

Pál Attila

# VAN MÁS IS?

Már egy ideje félttem a jelenlegi színház-finanszírozást. Azt a támogatási metódust, amit a szocializmusból megöröklöttünk, és főleg Kelet-Európában honosodott meg. Nem csak az exkommunista országokban adja ez az alapot a színházak támogatására: így van ez például Görögországban is, Németországban is.

Mielőtt azt mondanánk, hogy ez nem igaz, hiszen a szocializmus előtt is volt állami támogatás – jelzem, hogy az jellemzően többnyire közadakozás volt (ahogy azt a 19–20. századi erdélyi színházban látjuk), vagy közalapokból lehívható összegekre épült a színházak költségvetése. Párhuzamot vonhatunk a két finanszírozási forma között, de egyenlőségjelet nem tehetünk.

Azért félttem ezt a gyakorlatot, mert ez az általam ismert legszínházbarátabb rendszer Európa-szerte. A központi vagy önkormányzati finanszírozás léte, amely jellemzően nem függ a nézettségtől, nagy alkotói szabadságnak ad teret, és így tölti be a legfelelősebb formában a közszolgálati funkcióját.

A romániai színházak esetében az összköltségvetésnek 12–14%-a a saját jövedelem. Ez Lengyelországban mintegy 3–4%, Németországban meghaladja a 30%-ot. A saját jövedelem alatt, jelen esetben, a jegy- és bérletbevétel, a pályázatokon elnyert összegek, a művészeti szolgáltatás ellenértéke, a javak bérbeadásából származó összeg és a szponzorizáció összességét értem. Ezek az adatok mutatják, hogy miért nem hiszek a színházak öneltartásában. A kultúra esetében nyilvánvalóan szükség van támogatásra. A közpénzből származó költségvetési alapot semmi sem pótolhatja, és ha ez az alap rendelkezésünkre áll, akkor lehet rá építeni. Azonban nem árt, ha megnézzük, hogy még hogyan lehet másféleképpen finanszírozni. Milyen módszerek, rendszerek léteznek Európában?

2007-ben a nantes-i Rictus Színház vezetője, Laurent Maindon meghívásának eleget téve alkalmam volt pár napig betekintést nyerni a franciaországi színházi világba. Nantes-ba érkezve csodálkozva vettem tudomásul, hogy a másnapra tervezett bemutatójuk 40 km-re van, egy Ancenis nevű kisvárosban. Annak ellenére, hogy a városka mintegy 7 500 lelket számlál, imponáns kultúrházzal rendelkezik, amit a helyiek színháznak (Théâtre) neveznek, és viszonylag igényes repertoárral rendelkezik.

Itt derült ki számomra, hogy ebben a rendszerben a Színház kifejezés jellemzően az infrastruktúrát és egy évadról szóló műsorpolitikát fed, míg az alkotócsapat egy magánérdekeltségű intézmény, amely maga a Társulat. A Színházak az éves repertoárjukat a Társulatokkal kötött szerződések alapján állítják össze. Ezen együttműködés témája lehet egy bizonyos vagy több kész előadásról szóló egyezség, vagy lehet egy egész alkotási folyamat, amely a próbafolyamattól a rendszeres játszásig sok mindent magába foglalhat. Az évad a Színházak és a Társulatok szimbiózisában alakul ki.

Az igazi nagy piac pedig Avignon, az ott évente rendezett rangos színházi fesztivál. Az ország éves színházi szerződéseinek 70%-a itt kötötték. Amit addig gondoltam és hittem erről a fesztiválról, az csak a csúcса volt, a látható felszíne. Ami nem mindenki számára nyilvánvaló: hogy ide a Társulatok beneveznek, fizetnek, hogy bemutathassák a produkciójukat a fesztiválon, ami Nagy Börzeként működik. Sokszor csak napi 15 percet kaphatnak, más Társulatokkal együtt, a díszleteket forgószínpadon előkészítve – kinek, amire futja. (Ez nálunk igen kevésbé ismert rendszer, Szebenben volt ilyen kezdeményezés a 2000-es évek elején, és máig is tart.)<sup>1</sup>

Első hallásra nagyon szimpatikus volt ez a rendszer. De az első kérdőjel már a lelkesedésem követő tizenöt percben felmerült. Nyilvánvaló, hogy itthon a minél eladhatóbb produkciókkal kötnék szerződést, ha én lennék az egyik ilyen Színház vezetője. A nézettség és a bevétel számít – mindenki ezt hajtogatja, és ha sikerül egy kis időre az átlag fölé kerekedni, akkor máris elönt az önbizalom. Ez vajon hogy van Franciaországban? Laurent barátom megnyugtatóan: Franciaországban a tömegigény nem csak a szórakozásról szól. Az a Színház-vezető, aki nem mutat fel különböző műfajú értékeket egy évad keretén belül, szinte biztos, hogy nem folytatja a következő évben. Egyszerűen csak azért, mert ez az elvárás. Irigykedve jegyeztem meg, hogy így könnyű színházat csinálni. Azt is elmondta, hogy van arra példa, hogy ha egy Színház komolyabb szakmai értékkel rendelkező előadást vagy Társulatot szerződött le, a következő évben nagyobb finanszírozást kap (ez azonban nem szabály).

Minden nehézsége ellenére érdekelt és érdekel a francia rendszer. Szabadságot ad a társulati tagok honoráriumának meghatározására, mivel ezek az intézmények nincsenek állami szerveknek alárendelve. A nézők számára így változatos repertoárt lehetne összeállítani, hiszen egyébként elég nehéz 10–30 fős alaptársulattal minden műfajt művelni, minden rétegnek játszani. De ezzel a módszerrel több társulat szolgáltatásaira lehet alapozni, közép- és hosszú távon szoros együttműködésre van lehetőség egy, vagy akár több magasabb színvonalat képviselő Társulattal. Ezek a rendszer nyilvánvaló előnyei (az esetleges hátrányokkal itt most nem foglalkozom).

Próbáljuk meg számszerűen is összehasonlítani a két rendszert. Több forrásból származó adatok alapján<sup>2</sup> a következő kép rajzolódott ki:

	Franciaország	Románia
Előadásszám	34 000	19 000
Nézőszám	7 800 000	1 100 000
Népesség – nézőarány	12%	5,5%
Átlag jegyérték (EUR)	25	2,76
Közpénzből származó finanszírozás értéke (EUR)	76 000 000	50 000 000
GDP (milliárd EUR)	1 800	125
Finanszírozás – GDP-arány	0,0042%	0,0400%

<sup>1</sup> Bursa de Spectacole de la Sibiu, <http://www.sibiuartsmarket.ro/ro/arhiva/bursa-2015/>

<sup>2</sup> ez ennek, a 2-ik lábjegyzetnek a szövege: Mivel a román helyzetre vonatkozóan az adatközlők információiban nagyon nagy eltéréseket találtam (sokszor ugyanazon színháztól, ugyanarra a kérdésre, teljesen eltérő adatokat kapunk), a sárokszámokat saját gazdasági becsléseimmel összevetve véglegesítettem. A francia adatok Patricia Michel, a Patricia Michel, a Théâtre National de La Colline ügyvezetőjének előadásában hangzottak el a *Színházak a gazdasági válságban* című szakmai konferencián (Katona József Színház, 2012).

A fentiek alapján a következő kalkulációk lehetségesek:

	Franciaország	Románia
Egy előadásra nyújtott támogatás (EUR)	2 235	2 632
Egy nézőre nyújtott támogatás (EUR)	9,74	45,45
Jegybevétel (EUR)	195 000 000	3 036 000

Patricia Michel, a Théâtre National de La Colline ügyvezető igazgatója szerint Franciaország elérte a finanszírozási képességeinek határát. Eközben tudjuk, hogy a finanszírozás nagysága és az összeg elosztásának módszere csak a döntéshozók szándékának kérdése. Ha egy ország a GDP-jének 0,0042%-ról azt gondolják, hogy elérte a képességei határát, akkor a 0,04% biztosíték arra, hogy előbb-utóbb megváltozik a finanszírozási módszer, hiszen ez azt mutatja, hogy óriási a kultúrára fordított összeg.

A fenti táblázatot áttekintve a következőket állapíthatjuk meg: Romániában közpénzből (központi, önkormányzati források) szépen adnak a színházra. Amíg az előadásokra eső szubvenció viszonylag hasonló (Franciaországban 2 235 euró, Romániában 2 632 euró – de ne feledjük, hogy 15% eltérés jelentős összeg), az egy nézőre jutó szubvenció már óriási különbséget mutat. Franciaországban egy nézőre 10 euró alatti összeg jut, nálunk 45 euró fölötti. A jegyárak aránya megközelítőleg 10 az 1-hez. Ez érthető, hiszen a francia átlagkereset jóval magasabb, Romániában pedig nehéz lenne változtatni a jegyárpolitikán.

Hacsak nem növeljük a nézettséget. Ha elérnénk azt, hogy a népesség 10%-ával egyezzen meg a színházba járók aránya, akkor többtényezős emelkedésre számíthatunk. Az ilyen lefedettségnél már nyugodtan gondolkodhatunk a belépők árának emelésében. A színvonal iránti igény megváltozására adódik így lehetőség. A saját jövedelem nagysága és aránya fajsúlyosabb lenne a színházaink költségvetésében. Minél többen járnak színházba, annál érdekelttbbé válik a magáncég, hogy a saját tevékenységét, népszerűségét felmutassa. Ez egyfajta biztosíték arra, hogy jól fektet be, jó helyen reklámoz. Tehát mindegyik tényező a színház létét és munkáját segíti.

A színvonal és a nézettség növelésének igényéből az következik, hogy legfontosabb dolgunk *a színházba járás promoválása*. Nem egy konkrét előadásra kell bejőnnie a nézőnek, nem egy rendező nevére, nem egy színészre és nem egy előadascímre. Csak a Színházba, a színházi élményért magáért. Az egész évad kommunikációjának legfontosabb célja az kell hogy legyen, hogy a színházi élményt elősegítse és megteremtse, a színházba járást szokássá emelje. Ha pedig a színházba járás igénye kialakul, akkor már kezd formálódni a minőség iránti igény is. Hogy egy hasonlattal éljek, olyan ez, mint amikor az édes, könnyű vörösbor fogyasztásáról áttér az ember a testes borokra.

A jövőben pedig az a Színház nyer, amelyik ezt jól, a profiljának megfelelően és a minőség kompromisszuma nélkül meg tudja tenni.