

század utolsó évtizedétől – vö. John Lukacs a „rövid 20. század” – kezdődően vitathatatlanul sok minden megváltozott. Nemcsak a lemezkiadók repertoárja vált megújultáig repetitív, hanem jelentősen hanyatlott a közoktatás és vele az általános műveltség színvonala, ijesztően megnőtt a munkanélküliség, aminek következtében egyre csökkennek a kulturálódásra fordított személyes kiadások, a Gutenberg-érát fokozatosan felváltja a vizuális kultúra, valamint az információs technológia által vezérelt modern kommunikációs eszközök, folyamatosan emelkednek az egészségüggyel kapcsolatos költségek, ami válaszául elé állítja a kormányokat az egészség vagy kultúra finanszírozását illetően, és a szabadidő „haszontalan” eltöltéséből mind nagyobb hányad jut a kereskedelmi tévék *reality show*-inak, a tartalmas közszolgálati televíziózás rovására – sorolta Lebrecht a komolyzenei piac átalakulásának ismert okait. Többé-kevésbé ugyanazokat, amiről Mario Vargas Llosa is pontos láttelepet adott magyarul is olvasható „A látványcivilizáció” című esszégyűjteményében.⁶ A gazdasági okfejtés után az előadás harmadik részéhez, vagyis a bevezetőben ígért megoldási javaslatához értünk, ahol

egészen váratlan fordulat következett be a mindaddig tárgyilagos és meglehetősen ironikus hangvételű eszmefuttatásban. Lebrecht hirtelen valami „átölelek emberiség” hangulatú idealista következtetésre jutott akkor, amikor leginkább konkrét megoldásokat várt volna a zömében muzikusok és növendékek alkotta hallgatóság a megszűnőben lévő zenekarok, a bezárás előtt álló operaházak, a hanyatló műveltség és a világszerte eluralkodó kulturátlanság rohamosan terjedő epidémiájának kivédésére. Ehelyett példákkal illusztrálva hozszoan ecsetelte, hogy mennyire megnőtt a személyes letöltések aránya a zenehallgatási szokásokban, és hogy mennyire nem a zenei műveltség és ízlés a meghatározója a letöltendő számok kiválasztásának, hanem sokkal inkább a személyes élmény és benyomás. Való igaz, hogy ma már az élő hangversenyek iránt sem lehet fenntartani az érdeklődést a régi, megszokott formában, kivéve, ha nagy ritkán egy-egy sztárzenekar, vagy világsztár fellépéséről van szó. Az emberek többsége ugyanis nem tud különbséget tenni az előadások árnyalatnyi minősége között a hatalmas túlkínálatban, ami szintén az egyre szűkülő szabadidős

piacra apellál. Megváltoztak a zenehallgatási szokások, mindinkább be kell vonni a közönséget a kulisszák mögött zajló folyamatokba, involválni kell, egyedivé, sőt mi több személyessé kell tenni számára az élményt. Vagyis a többség számára valójában nem az az elsődleges szempont, hogy kit, vagy mit hallgat, hanem hogy „van-e köze hozzá”. Lebrecht szellemes hasonlatával élve iPhone-on kell cserélni a zenét, ami annyit tesz, hogy mindenkinek van egy személyesen letöltött „kedvencek” zenei kollekciója, amit szeretne megosztani mindazokkal, akik közel állnak hozzá. Cserébe ő is megkapja a másiktól tetsző letöltéseket, függetlenül attól, hogy mi a műfaj, és ki az előadó. No meg természetesen a jogdíj. Akárcsak a Facebookos postokon. Lebrecht szerint így marad a zene továbbra is az emberek közötti kommunikáció legszemélyesebb csatornája. Végül is, csak éppen a címben feltett kérdésre nem kaptunk választ, és arra, hogy azok, akik e „csatornát” több évtizedes tanulás és gyakorlás árán professzionálisan működtetik, hogyan és miből fognak megélni majd a jövőben. Vagyis hogy hogyan lesz több pénz, kevesebb zenéből?

Kaizinger Rita

Mitől lehetnek sikeresek a közönségnevelő sorozatok?

A kulcs: minőség, jó moderátor, interakció, motiváció, különleges helyszínek

Több ezer fős, lelkes zuglói publikum, Bachot éjjel hallgató fiatalok, árnyékszínházak gyerekelőadások, hangszert próbálgató kicsik – a résztvevők előadásaiból biztató kép bontakozott ki a hazai közönségnevelésről. A Magyar Zenei Tanács erről a témáról rendezte kilencedik teadélutánját a Rózsavölgyi Szalonban. A jelenlévők a Szent István Király Zenei Műhely, a Bonbon Matiné, a Filharmónia és a Fesztiválzenekar programjaiba kaptak betekintést.

Pálfi Gábor, a Művészetek Palotájának kapcsolati vezetője elsőként az Európai Zenei Tanács hasonló témájú fórumáról számolt be, amelyet Varsóban rendeztek, és ahol a közönségfejlesztés legjobb tapasztalatairól esett szó. A tanácskozáson

olyan témák kerültek szóba, mint a kreatív tanulás, a kommunikáció és digitális stratégia, vagy a közönségfejlesztés és célzott akciók. Annak az uniós felmérésnek is beszámolt a szomorú eredményéről, mely szerint 2007-hez képest 2013-ra csökkent a

kulturális érdeklődés. Az egyes műfajokra is lebontva mindez azt mutatja, az operalátogatók vannak legkevesebben, ez azonban nem változott, ugyanannyi maradt, mint korábban, azaz 18%. Minden más téren – a könyvolvasást vagy múzeumlátogatást tekintve is 2-3%-os csökkenés figyelhető meg. Még a tv kulturális közvetítéseire fordított figyelem is kisebb lett, 78%-ról 72%-ra csökkent.

A tendenciák is érdekesek, hiszen míg a 80-as években még a produkció volt a lényeg, a 90-esekben a marketing, a 2000-es esztendőkre a közönség, a publikum motivációi, szükségletei kerültek a középpontba. Épp ezért ma már nem lehet a 70-es, 80-as

⁵ John Lukacs: A huszadik század rövid története. Európa Könyvkiadó 2014.

⁶ Európa Könyvkiadó. Budapest, 2014. vö.: p. 172

években használt módszerekkel eladni a termékeket.

Szó esett arról is, hogy a művészeti szervezetek közül sokan az új közönség elérésében, megszerzésében jó eredményt érnek el, a megtartásában azonban nem mindig jó az arány.

Solymosi Tari Emőke az 1997-ben útjára indított Pastorale-sorozatról mesélt, amelynek ötlete a Szent István Király Zene-művészeti Szakközépiskola igazgatójának, Záborszky Kálmánnak a fejéből pattant ki. A sorozatot az iskola elhivatottsággal, hatalmas lelkesedéssel indította útjára, és ma is óriási az érdeklődés az előadások iránt, az évek során elérték a százezres nézőszámot. Beszélt arról a szintén különleges ösztönművészeti sorozatról is, amelyet ugyancsak Záborszky Kálmán talált ki, vetítéssel, ismeretterjesztéssel. Együttműködnek a Magyar Táncművészeti Főiskolával, és most már nemcsak a néptánc, hanem a balett és modern tánc is megjelenik ezeken az előadásokon. Ezáltal több művészeti ágat vonultatnak fel, s mindez remek lehetőséget biztosít a fiatal tehetségek meghívására is. A gyerekek táncstílusokkal, népviseletekkel, ismeretterjesztő szövegekkel is megismerkedhetnek, s az előadáshoz vetítés társul. Számos programot kínálnak, minden évben akad egy-egy operaelőadásuk is, hogy a zuglói családokat bevezessék ebbe a műfajba. Záborszky Kálmán mindezt azért tartotta és tartja fontosnak, mert Magyarországon a gyerekek 1%-át viszik el kulturális eseményre, és Zuglóban is csupán 4%-ot. Ezzel a kezdeményezésükkel azonban minden zuglói gyerek évente egyszer legalább kap egy ilyen élményt. Nagyon figyelnek a kicsiknél az interaktivitásra. Solymosi Tari Emőke azt is elmondta, úgy vélik, hogy ezek az élmények hozzáadódnak egymáshoz, s így a gyerekek később, kamaszként sem mondják majd azt, hogy ők mindezt nem szeretik. Bár az iskolákat az elején nem volt könnyű meggyőzni, az első őszi ösztönművészeti produkciót követően már karácsonyra is jöttek volna lelkesen... Úgy véli, a fiatalok érdeklődésének felkeltéséhez csak kiváló minőségű előadásokkal lehet hozzákezdeni. Máshová is szeretnének eljutni – mindez persze az anyagiaktól függ –, mindenesetre az biztos, hogy a produkciók hatnak Zugló életminőségére.

Tarr Ferenc, a BonBon Matiné ügyvezető igazgatója mesélt sorozataikról, amelyeket Lukács házi Győző indított útjára 1998-ban,



Pastorale – a Zuglói Filharmónia sorozata

s irányít ma is. Ők annyiban különleges helyzetűek, hogy nincs fenntartójuk, üzleti vállalkozásként kell működniük.

Elmondta, nagyon lényegesnek tartják az innovációt. Ma ugyanis már óriási az igény a vizualitásra, megfigyelték, hogy a gyerekek kevésbé élvezik ugyanazt a műsort, mint öt-hat évvel ezelőtt. Ezért kitalálták, hogy az előadás közben egy rajzművész élő illusztrációit vetítik ki, amelyek a zenével szoros összhangban születnek. Elkezdtek árnyékszínházzal is foglalkozni, a Lúdanyót például profi színészekkel adják elő. Emellett feladatlapokat készítenek a gyerekeknek, amit megkapnak a pedagógusok is. Tarr Ferenc úgy véli, nagyon fontos a moderátor szerepe, segíthet abban, hogy minél inkább személyes élménnyé tegye az előadást. Emellett ő is nagyon lényegesnek tartja a minőséget.

Szamosi Szabolcstól, a Filharmónia Magyarország vezetőjétől megtudtuk, két éve történt meg az országos egyesülés, de még nagy különbségek vannak az egyes területek között.

Nagyon fontos számukra a közönségnevelés, 250 ezer gyereket érnek el egy évben. Szabolcs-Szatmár, Borsod megyében a legnagyobb ez a szám, de hogy ebből mi marad meg a következő évtizedekre, azt már nehezebb kérdésnek tartja.

Énektanárként módszertan órákat hallgatótt *Lakner Tamás* előadásában, ezért is vélekedik úgy, hogy a koncert olyan legyen, mint egy jó énekóra. Nagyon lényegesnek tartja, hogy kiváló moderátor szerepeljen a közönségnevelő koncerteken, ezért is kérte fel Lakner Tamást.

A karnagy – zenetanár, aki a Szélkiáltó együttesnek is a tagja, a gyerekek motivációját nevezte kulcsfontosságúnak, hozzátéve: a játékoság, a kreativitás a lényeg. Először maguk a gyerekek találják ki például, mit választanának versillusztráláshoz, s ezt követően másképp hallgatják a muzsi-

kát. Megfelelő felvezetésben egyetlen zongora is elvárásolja a kicsiket. Példaként Balog József zongoraművész előadásait említette, amelynek végén a gyerekek vastapssal köszönték meg a produkciót.

Erdődy Orsolya, a Budapesti Fesztiválzenekar ügyvezető igazgató helyettese arról beszélt, hogy számukra a közönségnevelés, -építés nem csak a fiatalokról szól. Minden korosztálynak kell tudni újat nyújtani, mert megtartani a meglévő hallgatókat ugyanolyan lényeges, mint újakat szerezni.

Hatalmas adatbázisuk sokat segít mindebben, és partneriskolai hálózattal ugyancsak rendelkeznek. Figyelnek arra is, hogy a publikumból ki mit szeret, látogatóik minél jobb megismerésére törekcsenek, hogy tudják, ki, mikor, mire jön szívesen, és próbálják őket magukhoz kötni.

A BFZ járja az országot is, kistelepüléseken is játszik, s rendhagyó helyszínekre is elmegy, hogy az ott élők találkozzanak az együttessel. Egyre sokasodnak a gyerekprogramjaik is, hiszen a kakaókoncertek mellett akadnak hangszerkóstoló előadások, próbálatogatás, amire szinte bármikor be lehet menni. A BFZ bekopog – rendezvénysorozat keretében tényleg az emberekhez viszik a zenét, így már születésen, ifjúsági börtönben, plázában, postán, fürdőben, könyvtárban is játszottak. Van gyerekopera, Lásd, amit hallasz-filmpályázat, s Midnight Music, éjjeli, babzsákos zenehallgatással. Ez a sorozat 2012-ben indult, de mára már kicsi lett hozzá a Millenárís. Eleinte plakátokon hirdették, most már a facebook is bőven elég, a belépők 95%-a elővételben elfogy.

A Magyar Zenei Tanács elnöke, *Zimányi Zsófia* megköszönvén az előadásokat, úgy foglalta össze a teadélutánt, hogy szívderítőek voltak a beszámolók, csak azt sajnálta, hogy sokan – akiknek kellett volna – nem hallották mindezt... R. Zs.