

ZŁOTE SPINACZE

Young Arts Festival

Czy klasyka to też muzyka? Czy można przekonać tych nieprzekonanych, że muzyka poważna nie jest nudna, niedostępna? Tak! Inicjując wydarzenie, które swoją energią, niestandardowymi działaniami pokaże szeroki wachlarz jaki kryje się w pojęciu muzyki poważnej, plusów płynących z obcowania z nią. Odkrywając ją na nowo dla szerokiego grona publiczności.

Czas realizacji: 30.06 – 10.07.2016

I. Określenie problemu/ analiza sytuacji/ wyjaśnienie kontekstu, ewentualne badania, na których oparto projekt

Dlaczego muzyka klasyczna mająca według badań najlepszy wpływ na kondycję psychofizyczną człowieka spotyka się z takim niskim zainteresowaniem społecznym? Jak pokazują zarówno statystyki jak i frekwencja na koncertach, polskie społeczeństwo niechętnie sięga po ten gatunek muzyki. Muzyka poważna postrzegana jest jako trudna, nudna, kojarzona z osobami dojrzałymi w „podeszłym wieku”. Jest to też hermetyczny świat, zamknięty w wąskim gronie. Szczególnie pomijana przez młodzież która najczęściej wybiera disco (30 proc.), rock (28 proc.), a regularnie włącza pop (24 proc.) czy disco-polo (22 proc.)* Drugim ważnym elementem jest niedostępność, czyli fakt zamknięcia tego gatunku w przestrzeni sal koncertowych, filharmonii dużych ośrodków i aglomeracji miejskich. Wykluczenia tym samym mieszkańców mniejszych miejscowości, oddalonych od tego typu instytucji kulturalnych. *Badanie z zasobów SWPS, 2016

II. Czy projekt był realizowany samodzielnie, czy wspólnie z innymi podmiotami (zarówno w Polsce, jak i zagranicą)

Przy wsparciu finansowym UM Krosna, sponsorów

III. Cel projektu

- Zmiana postrzegania muzyki poważnej, jako niedostępnej, nudnej
 - Pozyskanie partnerów (merytorycznych i medialnych), kursantów
 - Edukacja młodych artystów oraz społeczeństwa w zakresie walorów płynących z obcowania z muzyką poważną
 - Promocja miasta Krosna, wpisanie go na mapę wydarzeń kulturalnych w Polsce
 - Budowanie wizerunku fundacji Young Arts – organizacji przełamującej stereotypowe podejście do komunikacji na temat muzyki poważnej, edukacji muzycznej
-

IV. Grupa docelowa

- Mieszkańcy miasta Krosna i okolic szeroka grupa
 - Środowisko muzyczne artyści, pedagodzy, studenci i uczniowie szkół muzycznych, melomanii -Media: opiniotwórcze, regionalne i branżowe
-

V. Planowanie i strategia komunikacyjna/zakładane efekty

Wychodząc z założenia, że istnieje ogromna potrzeba zmiany myślenia i budowania wizerunku muzyki poważnej, postanowiliśmy stworzyć wydarzenie które nie tylko wprowadzi nowy powiew powietrza w hermetycznym świecie muzyki, ale też poszerzy jego grono odbiorców.

Tak powstała strategia, która opierała się na zbudowaniu w pierwszej kolejności zainteresowania w środowisku artystycznym (wśród potencjalnych artystów, partnerów, kursantów), przekonania by zaangażować się w nowe nikomu nieznanie przedsięwzięcie. Z drugiej zainicjowania po raz pierwszy w Polsce tematu związanego z muzyką poważną, pod przewrotnym hasłem "Klasyka to też muzyka". Docierając z nim do jak najszersze grono osób, szczególnie do tych, którzy ze światem muzyki klasycznej nie mieli szansy jeszcze się zetknąć.

Efektom zakładanych działań było:

- pozyskanie artystów oraz kursantów (ich liczba była określona przez ilość miejsc w orkiestrze kameralnej jaką stworzyli kursanci podczas koncertu finałowego)
 - partnerów, sponsorów i patronów medialnych
 - publiczności - osób uczestniczących w koncertach i wydarzeniach antystycznych, mieszkańców miasta Krosna i okolic
-

VI. Realizacja projektu, w tym pomysły kreatywne

1. W oparciu o hasło festiwalowe "Klasyka to też muzyka" stworzono warstwę wizualną, która w znaczący sposób miała przełamywać stereotypy związane z muzyką poważną. Dowcipna, z przymrużeniem oka, do tego spójna, będąca elementem świeżości w "skostniałym" środowisku muzyki poważnej.
2. Pozyskano grono wybitnych artystów i pedagogów - do wydarzenia udało się zaprosić kompozytora idyrygenta Krzesimira Dębskiego, wokalistkę Annę Jurkšztowicz, znanych w Polsce i na świecie skrzypków Szymona Krzeszowca, Łukasza Błaszcyka, altowiolisty Piero Massy regularnie współpracującego jako muzyk solista z Teatrem La Scala w

Mediolanie czy wiolonczelisty Roberto Trainiego, znakomitego włoskiego wirtuoza, dodatkowo trenerów z zakresu autoprezentacji scenicznej czy marketingu, którzy szkoli grono kursantów.

3. Partnerzy i patroni medialni – już przy okazji pierwszej edycji działań udało się nawiązać współpracę z prestiżowym Europejskim Centrum Muzyki Krzysztofa Pendereckiego, które wsparło promocyjnie wydarzenie oraz bezkosztowo zaangażować media o ogólnopolskim zasięgu.
4. Wyróżnikiem festiwalu był z pewnością ciekawy program i interaktywna forma prezentacji – na terenie Krosna i okolic odbyło się blisko 10 koncertów i wydarzeń artystycznych. Za sale koncertowe bezkosztowo posłużyły nowoczesne muzeum, w którym rozbrzmiała muzyka polska. Poza tym muzyka rozbrzmiała w kościołach czy w plenerze. Słuchacze usłyszeli dzieła począwszy od baroku poprzez muzykę filmową. Zorganizowano warsztaty dla najmłodszych, a także kino pod chmurką z prezentacją filmu "Amadeusz" reż. M. Formana. Całość w multimedialnej i angażującej formule, tak by zwrócić uwagę mieszkańców miasta.
5. Niestandardowe działania w przestrzeni miasta – mieszkańców Krosna zostali wciągnięci w swoistą grę, która miała na celu przybliżenie im klasyki przez pryzmat najwybitniejszych kompozytorów. Przez okres festiwalu mogli spotkać standy kompozytorów począwszy od Mozarta skończywszy na Chopinie. Przybliżając im ich twórczość oraz ciekawostki z życia prywatnego. Dodatkowo by zaskakiwać krosnian zorganizowano flash mob z udziałem młodych muzyków, którzy wykonali utwór Wojciecha Kilara "Orawa".
6. Media i social media – zarówno przez okres poprzedzający jak i w trakcie trwania festiwalu, aktywnie realizowane działania mające na celu promocję wydarzenia. Zarówno wykorzystując wątek związany z walorami płynącymi z obcowania z muzyką poważną, udziału gwiazdy wydarzenia Krzesimira Dębskiego jak i młodych muzyków, kursantów w ramach Young Arts Masterclass.
6. Wolontariat – ważnym czynnikiem festiwalu było zaangażowanie mieszkańców miasta w aktywne uczestniczenie i organizację wydarzenia.

VII. Realizacja założonych celów projektu

Festiwal spotkał się z znakomitym odbiorem zarówno od strony mediów jak i publiczności.

Już przy pierwszej edycji udało się pozyskać znaczących artystów i partnerów, którzy w pełni zaangażowali się w przedsięwzięcie. Zaczynając od Krzesimira Dębskiego, dyrygenta i kompozytora, skończywszy na młodych artystach (kursantach w ramach Young Arts Masterclass), którzy stworzyli festiwalową orkiestrę.

Idea festiwalu mimo faktu, że było to zupełnie nikomu nie znane przedsięwzięcie uzyskało wsparcie Prezydenta Miasta Krosna czy prestiżowej instytucji Europejskie Centrum Muzyki Krzysztofa Pendereckiego.

Bezkosztowo pozyskano grono partnerów medialnych tj. TVP2, TVP Kultura, TVP Rzeszów, Radio Rzeszów, Magazyn Presto, Twoja Muza, Krosno24.

W zaledwie 1,5 miesiąca informacja na temat wydarzenia pojawiła się w ponad 150 mediach m.in. Pytanie na śniadanie, TVP Kraków, PR Program 2, Czwórka, Chilli Zet, Gazeta Wyborcza, Onet oraz w 95% mediów lokalnych, uzyskując ponad 300 zmianek w social mediach, docierając do ponad 25 mln osób.

Co najistotniejsze festiwalowe koncerty i wydarzenia artystyczne zgromadziły blisko 5 tys. krośnian (to 10% populacji miasta), gromadząc przy tym pochlebne opinie "Chwała Wam, że potrafiliście przyciągnąć ludzi do tak, w dzisiejszych czasach, trudnego i ryzykownego tematu. Zaryzykowaliście i było świetnie. Proszę o powtórkę".
