

<http://www.hejmec.eu>

Hellenic Journal

of Music, Education & Culture

Article

Volume 1
September 2010

Ανάπτυξη κοινού: Αξιοποιώντας τη λαϊκή και παραδοσιακή μουσική

ΜΑΡΙΑ ΚΟΥΡΗ

Διδάκτωρ Φιλοσοφικής Πανεπιστημίου Βιέννης
maria.kouri@hotmail.com

HeJMEC

Επιστημονική Έκδοση για την Μουσική, την
 Εκπαίδευση και τον Πολιτισμό.
 Copyright © 2010
 Vol. 1 | Article 6
 ISSN 1792-2518
<http://hejmec.eu>

ΠΕΡΙΛΗΨΗ Οι δύσκολες συνθήκες του σύγχρονου περιβάλλοντος καλούν τους μη κερδοσκοπικούς πολιτιστικούς οργανισμούς να επιβιώσουν με μεγαλύτερη οικονομική αυτάρκεια συνεχίζοντας παράλληλα την εκπλήρωση της καλλιτεχνικής και κοινωνικής αποστολής τους. Ως κλειδί στην πρόκληση αυτή αναδεικνύεται η Ανάπτυξη Κοινού, η οποία όμως, με την εξαίρεση της Μεγάλης Βρετανίας, παραμένει σε μεγάλο βαθμό άγνωστη στον ευρωπαϊκό πολιτιστικό χώρο. Καθώς οι κρατικές χρηματοδοτήσεις αποδεικνύονται ανεπαρκείς να καλύψουν τις ανάγκες του πολιτιστικού τομέα, η ανάγκη υιοθέτησης μεθόδων ανάπτυξης κοινού από τους πολιτιστικούς οργανισμούς προβάλλει ολοένα και επιτακτικότερη. Χρησιμοποιώντας το παράδειγμα του ετήσιου Θεσμού των συναυλιών του Τμήματος Λαϊκής και Παραδοσιακής Μουσικής του ΤΕΙ Ηπείρου, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της πρώτης φάσης ερευνητικού προγράμματος ανάπτυξης κοινού για τη λαϊκή και παραδοσιακή μουσική και, βάσει αυτών, κατατίθενται προτάσεις ανάπτυξης κοινού για την κοινότητα της Άρτας, με στόχο την ανάδειξη της σημασίας της ανάπτυξης και της έρευνας κοινού για τη λειτουργία των σύγχρονων πολιτιστικών οργανισμών.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ Ανάπτυξη κοινού, λαϊκή και παραδοσιακή μουσική, έρευνα κοινού, Άρτα, Τμήμα Λαϊκής και Παραδοσιακής Μουσικής, ΤΕΙ Ηπείρου

1. Η Ανάπτυξη Κοινού

Στη σύγχρονη εποχή οι μη κερδοσκοπικοί πολιτιστικοί οργανισμοί έρχονται αντιμέτωποι με πολλές δυσκολίες, στις οποίες εντάσσονται οι ολοένα και μεγαλύτεροι οικονομικοί περιορισμοί (μείωση των κρατικών επιχορηγήσεων και των χορηγιών, γενικότερη οικονομική ύφεση, μείωση εσόδων από εισιτήρια κ.ά.), ο δευτερεύων ρόλος του πολιτισμού στις σύγχρονες δυτικές τεχνοκρατικές κοινωνίες (McCarthy, et al., 2001), η πλειάδα ανταγωνιστικών του πολιτισμού δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου και οικονομικών, υψηλής ποιότητας παραγώγων των πολιτιστικών βιομηχανιών (πχ. CDs, DVDs, mp3 κτλ., Kotler and Scheff, 1997), καθώς επίσης οι ριζικές μεταβολές στον τρόπο ζωής του σύγχρονου ανθρώπου (περιορισμός ελεύθερου χρόνου, υπεράριθμες ανάγκες κτλ., Engel, Blackwell and Miniard, 1987). Παρά τις απαιτητικές συνθήκες δρομολογείται διεθνώς η σχετική αυτονόμηση των επιχορηγούμενων πολιτιστικών οργανισμών από την κρατική οικονομική υποστήριξη· πλέον αναμένεται από τους οργανισμούς να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τους οικονομικούς πόρους τους και να εξασφαλίζουν

νέους, εκπληρώνοντας ταυτόχρονα την καλλιτεχνική και την κοινωνική αποστολή τους, δηλαδή την προστασία της ελευθερίας της καλλιτεχνικής έκφρασης από τις πιέσεις της αγοράς (Kolb, 2000). και τη διάδοση του πολιτιστικού αγαθού σε ευρεία κοινωνικά στρώματα χωρίς εξαιρέσεις (Morris, 1996). Ως λύση στην πρόκληση εξισορρόπησης οικονομικών, καλλιτεχνικών και κοινωνικών στόχων προτείνεται η ανάπτυξη κοινού, μια σχετικά σύγχρονη πρακτική που ξεκίνησε τις δεκαετίες '70-'80 στις ΗΠΑ λόγω των παραδοσιακά ελάχιστων έως ανύπαρκτων κρατικών επιχορηγήσεων, που ώθησαν τους πολιτιστικούς οργανισμούς να στραφούν πιο ουσιαστικά στους επισκέπτες τους, προκειμένου να εξασφαλίσουν εναλλακτικές πηγές εσόδων.

Σε γενικές γραμμές η ανάπτυξη κοινού είναι σύνολο στρατηγικών που αφορούν σε όλη τη λειτουργία του πολιτιστικού οργανισμού, και κυρίως στη συντονισμένη δράση των τμημάτων καλλιτεχνικού προγραμματισμού, μάρκετινγκ (προβολής και επικοινωνίας) και εκπαίδευσης (Maitland, 2000). Στόχος των στρατηγικών αυτών είναι η αντιμετώπιση όποιων παραγόντων παρεμποδίζουν τη συμμετοχή στις τέχνες, με αντικειμενικό σκοπό να καταστεί η καλλιτεχνική δημιουργία προσιτή σε όλους πέρα από κοινωνικούς αποκλεισμούς. Συνεπώς, οι αναπτυξιακές στρατηγικές αποσκοπούν αφενός στον πολλαπλασιασμό του αριθμού και στην αύξηση της συχνότητας συμμετοχής του υπάρχοντος κοινού, και αφετέρου στη διεύρυνση του κοινού μέσω της προσέλκυσης μη συμμετεχόντων (McCarthy & Jinnett, 2002). Έτσι, παράλληλα με την ποσοτική, η ανάπτυξη κοινού έχει και ποιοτική εκδοχή που περιλαμβάνει την επέκταση των πνευματικών και συναισθηματικών οριζόντων του ατόμου διαμέσου όχι μόνον της παθητικής αλλά και της ενεργητικής συμμετοχής του στην εκτίμηση, απόλαυση και δημιουργία τέχνης (Connolly & Cady, 2001).

Επιπλέον, η ανάπτυξη κοινού αποσκοπεί στη θεμελίωση μακροπρόθεσμων, αμφίδρομων δεσμών μεταξύ του οργανισμού, των ανθρώπων και των τεχνών, όχι απλώς για να καλυφθούν οι άμεσες ανάγκες ενός οργανισμού, αλλά για να καλλιεργηθεί το κοινό του μέλλοντος, αφενός βελτιώνοντας την ποιότητα ζωής των ανθρώπων και αφετέρου εξασφαλίζοντας τη συνέχεια του οργανισμού σε βάθος χρόνου (Κουρή, 2005α). Πράγματι, η ανάπτυξη του υπάρχοντος κοινού και η προσέλκυση δυνητικών επισκεπτών συντελούν τόσο στην πραγματοποίηση της κοινωνικής αποστολής του οργανισμού όσο και στην οικονομική του ενίσχυση. Ταυτόχρονα, εκπληρώνεται και η καλλιτεχνική αποστολή του οργανισμού, αφού τα αυξημένα έσοδα προάγουν την καλλιτεχνική ποιότητα, ενώ η διεύρυνση των οριζόντων των ατόμων επιτρέπει την αποδοχή πρωτότυπων, νέων καλλιτεχνικών δημιουργιών (Κουρή, 2005β).

Με την εξαίρεση της Μεγάλης Βρετανίας, που ήδη έχει υιοθετήσει σε μεγάλο βαθμό αναπτυξιακές πρακτικές, η ανάπτυξη κοινού διαδίδεται στον ευρωπαϊκό χώρο με αργούς ρυθμούς, ενώ στην χώρα μας παραμένει εν πολλοίς ακόμη άγνωστη. Μια από τις δυσκολίες που αποτρέπουν την ευρύτερη υιοθέτηση ανάπτυξης κοινού είναι η έλλειψη σχετικής τεχνογνωσίας εκ μέρους των φορέων που προάγουν μορφές του πολιτισμού. Παρακάτω παρουσιάζονται το πλαίσιο, η διεξαγωγή των πρώτων πρακτικών βημάτων και η χάραξη στόχων προς την εφαρμογή ανάπτυξης κοινού για τη λαϊκή και παραδοσιακή μουσική στην τοπική κοινωνία της Άρτας, όπως σχεδιάστηκαν και εφαρμόστηκαν σε σχετικό ερευνητικό πρόγραμμα ανάπτυξης κοινού με αφετηρία τις ετήσιες συναυλίες του Τμήματος Λαϊκής και Παραδοσιακής Μουσικής του ΤΕΙ Ηπείρου.

2. «Ανοίγοντας τις πύλες» μέσω της λαϊκής και παραδοσιακής μουσικής

Το Τμήμα Λαϊκής και Παραδοσιακής Μουσικής (ΤΛΠΜ) του ΤΕΙ Ηπείρου με έδρα την Άρτα καθιέρωσε το 2004 τον θεσμό της «Εβδομάδας Ανοιχτών Πυλών» στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ «Αναμόρφωση των προπτυχιακών προγραμμάτων σπουδών», με στόχο την γεφύρωση του ακαδημαϊκού χώρου με την ευρύτερη κοινωνία, τη διάχυση του ακαδημαϊκού πνεύματος και την προσέλκυση φοιτητών (Ζουμπούλη, ανέκδοτη ομιλία). Η Εβδομάδα λαμβάνει χώρα στο τέλος κάθε ακαδημαϊκού έτους και περιλαμβάνει μια επιστημονική ημερίδα καθώς και μια σειρά συναυλιών με τη σύμπραξη φοιτητών-καθηγητών στις πλατείες της Άρτας με την επωνυμία «Αρταίων Πόλις - Αρταίνον Μέλος». Η ιδιαιτερότητα των συναυλιών αυτών έγκειται στην εθελοντική συμμετοχή των φοιτητών που δεν βαθμολογούνται για την δράση τους αυτή, στη μοναδικότητα των συναυλιών που προσφέρονται ως δώρο από το Τμήμα στην πόλη που το φιλοξενεί, και στη μεταφορά της τέχνης από τον επίσημο θεσμικό χώρο στις πλατείες, αποδίδοντας σε αυτές τον αρχικό τους χαρακτήρα ως φόρα διαλόγου και ανταλλαγών εμπειριών διαφορετικών κοινωνικών ομάδων.

Ύστερα από τέσσερα χρόνια λειτουργίας οι συναυλίες φαίνονταν να ριζώνουν και να χαίρουν γενικότερης αποδοχής, δεν υπήρχαν όμως στοιχεία που να υποστήριζαν ή να ανέτρεπαν την υπόθεση αυτή. Συνεπώς, σχεδιάστηκε από τη γράφουσα κατά τη διάρκεια της επιστημονικής συνεργασίας της με το ΤΛΠΜ ένα ερευνητικό πρόγραμμα ανάπτυξης κοινού στο Νομό Άρτας, το οποίο προσλήφθηκε θερμά από το Τμήμα και υποστηρίχθηκε από το έργο «Ενθάρρυνση επιχειρηματικότητας στο Τ.Ε.Ι. Ηπείρου» (Χρηματοδότηση ΕΠΕΑΕΚ II/Γ' ΚΠΣ). Κύριοι στόχοι του ερευνητικού προγράμματος ήταν α) η ενδυνάμωση του ρόλου του Τμήματος στην τοπική κοινωνία β) η σταδιακή διάδοση της λαϊκής-παραδοσιακής μουσικής προκειμένου να προαχθεί η ποιότητα ζωής της πόλης της Άρτας και των περιχώρων της, γ) η προσέγγιση ιδιαίτερα της νέας γενιάς και δυνητικών φοιτητών και δ) η πρακτική εξάσκηση των φοιτητών σε διδαγμένες μεθόδους πολιτιστικής διαχείρισης. Απώτερος μακροπρόθεσμος σκοπός ήταν η σταδιακή ένταξη της πλούσιας μουσικής παράδοσης τους τόπου μας στην καθημερινότητα των ανθρώπων ανεξαρτήτως ηλικίας, βιωμάτων, κοινωνικής τάξης, οικονομικής κατάστασης, επιπέδου γνώσεων και προϋπάρχουσας εμπειρίας στις τέχνες.

Αφετηρία και βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη κοινού είναι η καλή γνώση των ποικίλων χαρακτηριστικών τόσο των Συμμετεχόντων όσο και των Μη συμμετεχόντων. Η έρευνα αγοράς-κοινού μεταφέρεται σταδιακά από τον επιχειρηματικό στον μη κερδοσκοπικό τομέα, αφού μέσω των παραγόμενων ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων ορίζεται η αγορά, μετριέται η ζήτηση τη δεδομένη χρονική στιγμή και προβλέπονται μελλοντικές τάσεις, χαράσσονται και αξιολογούνται στρατηγικές για κάθε τομέα λειτουργίας του εκάστοτε φορέα (Kotler, 1994). Άλλωστε, οι σύγχρονες τάσεις ζωής της «κατανάλωσης κατά παραγγελία» και της «εξατομικευμένης κατανάλωσης» (niching) τονίζουν τη μοναδικότητα κάθε ατόμου εστιάζοντας στα ιδιαίτερα, προσωπικά ενδιαφέροντα που ικανοποιούνται στον χρόνο, τον τόπο και με τον τρόπο επιλογής του ατόμου (Porcorn, 1992). Καθώς οι αγορές εξατομικεύονται, οι μαζικές προσεγγίσεις

χάνουν έδαφος: ο γενικός πληθυσμός χρειάζεται να υποδιαιρείται βάσει ερευνητικών στοιχείων σε μικρότερες υπο-ομάδες (Kotler, 1994, σ. 443), από τις οποίες κάθε οργανισμός επιλέγει τα κοινά-στόχος στα οποία θα απευθυνθεί επικεντρωμένα και επισταμένα.

Ακολουθως, η πρώτη φάση του project περιλάμβανε τη διερεύνηση του προφίλ, των απόψεων, της συχνότητας και της συμπεριφοράς συμμετοχής, καθώς και του τρόπου ενημέρωσης των κατοίκων της Άρτας και των περιχώρων της σχετικά με τις συναυλίες του ΤΛΠΜ. Εφαρμόστηκε η μέθοδος της τυχαίας απλής δειγματοληψίας σε δείγμα 180 ατόμων. Σχεδιάστηκαν σύντομα ερωτηματολόγια με ποσοτικές και κάποιες ποιοτικές ερωτήσεις, τα οποία μοιράστηκαν, συμπληρώθηκαν επιτόπου από τους ερωτώμενους και συλλέχθηκαν στο διάστημα 8-15 Δεκεμβρίου 2006. Καλύφθηκαν τρεις χρονικές ζώνες (πρωί-μεσημέρι-βράδυ) και πέντε διαφορετικές περιοχές¹, έτσι ώστε να εξασφαλιστεί όσο το δυνατόν αντιπροσωπευτικότερο δείγμα. Τα αποτελέσματα καταχωρήθηκαν ηλεκτρονικά και αναλύθηκαν στατιστικά με το πρόγραμμα SPSS 12.

2.1 Ερευνητικά αποτελέσματα

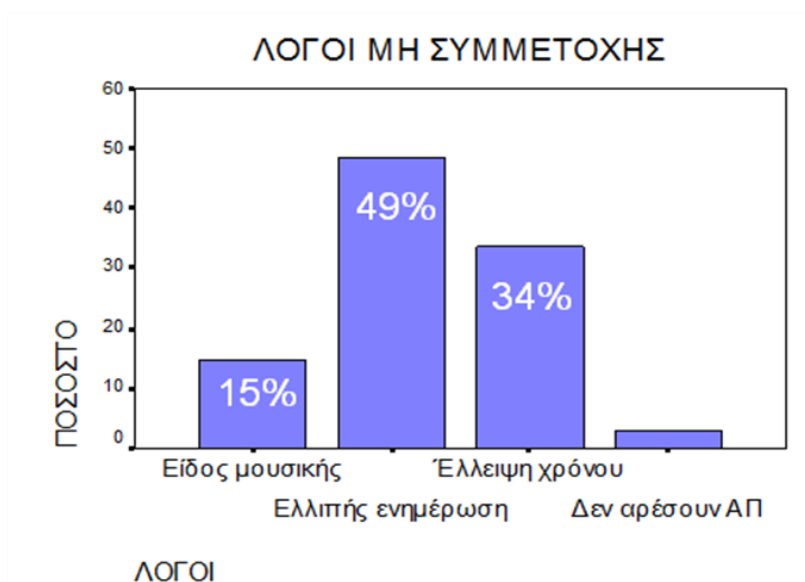
Βάσει των αποτελεσμάτων της ανάλυσης, η διαφορά Συμμετεχόντων (47%) και Μη Συμμετεχόντων (45%) στις συναυλίες είναι οριακή, ενώ σε συνδυασμό με το σημαντικό ποσοστό Μη Συμμετεχόντων αποδεικνύεται η ύπαρξη περιθωρίου για ανάπτυξη του κοινού των συναυλιών (Εικ.1).



Εικόνα 1: Συχνότητα συμμετοχής στις συναυλίες (καμία, 1-3 φορές, 3+ φορές)

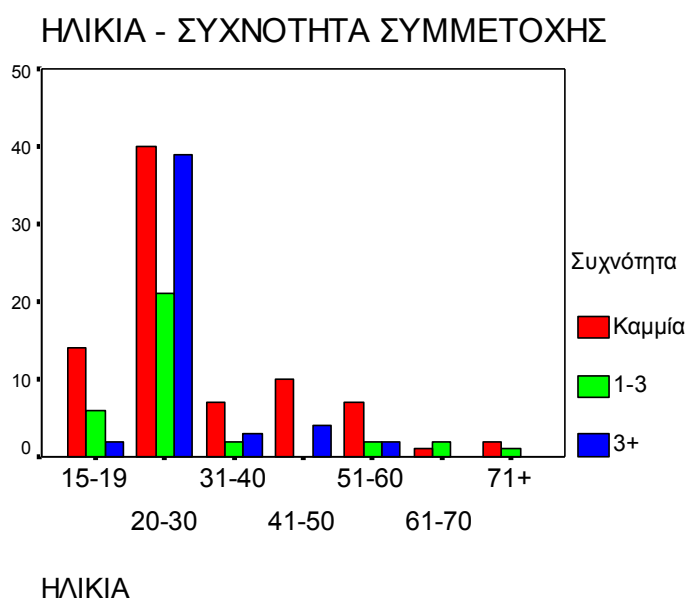
Βασικοί λόγοι μη συμμετοχής είναι καταρχάς η ελλιπής ενημέρωση (49%) και η έλλειψη χρόνου (34%), που αποτελεί κύριο λόγο μη συμμετοχής για τις ηλικιακές ομάδες 31-50 ετών, κάτι που εξηγείται από τις έντονες οικογενειακές και επαγγελματικές υποχρεώσεις στη συγκεκριμένη φάση ζωής. Σε μικρότερο βαθμό δρα αρνητικά το είδος της παρουσιαζόμενης μουσικής (15%) ενώ σε πολύ λίγους δεν αρέσουν οι συναυλίες (μόλις 3%) καταδεικνύοντας τη γενικότερη θετική αποδοχή τους (Εικ.2).

¹ Πλατεία Αγ. Δημητρίου, κεντρικός πεζόδρομος Σκουφά, πλατεία Ζέρβα, Campus T.E.I., Κωστακιοί.



Εικόνα 2: Λόγοι μη συμμετοχής στις συναυλίες

Αναφορικά με τα δημογραφικά στοιχεία, συγκριτική μελέτη της ηλικίας με τη συχνότητα συμμετοχής αποδεικνύει ότι το κυρίως κοινό των συναυλιών είναι νέοι άνθρωποι μέχρι 40 ετών. Έντονη είναι η παρουσία των φοιτητών, μάλλον λόγω «συναδελφικής αλληλεγγύης» στους φοιτητές-μουσικούς των συναυλιών, αλλά ενδεχομένως και λόγω των περιορισμένων εναλλακτικών πολιτιστικών δυνατοτήτων που προσφέρονται στον Νομό Άρτας. Στις ηλικίες 41-60 ετών η συμμετοχή υποχωρεί, κυρίως λόγω της έλλειψης χρόνου όπως προαναφέρθηκε, ενώ άτομα άνω των 61 ετών παρακολουθούν ως επί το πλείστον από μια έως τρεις συναυλίες, οδηγώντας στο συμπέρασμα ότι η ηλικία δεν αποτελεί εμπόδιο συμμετοχής. Εξίσου σημαντικό εύρημα, όμως, είναι ότι σε όλες σχεδόν τις ηλικιακές κατηγορίες (με εξαίρεση τις ομάδες 20-30 ετών και 60+) οι Μη Συμμετέχοντες υπερτερούν, υποστηρίζοντας, όπως σημειώθηκε και προηγουμένως, την ανάγκη για ανάπτυξη του κοινού (Εικ. 3).



Εικόνα 3: Συγκριτικός πίνακας Συχνότητας συμμετοχής ανά Ηλικιακή κατηγορία

Συγκρίνοντας τη συμμετοχή με το εκπαιδευτικό υπόβαθρο, η πλειοψηφία των ερωτώμενων είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (67%) και από αυτούς συμμετέχουν σχεδόν οι μισοί. Ακολουθούν απόφοιτοι της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (19%) με ποσοστό συμμετοχής $\frac{2}{3}$, το οποίο πάντως θα μπορούσε να αντικατοπτρίζει τους φοιτητές και τους διδάσκοντές τους. Ανησυχητική είναι η μικρή συμμετοχή (μόλις $\frac{1}{3}$) των αποφοίτων πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης (11% των ερωτώμενων): εδώ προφανώς διαφαίνεται ένα εμπόδιο συμμετοχής ψυχολογικού ή ενημερωτικού χαρακτήρα, το οποίο πρέπει να ξεπεραστεί μέσω της επισταμένης προβολής ότι η απόλαυση της μουσικής κουλτούρας του τόπου μας δεν προϋποθέτει ειδική προετοιμασία, εμπειρία ή γνώσεις, αλλά απευθύνεται σε όλους ανεξαιρέτως.

Αναφορικά με τον *τόπο διαμονής*, οι περισσότεροι Συμμετέχοντες μένουν στην πόλη της Άρτας, ενώ παρατηρείται μικρότερη συμμετοχή από τα περίχωρά της μάλλον λόγω της δυσκολίας πρόσβασης στην πόλη κατά τις βραδυνές ώρες χωρίς ιδιωτικό μεταφορικό μέσον. Συχνή συμμετοχή παρουσιάζει η ομάδα που κατάγεται από διαφορετικές περιοχές (αδιευκρίνιστες) προφανώς λόγω φοιτητών και διδασκόντων προερχόμενων από άλλα μέρη της Ελλάδας.

Διερευνώντας την *αποτελεσματικότητα των επικοινωνιακών μέσων*, οι αφίσες είναι το κατεξοχήν ενημερωτικό μέσον (χρήση 57%). Ακολουθεί η δια στόματος διαφήμιση (54%), της οποίας όμως η μη χρήση δεν αποκλείει αυξημένη συμμετοχή. Ο ρόλος του διαδικτύου είναι μηδαμινός (μόλις 5%) παρά την ύπαρξη σχετικής ιστοσελίδας στον ιστότοπο του Τμήματος, κάτι όμως που συνδέεται με τη γενικότερα περιορισμένη χρήση του διαδικτύου στην ελληνική κοινωνία. Αναφέρεται επίσης η χρήση άλλων μέσων (αδιευκρίνιστα), που ίσως πρόκειται για καταχωρήσεις στα ΜΜΕ, οι οποίες είχαν ενταθεί το 2006.

Περνώντας στις ανοιχτές ερωτήσεις και εξετάζοντας τις *θετικές απόψεις* για τις συναυλίες, η ποικιλία του ρεπερτορίου και το γεγονός ότι οι φοιτητές είναι οι μουσικοί και μάλιστα επιπέδου αποτελούν τα κύρια πλεονεκτήματα του θεσμού. Θετικά αξιολογούνται επίσης η επιλογή των χώρων για τις συναυλίες, το γενικότερο κέφι που δημιουργείται, όπως και η συμμετοχή του κόσμου, ενώ γίνεται αναφορά και στη συμβολή των συναυλιών στην πολιτιστική ζωή της Άρτας.

Στα *αρνητικά*, ενδιαφέρουσα είναι η ισοψηφία των δύο πλειοψηφουσών αντιθετικών απόψεων: αφενός αρνητικά κρίνονται οργανωτικές ελλείψεις (πχ. καθυστερήσεις έναρξης, τεχνικά ζητήματα κτλ.), αφετέρου τονίζεται ότι οι συναυλίες δεν έχουν «τίποτε αρνητικό» υποστηρίζοντας ακόμη μια φορά την ευρύτερη θετική αποδοχή του θεσμού. Αρνητικά εκλαμβάνεται η έλλειψη κάποιων μουσικών ειδών από τις συναυλίες (πχ. έντεχνη ελληνική μουσική, ροκ, μουσικές του κόσμου κτλ.), όπως και η συντομία των συναυλιών (παρόλο που η διάρκειά τους δεν είναι ποτέ μικρότερη της μίας ώρας) που αποτελεί ακόμη μια εμμέσως θετική αξιολόγηση για τον θεσμό. Ακολουθεί η ελλιπής ενημέρωση του κόσμου εγείροντας για άλλη μια φορά τα ζητήματα τόσο της αδύναμης προβολής των συναυλιών, όσο και της ελλιπούς πληροφόρησης σχετικά με το μουσικό περιεχόμενο των συναυλιών. Τέλος, αρνητική θεωρείται η μικρή προσέλευση κοινού και φοιτητών κυρίως από άλλα τμήματα του ΤΕΙ Ηπείρου, ενώ σημειώνεται η δυσκολία πρόσβασης στην Άρτα κατά τις νυχτερινές ώρες, καταδεικνύοντας την ύπαρξη γεωγραφικού εμποδίου.

Στην πλειοψηφία τους οι ερωτώμενοι επιθυμούν τη διεύρυνση του ρεπερτορίου καθώς και τον εμπλουτισμό των συναυλιών και με άλλα είδη τέχνης, όπως έκθεση βιβλίου, φωτογραφίας, θεατρικές παραστάσεις κτλ. Ακολουθεί το αίτημα για προσφορά εδεσμάτων (φαγητό-ποτό) κατά τη διάρκεια των συναυλιών, αποτέλεσμα που δεν εκπλήσσει λαμβάνοντας υπ' όψιν τις σύγχρονες τάσεις κάλυψης περισσότερων αναγκών στον περιορισμένο ελεύθερο χρόνο. Τρίτη κατά σειρά έρχεται η άποψη ότι οι συναυλίες δεν χρειάζονται «τίποτε άλλο». Για άλλη μια φορά διαφαίνεται η υποστήριξη του θεσμού, που συμπληρώνεται με την επιθυμία για περισσότερες και μεγαλύτερες σε διάρκεια συναυλίες. Επιπλέον, σημαντικός αριθμός ατόμων αποζητά καλύτερη ενημέρωση σχετικά με τα παρουσιαζόμενα είδη μουσικής καθώς και ευρύτερη προβολή των συναυλιών. Τέλος, γίνεται λόγος για μεγαλύτερη συμμετοχή του κόσμου, και προτείνονται συμπράξεις με σχολεία, υποδηλώνοντας ότι ο δρόμος για συνεργασίες με φορείς της κοινότητας είναι ανοιχτός.

2.2 Προτάσεις ανάπτυξης κοινού

Τα ερευνητικά αποτελέσματα διευκολύνουν μια πρώτη κατηγοριοποίηση του πληθυσμού καθώς και την παρουσίαση προτάσεων για ανάπτυξη κοινού.

Εξετάζοντας τις κατηγορίες στις οποίες δυνητικά μπορούμε να απευθυνθούμε (**κοινό-στόχος**) από ηλικιακή σκοπιά, πρωταρχικός στόχος είναι τα *παιδιά*: η επαφή τους με διάφορα μουσικά είδη και ιδιαίτερα την μουσική ποικιλία της χώρας συμβάλλει στη διεύρυνση των γνώσεων, των εμπειριών και των οριζόντων τους. Στόχος πρέπει να είναι όχι απλώς η παθητική αλλά η ενεργητική συμμετοχή τους, πχ. με συμπράξεις με το Τμήμα, προκειμένου να ανακαλύψουν νέες οδούς έκφρασης αλλά και επαγγελματικής σταδιοδρομίας.

Οι *φοιτητές* αποτελούν τη δεύτερη ομάδα-στόχος: αντιπροσωπεύοντας το κυρίως κοινό των συναυλιών είναι ανάγκη η συμμετοχή τους να διατηρηθεί και η συχνότητά της να αυξηθεί, ενώ η διεύρυνση της ομάδας αυτής με την προσέλκυση φοιτητών και από άλλα τμήματα είναι επιθυμητή.

Όπως φάνηκε, για τις ηλικίες 31-60 ετών κύριοι ανασταλτικοί παράγοντες συμμετοχής είναι η έλλειψη χρόνου και η ελλιπής ενημέρωση. Στο δεύτερο θα αναφερθούμε παρακάτω. Για να αντιμετωπιστεί το εμπόδιο του χρόνου, οι συναυλίες μπορούν να προβληθούν ως οικογενειακό - κοινωνικό γεγονός, έτσι ώστε να ενθαρρυνθεί η συχνότερη συμμετοχή οικογενειών με τα παιδιά τους.

Άλλωστε, η εμφανής συμμετοχή ανθρώπων *μεγαλύτερης ηλικίας* αποδεικνύει ότι οι συναυλίες αποτελούν σημαντική διέξοδο ψυχαγωγίας και κοινωνικοποίησης, επομένως προτείνεται η καλύτερη ενημέρωση της ομάδας αυτής και η υποστήριξη συνεργασιών μεταξύ σχετικών φορέων (πχ. ΚΑΠΗ) με το Τμήμα.

Έχοντας ορίσει πιθανά κοινά-στόχος, περνούμε στον πρώτο βασικό τομέα που συμβάλλει στην ανάπτυξη κοινού, στον **καλλιτεχνικό προγραμματισμό**. Η υπάρχουσα ποιότητα και η πρωταγωνιστική παρουσία των φοιτητών πρέπει να διατηρηθούν αφού αξιολογούνται με ιδιαίτερα θετικό τρόπο. Το ρεπερτόριο μπορεί να διευρυνθεί με περισσότερες θεματικές, να συνδεθεί με άλλες μορφές τέχνης και να εμπλουτιστεί με προσεκτικά σχεδιασμένες συμπράξεις με φορείς της κοινότητας, προκειμένου να

ενθαρρυνθεί μεν η ενεργητική συμμετοχή του ευρύτερου κοινού όχι όμως εις βάρος του ιδιαίτερου χαρακτήρα των συναυλιών. Το αίτημα για μεγαλύτερη διάρκεια πρέπει να εξεταστεί προσεκτικά, αφού η προετοιμασία ήδη απαιτεί από τους φοιτητές πολύ χρόνο και κόπο, ενώ δεν βαθμολογείται. Η απαλλαγή από επιπλέον εξετάσεις εργαστηρίων μουσικών συνόλων ή η απόδοση διδακτικών μονάδων για τη συμμετοχή στα σχήματα θα ήταν τρόποι διευκόλυνσης και παρακίνησης των φοιτητών να καλλιεργούν την αναγκαία δημόσια παρουσία τους ως μουσικοί.

Το καλλιτεχνικό πρόγραμμα καλό είναι να υποστηριχθεί με **εκπαιδευτικές δράσεις**, πχ. ενημερωτικές σύντομες μα περιεκτικές εισαγωγές πριν τις συναυλίες (όπως εκφράστηκε ως επιθυμία στην έρευνα), διανομή πληροφοριακού υλικού (πχ. φυλλάδια), ενώ μπορούν να διοργανωθούν διαδραστικά εκπαιδευτικά προγράμματα για άτομα όλων των ηλικιών, όπως για παράδειγμα εργαστήρια κατασκευής οργάνων ή μουσικών συνόλων για παιδιά. Έτσι θα ενθαρρυνθεί η ενεργητική συμμετοχή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων, καταρρίπτοντας το εμπόδιο της ελλιπούς γνώσης, προσεγγίζοντας άτομα κάθε εκπαιδευτικού υπόβαθρου, και, ουσιαστικά, «ανοίγοντας τις πύλες» στην μουσική παράδοση.

Περνώντας στον τρίτο σημαντικό τομέα, την **προβολή και επικοινωνία (marketing)**, διαπιστώθηκε μέσω της έρευνας το μεγάλο εμπόδιο της ελλιπούς ενημέρωσης καθώς και της περιορισμένης αναγνωρισιμότητας του θεσμού από το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Απαραίτητος είναι ο σχηματισμός ενός ξεκάθਾਰου προφίλ και ονόματος για τις συναυλίες, αφού το όνομα «Αρταίων Πόλις- Αρταίων Μέλος» δεν φαίνεται να αποτελεί μοναδικό σημείο αναφοράς ούτε για τους κατοίκους ούτε όμως και για όλα τα μέλη και φοιτητές του Τμήματος. Συνεπώς, προτείνεται η αυξημένη αλλά επικεντρωμένη χρήση επικοινωνιακών μεθόδων καθώς και ο σχεδιασμός καμπάνιας δημοσίων σχέσεων, βάσει των ερευνητικών αποτελεσμάτων και με συγκεκριμένους κάθε φορά αποδέκτες. Επιπλέον κεντρικό επικοινωνιακό μήνυμα του Τμήματος πρέπει να είναι ότι η μουσική απευθύνεται σε όλους ανεξαρτήτως μόρφωσης, οικονομικής ή κοινωνικής κατάστασης, έτσι ώστε να ξεπεραστούν όποια εμπόδια περιορίζουν τη συμμετοχή ατόμων πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και να ενσωματωθεί η μουσική στην καθημερινότητα της κοινότητας. Φυσικά, τα αποτελέσματα των ανειλημμένων δράσεων πρέπει να ελέγχονται συστηματικά με τα κατάλληλα πρότυπα και με τακτικές έρευνες, προκειμένου οι επικοινωνιακές και οι λοιπές στρατηγικές να αναπροσαρμόζονται ανάλογα.

Τέλος, βασικές **οργανωτικές αδυναμίες** πρέπει να ξεπεραστούν (πχ. ζητήματα ήχου, άνεσης των θεατών, καθυστερήσεις στην έναρξη κτλ.), για τη βελτίωση της όλης εμπειρίας της συμμετοχής για τους επισκέπτες. Το αίτημα προσφοράς εδεσμάτων μπορεί να ληφθεί υπ' όψιν εν όψει της αναγωγής των συναυλιών σε κοινωνικό-οικογενειακό γεγονός, χωρίς όμως να μεταβάλει τον χαρακτήρα και την ιδιαίτερη αισθητική των συναυλιών. Βοηθητική θα ήταν η οργάνωση μεταφοράς από και προς την πόλη της Άρτας πριν και μετά το τέλος κάθε συναυλίας, προκειμένου να ξεπεραστούν τα γεωγραφικά εμπόδια συμμετοχής. Επιπλέον, η εκτέλεση συναυλιών σε περιφερειακές της Άρτας περιοχές –ενδεχομένως εκτός του θεσμού της «Εβδομάδας Ανοιχτών Πυλών»– θα προωθούσε το έργο του Τμήματος ευρύτερα, αφού θα προσέγγιζε και άλλες ομάδες αφενός εμπλουτίζοντας το πολιτιστικό τοπίο της περιοχής και προάγοντας την ποιότητα ζωής των κατοίκων, αφετέρου προσελκύοντας τις ομάδες αυτές και στις καλοκαιρινές συναυλίες.

2.3 Περαιτέρω δράσεις – αναμενόμενα αποτελέσματα

Έχοντας διαφωτίσει το προφίλ, τις απόψεις και τη συμπεριφορά συμμετοχής τόσο του κοινού όσο και του μη κοινού μέσω έρευνας, έγινε δυνατή η πρόταση αρχικών βασικών στόχων για τη χάραξη στρατηγικών ανάπτυξης κοινού. Η δεύτερη φάση του project πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια των συναυλιών της «Εβδομάδας Ανοιχτών Πυλών 2007» (15-20 Ιουνίου 2007) και περιλάμβανε επισταμένη έρευνα αποκλειστικά των Συμμετεχόντων, αποκαλύπτοντας περισσότερα στοιχεία σχετικά με το κοινό των συναυλιών, προκειμένου να ενημερωθεί η δράση του Τμήματος².

Αναμένεται ότι η υλοποίηση των προτάσεων μπορεί να ενδυναμώσει τις σχέσεις μεταξύ της τοπικής κοινότητας και του εν λόγω περιφερειακού Τμήματος και να ενθαρρύνει τη συμμετοχή περισσότερων ατόμων όχι μόνο στην παθητική απόλαυση αλλά και στην ενεργητική δημιουργία της τέχνης, παράγοντας τις κατάλληλες συνθήκες για τη βελτίωση της καθημερινότητας των πολιτών αυτής τα πραγματικά φτώχης σε πολιτιστική ζωή περιοχής.

3. Εν κατακλείδι

Αντιμέτωποι με τις δυσχερείς σύγχρονες συνθήκες οι μη κερδοσκοπικοί πολιτιστικοί οργανισμοί δεν έχουν πλέον την πολυτέλεια να αναμένουν παθητικά όσους ίσως περάσουν τις πύλες τους, αλλά οφείλουν να επανεξετάσουν τον ρόλο και τη λειτουργία τους, να επαναπροσδιορίσουν τη στάση τους απέναντι στους επισκέπτες τους και την κοινωνία εν γένει, και να επιδιώξουν αποτελεσματικά την προσέγγιση του σύγχρονου ανθρώπου. Υπό αυτό το φως, η ανάπτυξη κοινού, με την έμφαση που δίνει αφενός στους υπάρχοντες και στους δυνητικούς αποδέκτες του πολιτιστικού αγαθού και αφετέρου στην καλλιέργεια και στη μακροπρόθεσμη διατήρηση αμφίδρομων σχέσεων μεταξύ του πολιτιστικού οργανισμού, του πολιτιστικού αγαθού και των θεατών/επισκεπτών/ακροατών, αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία. Όπως παρουσιάστηκε μέσω του παραδείγματος του ΤΛΠΜ, η γνωριμία με το σύνολο των αποδεκτών αποτελεί ένα από τα πρώτα βήματα προς την ανάπτυξη κοινού. Οι έρευνες κοινού είναι ουσιαστικές όχι μόνον για τον επιχειρηματικό αλλά και για τον πολιτιστικό μη κερδοσκοπικό τομέα, αφού η αποκάλυψη των χαρακτηριστικών, της συμπεριφοράς και των επιθυμιών Συμμετεχόντων και Μη Συμμετεχόντων επιτρέπει τη χάραξη και την αποτίμηση στρατηγικών που προάγουν αποτελεσματικά τους στόχους του πολιτιστικού οργανισμού και, παράλληλα, καλύπτουν τις ανάγκες των αποδεκτών του πολιτιστικού αγαθού στο πλαίσιο των αποστολών, των ιδιομορφιών και των δυνατοτήτων του οργανισμού.

Από την άλλη πλευρά, η υιοθέτηση μεθόδων ανάπτυξης κοινού προϋποθέτει επαρκείς επενδύσεις ανθρώπινων, χρονικών και οικονομικών πόρων και κυρίως βούληση για την ανάληψη σχετικών δράσεων. Όμως, εν όψει των προαναφερθεισών σύγχρονων προκλήσεων που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι μη κερδοσκοπικοί πολιτιστικοί οργανισμοί και κυρίως της υποχώρησης του «κρατικοδίαιτου πολιτισμού» (Καρκαγιάννης, 2005, σ. 24) , η αναπροσαρμογή της λειτουργίας των πολιτιστικών οργανισμών δεν είναι θέμα επιλογής αλλά επιτακτικής ανάγκης για τη μακροπρόθεσμη επιβίωση αυτών, και η

² Σχετικά με τη μεθοδολογία και τα αποτελέσματα της δεύτερης ερευνητικής φάσης βλ. Kouri, M. (2008).

ανάπτυξη κοινού προτείνεται ως μια πιθανή λύση: ο αριθμητικός πολλαπλασιασμός των επισκεπτών των πολιτιστικών οργανισμών καθώς και η προσέλκυση και η ικανοποίηση των αναγκών ποικίλων κοινωνικών ομάδων, όπως επιδιώκεται μέσω της ανάπτυξης κοινού, δεν συμβάλλουν μόνο στην εκπλήρωση των οικονομικών, καλλιτεχνικών και κοινωνικών στόχων των οργανισμών, αλλά κυρίως βοηθούν τους τελευταίους να κερδίσουν την κεντρική θέση, που τους αρμόζει, στη ζωή των σύγχρονων κοινωνιών.

Βιβλιογραφία

- Connolly, P., & Cady, M. H. (2001). *Increasing cultural participation. An audience development planning handbook for presenters, producers, and their collaborators*. Illinois: The unit for contemporary literature, Illinois State University.
- DiMaggio, P. J. (ed.) (1996). *Nonprofit enterprise in the arts. Studies in mission and constraint*. New York: Oxford University Press.
- Engel, J., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (1987). *Consumer behavior*. USA: The Dryden Press.
- Kolb, B. (2000). *Marketing cultural organizations. New strategies for attracting audiences to classical music, dance, museums, theatre and opera*. Ireland: Oak Tree Press.
- Kotler, P., & Scheff, J. (1997). *Standing room only. Strategies for marketing in the performing arts*. Boston: Harvard School Press.
- Kotler, P. (1994). Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ. Ανάλυση, σχεδιασμός υλοποίηση, έλεγχος, Τόμος Α' (7^η έκδοση), Αθήνα: EMI Interbooks.
- Kouri, M. (2008). Towards regional cultural regeneration. The case of the city of Arta in Epirus. Στο Ψηφιακή έκδοση των Πρακτικών του 5ου Διεθνούς Συνεδρίου για την Έρευνα της Πολιτιστικής Πολιτικής, Κωνσταντινούπολη.
- Maitland, H. (2000). *A guide to audience development*. U.K.: The Arts Council of England.
- McCarthy, K. F. & Jinnett, K. (2002). *A new framework for building participation in the arts*. CA: Rand.
- McCarthy, K. F., Brooks, A., Lowell, J. & Zakaras, L. (2001). *The performing arts in a new era*. CA: Rand.
- Morris, J. M. (1996). Public support for the performing arts in Europe and the United States. In P. J. DiMaggio (ed.), *Nonprofit enterprise in the arts. Studies in mission and constraint* (pp. 287-319). New York: Oxford University Press.
- Popcorn, F. (1992). *Der Popcorn-Report. Trends für die Zukunft*. München: Wilhelm Heyne Verlag.
- Καρκαγιάννης, Α. (2005, 5 Οκτωβρίου). Πολιτική για τον Πολιτισμό. *Καθημερινή*, σελ. 24
- Κουρή, Μ. (2005α). Ανάπτυξη κοινού: μια νέα πρακτική για τους πολιτιστικούς οργανισμούς. *Αντίφωνον*, τ.12, σελ. 37-39
- Κουρή, Μ. (2005β). Οι προκλήσεις της ανάπτυξης κοινού. *Πολύτονον*, τ. 13, σελ. 37-38
- Kouri, M. (2008). Towards regional cultural regeneration. The case of the city of Arta in Epirus" στο Ψηφιακή έκδοση των Πρακτικών του 5ου Διεθνούς Συνεδρίου για την Έρευνα της Πολιτιστικής Πολιτικής, Κωνσταντινούπολη.

Ζουμπούλη, Μαρία. «Πάμε πλατεία; Ακαδημαϊκή πράξη και κοινωνική παρέμβαση στο ΤΛΠΜ του ΤΕΙ Ηπείρου». Ανέκδοτη ομιλία.

ΜΑΡΙΑ ΚΟΥΡΗ

Διδάκτωρ Φιλοσοφικής Πανεπιστημίου Βιέννης

Ερευνητικό επίκεντρο η Πολιτιστική Διαχείριση και η Ανάπτυξη Κοινού για τους μη κερδοσκοπικούς πολιτιστικούς οργανισμούς. Μεταπτυχιακές σπουδές πολιτιστικής πολιτικής και διαχείρισης στο Πανεπιστήμιο Warwick Αγγλίας με υποτροφία του Συλλόγου «Οι Φίλοι της Μουσικής». Αριστούχος πτυχιούχος Παντείου Πανεπιστημίου (Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού). Από το 2004 διδάσκει μαθήματα πολιτιστικής πολιτικής, διαχείρισης και επικοινωνίας στην Ανώτατη Εκπαίδευση. Επαγγελματικά έχει συνεργαστεί με το Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, το Πάντειο Πανεπιστήμιο, το ΤΕΙ Ηπείρου, το Υπουργείο Πολιτισμού, το Διεθνές Φεστιβάλ Χορού Καλαμάτας, τον Οργανισμό Μεγάρου Μουσικής Αθηνών, την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδας, την Λαϊκή Όπερα Βιέννης, το Φεστιβάλ Οπερέτας Κάτω Αυστρίας, το Warwick Arts Society κ.ά. Υπήρξε μεταξύ άλλων υπότροφος του Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών για τα έτη 1997-1999 κατά τις προπτυχιακές σπουδές, ενώ πρόσφατα ολοκλήρωσε με υποτροφία ΙΚΥ μεταδιδακτορική έρευνα με ερευνητικό θέμα τις αντιλήψεις στην Ελλάδα για την Όπερα με στόχο την περιφερειακή πολιτιστική ανάπτυξη. Άρθρα της έχουν δημοσιευθεί σε συλλογικούς τόμους και περιοδικά. Αριστούχος Διπλωματούχος Πιάνου Εθνικού Ωδείου (τάξη Μυρτώ Μαυρίκου).

<http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu>
<http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu>
<http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu>
<http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu>
<http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu>
<http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu> <http://www.hejmec.eu>



Hellenic Journal of Music, Education and Culture

HeJMEC



H6JMEC



ISSN 1792-2518