

Christoph Schulte im Walde

Offenzíva

Több mint közönségszerzés

Közönségfejlesztés, oktatási programok, széles körű ismertség és nyitás kifelé – csak néhány azon feladatok közül, amelyek hosszú ideje a legfontosabbnak számítanak a zenekarok és hangversenyszervezők életében. A tét egy nagy hagyományú, a társadalom életét évszázadokon át meghatározó ágazat jövője és annak művészeti felfogása. Milyen lehetőségeink vannak arra, hogy ezt a kulturális örökséget átmentsük a 21. századba? Melyek a legfontosabb tennivalók?

„A jövőnek sok neve van: a gyenge úgymond, elérhetetlen, a gyáva úgymond, ismeretlen, a bátor lehetőségnek nevezi.” Victor Hugo aforizmája nyilvánvalóan elsősorban az egyes embernek jelent útravalót, alapgon-dolata azonban minden további nélkül vonatkoztatható társadalmi csoportokra, kez-deményezésekre és egyesületekre, nem utolsósorban pedig a kulturális intézményekre, köztük hangversenytermekre és zenekarokra is. Számukra is fontos kell legyen, hogy felvértezve nézzenek a jövőbe és saját jövőjük elé. A technológiai és társadalmi szempontból is egyre gyorsabban változó világunkban fel kell kutatunk, és ki kell használnunk a rendelkezésre álló lehetőségeket, hogy a múlt ránk bízott kulturális örökségét átmentsük a 21. századba. Ehhez talán nem is kell bátornak lenni, Victor Hugo idézetét át is alakíthatjuk, és mondhatjuk azt is, hogy az elszánt és kreatív emberek azok, akik számára a jövő nem tűnik elérhetetlennek vagy ismeretlennek, hanem akik lehetőségként élik meg azt.

Németországban és természetesen Németország határain túl is számtalan jövőbe mutató tevékenység folyik, amelyek mindegyike nagyfokú kreativitást mutat az újra és újra felmerülő kérdés vonatkozásában, hogy hogyan érhető el a közönség egyes rétegei, hogyan alakítható, illetve „nevelhető ki” a holnap közönsége a holnap számára, és miben tudnának maguk a zenekarok is fejlődni e téren. Sok esetben nincs is szükség különösen látványos, költséges vagy médiahatékony akciókra, hogy egy zenekar „támadásba lendüljön”, bekerüljön a város vagy régió vérkeringésébe, és ismertté váljon azok körében is, akik nem tartoznak törzsközönsége tagjai közé.

Közel kell kerülni az emberekhez, hiszen

ideális esetben közülük kerülhetnek ki saját lobbistáink. Csak fel kell ismerni, és ki kell használni az ebben rejlő, ugyanakkor tökéletesen kézenfekvő lehetőségeket: gondoljunk csak a Bertelsmann Alapítvány 2010-es felmérésére, amely szerint a német lakosság kétharmada nélkülözhetetlen kulturális értéknek tartja a klasszikus zenét és a zenés színházakat. Ha ezen emberek nagy része nem jár színházba vagy koncertre, a zenekarnak kell hozzájuk mennie, és ez már sok helyen régóta így is működik. Talán nem mindig olyan szokatlan módon, mint Közép-Svájcban, ahol tavaly ősz óta a Luzerni Szimfonikus Zenekar „zenekocsija” járja a környéket a középkori vándorzenészek hagyományait felelevenítve. A svájciak tehát kreatív megoldásokat találnak ki, hogy találkozhassanak közönségükkel, akár csak a „Baden-Württembergi Új Zene Hálózat”, amely a 2014-es Donaueschingeni Zenei Napok kezdetén látványos emeletes buszt indított útjára a tartományban. A megállóknál – templomoknál, kulturális központoknál és iskoláknál – minden kizárólag az „új zenéről” szólt. Ezáltal pedig sikerült közelebb hozni egymáshoz az előadókat és a közönséget, ami különösen a speciális új zenei repertoár miatt volt jelentős esemény.

Mindeközben új szövetségek is kötődnek zenekarok és egyesületek között, amelyek szintén lehetőséget nyújtanak a magukat a klasszikus zenétől távol érző társadalmi csoportok megszólítására. Eddig közel 700 ezer látogató nézte meg a YouTube-on Lorin Maazel két évvel ezelőtt készült videóját, amelyen rajongói szerelésbe öltözve vezényelte a Münchener Filharmonikusokat és kórusukat, hogy ezzel buzdítsa az FC Bayernt a bajnokok ligája döntőjének meg-

nyerésére. A ténylegesen létező médiatársadalom tengernyi lehetőséget kínál a zenekarok számára a hangversenytermeken túl is. A Berlini Filharmonikusok digitális hangversenyterme ennek egyik legnagyobb példája. De természetesen lehet kisebb léptékben is gondolkodni. A lényeg, hogy a technológiai eszközöket a művészi tartalmak közvetítésének szolgálatába állítsuk. Ugyanis már rég nem igaz az az elcsépelet közhely, hogy a klasszikus zenei élet képviselői az innovatív fejlődés helyett inkább a „rég, hagyományos módszerekhez” ragaszkodnának.

A jövő szempontjából meghatározó lesz az is, hogyan áll hozzá a „klasszikus” hangversenyszervezés a már régóta multikulturálisá váló társadalomhoz, hogyan alkalmazkodnak a programszervezők ahhoz a tényhez, hogy Joseph Haydn vagy Georg Friedrich Händel zenéjét nem lehet minden előkészület nélkül például egy alapvetően keleti gyökerekkel bíró közönség elé tární. Ezzel kapcsolatosan is léteznek már nagyszerű projektek, amelyek keretében a nyugat-európai zenei hagyomány párbeszédet alakít ki más kultúrkörök hangzásvilágával: a crossover nemcsak a pop, a rock és a klasszikus zenei stílusok keveredését jelentheti, hanem interkulturális találkozást is. Vannak együttesek, például a „L'arte del mondo”, amelyek a „kultúrák összecsapását” pozitív célra használják fel, így például az európai barokk zenét az ugyanazon korban íródott arab zenével kombinálják, és ezáltal képesek megszólítani a közönséget, amely mindkettőnek csodálója.

Számos bevándorló háttérű kisebbségből származó ember él milliós városainkban, a jórészt általuk lakott negyedekben. Miért ne lehetne őket is felkeresni hangszerünkkel, hogy egy időre szomszédjaikká, és ezáltal számukra is láthatóvá, hallhatóvá váljunk? A berlini Konzerthaus zenészei „Na, mit szólsz, Berlin?” elnevezéssel saját fesztivált indítottak, és koncertjeik helyszínül ezeket a zártnak mondható, különálló negyedeket választották.

Eddig még viszonylag kevés olyan projektről tudunk, amelyek célja a generációk összefogása lenne. A gyerekek és nyugdíjasok egyidejű zenei szórakoztatása, a zenéről való közös beszélgetés, akár közös zene-

szerzéssel és a szerzemények saját kezű előadásával, mind-mind olyan élmények és tapasztalatok, amelyek mindkét generáció számára hasznosak lehetnének. Az egyes generációknak külön-külön ugyanakkor számos zenekar kínál professzionálisan megtervezett „zeneközvetítői” programokat, és az elmúlt években számos újfajta kezdeményezés is indult e téren, hiszen ma már nem elegendő egy csellóval ellátogatni az óvodákba vagy iskolákba, vagy a trombita fúvókáját a kezükbe nyomni. Hozzá kell azonban tenni, hogy ennek az „alapozó” munkának a jövőben is van létjogosultsága, és semmiképp sem szabad alábecsülni a jelentőségét, hiszen sok esetben ezek az alkalmak jelentik a klasszikus zenével való első találkozás lehetőségét.

A komolyzene színvonalas közvetítésével ugyanakkor még mélyebbre kellene menni, és meg kellene szólalni a gyermekek és fiatalok érzelmeit is. Számos innovatív pedagógiai koncepció létezik már és kerül gyakorlati megvalósításra, amelyek egyéni módon adnak választ azon csoportok különböző igényeire és szükségleteire, amelyeket el kívánnak érni. A Kölni Nyugatnémet Rádió Zenekara „Plan M – Mehr Musik Machen” elnevezésű programja több folyamatosan kiértékelt és továbbfejlesztett projektet is kínál, és mindig szem előtt tartja, hogy a lehető legszorosabbra kell fűzni a kapcsolatot a zenészek és azok között, akik elfogadják a workshopokra, látogatásokra, viszontlátogatásokra és rendezvényekre szóló meghívókat. A kulcsszó

a folyamatosság, ami azt jelenti, hogy fel kell kelteni az érdeklődést, hogy a zenekarokkal, big bandekkel és kórusokkal, valamint az ő zenéjükkel való egyszeri és talán első találkozás ne váljon első és utolsó alkalommá.

És végül, de nem utolsósorban a kultúra életképességének fenntartása szempontjából rendkívül meghatározó szerep jut – és jutott mindig is – azoknak, akik terveznek, szerveznek, megvalósítanak és reflektálnak: ők a menedzsment tagjai, akik évekre előre hoznak a jövőt meghatározó döntéseket, és határozzák meg a jövőbe mutató irányt, egyedi profilt kölcsönözve ezzel egy-egy zenekar vagy hangversenyterem számára, vagy éppen ellenkezőleg. E tekintetben is történt számos pozitív változás az elmúlt években. Ugyanakkor továbbra is ésszerűen kell tartani azt, mely társadalmi környezetben tölti be ma a kultúra a maga szerepét, illetve a neki kiutalt szerepet.

Tudatában kell lennünk annak, hogy a mai világ rendkívül összetett, és további komoly változások előtt áll. Egyes gazdasági szakemberek a „nagy 21. századi átalakulásról” beszélnek, és ez alatt a globális társadalomban és természetesen főként az egyes emberek életében bekövetkező alapvető változásokat értnek. Tíz vagy húsz év múlva az emberek egészen más módon elégitik majd ki (kulturális) igényeiket, mint 20 évvel ezelőtt, ami a menedzsment szintjén stratégiai gondolkodásmód(váltás)t igényel, hogy sikerüljön megteremteni a kulturális intézmények jövőképes létezésének és fenntartásának feltételeit. Ezzel természetesen semmiképp nem a zenekarok kizárólag gazdasági szempontok alapján történő működtetése mellett kívánunk érvelni. Éppen ellenkezőleg. Egy színház igazgatási vezetője vagy egy hangversenyterem intendantsa igényeik és feladataik vonatkozásában is jelentősen különböznek egy áruházcsoport menedzsmentjétől.

Az elmúlt években számos olyan publikáció látott napvilágot, amelyek a zenekaroknak és zeneszínházaknak szánt, gazdasági szempontú koncepciókat, ötleteket és gyakorlati modelleket bocsátottak vitára. Mindezek az ösztönző írások jóval túlmutatnak a kulturális menedzsment mindennapi feladatain, és azoknak az embereknek szólnak, akik elszántan és esetleges kockázatok vállalására készen állnak a jelen kihívásai elé, hogy harcba szálljanak a jövőért. Visszatérve az cikk elején idézett aforizmára: a gyengeség vagy a gyávaság nálunk szóba sem jöhet!

*(Das Orchester 2015/3)
Köszönjük a közlés jogát!*

A MÁV SZIMFONIKUS ZENEKAR

művészeti vezető: Csaba Péter

BRÁCSA SZÓLAMVEZETŐI próbajátékot hirdet

A próbajáték időpontja: **2015. szeptember 26. (szombat), 10.00**

A próbajáték helye: **a zenekar próbaterme (1088 Budapest, Múzeum u. 11).**

A próbajáték anyaga:

I. forduló:

- 2 szabadon választott tétel (gyors és lassú) J.S.Bach hegedűre írott Szólószonátáiból és Partitáiból, vagy a Csellószvittekből
- Az alábbi versenyművek valamelyikének 1. tétele kadenciával:
K. Stamitz: D-dúr brácsaverseny op. 1.
F.A. Hoffmeister: D-dúr brácsaverseny
- egy zenekari szemelvény a megadott zenekari anyagból, a zsűri választása alapján

II. forduló:

- az alábbi versenyművek valamelyikének 1. tétele kadenciával:
Bartók Béla: Brácsaverseny op.post.
Hindemith: Der Schwanendreher
Walton: Brácsaverseny
- egy zenekari szemelvény a megadott zenekari anyagból, a zsűri választása alapján

III. forduló:

Zenekari anyag

Jelentkezéseket a pályázók rövid szakmai önéletrajzával és elérhetőségével együtt a zenekar titkárságára (1088 Budapest, Múzeum u. 11.) vagy e-mailben (office@mavzenekar.hu) kérjük eljuttatni 2015. szeptember 22-ig.

A zenekari állások részletes listája és kottaanyaga előzetes egyeztetés után a zenekar székházában átvethető 2015. július 1-től vagy igény szerint elektronikus úton küldjük.

Zongorakísérőt a zenekar nem biztosít.

További információ a zenekari titkártól kérhető a csgyurkovics@mavzenekar.hu e-mail címen.

Budapest, 2015. június 25.

Lendvai György
igazgató