

Popa Péter:

Tettekkel a közönség-utánpótlásért

2005 szeptember 19-ike akár mérföldkő is lehetne a magyar szimfonikus zenekarok életében, amikor is a Művészetek Palotája szervezésében Kiss Imre, az intézmény vezérigazgatója, eszmecserére invitálta a szimfonikus zenekarok igazgatóit, Batta Andrászt a Liszt Ferenc Zeneművészeti Egyetem rektorát valamint személyemben a Magyar Szimfonikus Zenekarok Szövetségének képviselőjét.

Az új koncertterem próbaüzeme alatt nagyszerű hangversenyeket adó zenekarok példáján felbuzdulva a Művészetek Palotája gáláns ajánlatot tett a magyar zenekaroknak: 2005-ben térítésmentesen bocsátja ismét a rendelkezésükre a termet, sőt, bizonyos mértékben hozzájárul a meghívott zenekarok lebonyolítási költségeihez, illetőleg az együttesek saját célközönségének meghívásához.

A találkozó kiváló alkalom volt arra is, hogy a zenekarok vezetői közösen vitatassák meg a hangverseny-látogató közönség utánpótlásának, illetőleg utánpótlásnevelésének problémáját.

Miközben sajnos tudomásul kell vennünk azokat a negatív tendenciákat, amelyek nem csupán a magasabb rendű kultúra és az oktatás – azon belül a zenei és művészeti oktatás – egyre csökkenő költségvetési támogatásában jelentkeznek (szemben a legmagasabb szinten is zászlóra tűzött „kulturális” trenddel, a PANKKK és az egyéb hasonló színvonalú, a plazaközönség igény szintjét kiszolgáló programok támogatásának növekedésével), aközben saját magunknak is meg kell határoznunk azokat a lépéseket, amelyekkel megfelelően ellensúlyozhatjuk e negatív tendenciák már érezhető hatásait.

Nem söpörhetjük közös problémánkat a szőnyeg alá: lehet, hogy egyes zenekarok kiváló munkát végeznek a hangverseny-látogatók utánpótlásának nevelésében, lehet, hogy egyes zenekarok és hangversenyrendezők még nem küzdenek tátongóan üres széksorokkal, lehet, hogy átmenetileg más városokból importált közönséggel meg lehet tölteni a széksorokat, de tovább nem titkolható, hogy a hazai közönség abszolút értékben vett száma évek óta stagnál, átlag életkora pedig éppúgy növekszik, mint az ország lakosságáé.

Természetesnek gondolhatnánk, hogy a kultúra minden összetevőjét értékelő utánpótlás kinevelése az oktatás feladata lenne. A szomorú jelen azonban (amely nem csupán elsorvasztotta az általános iskolákban az ének-zene oktatást, s vele együtt a világ minden táján sikerrel alkalmazott Kodály-módszer alkalmazását, de – ad absurdum – egyesek a demokrácia sérelmének vélik a heti egy kötelező énekórát) arra hívja fel mindannyiunk figyelmét, hogy – amennyiben tíz év múlva is közönség előtt akarunk zenélni – ne csak a felelőtlen kultúra-felelősök irányába, de a *potenciális majdani közönség irányába is* folytassunk offenzívát. Nem hagyatkozhatunk kizárólag az úgynevezett ifjúsági zenekarokra, minden zenekarnak és hangversenyrendezőnek közösen kell kidolgoznia azokat a stratégiákat, amelyekkel újra természetessé válhat az iskolás korú gyermekek számára is a klasszikus kultúra, ezen belül pedig a zenekultúra szeretete, a hangversenyre járás pedig egy olyan élményt adó szórakozássá válna, amely képes alternatívát nyújtani a TV-reklámokon és akciófilmekben unatkozó, vagy a plázákban lődörgő, céltalan és sokszor társtalan fiatalságnak.

Nem várhatunk tovább arra, hogy az a réteg, amely a komolyzenét csak hírből ismeri, önként csatlakozzon a túlnyomó többségben nyugdíjas korú közönséghez és jelenjen meg a számukra érthetetlen és unalmas programokat kínáló standard szerkesztésű, olyan helyszíneken zajló hangversenyeken, amelyekben még azt sem tudják, hogy milyen ruhát kell felvenniük.

Itt az idő, hogy minden zenekar és minden műsorszerkesztő, kivétel nélkül, saját jól felfogott érdeke és jövője szempontjából misszióknak tekintse az új közönség megteremtését, kinevelését. Ehhez pedig áldozatra van szükség. Fel kell áldozni a kényelmes konzervatív műsorszerkesztés elemeit, a hangversenyeken verbálisan is meg kell szólítani a közönséget, (ha a karmester egyénisége erre alkalmatlan, akkor hivatásos műsorvezetőkkel), a hangulatot oldani kell, és ki kell vonulni az iskolákba is népszerűsíteni a zenét, a hangszerzenét és a hangversenyre járást. Ha ez nem fog bekövetkezni, akkor valóban sok lesz a zenekar, még több az üres széksor és feleslegessé válhat a zenekarok támogatása!

Nézzünk mindannyian körül ne csak a saját házunk tájékán, de külföldön is, ahol már régen ráébredtek a legfontosabb tennivalók mikéntjére. Ismét és ismét vizsgáljuk meg közösen, hogy mi kell a közönségnek. Olvassuk át ismét azokat az információkat, amelyeket lapunk nem öncélúan, de mindenki okulására rendszeresen átvész külföldi lap társunktól. Legyünk nyitottak a máshol bevált ötletekre, nézzük meg, hogyan csinálják az Egyesült Államokban, Nyugat-Európában, vagy akár a szomszéd kerületben!

A Művészetek Palotájában rendezett találkozó megteremtette az alkalmat arra, hogy a jövőben közösen is tegyünk közös gondjaink mérséklése érdekében.

Megértünk arra, hogy külföldi szakemberek meghívásával marketing-ismertetekre tegyünk szert. De már most tudhatjuk, hogy a marketing (a piaci igények feltárása) nem csupán a közönségszervezők dolga. Mindannyiunk passzivitását feladni kényszerítő tevékenység, amely a „piacbefolyásolás” egy részét a zenészek aktivitására bízta. Ne legyen zenekar, ne legyen zenekari műsorszerkesztés, amely nem tekint fokozott mértékben a jövőbe, és a jövőben megszerezhető közönségre. Minden zenekar találja meg az eszközöket arra, hogy iskolákban, néhány fős hangszeres csoportokban (esetleg képzett moderátorok segítségével) népszerűsítsék a zenét, a hangszereket, a hangszerzenét, vagy akár az aktuális koncertprogramokat.

Ha a zenekarokban (a tagokban is) meg lesz az áldozatkészség és a felismerés, hogy nemes célok érdekében hozott többletmunkájukkal saját érdekeiknek is használnak, az oktatás területén pedig meglesz a fogadókészség a és az együttműködési szándék, akkor a mindannyiunk javát szolgáló eredmény bizonyosan nem fog elmaradni: felkelthetjük olyanok érdeklődését a zene iránt, akik ezt nem hozták otthonról, megteremthetjük a jövő közönségének potenciális magvát, de profitálhatnak azok a zenészek is, akik szakmai fejlődésük érdekében hetente nyilvánosság elé léphetnek.

A zenész-, és közönség-utánpótlás, illetve a közönség szervezés témájához kapcsolódó korábbi cikkeink:

„Felkészültség, morál és művészeti egyéniség” (1996. III./5); „Új marketing módszerek” (2003. X/II.); „Programok a népeknek?” (2005. XII/1); „Mi kell a közönségnek?” (2005. XII./2.); „Pénz, pénz és - ötlet” (2005. XII./2.); „Nem csak zenéből él a koncert” (2005. XII./2)