzenia, łączącego wielowiekową tradycję Lublina z nowoczesnym nurtem Nowego Cyrku, poprzez odniesienie do wielokulturowego dziedzictwa miasta w osobie tytułowego sztukmistrza z Lublina – Jaszy Mazura, postaci zaczerpniętej z książki noblisty związanego z Lublinem,

- Izaaka Bashevisa Singera. Jasza Mazur był inspiracją i archetypem dla współczesnego sztukmistrza – artysty magika i akrobaty prezentującego swoje umiejętności podczas Carnawalu Sztuk-Mistrzów;
- 2) umożliwienie uczestnikom „dotknięcia” sztuki poprzez jej doświadczanie i interakcję w przestrzeni miejskiej. Dzięki zaplanowaniu wydarzenia w przestrzeni miejskiej, głównie w obszarze Starego Miasta, widz ma okazję odbyć spacer po mieście w sposób niestandardowy i bez narzuconego przez przewodnika planu odwiedzić nieznane lub nieodkryte dotąd zakątki bądź też spojrzeć na dobrze znane miejsce z zupełnie nowej perspektywy, np. zadzierając głowę wysoko ma okazję obserwować linochodów chodzących po linach rozpiętych między zabytkowymi budynkami. Jednocześnie planem zwiedzania miasta staje się program Carnawalu ułożony tak, by zobaczyć jak najwięcej różnych miejsc charakterystycznych dla miasta. Formuła wydarzenia i jego kameralny charakter nie pozwala na uczestniczenie dużej liczbie osób w poszczególnych przedstawieniach, dlatego też punkty programu powtarzają się, dając tym samym możliwość obejrzenia ich jak największej liczbie osób w komfortowych warunkach i w dogodnym dla każdego terminie. Modułowy charakter wydarzenia oraz powtarzalność wydarzeń umożliwia konkretnym grupom odbiorców (rodzinom z dziećmi, artystom, aktywnym, seniorom) spersonalizowanie trasy przez atrakcje Carnawalu. Carnaval Sztuk-Mistrzów jest zaplanowany pod kątem widza i z myślą o widzu;
 - 3) odkrywanie potencjału i aktywności młodych ludzi – wydobywanie na światło dzienne niecodziennych i nieoczywistych pasji, ukazanie potencjału i energii, jaka drzemie w młodych, kreatywnych ludziach, będących sercem miasta;
 - 4) inicjowanie współpracy lokalnych środowisk oraz „cobrandingu” lokalnych marek; przy realizacji wydarzenia angażowane są różne środowiska – od środowisk skupiających pasjonatów sportów ekstremalnych, takich jak *urban highline*, po współpracę z Polskim Stowarzyszeniem Pedagogów i Animatorów KLANZA, zajmującym się animacją najmłodszych widzów Carnawalu.

Elementami strategii marki miasta Lublina, które zadecydowały o tym, że Carnaval Sztuk-Mistrzów stał się lubelską wizytówką o kluczowym znaczeniu dla wizerunku miasta, są:

1. Cechy szczególne (co czyni Lublin miastem wyjątkowym?):
 - a) bogactwo historyczne i kulturalne miasta w kameralnej, a przez to niepowtarzalnej, inspirującej odsłonie;
 - b) potencjał kreatywny tkwiący w młodych ludziach;
 - c) kompetencja „wschodnia” będąca pochodną bliskości geograficznej Wschodu i specyficznej duchowości kresowej.
2. Archetyp klienta (do kogo mówimy?):
 - a) człowiek młody, ale dojrzały emocjonalnie;
 - b) poszukujący autentyzmu;
 - c) doceniający wartości i przeżycia;
 - d) znający aktualne trendy, ale lubiący odmianę;
 - e) nonkonformista, ale nie samotnik;
 - f) aktywny kulturowo;
 - g) wielkomiejski, mobilny.
3. Osobowość (jak Lublin powinien być postrzegany?)
 - a) świadomy swoich korzeni;
 - b) wizjonerski i zarażający wizją;
 - c) intrygujący i inspirujący;
 - d) wyrazisty i pewny siebie;
 - e) młody duchem;
 - f) kreatywny;
 - g) autentyczny;
 - h) współczesny.
4. Wartości marki „Lublin” (w imię czego „walczyć”?):
 - a) rzeczy należy doświadczać, aby je zrozumieć;
 - b) trzeba marzyć, by realizować marzenia;
 - c) świadomość korzeni daje siłę do działania;
 - d) otwartość i tolerancja wyznacza światłość myślenia.
5. Pola kompetencji (na czym chcemy się znać?):
 - a) w sferze kultury chcemy, by Lublin stał się miejscem kreującym przedsięwzięcia na najwyższym poziomie, rezonujące w skali kraju i Europy;
 - b) w sferze kontaktów ze Wschodem Lublin ma wykorzystać potencjał poprzez rozwój realnych inicjatyw biznesowych, akademickich i kulturalnych;
 - c) do kompetencji Lublina powróci otwartość na wielokulturowość i wieloreligijność, dzięki inicjatywom przywracającym miastu wyrażne atrybuty jego dziedzictwa.

Z wymienionych elementów mających kluczowe znaczenie dla miasta wyłania się koncepcja strategiczna:

1. Punkt widzenia: Lublin jest miastem, w którym świadomość bogactwa przeszłości powinna inspirować przyszłość. Przyszłość kulturalną, akademicką i biznesową.
2. Obietnica: Chcemy, by Lublin wyzwalał w ludziach zmianę oraz odkrywcze i twórcze myślenie.
3. Sposób działania: Aby zrozumieć Lublin, trzeba go poczuć. Lublin należy doświadczać, a nie jedynie oglądać.
4. Efekt: Lublin inspiruje i odmienia.

Organizacja wydarzenia Carnaval Sztuk-Mistrzów

Impreza – jak już wspomniano – swój początek ma w Festiwalu Sztukmistrzów. Od pierwszej edycji w realizacji przedsięwzięcia uczestniczyły także podmioty związane z tematyką Nowego Cyrku, nurtu „buskerskiego”, żonglerką – Polskie Stowarzyszenie Pedagogów i Animatorów Klanza, Fundacja „Sztukmistrze”. Obecnie w realizację tego wydarzenia są zaangażowane Warsztaty Kultury w Lublinie, które przejęły obowiązek jego organizacji, oraz Urząd Miasta Lublina odpowiedzialny za komunikację wydarzenia i jego charakter, czyli wydarzenia wizytówki miasta.

Carnaval Sztuk-Mistrzów wyrósł z lokalnej imprezy, o budżecie blisko 100 tys. zł, do wydarzenia z finansowaniem średnio około 1400 tys. zł brutto. Obecnie, ze względu na konieczność zaangażowania znacznie większych środków, niezbędne są działania zmierzające do pozyskania zarówno sponsorów komercyjnych, jak i instytucji wspierających. Dotychczas projekt był finansowany (w różnym stopniu w przypadku poszczególnych edycji) z budżetu miasta, Europejskiego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego, środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, a także ze środków sponsorskich.

Program Carnavali, trwającego średnio cztery dni (w 2012 r. Carnaval trwał aż dziewięć dni!), obejmuje zazwyczaj trzy dni warsztatów ulicznych, kilkadziesiąt spektakli ulicznych (w 2014 r. – 80), kilkanaście spektakli namiotowych i na dużych scenach plenerowych (w 2014 r. – 20), kilka widowisk teatralno-cyrkowych; Wielką Paradę Kuglarską (7 tys. uczestników w 2014 r.), „podniebne” spacer na taśmach w ramach Urban Hipline Festi-

val (200 sportowców z 22 państw świata), instalacje w przestrzeni miasta i inne.

W pokazach i przedstawieniach uczestniczy kilkuset profesjonalistów, artystów, performerów, hobbystów, występując przed i wśród ponadstosięczonej publiczności z całej Polski.

Carnaval Sztuk-Mistrzów w Lublinie, unikatowe wydarzenie zapewniające doświadczanie niezwykłych przeżyć oraz aktywny udział widzów i uczestników, odbywa się nie tylko na scenie, ale przede wszystkim w bezpośrednim kontakcie z widzem – w salach teatralnych, na otwartych scenach, bruku ulic, na terenach zielonych i... „pod niebem”. Rodzajem teatralnej dekoracji jest ściśle centrum miasta – Błonia, dziedziniec zamkowy, plac Zamkowy, a przede wszystkim obszar Starego Miasta. A Stare Miasto oraz jego zaułki i uliczki to przestrzeń niezwykle plastyczna, autentyczna i magiczna. Odpowiedni czas, wraz z kreacją artystyczną i obyczajową, tworzą przestrzeń o dużym napięciu ekspresji, w której rządzi śmiech i nieopanowana energia życia.

Wyjątkowość imprezy polega na wielowarstwowym odbiorze i szerokiej ofercie skierowanej do każdej demograficznej grupy odbiorców. To impreza, na którą przyjeżdżają całe rodziny. Dlatego Carnaval cieszy się uznaniem mieszkańców, dociera do grup odbiorców z najbardziej odległych zakątków Polski, a także do artystów z całej Europy.

„Spektakle Carnawalu nie dzielą widowni – na wyedukowaną lub nie, snobistyczną lub nie, elitarną czy popularną. Jednoczą widownię w przeżywaniu wielkich emocji. Przemawiają wprost do natury ludzkiej, mówią językiem ludzkich emocji.” (SADOWNIK 2009).

Charakterystyka wydarzenia

Carnaval Sztuk-Mistrzów w Lublinie, czyli największe święto Nowego Cyrku w Polsce, według założeń organizatorów ma stać się imprezą stanowiącą wizytówkę Lublina, która oddaje duchowość, autentyzm, bogactwo kulturowe i przede wszystkim magiczny klimat miasta. Podczas imprezy prezentowana jest światowa sztuka alternatywna i eksperymentalna w połączeniu z teatrem i cyrkiem, czyli nowy nurt – sztuka Nowego Cyrku. Nie jest to jednak tylko technika, wirtuozeria i umiejętności wykonawców. To jednocześnie wspaniała historia ludzi, instytucji, miejsc i wydarzeń, jak również szeroko rozumiany rozwój osobisty i społeczny.

Podczas tego bezpłatnego wydarzenia ulice miasta ożywają za sprawą ulicznych artystów, odbywają się spektakle oraz warsztaty z popularnych dyscyplin kuglarskich. Impreza obejmuje także przedstawienia teatralne, cyrkowe przedstawienia uliczne angażujące publiczność, występy „buskerów” ożywiające przestrzeń całego miasta oraz performance i instalacje. Na potrzeby Carnawalu reżyserowana jest corocznie Wielka Parada Kuglarska utrzymana w charakterze parad karnawałowych.

Do miasta zjeżdżają artyści i specjaliści sztuki cyrkowej z wielu krajów Europy, którzy oprócz magicznych występów, zapierających dech w piersiach spektakli i widowisk, prowadzą cykl warsztatów dla profesjonalistów oraz dla początkujących adeptów tej dziedziny sztuki.

W roku 2014 odbyła się już piąta edycja Carnawalu. Jego formuła ukształtowała się przez ten okres, ale i dynamicznie ewoluowała. I tak, w programie święta Nowego Cyrku, teatru i sztuki alternatywnej odnajdujemy moduły:

- spektakle uliczne skierowane do wszystkich mieszkańców miasta;
- ambitne przedsięwzięcia nurtu artystycznego – spektakle sceniczne;
- *urban highline*, 15 wysoko rozwieszonych taśm w centrum miasta, po których przechadza się około 250 „slacklinerów” z 22 państw;
- Wielka Parada Kuglarska;
- warsztaty z różnych dziedzin sztuk cyrkowych: żonglerki, ekwilibrystyki, manipulacji przedmiotami i wiele innych;
- moduł dziecięcy, Klanzowe Miasteczko Zabaw Niezwykłych.

Urban highline. Największy na świecie i jedyny oficjalny festiwal poświęcony dziedzinie ekwilibrystyki, jaką jest chodzenie po taśmie (uczestnicy UH chodzą po taśmach zwanych *slackline*). Urban Highline powstało jako odpowiedź na brak wątku Sztukmistrza z Lublina wśród lubelskich wydarzeń kulturalnych. Pomysł polegał na połączeniu postaci Sztukmistrza z rodzącą się sztuką chodzenia po taśmach⁷. Pierwsza edycja Urban Highline Festiwal 2009 została zgłoszona w corocznym powszechnym naborze wniosków do Wydziału Kultury Urzędu Miasta i otrzymała dofinansowanie. Koszty całości imprezy nie przekroczyły 7 tys. zł. W ciągu dwóch

⁷ *Slacklining* jest, w przeciwieństwie do chodzenia po linie stalowej, bardzo taną dziedziną ekwilibrystyki i łatwą w montażu instalacją. Montaż stalowej liny o rozpiętości kilku metrów i wysokości kilku metrów polega na użyciu naciągarek i specjalistycznych konstrukcji. Montaż taśmy tekstylnej (*slackline*) wymaga jedynie dwóch punktów zaczepienia, a siły naciągu są niewielkie.

lat, dzięki oryginalnemu pomysłowi (wieszanie taśm w centrum miasta) i dofinansowaniu z budżetu Carnawalu Urban Highline Festiwal stał się największą imprezą poświęconą „highliningowi” (chodzeniu po wysoko rozwieszonych taśmach) na świecie. To międzynarodowa impreza, największa na świecie i jedyna organizowana w całości w centrum miasta, w tym w dużej mierze w jego zabytkowej części (w 2013 roku ponad 200 uczestników z 22 krajów świata). Urban Highline w Lublinie to jedyne takie miejsce gdzie można chodzić po około 15 taśmach rozwieszonych na różnych wysokościach od 7–40 m i długościach od 15 do ponad 100 m. W ciągu czterech dni uczestnicy linochodzą („slacklinerzy”) z całego świata mają szansę pokonywać liny rozwieszone w najwyższych i najbardziej atrakcyjnych miejscach centrum Lublina: Wieża Trynitarzka, Urząd Marszałkowski, Urząd Miasta, Trybunał Koronny, Archikatedra Lubelska itd.

Urban Highline Festiwal od 2010 r. jest także organizatorem Mistrzostw Polski w *trickline* (czyli akrobacjach na nisko zawieszonych taśmach – plac Litewski w Lublinie). Obecnie festiwal rozszerza znacznie swoje pole aktywności, m.in. o warsztaty o różnym stopniu trudności, występy prelegentów poświęcone relacjom z wypraw i dokonań, prezentacje filmów o tematyce *slackline*, targom sprzętu i wiele innych.

Europejska Konwencja Żonglerska. Wyjątkowa edycja Carnawalu Sztuk-Mistrzów miała miejsce w 2012 r. W tym samym czasie, w Lublinie odbywała się Europejska Konwencja Żonglerska – EJC (European Juggling Convention), 35. edycja największego na świecie przechodniego festiwalu zjazdu artystów amatorów sztuk cyrkowych z całego świata. Dzięki połączeniu obu wydarzeń w mieście na dziewięć dni zapadła atmosfera magicznego święta.

Festiwal przywiózł ze sobą do Lublina to, co w kulturze Nowego Cyrku najważniejsze – pozytywną energię, ducha kreatywności i wielu utalentowanych, odważnych ludzi. Uczestnicy przybyli z ponad 40 krajów świata (nie tylko europejskich, ale też tak odległych, jak Japonia, Peru czy Nowa Zelandia). Dla uczestników konwencji była to być może jedyna okazja do poznania kultury i piękna środkowo-wschodniej części Europy. Przez dziewięć dni trenowali, występowali i odwiedzali najciekawsze zakątki miasta i regionu. Na terenie parku Ludowego, Targów Lublin oraz Błoni pod Zamkiem stało sześć namiotów cyrkowych, a każdego dnia na ulicach można było spotkać artystów, którzy prezentowali swoją sztukę z samej chęci podzielenia się nią z innymi. EJC zgromadziło miłośników różnorodnych sztuk i dziedzin cyrkowych: żonglerki, ekwilibristyki, manipulacji, akroba-

tyki, *fire show*. Każdy mógł znaleźć dla siebie warsztaty na różnych poziomach zaawansowania, wydarzenia (pokazy, turnieje), a przede wszystkim ludzi, którzy dzielą tę samą pasję. Wszystko to odbyło się pod hasłem: *From Jugglers to Jugglers*, czyli wolontariackiej inicjatywy rozwoju środowiska żonglerskiego w całej Europie poprzez organizację wyjątkowego festiwalu, jakim jest EJC. Na konwencji nie ma konsumentów, każdy uczestnik daje coś z siebie, by to spotkanie mogło mieć miejsce.

Lubelska edycja konwencji została okrzyknięta przez jej uczestników jedną z najlepszych w historii. Dzięki temu udało nam się otworzyć nowy rozdział w historii Nowego Cyrku, na stałe stać się częścią europejskiej żonglerskiej wspólnoty.

Dzięki współpracy z lokalnym biznesem udało się również uruchomić w miejscowym browarze Kino Sztukmistrza – prezentujące filmy dotyczące cyrku lub go przedstawiające, zorganizować grę miejską oraz serię inspirujących atrakcji dla dzieci i dorosłych. Za sprawą zaangażowania środowiska artystycznego powstał również mural inspirowany wydarzeniem, a w szczególności *fire show*, będący jednym z jego charakterystycznych elementów. Za wykonanie muralu odpowiedzialnych jest dwóch utalentowanych artystów z Wrocławia i Szczecina – Lump oraz Cekas.

Promocja projektu

Komunikacja i promocja Carnawalu Sztuk-Mistrzów rozpoczyna się na około miesiąc przed daną edycją wydarzenia i obejmuje swoim zakresem zarówno działania ATL (masowa strategia działań marketingowych prowadzona kanałami tradycyjnymi – telewizja, radio, prasa, plakaty, reklama zewnętrzna i reklama wewnętrzna), jak i BTL (działania reklamowe skierowane do konkretnego klienta, niewykorzystujące środków masowego przekazu).

Telewizja. Przez cztery edycje Carnawalu Sztuk-Mistrzów udało się pozyskać imprezie dwóch patronów ogólnopolskich stacji telewizyjnych, tj. TVN oraz Discovery Channel. W roku 2012 patronem medialnym wydarzenia została stacja Discovery. Akcja promocyjna obejmowała promocję na kanałach Discovery Historia, Discovery World i Discovery Channel. Emisja 30-sekundowych spotów promujących wydarzenie (lipiec) oraz 60-sekundowych spotów będących relacją z wydarzenia (wrzesień). W roku 2013 Car-

naval Sztuk-Mistrzów został objęty patronatem stacji TVN.

Ogólnopolska kampania telewizyjna obejmowała:

- spot 15-sekundowy, ponad 650 emisji na kanałach: antena główna TVN, TVN 24, TVN Turbo, TVN Style, MTV, Disco TV, Ale Kino+, TV Puls, TVN7;
- Spot 8-sekundowy – billboard sponsorski przed prognozą pogody: TVN – pogoda wyjazdowa, 16 emisji na TVN 24 oraz 20 emisji na TVN Meteo.

Dodatkowo w ramach świadczeń patronackich zrealizowane zostały wejścia na żywo w programie „Dzień dobry wakacje” oraz nagranie do programu „Co za tydzień”, który wyemitowany został na antenie głównej tygodni po imprezie.

W 2014 roku, po udanej współpracy, Carnaval Sztuk-Mistrzów został ponownie objęty patronatem przez stację TVN.

Radio. Stałym patronem medialnym Carnawalu Sztuk-Mistrzów jest Radio ZET. Na antenie rozgłośni emitowane są spoty, zapowiedzi oraz „jingle” reklamowe. Dziennikarze informują o nadchodzącym wydarzeniu w informacjach kulturalnych. Podczas trwania Carnawalu reporterzy robią relacje z trwającej imprezy. Na witrynie internetowej patrona medialnego znajduje się także podstrona dedykowana Carnałowi. Kampania radiowa obejmowała emisje spotów oraz transmisję „jingli”, a także konkursy radiowe.

Reklama zewnętrzna (outdoor). Co roku Carnaval Sztuk-Mistrzów pojawia się na 110 billboardach rozmieszczonych w największych miastach Polski, tj. w Warszawie, Poznaniu, Wrocławiu, Krakowie, Rzeszowie, Łodzi, Gdańsku, Gdyni i Lublinie. W Lublinie dodatkowo wykorzystywane były siatki wielkoformatowe na placu Litewskim (14 x 6 m) oraz na Hali Targów Lublin (ok. 14 x 6 m).

Na gdańskim lotnisku, z okazji nawiązania nowego połączenia lotniczego z Lublinem, w roku 2013 została zamieszczona siatka wielkoformatowa. Reklama z jednej strony miała na celu promocję Carnawalu Sztuk-Mistrzów, z drugiej zaś informowała o nowym, szybkim sposobie dotarcia na wydarzenie.

Dodatkową formą reklamy zewnętrznej było rozstawienie w Lublinie oraz regionie trójnogów z programem wydarzenia.

Kampania internetowa. Celem kampanii jest poinformowanie jak największej liczby osób o wydarzeniu i zachęcenie ich do wzięcia udziału w Carnavale Sztuk-Mistrzów. Kampania co roku konsekwentnie skupia się na

miastach: Lublin (plus region), Wrocław, Kraków, Poznań oraz Trójmiasto. Kampania adresowana jest do osób interesujących się sztuką i rozrywką, szukających atrakcji na weekend i w wolnym czasie, do ludzi młodych, aktywnych, a także do rodzin z dziećmi. Komunikacja Carnawalu jest prowadzona w formie kampanii efektywnościowej. Główne kanały promocji obejmują:

- Google.pl: linki sponsorowane, reklama graficzna w sieci Google, remarketing w wyszukiwarce (RLSA), Search Companion Marketing (SCM), remarketing;
- YouTube.com: reklama bannerowa;
- Facebook.com: FanPage, Facebook Ads;
- sieci reklamowe: BusinessClick, AsKontekst, AdTaily;
- kampania na serwisie lokalnym: Dziennik Wschodni.

W roku 2013 wskaźnik CTR⁸ kampanii wyniósł 3,4%. Najczęściej wyszukiwanymi hasłami były m.in.: „Lublin”, „Carnaval Sztuk-Mistrzów”, co świadczyło o dużym zainteresowaniu wydarzeniem.

W całym okresie trwania kampanii reklamowej wszystkie działania są na bieżąco optymalizowane tak, aby z jednej strony efektywnie zarządzać założonym na ten cel budżetem, z drugiej zaś – zwiększać jej zasięg oraz skuteczność.

Ekran infoscreen. Ze względu na bliskość geograficzną oraz zakładany wysoki udział grupy docelowej promocja Carnawalu w sposób szczególny skupia się na Warszawie. Oprócz billboardów i akcji z wykorzystaniem London Busa korzystamy z umieszczonych na stacjach metra ekranów *infoscreen*. W tym roku kampania na tym nośniku trwała 18 dni, zapewniając ponad 110 tys. emisji na 31 ekranach.

London Bus. Promocja Carnawalu Sztuk-Mistrzów to również działania ambientowe. Co roku po ulicach największych miast Polski jeździł London Bus (oklejony systemem identyfikacji Carnawalu). Z autobusu emitowany był także spot reklamujący imprezę. Autobus pojawiał się w kluczowych miejscach (rynek, ruchliwe ulice oraz przy okazji odbywających się tam znaczących wydarzeń kulturalnych) wytypowanych, największych miast w kraju, tj. Warszawy, Krakowa, Poznania, Wrocławia, Łodzi, Gdańska, Gdyni, Sopotu. Dodatkowo powyższa forma promocji wzbogacona była o obec-

⁸ CTR – termin używany w reklamie internetowej oznaczający stosunek między liczbą kliknięć a wyświetleniami reklamy. Mierzy się go w procentach.

ność szczudlarza, który chodząc na 2-metrowych szczudłach rozdawał „carnawalowe” ulotki i zachęcał mieszkańców do odwiedzenia Lublina podczas tej barwnej imprezy.

W tym samym czasie odbywały się gry i zabawy związane z tematyką cyrkową, zorganizowane przez naszego partnera, tj. Polskie Stowarzyszenie Pedagogów i Animatorów KLANZA. Animatorzy i pedagodzy przygotowali atrakcje dla mieszkańców, głównie dla dzieci, związane z pedagogiką cyrku i wspólną zabawą służącą integracji, a pozbawioną niezdrowej rywalizacji. Tuż przed imprezą London Bus przypominał o nadchodzącym Carnavale mieszkańcom regionu, pojawiając się w Chełmie, Zamościu, Kazimierzu Dolnym, Nałęczowie. W trakcie trwania wydarzenia London Bus woził mieszkańców i turystów po centrum Lublina, stając się dodatkową atrakcją turystyczną.

Działania w mieście. Na 50 ekranach zamieszczonych w autobusach komunikacji miejskiej zostało wyemitowanych m.in. 140 tys. wyświetleń 15-sekundowego spotu reklamowego.

Na 350 przystankach autobusowych usytuowanych w całym mieście (w zamkniętych gablotach) wieszano plakaty zapowiadające kolejną edycję Carnawalu Sztuk-Mistrzów. Przed rozpoczęciem Carnawalu w przestrzeni miejskiej pojawili się szczudlarze rozdający mapki i ulotki z programem wydarzenia. Charakterystyczne postaci oraz rozwieszone na latarniach flagi wzdłuż deptaka na Krakowskim Przedmieściu zapowiadały nadejście wyjątkowego święta artystycznego w Lublinie.

Public Relation. Carnaval Sztuk-Mistrzów cieszy się dużym zainteresowaniem mediów zarówno lokalnych, jak i ogólnopolskich. Corocznie generuje kilkaset publikacji w radiu, prasie, telewizji oraz w Internecie.

Zrealizowane działania poprzedzające wydarzenie to:

- przygotowanie i wysyłka ogólnoinformacyjnych oraz tematycznych materiałów prasowych zapowiadających wydarzenia na podstawie bazy mediów, przygotowanej z podziałem na zainteresowania tematyczne poszczególnych redakcji;
- *follow-up* telefoniczny.

W trakcie Carnawalu działania PR obejmowały:

- przygotowanie i codzienną wysyłkę zestawu prasowego wraz ze zdjęciami do baz ponad 200 dziennikarzy zainteresowanych tematem;
- prowadzenie biura prasowego Carnawalu Sztuk-Mistrzów, obsługi-

- jącego dziennikarzy, ekipy telewizyjne i radiowe;
- codzienne przygotowywanie dodatkowych informacji dotyczących atrakcji związanych z wydarzeniami;
- bieżące wysyłanie relacji fotograficznych do mediów ogólnopolskich i lubelskich, z uwzględnieniem podziału tematycznego.

Dla przykładu, według monitoringu Instytutu Monitorowania Mediów, w lipcu i sierpniu 2013 r. ukazało się ponad 750 publikacji w mediach lokalnych i ogólnopolskich. Wszystkie publikacje miały wydźwięk pozytywny bądź neutralny. Dzięki materiałom, które ukazały się w prasie i Internecie (brak danych z TV i radia), kontakt z publikacjami miało ponad 3200 osób. Ekwiwalent reklamowy wyniósł ponad 1300 tys. zł.

Nagrody. Carnaval od 2011 r. jest doceniany zarówno przez branżę marketingową, jak i turystyczną. Pierwsza edycja okrzyknięta została Wydarzeniem Kultury 2010 („Gazeta Wyborcza” Lublin) oraz otrzymała miano najlepszego polskiego produktu promocyjnego 2010 r. (konkurs Ministerstwa Rozwoju Regionalnego). W roku 2011 Carnaval wyróżniono prestiżową nagrodą „Kryształowa Elka”, jako wydarzenie najlepiej promujące region. Zeszłoroczna edycja przyniosła tytuł Najlepszego Produktu Turystycznego Województwa Lubelskiego 2012 oraz prestiżowy certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej. W tym roku otrzymaliśmy Złoty Trójkąt Efektywności magazynu „Brief”. W roku 2013 Kapituła Ruchu „Piękniejsza Polska” odznaczyła Carnaval Sztuk-Mistrzów statuetką oraz dyplomem „Za tworzenie piękna, którym możemy szczycić się przed światem”.

Podsumowanie

Sztuki kuglarskie i cyrkowe przeżywają obecnie renesans na całym świecie. Są szeroko wykorzystywane w szkoleniach, terapiach czy zajęciach pozalekcyjnych, jako środek do poprawy wydolności intelektualnej i koncentracji, forma terapii lub jako interesujący sposób na spędzenie wolnego czasu. Carnaval Sztuk-Mistrzów jest wyjątkowym przykładem twórczej symbiozy pomiędzy kulturą, biznesem i miastem, wraz z jego przestrzenią, społecznością i tradycjami. Obecność kilkuset artystów sztuki alternatywnej co-rocennie przemienia Lublin w miejsce niezwykłych wrażeń i doświadczenia, a całoroczne działania z zakresu Nowego Cyrku, coraz silniejsze środowisko sztukmistrzów lubelskich oraz zaangażowanie innych środowisk

i instytucji w promowanie wartości Carnawalu świadczą o wielkiej sile inicjatywy i znakomitym dopasowaniu do autentycznej tożsamości Lublina.

Lublin jest coraz częściej opisywany przez pryzmat doświadczeń związanych z uczestnictwem w Carnawalu Sztuk-Mistrzów. Coraz częściej jest też rozważany jako destynacja przez reprezentantów trzech segmentów polskiego rynku turystycznego: kulturalnych spacerowiczów, „eventowców” i klubowiczów oraz aktywnych miłośników przyrody.

BIBLIOGRAFIA

- SADOWNIK R., 2009, *Wniosek do Regionalnego Programu Operacyjnego*, Lublin.
SADOWNIK R., 2010, *Folder promocyjny Carnawalu Sztuk-Mistrzów 2010*, Lublin.
SADOWNIK R., 2014a, *Strategia rozwoju marki Carnawal Sztuk-Mistrzów 2014*, Lublin.
SADOWNIK R., 2014b, *Wywiad na potrzeby pracy magisterskiej Aleksandry Roszak*, Lublin.