

KULTÚRPOLITIKAI GONDOLATOK

13 PONTBAN A MAGYAR KULTURÁLIS POLITIKÁRÓL

S Z A B Ó L Á S Z L Ó

1. A TÉVEDÉS

Eljött az ideje, hogy leszámoljunk egy tévedéssel. Be kell látnunk, hogy hibás az az – általában és évtizedek óta hazánkban is jelen lévő – kultúrpolitikai krédó, amely egy nemzet kultúráját és ebből fakadóan kultúrpolitikáját is *pusztán* a megmaradásának és fejlődésének zálogaként kezeli, gondolzza. Nézetem szerint mindig is hibás elgondolás volt, de a III. évezredben minden korábbinál nyilvánvalóbbá vált e tévedés. *A kultúra egy nemzet identitásérvényesítő eszköze* (ha akarom: fegyvere) is, melyet folytonosan és kreatívan kell használni. Ma már nem kérdés, hogy *a nemzetek közti verseny valójában kulturális verseny jelent*, és e kompetíciónak legfeljebb része a gazdasági és politikai verseny.

2. VERSENYÉHES KULTURÁLIS POLITIKA

Ebből fakadóan a sikeres magyar kulturális politika nem lehet simulékony, megengedő vagy elnéző – éppen, hogy *térfoglaló, domináns és harcos kell, hogy legyen*. Bizonyítania kell minden felületen, formában és minden időben, hogy a magyar nemzet kultúrája megállja a helyét a kultúrák versenyében. Sőt, kiemelkedik ebben a versenyben! És ha ezt bizonyítani tudja, az majd versenyelőnyt jelent neki a gazdasági és politikai versenyben is. Sőt, még ennél is tovább kell menni: nem elég versenyképes kultúrpolitikát vinni, hanem versenyre éhes, *a verseny kereső kultúrpolitikára van szükség*.

3. HIT A GYŐZELEMBEN

Egy versenybe csak akkor érdemes beszállni, ha *a versenyt meg is akarjuk nyerni*. Különösen igaz ez azokra a versenyekre, ahol korábban már sokszor bizonyítottuk, hogy a legjobbak között vagyunk.

4. EGY MONDAT

Szükséges, hogy a magyar kulturális politika (kultúrpolitika) – a magyar kultúra elképesztő szélessége és mélysége dacára – *összefoglalható legyen egyetlen esszenciális mondatban*. Nem azért, mert a leegyszerűsített politikai kommunikáció korát éljük (de valójában ezért is), nem is azért, mert könnyebbé teszi az eligazodást (pedig valójában könnyebbé teszi), és nem is azért, mert ezzel meg lehet úszni a bővebb kifejtést (noha valójában meg lehet úszni, főleg, ha valaki meg akarja). Hanem azért, mert végtére is a kultúrpolitika intézmények, programok irányítását, felügyeletét jelenti, mérhetetlen mennyiségű államigaz-

Hegemon kultúra – Az American Library Association War Service könyvgyűjtési akciója az Európában állomásozó amerikai csapatok számára, New York, 1919
(*Library of Congress*)

gatási aktussal, ezért hát szükséges a világos és egyértelmű mérce. A magyar kulturális politika feladata végtére is egyetlen mondat hirdetése, ami a következő: A VILÁG LEGJOBB DOLGA MAGYARNAK LENNI! Ebből fakad, hogy azon kulturális programok vagy „termékek” (ami rossz szó, de egyelőre nincs jobb) támogatása, amelyek nem ennek a mondatnak az igazságát tartalmazzák – azokat nem feladata támogatni a magyar államnak.

5. KÉT PILLÉR – KÖZÖS CÉL

A kulturális politika működése két pilléren áll. Az első *a magyar állam kulturális intézményeinek igazgatása*. A második a kultúra világában működő, *önállósággal bíró (civil) szervezetek munkája*. Közös céljuk pedig olyan – leegyszerűsítő megfogalmazással – magas minőségű kulturális programok létrehozása és sikerre vitele, amelyek a kulturális intézmények és a kulturális szervezetek együttműködésében ezt fejezik ki: A világ legjobb dolga magyarnak lenni!

6. HATÉKONY, ERŐSKEZŐ INTÉZMÉNYVEZETÉST

A magyar állam kulturális intézményeinek igazgatása során négy szempontot kell érvényesíteni. Először is: *együttműködő hálózattá kell szervezni őket*, kialakítani a kooperáció formai feltételeit (a digitalizáció és a vállalatirányítás modern eszközeivel). Másodszor: *működésük gazdasági hatékonyságát meg kell újítani*. A gazdálkodás modernizálásával jelentős (mondjuk 20 százalékos) működési költségcsökkenést kell elérni. Így több pénz fog jutni a tartalomra. Harmadszor: el kell várni tőlük, hogy *a lehető legtöbb felhasználóhoz jussanak el*, vagyis aktívan keressék és hívják magukhoz a lehető legtöbb érdeklődőt. Negyedszer pedig: a nemzeti kultúra kincseinek megmutatása során a mérce az legyen, hogy *kizárólag olyan tartalmakat tegyenek közzé*, amelyek ezt sugározzák: A világ legjobb dolga magyarnak lenni!

A világ legjobb dolga
magyarnak lenni!



7. TÖBB FELHASZNÁLÓT

Nem az a problémánk, hogy ne lenne több kultúrára éhes fogyasztó, hanem az, hogy *nem jut el hozzájuk elég kínálat*. Hogyan jutunk el több felhasználóhoz? A kulturális értékek előállításakor és bemutatásakor elégtelen vagy nagyon kis figyelem irányul arra, hogy az értékteremtés meglepte, ténye, érdekessége, különlegessége, egyedisége hangsúlyt kapjon. A felhasználókhöz (nézőkhöz, látogatókhoz, hallgatókhoz) való eljutás, *a kulturális marketing eszközeinek használata szigorú elvárás legyen* az intézményvezetők, a kulturális értékek előállítói felé. Masszív kulturális központú média- és oktatáspolitikai kell, hogy hatékonyan támogassa a fentieket. Az üzenet pedig, amelyet ezek a felhasználók kapnak, lényege és magja szerint nem más, mint a következő: A világ legjobb dolga magyarnak lenni!

8. ERŐTELJES KULTÚREXPOROT

Határozottan *növelni kell a magyar kulturális kincsek külföldön való bemutatásának mértékét és hatékonyságát*. Saját szervezettel és tartalmi stratégiával rendelkező programot kell indítani a magyar kulturális termékek – legyenek azok hagyományápolók vagy újítók – külföldi bemutatására. Erőteljes, hatékony, nagy elérésű, koncentrált kulturális jelenléteket kell biztosítani, *minőségi kommunikációval*. Biztosan fájó lesz, ám szükséges döntést hozni arról, hogy melyek azok a *brandek*, amelyeket – szinte kizárólagosan – építeni kell külföldön mint a magyar kultúra megtestesítőit (Bartók, Csontváry, Kálmán Imre, Liszt, Munkácsy, Petőfi, Puskás, Rubik – a sor véges kell, hogy legyen). Azt kell újra és újra elmondani külföldön is, hogy: A világ legjobb dolga magyarnak lenni!

9. KULTURÁLIS VEZÉRHAJÓK

Az *állami kultúrpolitika nevezi meg a vezérhajóit*, ezzel felelősséggel övezi fel őket a kulturális politika esszenciájának megfogalmazásában. Tíz vezérhajó van: a Nemzeti Galéria/Szépművészeti Múzeum (képzőművészet), az Állami

Operaház (operaművészet), a Petőfi Irodalmi Múzeum (magyar irodalom), a Nemzeti Színház (színházművészet), a Nemzeti Múzeum (közgyűjteményi rendszer), a (névváltozáson áteső) Magyar Nagycirkusz (cirkuszművészet), a Nemzeti Táncszínház (táncművészet), a Hagyományok Háza (néprajz és népművészet), a Zeneakadémia (zeneművészet), valamint a Nemzeti Filmintézet (filmművészet). A tizenegyedik zászlóshajó a Magyar Művészeti Akadémia, amely köztestületként a magyar kultúrpolitika állami és civil metszéspontja, és leginkább az elméleti-tudományos alkotásban kell jeleskednie. *A vezérhajók feladata a különböző kulturális területek stratégiaalkotása*, mégpedig a területen működő nemállami szervezetekkel együttműködve. A közművelődés hálózata a fentiek összesített tudásának alkalmazásával és adaptálásával építi a közösségeket. A kulturális kormányzat feladata a stratégiák összehangolása és végrehajtásuk felügyelete, ebben a szellemben: A világ legjobb dolga magyarnak lenni!

10. KULTURÁLIS INKUBÁCIÓ

A Nemzeti Kulturális Alap (NKA) feladata meg kell, hogy változzon! A különalkus, rejtett költségvetéspótló működési modell helyett *a feladata a kulturális inkubáció legyen*. Meg kell találnia azokat a kulturális kezdeményezéseket, amelyek sokra hivatottak, de gazdasági és szakmai támaszra szorulnak. Mentorintézményként kell működni, segítenie kell felnevelkednie a sarjadó termékeknek, azoknak, amelyek úgy gondolkodnak, hogy: A világ legjobb dolga magyarnak lenni!

11. FRISS MŰVÉSZETI TERÜLETEK

Fókuszot kell helyezni azokra a kulturális műfajokra, amelyek *korban frissek, popularitásuk magas, a fiatalokat nagy számban érik el*: könnyűzene, *street art*, musical, videós műfajok, digitális művészeti ágak. Konkrét lépéseket kell tenni: 20 százalékra növelni a magyar könnyűzene arányát a rádiókban, önálló magyar musicalszínházat létrehozni, *street art* fesztiválokat és szabadidős intézményeket alapítani, digitális művészeti tehetségkutató versenyeket szervezni, ezeknek a műfajoknak meg kell teremteni a felsőfokú képzési rendszerét. A kulturális politika új, friss ágának is azt kell hirdetnie: A világ legjobb dolga magyarnak lenni!

12. KULTURÁLIS-MŰVÉSZETI KÉPZÉS

Az óvodában és az általános iskola alsó osztályaiban *be kell vezetni a mindennapos művészeti képzést* (ének-zene, rajz-képzőművészet, tánc, filmművészet, médiahasználat). A művészeti középiskolákat a művészeti felsőoktatási intézmények fenntartásába kell helyezni. Alapítványi fenntartásúvá kell tenni az összes művészeti egyetemet, és létre kell hozni az együttműködési formákat (összhangba hozott felvételi rendszer, közös képzések, erős nemzetközi kapcsolatrendszer, nyelvoktatás erősítése, gyakorlólhelyek rendszerének kialakítása, mentorművész státusz létrehozatala). A kulturális-művészeti képzések vezérlőelve minden bennük oktató számára így hangozzék: A világ legjobb dolga magyarnak lenni!

13. GAZDASÁGPOLITIKAI PREFERENCIÁK

Magyarország nemzetközi összevetésben kimagasló mértékben fordít pénzügyi-támogatási és államigazgatási figyelmet a kultúrára. Ez tiszteletreméltó, megtartandó, sőt fejlesztendő, például így: *bevezetendő a családi kulturális támogatás*, ami olyan programokra költethető (virtuális, lehívható), amelyeken a generációk együtt vesznek részt, az előadóművészettől a közgyűjteményekig, kulturális kurzusoktól a fesztiválokig. Vagy így: *a vállalkozások adózatlan nyereségük 1 százalékát költhessék kulturális programokra* (ez a rész nem adózik). Vagy azzal, hogy a kulturális termékek/produkciók árának (belépőjegyének) *árfája mérséklődjön 10 százalékra*, ennek fele az állam közvetlen bevétele, fele az NKA-é. Az állam kultúrát szolgáló gazdasági működésének jelszava is ez: A világ legjobb dolga magyarnak lenni! ■