

NAGY VIKTOR PÁLYÁZATA

**a kaposvári Csiky Gergely Színház és
Kulturális Központ Közhasznú Nonprofit Kft.
munkáltató vezetője munkakörének,
ügyvezető igazgatói tisztségének betöltésére**

2025. augusztus

TARTALOMJEGYZÉK

1. SZEMÉLYES MOTIVÁCIÓ

| | |
|-------------------------------|---|
| 1.1 Bemutatkozás..... | 4 |
| 1.2 Indulás..... | 4 |
| 1.3 Miért pont Kaposvár?..... | 5 |
| 1.4 Feladvány..... | 6 |

2. GAZDASÁGI TEVÉKENYSÉG

| | |
|---|---|
| 2.1 A Társaság gazdálkodásának főbb elemei..... | 7 |
| 2.2 Bevételek és ráfordítások alakulása 2024-2030 pénzügyi években..... | 8 |

3. A SZÍNHÁZ MŰVÉSZETI PROGRAMJA

| | |
|--|----|
| 3.1 Műfaji sokszínűség..... | 9 |
| 3.2 A fiatalok színházra nevelése..... | 10 |
| 3.3 Gyermekek- és ifjúsági darabok..... | 12 |
| 3.4 Kortárs és klasszikus magyar, valamint külföldi szerzők művei..... | 13 |
| 3.5 Társulatépítés, művészeti tanács, alkotótársak..... | 17 |
| 3.6 Együttműködés a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Rippl-Rónai Művészeti Intézet Színházi tanszékével..... | 18 |
| 3.7 Zöldebb színházi jövő..... | 18 |

4. KÖZMŰVELŐDÉSI FELADATELLÁTÁS

| | |
|---|----|
| 4.1 Közművelődési koncepció..... | 20 |
| 4.2 Együd Árpád Kulturális Központ – Agóra..... | 21 |
| 4.3 Együttműködések, kapcsolatrendszer..... | 22 |
| 4.4 Rendezvények..... | 24 |
| 4.5 Marketing, humán erőforrás..... | 26 |

5. KOMMUNIKÁCIÓ- ÉS MARKETING STRATÉGIA

| | |
|--|----|
| 5.1 „Kaposvár Kultúra Brand”..... | 28 |
| 5.2 A Színház szerepkörének erősítése..... | 34 |
| 5.3 Színházi kommunikáció erősítése..... | 35 |

6. ÉRTÉKESÍTÉSI ÉS KÖZÖNSÉGSZERVEZŐI STRATÉGIA

| | |
|---|----|
| 6.1 A bérletes nézőszám növelése..... | 41 |
| 6.2 Regionális közönségkapcsolatok..... | 44 |
| 6.3 Jegyértékesítés integrációja és belvárosi szervezőpont létrehozása..... | 45 |

| | |
|----------------|----|
| 7. ZÁRSZÓ..... | 46 |
|----------------|----|

8. MELLÉKLETEK

| | |
|--|----|
| 8.1 részletes szakmai életrajz..... | 47 |
| 8.2 szakmai/vezetői gyakorlat igazolása..... | 49 |
| 8.3 szakirányú végzettséget, szakképzettséget tanúsító okirat(ok) másolatai..... | 51 |
| 8.4 hatósági erkölcsi bizonyítvány..... | 52 |
| 8.5 nyilatkozat a benyújtott dokumentumok hitelességéről..... | 53 |
| 8.6 nyilatkozat a bérigényről..... | 54 |
| 8.7 hozzájáruló nyilatkozat arról, hogy a pályázatában szereplő személyes adataimat a pályázati eljárásban résztvevők kezeljék, továbbítsák..... | 55 |
| 8.8 vagyonyilatkozat-tételi kötelezettség..... | 56 |
| 8.9 nyilatkozat arról, hogy személyemmel kapcsolatban összeférhetlenség nem áll fenn..... | 57 |
| 8.10 nyilatkozat arról, megfelelek a vezető tisztségviselővel szemben a jogszabály által meghatározott követelményeknek..... | 58 |
| 8.11 nyilatkozat a személyemet érintő napirendi pont tárgyalásakor a nyilvános vagy zárt ülésről..... | 59 |
| 8.12 támogatói szándéknyilatkozatok..... | 60 |
| 8.13 együttműködési szándéknyilatkozatok..... | 64 |

1. SZEMÉLYES MOTIVÁCIÓ

1.1 Bemutatkozás

1976. május 7-én születtem Budapesten. Általános iskolámat Táborfalván, szakközépiskolámat Gödöllőn végeztem műszerészként. 1998-ban diplomáztam a Színház- és Filmművészeti Egyetem színész szakán, Zsámbéki Gábor osztályában. Pályafutásomat a kaposvári Csiky Gergely Színházban kezdtem, ahol 1998 és 2009 között voltam társulati tag, majd 2009 és 2012 között a Budapesti Kamaraszínházhoz szerződtem. Két év szabadúzás után, 2014 és 2017 között a kecskeméti Katona József Színházban játszottam. 2017-ben a Thália Színház társulatának tagja, 2022 októberétől pedig művészeti vezetője lettem. 2023-tól a Csiky Gergely Színház művészeti tanácsának tagja vagyok. 2025. július 1-jétől a Csiky Gergely Színház megbízott igazgatójaként írom e sorokat.

Mindezzel párhuzamosan, művésztanárként 1995 óta foglalkozom színházi neveléssel. Szakmai munkásságomnak meghatározó eleme, hogy a fiatal korosztállyal megismertessem a színházi világot. 2003-ban ennek a misszióknak a mentén alapítottam meg az Összpróba Alapítványt, mely azóta is több korosztály számára szervez nyaranta összművészeti táborokat, színházi szakemberek, színművészek meghívásával.

2005-ben alapítottam meg a Kultkikötőt, mely által a Balaton-régió egyik legjelentősebb összművészeti fesztiválját hoztuk létre. A Kultkikötő Balatonföldváron indult, és mára már Balatonszárszón, Balatonbogláron, illetve Alsóörsön is jelen van saját és meghívott szabadtéri színházi előadásokkal, koncertekkel, valamint összművészeti kulturális programokkal.

A közönség színházi szerepeim mellett néhány jelentős filmalkotásból is ismerhet. Munkásságomat több alkalommal ismerték el: 2003-ban elnyertem a Csiky Gergely Színház társulatának színészei által megszavazott vándordíjat, a Komor István-gyűrűt, 2016-ban a VIDOR Fesztivál "Legjobb férfi epizódalakítás" díját kaptam a *Boeing, Boeing* című előadásért, a 2017-es POSZT-on a "Legjobb férfi mellékszereplő"-díjat nyertem el az *Apátlamul (Platonov)* című előadásban nyújtott alakításomért, a Thália Színházban a 2017/2018-as évadban pedig "Az évad színésze"-díjat. 2025. augusztusában átvehettem a MOL Nagyon Balaton-életműdíját az idén húszéves fennállását ünneplő Kultkikötő alapításáért.

1.2 Indulás

Gyerekkoromat egy Budapesttől nem messze eső faluban, Táborfalván töltöttem szüleimmel és két fiútestvéremmel.

Általános iskolában költők életét dramatizáltam, ebből készítettem „színházi előadást”. Középiskolás koromban megtanultam, hogy csak azt szabad csinálni, ami igazán érdekel. Elektroműszerészként végeztem Gödöllőn. Egy percet sem dolgoztam a szakmámban. A gyötrelmes négy középiskolai év alatt sorra nyertem a szavalóversenyeket. A kollégiumi szobában „szobaszínházat” alapítottam, de miután ezt a lakótársaim nem nézték jó szemmel, elkértem a kollégium vezetőjétől egy használaton kívüli, beázott, rozoga raktárat, és ott folytattam alkotói tevékenységemet. Később magam is beköltöztem oda, hogy nyugodtan tudjak dolgozni. Már az érettségi előtt felvettek a Színház- és Filmművészeti Egyetemre. Hála érte Töröcsik Marinak, Molnár Piroskának és Zsámbéki Gábornak, akik bíztak bennem.

Úgy kezdtem el a színművészetis életemet, hogy soha előtte nem hallottam Zsámbéki Gábor, Babarczy László, Ascher Tamás vagy Ács János nevét. Messziről kellett indulnom, de úgy érzem, az itt töltött évek minden instrukcióját magamban hordom.

Minden végzős színész álma, hogy egy budapesti színház tagja legyen és ott kezdje el a karrierjét. Ez régen is így volt, és azóta sem igen változott. 1998-ban egyfajta apavesztésként éltem meg, hogy nem a Zsámbéki Gábor által vezetett Katona József Színházhoz kerültem. Kaposvárra küldött. Megbeszélte Babarczy Lászlóval. Nekem így lesz a legjobb. Nemigen tudtam elfogadni. Közben hívott Schwajda György Szolnokra, Töröcsik Marinak köszönhetem ezt is. De akkor már aláírtam Kaposváron. Ennek ellenére Babarczy elengedett erre az egy produkcióra, hogy együtt játszhassek Töröcsik Marival, ráadásul az előadásban a fia voltam. Aztán jött tíz év Kaposvár.

A Csiky Gergely Színház volt az én „jellemformáló kohóm”. Minden, ami ezután történt a szakmai életemben, az csak a Csikyhez képest volt értelmezhető. Későbbi szakmai útkeresésemhez az SZFE és a Csiky élményanyaga volt a térkép és a MOTIVÁCIÓ.

1.3 Miért pont Kaposvár?

Valamikor 20 évvel ezelőtt, a Kultkikötő alapításakor magam mögött hagytam a színészi kiteljesedés és színészi karrier megélésének lázas izgatottságát. Kikopott, vagy ha úgy tetszik, átalakult bennem. Azóta nem egy estéről estére váltható szerepként tekintek a színházi működésekre. A színházi szerkezet részei külön-külön, illetve a részeknek a szerkezetben elfoglalt egysége érdekel. Soha nem féltem a feladattól. A példánál maradva: a szükséges építkezés és karbantartás velejárói természetes folyamatok számomra.

Talán soha nem volt akkora felelőssége és küldetése a vidéki színházaknak és a műhelyeknek, mint napjainkban. A magyar színjátszás fundamentumaként gondolok ezekre az intézményekre, társulatokra és az ott folyó munkára. Éppen ezért hiszem, hogy egy vidéki színház küldetése nem lehet más, mint a népszínházi működés megvalósítása.

A színház, a jó színház természete alkotói szempontból az útkeresés. Manapság azonban a legtöbb esetben tétova, álságos az útkeresés, az erre adott, sokszor sekélyes válaszok pedig egyre szűkebb ösvényre terelik a színházi kreativitást. Sokan megelégszenek az első ötlettel, annak vélt igazával. Magam gyanakvóbb vagyok, és ezért óvakodnék a „máshol bevált” recept mindenhatóságától.

Nagy megtiszteltetés számomra, hogy egy olyan színház vezetésére pályázhatok, amely „jelenségként” írta be magát a magyar színháztörténetbe. Kiváltságos helyzetben vagyok, hiszen nem csupán megbízott igazgatóként, hanem korábban társulati tagként, színészként is részese lehettem ennek a közösségnek. Ismerem az épületet, a jelenlegi társulatot, és a színház közönségét.

Hiszek abban, hogy a színház egyszerre alkotói műhely, közösségi tér és kulturális missziót magára vállaló intézmény. A színházra vonatkozó vezetői koncepcióm lényege, hogy a Csiky Gergely Színház működését a korábbi évek és évtizedek során kialakult irányvonalak mentén folytassam, miközben megerősítem a színház kulturális súlyát a városban. Továbbá célom, hogy az intézmény ne csupán része legyen a régió kulturális életének, de annak meghatározó alakítója, szellemi központja is, amelynek híre megy a távolabbi régiókba, és pár éven belül

már Tolna, Baranya, Zala, Fejér vármegye közönsége is rendszeres látogatója legyen a Csiky Gergely Színháznak; hosszú távon pedig a nemzetközi figyelmet is felkeltsük.

Kaposvár jelentőségét a hazai kulturális térképen nemcsak meg kell őrizni, de tovább kell mélyíteni. Ennek lehetőségét, sőt igényét jól mutatta a 2024-ben újjáéledt Országos Színházi Találkozó, amelynek először Kaposvár adhatott otthon, s amelynek során különösen érzékelhető volt, mennyire nyitott, érdeklődő és befogadó a város közönsége, milyen nagyra értékeli a színházművészetet.

A világ szédítő iramban száguld a technológiai fejlődés útján. Ebben az “átdigitalizált” korban talán minden eddiginél nagyobb az emberek igénye az “élő”, testközelű, igazi kulturális élményekre. Kitűzött célom tehát, hogy a megújult kaposvári Csiky Gergely Színház ismét az ország egyik szakmailag meghatározó bástyájává, műhelyévé váljon, amely nemcsak a színház társulatának, dolgozóinak kíván otthont és korszerű infrastruktúrát, működést nyújtani, hanem a kaposvári közművelődési hálónak is: olyan tehetséges alkotóközösségeknek, művészeti iskoláknak, amelyek bemutatkozási, kibontakozási lehetőségeket keresnek.

1.4. Feladvány

A Csiky Gergely Színház és Kulturális Központ Közhasznú Nonprofit Kft. esetében már nemcsak egy egytagozatos színház teendőit ellátó intézményről beszélünk. Az Együd Árpád Kulturális Központ – Agóra és a Szivárvány Kultúrpalota mint közművelődési intézmény, valamint a Dorottya Ház üzemeltetése mellett a város nagy fesztiváljai bőven adnak kihívást.

Tehát a Csiky Gergely Színház és Kulturális Központ intézményei és tevékenységei olyan komplex kulturális ökoszisztémát alkotnak, amelynek stratégiája nem merülhet ki a bevételek maximalizálásában. A legfontosabb feladat a közönség- és a közösségépítés, a kulturális elköteleződés erősítése, valamint a térség identitásának kulturális formálása is. Célom egy integrált, közönség-központú, fenntartható modell létrehozása, amelyben minden játszóhely egymást erősíti – szervezetileg, szakmailag és emberileg egyaránt.

2. GAZDASÁGI TEVÉKENYSÉG

2.1 A Társaság gazdálkodásának főbb elemei

A Társaság 2024 évben 357 572 e Ft nettó árbevételt realizált, amely a 2023 évhez képest növekedést mutat. A 2025-2030 időszakban évente minimum 5%-os jegy- és bérletértékesítési növekedéssel számolok.

Az alaptevékenység árbevétele a jegy- és bérletértékesítésből, valamint az egyéb szolgáltatások bevételeiből (vendéglátások, reklám, kölcsönzés bevétele) áll. A bevételtermelő képesség további javítása fontos célkitűzés (mozi, fesztiválok, kiállítások). Kiemelt feladatként tekintek arra, hogy tovább kell növelni a székhelyen kívül játszott előadások számát.

A vállalkozási tevékenység bevétele, amely az épületekkel kapcsolatos hasznosításból, valamint a rendezvényekhez kapcsolódó bérbeadásból származik, fontos forrása a Társaság bevételeinek.

A színház gazdálkodási lehetőségeit alapvetően a támogatások mértéke határozza meg. Az állam 695 000 e Ft működési támogatást, valamint 181 876 e Ft támogatást bérfejlesztésre biztosít a Társaság részére a következő 5 évben.

Jelentős forrás a Kaposvári Megyei Jogú Város Önkormányzata mint fenntartó támogatása, amelyet előadóművészeti feladatokra, valamint a közművelődési feladatok ellátására biztosít.

Mivel az állami támogatás mértéke várhatóan nem változik az elkövetkezendő időszakban, a fenntartó önkormányzat támogatásának növelése szükséges a pénzügyi egyensúly megtartásához.

A Társaság pályázati aktivitása magas. A kockázati tényezőket szem előtt tartva, számolunk pályázati eredményeink javulásával.

A magas inflációs hatás jelentős mértékű növekedést eredményez, mind az anyagok, mind pedig a szolgáltatások igénybevétele esetén. Az elmúlt években a Társaság által igénybe vett valamennyi szolgáltatás ellenértéke jelentősen megnövekedett. A szakmai anyagok ráfordítása, a közüzemi költségek növekedéséhez az épületek (Színház, Agóra, Szivárvány, Dorottya Ház) fenntartása és üzemeltetése jelentős terhet ró a Társaságra, amely megköveteli a fegyelmezett, takarékos gazdálkodást.

A személyi jellegű ráfordítások növekedését irányozza elő a minimálbér emelkedése. A Társaság működéséhez kapcsolódó létszámnövekedéssel nem számol.

A cél a költségek csökkentésének elérése, ugyanakkor a Társaság alapfeladata, hogy tevékenysége során a legmagasabb szakmai követelményeknek megfeleljen. A két fontos tényező együttállása a mindenkor igazgató zsinórmértéke kell legyen.

2.2 Bevételek és ráfordítások alakulása 2024-2030 pénzügyi években (adatok e Ft)

| Megnevezés | 2024. év | 2025. év | 2026. év | 2027. év | 2028. év | 2029. év | 2030. év |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | Tény | Terv | Terv | Terv | Terv | Terv | Terv |
| Bevételek | | | | | | | |
| Értékesítés nettó árbevétele | 357 572 | 400 000 | 410 000 | 430 000 | 440 000 | 450 000 | 460 000 |
| Állami támogatás | 438 000 | 695 000 | 695 000 | 695 000 | 695 000 | 695 000 | 695 000 |
| Állami támogatás – bérfejlesztés | 155 444 | 181 876 | 181 876 | 181 876 | 181 876 | 181 876 | 181 876 |
| Önkormányzati támogatás | 821 246 | 638 927 | 655 000 | 670 000 | 685 000 | 710 000 | 730 000 |
| Bértámogatás | 4 347 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 | 5 000 |
| EMT pályázat | 194 733 | 55 000 | 50 000 | 50 000 | 60 000 | 70 000 | 70 000 |
| Pályázati támogatás (NKA) | 54 210 | 3 000 | 3 000 | 3 000 | 3 000 | 5 000 | 5 000 |
| GINOP támogatás | 0 | 24 570 | 20 000 | 20 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |
| Egyéb bevétel | 3 396 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 |
| Bevételek összesen | 2 028 948 | 2 005 373 | 2 021 876 | 2 056 876 | 2 101 876 | 2 148 876 | 2 178 876 |
| Aktivált saját teljesítmény értéke | 23 137 | 627 | 124 | 15 124 | 20 124 | 18 124 | 23 124 |
| Ráfordítások | | | | | | | |
| Anyagjellegű ráfordítások összesen | 971 176 | 874 500 | 850 000 | 860 000 | 870 000 | 875 000 | 880 000 |
| Személyi jellegű ráfordítások összesen | 1 046 599 | 1 100 000 | 1 150 000 | 1 190 000 | 1 230 000 | 1 270 000 | 1 300 000 |
| Értékcsökkenés | 26 611 | 30 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 | 20 000 |
| Egyéb ráfordítás | 4 020 | 1 500 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 |
| Ráfordítások összesen | 2 048 406 | 2 006 000 | 2 022 000 | 2 072 000 | 2 122 000 | 2 167 000 | 2 202 000 |

3. A SZÍNHÁZ MŰVÉSZETI PROGRAMJA

3.1 Műfaji sokszínűség

Mivel Kaposváron és vonzáskörzetében a Csiky Gergely Színház az egyetlen kőszínház, a repertoárnak le kell fednie a közönség többféle igényét, lehetőség szerint minden műfajban. Ezt a megközelítést tartották szem előtt a színház korábbi vezetői is, és én is ezt hangsúlyozom az általam felvázolt műsortervben.

A rám bízott ötéves ciklusban rendkívül sokszínű repertoár kialakítására törekszem, az ún. népszínházi irányvonal mentén. A vitán felüli, jó ízléssel megválasztott és bemutatni kívánt anyagok nemcsak az önfeledt szórakoztatást szolgálják, hanem nevelnek, gondolatokat ébresztenek, értéket közvetítenek, és segítik a közönséget a világ, önmaguk és egymás jobb megértésében.

Szeretném fenntartani a vidéki színházak szokásos repertoár-összeállításának hagyományát, amely szerint az évad bemutatói között jelen vannak a klasszikus magyar, klasszikus külföldi, kortárs magyar, kortárs külföldi, illetve gyermek- és ifjúsági darabok, valamint ezen felül természetesen – a híres kaposvári hagyományokhoz híven – az operett és a musical műfaja is megjelenik.

A színház három játszóhellyel rendelkezik, amelyek egymást kiegészítve alakítják a színház művészeti arculatát. A nagyszínpadon továbbra is gyerekdarabokat, operetteket és musicaleket, vígjátékokat, nagy kiállítású darabokat mutatnánk be, a 100 fő befogadására alkalmas, fix nézőtérű Hunyadkürti György Kamaraszínpadon a kevés szereplős, kisebb kiállítású darabokat; a 60 fős, mozgatható nézőtérű Stúdió pedig a kísérletezés színtere: itt lenne lehetőség a formabontóbb rendezői elképzelések megvalósítására, a fiatalok bemutatkozására.

A jó műsorterv és sikeres értékesítés titka a színházba járók igényeinek pontos ismerete, a színházbajárási szokások feltérképezése. Ehhez egyrészt piackutatásra van szükség, másrészt hatékony kommunikációra és a bemutatókat megelőző marketingkampányra, harmadrészt arra, hogy az értékesítési osztály személyes kapcsolatot ápoljon a kaposvári közönséggel.

Utoljára hagytam a számomra legfontosabb feladatot: a **saját közönség kinevelését**. Mivel világszerte jól ismert tény, hogy a kultúrafogyasztó közönség életkora magas, külön figyelmet kívánok szentelni annak, hogy megfiatalítsuk a kaposvári közönséget. A gyerek- és ifjúsági előadások, a tantermi előadások, a workshopok, a közönségtalálkozók, az előadások előtti bevezető ismertetőik mind azt célozzák, hogy egy olyan új, nyitott, kíváncsi, a színházra fogékony nézői réteget neveljünk ki, akik felfedezik és megtalálják azt a különleges és az egyidejűség erejével ható művészeti élményt, amit csak a színház tud nyújtani. Ahogy Nadas Péter jól ismert sora fogalmaz: “A színház az egyetlen igazán közösségi művészet. A rituális összelélegeztetés művészete.”

Erre a közösségi élményre fokozottan vágyunk mindannyian a pandémia óta. Ha ez az élmény jó időben, kellő érzékenységgel érint meg egy gyereket, egy fiatalt, az érzés többé sosem ereszt. “És a színházat holnapra sem lehet eltenni, mert ma kell.” - írja még Nadas. Nekem ez a *ma* az elkövetkező öt év távlata. Nekem ezt a feladatot kell és érdemes vállalom: egy fiatal generációnak felmutatni, hogy a színházművészet ereje mire képes. Felráz, felébreszt, inspirál és ösztönöz.

3.2 A fiatalok színházra nevelése

Keltető program

Helyszín: Dorottya Ház, Szivárvány Kultúrpalota

A Keltető elnevezésű, közkedvelt színházi tanoda folytatja munkáját. 12 és 17 év közötti fiatalokat vezet be a színházművészet világába, megismerteti velük a színjátszás alapjait, fejleszti a beszéd- és énektechnikát. A tanodának a Dorottya Ház és a Szivárvány Kultúrpalota ad otthont, de a foglalkozások során a tanodásoknak lehetőségük nyílik bekukucsálni a Csiky Gergely Színház kulisszái mögé is, meglesni a jelmeztár, a varroda, a kelléktár, a hangtár, a videótár és a színpadtechnika titkait. A tanévet egy közösen létrehozott előadással zárják. A nyári időszakban színházi táborokkal várják az érdeklődőket.

Jelmez-, díszlet-, plakátkészítő workshopok

Helyszín: Agóra

Terveim között éppúgy szerepel a kis- és nagykamaszoknak szóló jelmeztervező workshopok, nyári táborok szervezése, mint a színházi díszlettervezéssel, makettkészítéssel vagy plakáttervezéssel foglalkozó, gyerekeknek szóló műhelyek, kurzusok létrehozása. Ezeket nemcsak azért tartom fontosnak, hogy egy korosztály már fiatalon a színház vonzáskörébe kerüljön, hanem azért is, mert ezek a rövid kurzusok akár egy szakma, egy hivatás felé irányíthatják őket: legyen az alkalmazott grafika, látványtervezés vagy akár filmes díszletrajzolás. Ezek a kreatív workshopok neves díszlet- és jelmeztervező művészek, grafikusok vezetésével folynának.

Karácsonyi színházi csoda – családi nap

Egy karácsonyi színházi előadás maradandó élmény kicsiknek és nagyoknak, amelyre a gyerekek valószínűleg felnőtt korukban is emlékezni fognak, és remélhetőleg később saját családjukban is fenntartják ezt a hagyományt. A Csiky Gergely Színház egy karácsonyhoz közeli napon kinyitná a kapuit és kézműves foglalkozásokkal, karácsonyi ajándékok készítésével, fotófallal, felolvasásokkal, ünnepi finomságokkal várna a családokat.

Tantermi előadások 14+

“Minden, ami nyilvánosság előtt játszódik, olyan, mint a színház. Éppen ezért, akiket rövid időn belül a közéletbe küldenek, úgy neveljük, hogy ott megfelelően állják meg a helyüket, s a rájuk bízott feladatokat kellően végezzék el.”

Részlet Comenius sárospataki Schola Ludusából (Az iskola mint játékszín, 1656)

A Csiky Gergely Színház gyermek- és ifjúsági műsorpolitikájának legfontosabb célkitűzése: a nagyszínpadi előadások mellett tantermi előadások létrehozása, kifejezetten a középiskolás korosztály számára. Egyrészt olyan, számukra is releváns témákat vinnénk el a

középsiskolákba, mint a vallási tolerancia vagy az iskolai bullying, illetve a kötelező olvasmányokat új megvilágításba helyeznénk.

Az előadásokat követő foglalkozásokon a színészek és drámapedagógusok bevonják a diákokat a darabok által felvetett témák, kérdések megvitatásába, segítve őket abban, hogy meg tudják fogalmazni saját benyomásaikat, gondolataikat a látott előadással kapcsolatban.

Ezek az előadások nem igényelnek díszletet, jelmezt, csak minimális kellékjelzést, így az előállításuk gyakorlatilag költségmentes. A program illeszkedik az iskolai tanmenetbe: az előadás és az azt követő feldolgozó foglalkozás egyaránt 45 perces, a tanórák időtartamához igazítva.

Szophoklész: *Antigoné*

Az *Antigoné* a világirodalom kiemelkedő alkotása, a legtöbbet játszott görög tragédia a világon. Kötelező olvasmány, örökérvényű kérdéseket vet fel. Tantermi előadás formájában lehetőségünk van közelebb vinni a diákokhoz a dráma erkölcsi dilemmáit, Antigoné és Kreón konfliktusát. A színészek és drámapedagógusok vezetésével a diákok két csoportra bontva érvelhetnek Antigoné, illetve Kreón álláspontjába helyezkedve, így a kötelező olvasmány gyors "ledarálása" helyett valóban megérthetik a dráma által felvetett erkölcsi dilemmákat, egyúttal remek alkalom az érvelés és a vitakultúra gyakorlására is.

Ulrich Hub: *Náthán gyermekei*

Lessing *Bölcs Náthánjának* 21. századi újragondolása. A három világvallás versengéséről szóló tanmese központi témája a vallási tolerancia, a különböző hitű emberek egymás mellett élése, egymás iránti tisztelete. A benne megjelenő konfliktusok ma is rendkívül fontos és aktuális társadalmi és emberi kérdéseket vetnek fel, melyeket a diákokkal a színház eszközeivel vitathatunk meg, és a színészek és drámapedagógusok bevonásával együtt járhatjuk körbe azokat a drámai helyzeteket, amelyekbe a darab szereplői kerülnek.

Eve Ainsworth: *7 nap*

A kortárs angol regényből készült színpadi adaptáció az iskolai bullying jelenséget járja körül. Két lány – a bántalmazó és a bántalmazott 7 napjának története, a naplóbejegyzéseiken keresztül.

Az előadás erős érzelmeket válthat ki, ezért az azt követő foglalkozáson a diákok kisebb csoportokban, a színészek és színházi nevelési szakemberek segítségével beszélhetnek a jelenségről, a bántalmazás felismeréséről, okairól és következményeiről. Az érzékenyítő foglalkozás fókuszában az empátia erősítése áll, hogy a diákok képesek legyenek belehelyezkedni az áldozat, a bántalmazó és a szemlélő nézőpontjába, és közösen írják át az előadott történetet, hogy mindenki számára megnyugtató, pozitív kimenetele legyen.

Konfliktúra, avagy keresd a közös ösvényt! – Mediációs társasjáték

Agócs Orsolya pedagógus, mediátor, művészetterapeuta és Rácz Nóra grafikus, mediátor kidolgozott egy mediációs társasjátékot, amely lehetőséget kínál arra, hogy a diákok megoldási utakat tanuljanak, és fedezzenek fel önállóan.

Foglalkozásuk a játéktábla állomásain haladva lehetőséget ad heti 5 nap kihívásain keresztül játékos formában megélni, hogy (majdnem) minden helyzetből van kiút, ha megtalálják a közös pontokat a felek között.

A diákoknak egy elképzelt osztály kitalált karaktereibe kell bújniuk csapatukkal, és egymást segítve, ötletelve juthatnak el a célba.

A dzsungeltúra során a játékosok különböző szituációkba belépve törekedhetnek a vitás ügyek megoldására, ahol kreativitásuk mellett nem elhanyagolható fegyverül szolgálhat humoruk.

Szorosabb kapcsolat a helyi középiskolákkal, pályorientációs tanácsadás, IKSZ

Sokan nem is sejtik, mennyi ember áldozatos munkája szükségeltetik ahhoz, hogy estéről estére felgördüljön a függöny. A nézők csak a színpadra lépő színészeket látják, de azt már nem, hogy a színpalánk mögött fáradozó háttér dolgozók láthatatlanul, mégis nélkülözhetetlenül járulnak hozzá az előadások sikeréhez.

A Csiky Gergely Színház pályorientációs előadásokat kíván tartani a kaposvári középiskolákban, valamint rendhagyó, nyílt napokat szervezni a diákok számára, hogy megismerhessék a színházi háttérszakmákat, megtudják, mit csinál egy kellékes, díszítő, ügyelő, világosító, hangosító, öltöztető, rendezőasszisztens, sűgő és a többi színházi háttér dolgozó.

Emellett lehetőséget biztosítanánk az Iskolai Közösségi Szolgálat (IKSZ) teljesítésére is, amely során a diákok aktívan bekapcsolódhatnak a színház egyes területeinek feladataiba, szintén betekintést nyerve ezáltal a különböző háttérszakmákba.

Nem titkolt reményem, hogy a pályorientációs tanácsadás és az Iskolai Közösségi Szolgálat nyújtotta személyes élmények hozzájárulhatnak ahhoz is, hogy számos fiatal majd a Csiky Gergely Színházban válassza munkahelyül.

3.3 Gyermek- és ifjúsági darabok

“A jövő egy méter magas és itt van közöttünk.” Csukás István

Az első színházi élményem Petőfi Sándor életét feldolgozó műsor volt az általános iskolában. Kitaláltam egy fiktív történetet, amely szerint egyszer felmentem a padlásra és megtaláltam azokat a szerelmes leveleket, amelyeket ómamámnak írt Petőfi Sándor. Ezt dramatizáltam, és egy rendhagyó irodalomóra keretében mutattam be Petőfi életét.

A következő színházi élményem elektroműszerész szakközépiskolás koromban, a gödöllői művelődési házban volt: a Stúdiószínházak Fesztiválján egyszer Woyzeck, máskor Othello. Mindkettő a Csiky Gergely Színház előadása volt...

A hetvenes években a kaposvári színház értelmezte újra a gyerekelőadásokat. Abban az időben kipipálandó feladatnak, amolyan mostoha műfajnak tekintették. A kaposvári hősorkozak színházi vezetői azonban feltámasztották és felvirágoztatták. Hogy mi volt a titkuk? Hogy ugyanolyan művészi (rendezői, színészi) és scenikai igényrel álltak hozzá, mintha felnőtteknek szóló előadást készítenének. Hiszen a gyermeki természet kíméletlenül őszintén nyilvánít véleményt, a gyerekek a legfőbb kritikusok.

Színházba járó generációk nőttek fel az olyan legendás kaposvári előadásokon, mint a híres Óz (Rendező: Babarczy László), Május 35. (Rendező: Gazdag Gyula), Micimackó (Rendező:

Ascher Tamás), A bűvös erdő (Rendező: Zsámbéki Gábor-Gazdag Gyula) vagy a Pinokkió (Rendező: Ascher Tamás).

A gyermekelőadások azért rendkívül fontosak, mert ez a korosztály először találkozik majd a színház varázsával. **Céljaim között szerepel évadonként legalább két új gyermek- és ifjúsági darab műsorra tűzése.**

A gyermek- és ifjúsági műsortervet három korosztályra bontva alakítanánk, hogy a különböző életkori sajátosságokra érzékenyen és hitelesen reagáljon a színház.

Tervezett gyermek- és ifjúsági előadások:

Kisebbeknek / óvodás korosztály

Baum-Arlen-Harburg: *Óz, a nagy varázsló*
 Roland Schimmelpfennig: *Az ólomkatona és a papírbalerina*
 Zalán Tibor: *A rettentő görög vitéz*
 Lewis Carroll: *Alice csodaországban*
 A. A. Milne: *Micimackó*
 Berg Judit: *Rumini*
 Szabó T. Anna: *Fűszermadár*

Nagyobbaknak / kisiskolás korosztály

Dés-Gesztli-Grecsó-Molnár: *A Pál utcai fiúk*
 Csukás István: *Keménykalap és Krumpliorr*
 Szabó Magda: *Szigetkék*
 Erich Kästner: *Emil és a detektívek*
 R. L. Stevenson: *A kincses sziget*
 Békés Pál: *A Félőlény*

Még nagyobbaknak / felsős, középiskolás korosztály

Böszörményi Gyula: *Lúzer Rádió, Budapest!*
 Háty János: *Viadukt*
 Tasnádi István: *Cyber Cyrano*
 Janne Teller: *Semmi*
 Somos Ákos: *Feszített víz*

3.4 Kortárs és klasszikus magyar, valamint külföldi szerzők művei

Különösen fontosnak tartom, hogy a színház műsorában helyet kapjanak a **kortárs magyar darabok** is, amelyek érzékenyen reagálnak a minket körülvevő világ problémáira.

A mi kezünkben van a jövő színházának záloga. Közös felelősségünk a kreativitás ösztönzése, a tehetségek támogatása és az utánunk jövő generációk felkarolása. Egy jó színház folyamatosan megújul és fejlődik, teret ad a kortárs kultúrának, keresi az új hangokat, amelyek hitelesen és izgalmasan tudnak megszólalni a jelen kérdéseiről. Az ilyen színház valóban képes megszólítani a mai nézőt.

A színház művészeti vezetése a jövőben élő kapcsolatot kíván ápolni a kortárs magyar írókkal, figyelemmel kísérve írói pályafutásukat.

Számomra büszkeség, ha megrendelője lehetek új színpadi műveknek, és így a Csiky Gergely Színház aktívan hozzájárulhat a kortárs magyar drámairodalom gazdagodásához. Szeretnék felkérni kortárs magyar szerzőket új darabok megírására, és méltó körülményeket biztosítani az újonnan született művek színpadra állításához.

Egy **ősbemutató** emeli a színház rangját, szakmai presztízsét. Lehetőséget ad a megújulásra, a művészi kísérletezésre; a kortárs témákkal foglalkozó előadásokat pedig mindig nyitottan és érdeklődően fogadja a fiatalabb korosztály.

A hosszabb távú tervek között szerepel egy **drámapályázat** kiírása, amely bemutatkozási lehetőséget biztosítana ismeretlen, pályakezdő szerzők számára is.

Tervezett modern és kortárs magyar darabok

Parti Nagy Lajos: *Ibusár*

Hajdu Szabolcs: *Kálmán-nap*

Kovács Viktor-Kovács Dominik: *Jégtorta*

Visky András: *Kitelepítés (színpadi változat)*

Háy János: *A halottember*

Az alább felsorolt szerzőket szeretném felkérni darabíráásra:

Berg Judit, Szabó Borbála, O. Horváth Sára, Szabó T. Anna, Hamvai Kornél, Tasnádi István, Lőrinczy Attila, Mikó Csaba, Szálinger Balázs, Székely Csaba, Totth Benedek

Kaposvári kötődésű szerzők támogatása:

Egy vidéki színházat akkor érez igazán magáénak a helyi közönség, ha a város történetének jelen- és múltbéli eseményeire kiemelt figyelmet szentel. Éppen ezért szeretnék együttműködni a Kaposvárról származó, vagy a városhoz kötődő írókkal, alkotókkal. Hiszem, hogy műveikkel erősítik majd a közösségi összetartozást, a helyi identitást, markánsan formálva a színház arculatát.

Drámák a dámák diadalmáról – a Dorottya Ház kiállításának nőalakjairól

A téma az utcán hever, ahogy mondani szokták. Jelen esetben a Dorotty Házban, a Dámák diadalma művészeti kiállításán. Fontosnak érzem, hogy ezeknek az egészen kivételes nőalakoknak a sorsát, a történelemben játszott, társadalomformáló, gyakran úttörő szerepét minél több emberrel megismertessük. Ezek a nők sarkaiból fordították ki és vitték előrébb a világot. Szeretném elősegíteni, hogy új színházi alkotások szülessenek ezekből a lenyűgöző életutakból és a női identitásban rejlő hatalmas erőről. (A teljesség igénye nélkül: Brunszvik Teréz, az első magyarországi óvoda megalapítója; Hugonnai Vilma, az első magyar diplomás

orvosnő; Elek Ilona, az első magyar női olimpiai bajnok; Bedy-Schwimmer Rózsa, a világ első női nagykövete; Steinschneider Lilly, az első magyar pilótanő.)

Tervezett klasszikus magyar darabok

Vörösmarty Mihály: *Csongor és Tünde*
 Molnár Ferenc: *A testőr, Liliom*
 Kosztolányi Dezső: *Pacsirta, Aranysárkány*
 Ottlik Géza: *Iskola a határon*
 Bródy Sándor: *A dada, A tanítónő*
 Szerb Antal: *Utas és holdvilág*
 Szabó Magda: *Régimódi történet*
 Móricz Zsigmond: *Az Isten háta mögött*
 Sarkadi Imre: *Elveszett paradicsom*
 Szomory Dezső: *Hermelin*
 Hunyady Sándor: *Lovagias ügy*
 Szép Ernő: *Vőlegény*

Kortárs és klasszikus külföldi szerzők műveinek bemutatása

A jó színház korszerű. Törekszik arra, hogy lépést tartson mind az európai, mind a világszínházi újdonságokkal. A kortárs magyar darabok mellett természetesen a **kortárs külföldi darabok** színrevitele is kiemelt feladata a színháznak. A majdani művészeti vezetés figyelemmel kíséri a kortárs külföldi drámairodalmat, különböző szakmai fórumokon, színházi ügynökségektől tájékozódik az újdonságokról, hogy a legfrissebb, legizgalmasabb alkotások magas színvonalú fordításokban juthassanak el a hazai közönséghez.

A klasszikusok "újráfelfedezése" nem merülhet ki muzeális, poros előadások színrevitelében, hanem folyamatos újragondolást igényel. Ennek elengedhetetlen feltétele szintén a friss, korszerű fordításokban rejlik, hogy a mai közönség számára közérthető és átélhető legyen.

Tervezett kortárs külföldi darabok

Elena Ferrante: *Briliáns barátnőm*
 Yasmina Reza: *Az öldöklés istene*
 Sally Potter: *A vendégek*
 Lane-Yazbek: *Nők a teljes idegösszeomlás szélén*
 Florian Zeller: *A fiú*
 David Foenkinos: *Társkeresők*
 Woody Allen: *Szentivánéji szexkomédia*
 Paolo Genovese: *Teljesen idegenek*
 Euripides-Rachel Cusk: *Medea*
 Oleg és Vlagyimir Presznyakov: *Csónak*
 Roland Schimmelpfennig: *Golden Dragon*
 Tom Stoppard: *Rosencrantz és Guildenstern halott*
 Ferdinand von Schirach: *Terror*

Suzie Miller: *Prima Facie (Az ártatlanság véelme)*

David Eldridge: *Az ünnep*

Peter Morgan: *Audiencia*

Michael Frayn: *Koppenhága*

Tervezett klasszikus külföldi darabok

A. P. Csehov: *Cseresznyéskert*

William Shakespeare: *Téli rege, A vihar, Othello, Makrancos Kata*

Bertolt Brecht: *Háromgarasos opera*

Eugene O'Neill: *Hosszú út az éjszakába*

Gabriel García Márquez: *Száz év magány*

Oscar Wilde: *Bunbury*

Mihail Bulgakov: *A Mester és Margarita*

G. B. Shaw: *Szent Johanna*

Lev Tolsztoj: *A sötétség hatalma*

Heinrich von Kleist: *Az eltört korsó*

Molière: *A fősvény*

Henrik Ibsen: *A vadkacsa*

Choderlos de Laclos: *Veszedelmes viszonyok*

Carlo Goldoni: *Karneválvégi éjszaka*

A.Ny. Osztrovszkij: *A hozomány nélküli menyasszony*

Ödön von Horváth: *Kasimir és Karoline*

Arthur Miller: *Az ügynök halála*

Brian Friel-Turgenyev: *Apák és fiúk*

Tervezett operettek és musicalek

Strauss-Schnitzler: *A cigánybáró*

Kálmán-Brammer-Grünwald: *Marica grófnő*

Ábrahám-Löhner-Beda-Grünwald: *Bál a Savoyban*

Lehár-Herzer-Löhner-Beda: *A mosoly országa*

Huszka-Martos: *Lili bárónő*

Eisemann-Zágon-Somogyi: *Fekete Péter*

Eisemann -Halász-Békeffi: *Egy csók és más semmi*

Simon-Coleman- Fields: *Sweet Charity*

Dés-Nemes-Böhm-Korcsmáros-Horváth: *Valahol Európában*

3.5 Társulatépítés, művészeti tanács, alkotótársak

A jó színház szakmailag magas színvonalú előadásokkal kulturális értékeket teremt és gazdagítja közönségét. Ehhez elengedhetetlen egy szakmailag felkészült, összetartó és kiegyensúlyozottan működő társulat közös, áldozatos munkája.

Művészeti tanács

Egész eddigi szakmai életemet a közösségépítés vezérelte. Hiszek az együtt gondolkodásban, egymás inspirálásában, abban, hogy az igazi csapatmunka a célra vezető út. Ezt az utat egy **művészeti tanáccsal való folyamatos párbeszéd**del, annak szoros közreműködésével képzelem el, amelynek tagjai szakmaiságukkal, ötleteikkel, ízlésükkel segítenék a műsorterv kialakítását. Olyan alkotó kollégákat kérnék fel, akiknek a munkájára számítanék a soron következő évadban: **Mészáros Tibor (művészeti vezető)**, **Kelemen József** (a jelenlegi **művészeti tanács tagja**), és a társulat által kiválasztott két színművész (társulati tagok), valamint a jövőben szerződtetni kívánt **állandó dramaturg**.

Továbbvinném az úgynevezett “megnézés” hagyományát, amikor a főpróbahét eleji első összpróbát megtekinti a művészeti tanács, és építő szándékkal összeül a rendezővel, hogy a látottakról visszajelzést adjon.

Nagy megtiszteltetés számomra, hogy **Molnár Piroska** és **Pogány Judit** elvállalta a művészeti tanács tiszteletbeli elnökségét, az ő nevük garanciát jelent és összeforr a kaposvári színház történetével. Nagyban számítok szakmai ízlésükre, fiatalos lelkesülésükre, kíváncsiságukra és nyitottságukra, szilárd értékítéletükre.

Társulatépítés

Ahhoz, hogy a színház valóban sokszínű és gazdag repertoárral tudjon működni, elengedhetetlen a társulat tudatos építése.

A társulattal megbízott igazgatóként már ismerkedem, az általam vezetett első évadban számítanék mindenki munkájára, esetleg a későbbiekben a repertoár kialakításának igényei szerint újabb színészeket szerződtetnék, hogy ne legyen szükség vendégművészek meghívására. Csak a közös munka során tudnám megismerni mélységeiben a társulatot, akiket új feladataik, egy-egy új évad műsora, a felkért szerzők és rendezők reményeim szerint inspirálni fognak.

Vendégrendezők

Sikeres pályázat esetén a következő alkotótársak munkájára számítok:

Kelemen József, Mészáros Tibor, Bocsárdi László, Szabó Máté, Hargitai Iván, Bezerédi Zoltán, Pelsőczy Réka, ifj. Vidnyánszky Attila, Kovács Lehel, Cseh Judit, Bérczes László, Keresztes Attila, Botos Bálint, Fejes Szabolcs

3.6 Együttműködés a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Rippl-Rónai Művészeti Intézet Színházi tanszékével

Szeretnék szorosabb kapcsolatot kialakítani a helyi középiskolákkal, tanárokkal, valamint a Rippl-Rónai Művészeti Intézet Színházi tanszékének hallgatóival, hogy ne csak gyakorlatukat töltsék nálunk, hanem találjunk közös pontokat a képzésük és a Csiky Gergely Színházban folyó munka között.

Ugyanakkor figyelemmel kísérem majd az SZFE és más színészképző intézmények vizsgaprodukciónak is, keresve az új tehetségeket, azokat a fiatal alkotókat, akiket megszólítanak a kortárs művészeti irányzatok és közösségi kezdeményezések.

Keresni fogom azokat az egyetemistákat is, akik aktívan részt vennének a színház arculatának formálásában. Fontosnak tartom, hogy az ő ízlésük, látásmódjuk, véleményük is tükröződjön abban, amit a színház képvisel. Azt szeretném, ha a Csiky Gergely Színház új generációs közönsége is megtalálná azt a művészeti nyelvet, amely megszólítja őket – és amelyben önmagukra ismerhetnek.

Ehhez elengedhetetlenek a kortárs magyar és külföldi művek, amelyek a fiatalokat foglalkoztató kérdésekre keresnek választ. Ezek a találkozások az előadásokon túl különféle formákban történhetnek – workshopok, érzékenyítő programok, interaktív események keretében –, a lényeg, hogy mindenki érezze: a színház róluk és hozzájuk is szól.

3.7 Zöldebb színházi jövő

Fontosnak tartom a szakmai minőség, a társulati kohézió és a közönséggel való élő kapcsolat egyensúlyának megőrzését. A színházat olyan nyitott, befogadó, a város kulturális vérkeringésébe szervesen illeszkedő intézményként képzelem el, amely képes megszólítani minden korosztályt, és amely nemcsak bemutatja, hanem alakítja is Kaposvár kulturális arculatát. Vezetői munkám középpontjában a szakmai alázat, a partnerségre épülő irányítás és a hosszú távú közösségi gondolkodás áll.

Elkötelezett vagyok a környezettudatos működés mellett. Törekedni fogok az ökológiai lábnyom csökkentésére. Ennek érdekében saját jelmez-, díszlet- és kelléktár kiépítését tervezem, ami csökkenti a felesleges újragyártást és a hulladékképződést, és elősegíti a színház hatékony és gazdaságos működését.

A papíralapú műsorfüzetek számát minimalizálnám: a színház digitális formában is elérhetővé tenné az előadásokhoz kapcsolódó műsorfüzetet, amelyet a nézők letölthetnek honlapunkról, vagy online jegyvásárlás esetén automatikusan megkapnak. A bérletes nézők rendszeres hírlevelet kapnak.

Keresni fogom az együttműködési lehetőségeket helyi kötődésű, fenntarthatósági szemléletű cégekkel, hogy közösen gondolkodjunk egy zöldebb színházi jövőről.

Terveim között szerepel, hogy a fenntarthatósággal foglalkozó filmes cégeken keresztül kapcsolatba kerüljek olyan, a filmgyártás során feleslegessé vált díszlet(elem)ek továbbhasznosítását kereső szakemberekkel, akik rendszeresen (és ingyenesen) az ún. “zero waste” filozófia mentén felajánlanák számunkra a hasznos és használható díszletelemeket.

A “zöld színház” egyik fontos eleme a dolgozók testi-lelki egészsége iránti figyelem, az ún. “well-being” (emberi és környezeti jóllét) megteremtése is. Azon leszek, hogy létrehozom azon sportolási, kikapcsolódási, feltöltődési lehetőségeket, amelyek a társulat tagjait segítik abban, hogy az egyébként feszített tempójú munka és jelenlét, amit a színházi működés megkíván, fizikailag és lelkileg kiegyensúlyozottabb életmódot tegyen lehetővé.

4. KÖZMŰVELŐDÉSI FELADATELLÁTÁS

4.1 Közművelődési koncepció

A Csiky Gergely Színház pozíciója különleges: nem elszigetelt intézményként működik, hanem része egy sokrétű, jól működő kulturális hálónak. Ez a sajátosság lehetővé teszi, hogy az értékteremtés ne csupán a színpadon történjen, hanem átfogó művészeti és oktatási programokon keresztül is – például az előadások előtti, egy-egy szakember által tartott tematikus bevezető révén, közönségtalálkozókkal, amelyek révén terveim szerint a színház még szorosabb kapcsolatot építhet ki elsősorban a fiatalokkal és a társművészetekkel.

Fontosnak tartom, hogy a színház még nyitottabbá váljon a helyi közösségek felé: olyan helyre szeretném formálni azt, ahol a városlakók természetes otthonossággal vannak jelen, és ahol valódi párbeszéd alakul ki a művészet és a közönség között. A Csiky Gergely Színház már most is aktívan együttműködik a város kiemelkedő kulturális szereplőivel – legyen szó képzőművészetről, klasszikus zenéről, filmről vagy a fiatal, Kaposváron tanuló színészhallgatókról. Ezt a kapcsolatot szeretném erősíteni és ezt az országosan is szinte egyedi hálózatot szeretném még izgalmasabbá tenni, a közösen kitűzött célok, egymást inspiráló együttműködések mentén.

A közművelődési koncepció célja a közösségépítés és a kulturális értékek átadása, fejlesztése, a lakosság aktív részvételével. A színház küldetése, hogy mindenki számára elérhetővé tegye a kultúrát, az előadások létrehozásán túl is:

Jogszabályi háttér

A Kaposvár Megyei Jogú Város Önkormányzata számára a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásáról és a közművelődésről szóló 1997. évi CXL. tv. és a közművelődési alapszolgáltatások, valamint a közművelődési intézmények és közösségi színterek követelményeiről szóló 20/2018. (VII.9.) EMMI rendelet által meghatározott közművelődési feladatokat a Csiky Gergely Színház és Kulturális Központ Közhasznú Nonprofit Kft. látja el 2021. október 1-től.

A feladatellátás elsődleges helyszíne az Együd Árpád Kulturális Központ – Agóra. Az összevonással került a szervezethez a Szivárvány Kultúrpalota, majd 2025-ben a Dorottya Ház.

Megyei jogú városként a kötelező közművelődési feladatellátás valamennyi alapszolgáltatásra kiterjed:

- a) a művelődő közösségek létrejöttének elősegítése, működésük támogatása, fejlődésük segítése, a közművelődési tevékenységek és a művelődő közösségek számára helyszín biztosítása,
- b) a közösségi és társadalmi részvétel fejlesztése,
- c) az egész életre kiterjedő tanulás feltételeinek biztosítása,
- d) hagyományos közösségi, kulturális értékek átörökítése feltételeinek biztosítása,
- e) az amatőr alkotó- és előadó-művészeti tevékenység feltételeinek biztosítása,
- f) a tehetséggondozás- és fejlesztés feltételeinek biztosítása,
- g) a kulturális alapú gazdaságfejlesztés.

Az alapszolgáltatások megszervezése az Önkormányzat által jóváhagyott tartalommal, az éves szolgáltatási terv alapján történik.

A közművelődés a helyi társadalom fejlesztésének, a gazdaság és a társadalom fejlődésének, a társadalmi kohézió erősítésének eszköze, mely hozzájárul a családok megerősítéséhez, a helyi és nemzeti identitástudat erősítéséhez, a kompetenciák és készségek fejlesztéséhez, a méltó emberi lét megteremtéséhez. Segíti a közösségi tevékenységeket, ösztönzi a társadalmi összetartozást, a közösségek kulturális értékteremtésben való aktív részvételét.

4.2 Együd Árpád Kulturális Központ - Agóra

A kulturális központ Kaposvár kulturális életének egyik központja, Somogy vármegye legnagyobb közművelődési intézménye. Feladatellátása a közművelődési alapszolgáltatások mentén, a közösségekre alapozottan történik. A tevékenységek tervezésekor meghatározó szerepet kap a partnerség - az együttműködések, a látogatói igényekre történő reagálás.

Az épületben működik a Digitális Tudásközpont, valamint a Mathias Corvinus Collegium.

a) A művelődő közösségek létrejöttének elősegítése, működésük támogatása, fejlődésük segítése, a közművelődési tevékenységek és a művelődő közösségek számára helyszín biztosítása

Az Agórában működő civil szervezetek, művelődő közösségek sokrétű tevékenysége több alapszolgáltatásban is megjelenik. Állandó helyiséghasználatot biztosít az épület a legnagyobb művészeti civil szervezeteknek, a Somogy Táncegyüttesnek, a Kapos Art Képző- és Iparművészeti Egyesületnek, valamint az Együd Árpád Alapfokú Művészeti Iskolának. Mintegy 20 közösség (kórusok, egyéb művészeti és társadalmi fókuszú csoportok) tevékenységének helyszíne a kulturális központ. E közösségek fontos építőkövei a város közösségi-kulturális életének, szerepvállalásuk nélkülözhetetlen a város életében, a kulturális-művészeti eseményeken. A közösségek száma az elmúlt években alapvetően stagnáló, kis mértékben fogyó. Fontos feladat új közösségek létrehozása, igényekre reagáló módon.

b) A közösségi és társadalmi részvétel fejlesztése

Az alapszolgáltatás szerteágazó tevékenységeket foglal magába. Itt jelennek meg a gyermekek, az ifjúság, az idősek művelődését segítő programok, a családokat fókuszba helyező események, a helyi társadalom kapcsolatrendszerének erősítését szolgáló programok (kreatív, kézműves foglalkozások, szünidei programok, a rendezvények közül pl. a Családi majális). Az alapszolgáltatás kapcsán elmondható, hogy szükséges az ifjúsági célcsoport fokozottabb elérése.

c) Az egész életre kiterjedő tanulás feltételeinek biztosítása

Az alapszolgáltatásban jelennek meg a szakköri tevékenységek, az új elemként 2022-ben megjelent, 2025-től bővülő workshopok, történelmi megemlékezések, kiállítások, valamint lakossági igényekre reagáló ismeretterjesztési alkalmak jelennek meg.

d) Hagyományos közösségi, kulturális értékek átörökítése feltételeinek biztosítása

A legerősebb alapszolgáltatás. Ez részben jelenti az Együd Árpád Alapfokú Művészeti Iskola és a Somogy Táncegyüttes tevékenységét, de a Csoóri Sándor pályázatoknak köszönhetően jelentős a táncházak szervezése és a népzenei műhely tevékenysége is, mely a fiatalok népzenei képzésére fókuszál. Itt jelennek meg a tárgyalkotó népművészettel kapcsolatos programok, a

Somogy Megyei Népművészeti Egyesület tevékenységei, a megyei néptánc antológia, az Együd Néptáncverseny, a Hajlik a meggyfa népzenei és népdaléneklési verseny, a nemzetiségi programok, az állami, nemzeti és társadalmi ünnepek szervezésével az ünnepek kultúrájának gondozása. A tevékenységen belül megjelenik a helyi értékek bemutatása, de a települési értéktár gondozása – együttműködve az önkormányzattal – fejlesztendő feladat.

2025-ben tovább bővül a tevékenységrendszer. A Hagyományok Háza (mely hasonló területi, módszertani feladatokkal bír, mint a Nemzeti Művelődési Intézet) együttműködésre kérte a Somogy Táncegyüttest, ezen keresztül a kulturális központot is, melynek keretében novemberben megrendezésre kerül a Közösségi Szóttas Konferencia.

e) Az amatőr alkotó- és előadó-művészeti tevékenység feltételeinek biztosítása

Az Agórában működő kórusok, valamint a nyitott kiállítóterek tevékenységével erősnek mondható ez az alapszolgáltatás is a zeneművészet és a képzőművészet terén (ez utóbbi területen nem csak a helyi, hanem a vármegyében élő amatőr művészek bemutatkozása is megjelenik, megfelelő a törvényi elvárásoknak). 2025-től megjelenik a versmondás, alkalmanként a fotóművészet, de elsősorban az ifjúsági korosztály bevonásával fejleszthető a többi művészeti ág tevékenysége is – mely elsősorban könnyűzenei programokkal bővül 2025-től.

f) A tehetséggondozás- és fejlesztés feltételeinek biztosítása

Az alapszolgáltatásban a jogalkotó a településen élő vagy tanuló hátrányos helyzetű személyeket helyezi fókuszba. 2025-ben együttműködve a Roma Nemzetiségi Önkormányzattal és a rendőrséggel, “Ki mit tud?” program kerül megvalósításra, Oláh Gergő motivációs előadásával.

g) A kulturális alapú gazdaságfejlesztés

Az alapszolgáltatáson belül a feladatellátás a kulturális turizmusra koncentrál. A városi nagyrendezvények jól illeszkednek az alapszolgáltatáshoz – a rendezvények részei a város programkínálatának, erősítik a kulturális turizmust, emelik a vendégéjszakák számát, a hozzájuk kapcsolódó vásárok segítik a helyi kézműveseket, termelőket. Ugyanakkor a programkínálatban megjelenő helyi szereplők, off-programok kiegészítik a többi alapszolgáltatás tevékenységeit.

4.3 Együttműködések, kapcsolatrendszer

A közművelődés szakmai kapcsolatrendszere sokrétű. Partnerség alakult ki a város valamennyi kulturális intézményével és szervezetével, a MATE-vel, az oktatási intézményekkel, melyek közül a középiskolákkal az iskolai közösségi szolgálat terén is kiváló a kapcsolat. A térségi feladatellátás során kapcsolati háló alakult ki a megye településeivel. A szervezet tagja a Magyar Fesztiválszövetségnek, a Kulturális Központok Országos Szövetségének és az Agóra műhelynek, együttműködő partnere a Nemzeti Művelődési Intézetnek, 2025-től a Hagyományok Házának. Szakmai gyakorlóhely közösség-szervezés alapszakos és kulturális mediáció MA-hallgatók számára.

Itt elsősorban a helyi gazdasági élet területén indokolt a fejlesztés. Ennek kezdő lépéseként a nagyrendezvények során alakítható ki kapcsolat (pl. Rigó Jancsi Napok).

Vaszary Képtár

Az Agóra 1. emeletén helyezkedik el a képtár, mely 2023-ban megújult kiállítóterrel és új kiállítási koncepcióval nyílt meg. Az eddig egyterű kiállítóhely két terűvé vált (Vaszary Stúdió), valamint kialakításra került a látogatók magasabb szintű kiszolgálását lehetővé tevő jegypénztár és shop.

A kortárs képzőművészet alkotóinak ad otthont, azonban a kortárs képzőművészet iránt érdeklődők köre az elmúlt években megfogalmazott tervek ellenére sem emelkedett. A képtár rétegigényekre reagál – mint az ország hasonló kiállítóterei is. E rétegigények kiszolgálása továbbra is helyet kell kapjon, de szükséges a koncepció átgondolása. Fontos az éves, minél szélesebb látogatói kört elérő tervezés, a bemutatott alkotásokhoz kapcsolódó edukáció, az elismert helyi alkotók bemutatása. A 2025 elején újraélesztett Somogyi Tárlat jó irány, megtartása, továbbgondolása szükséges.

Mivel a képtár egyúttal a város egyetlen, időszaki kiállítások szervezésére leginkább alkalmas tere, megfontolásra érdemes a kortárs vonal megtörése évente/kétévente egy-egy Kaposvárhoz kötődő klasszikus alkotó vagy tematika beemelésével.

A képtár az elmúlt években a közművelődési feladatellátástól különválva működött, terveim szerint visszatérne ebbe a szervezeti egységbe.

Szivárvány Kultúrpalota

A Szivárvány Kultúrpalota a közművelődési feladatellátással együtt került a szervezethez. Elképzelésem szerint identitásának megtartása mellett külön szervezeti egységként történő működtetése megszűnik. Ezzel együtt a befogadó élménytér jellegét, azonban belül is a befogadó színházi jellegét tovább erősíteném.

Működésének legerősebb területe továbbra is a mozi. A filmklubok, a gyerekvetítések és a rendszeres vetítések egysége jól működik.

A Szivárvány ad otthont a Keltető egyik csoportjának, a Filharmónia ifjúsági és családi hangversenyeinek, a Kaposfestnek, különféle, külső szolgáltatók által megvalósított zenei és egyéb előadásoknak, valamint néhány városi eseménynek. Tevékenységének további szélesítése tervezhető színházi produkciók befogadásával, évados tervezéssel.

Dorottya Ház

Az épület 2025. január 1. óta tartozik a szervezethez. Kiállító terének tevékenysége az önkormányzattal egyeztetett módon zajlik.

Az első emeleti nagyterem bérbeadására folyamatos a törekvés, ennek erősítése fontos feladat. Ugyanakkor a terem bevonható a közművelődési feladatellátásba – mintegy az Agóra kiterjesztéseként, hiszen egyrészt az Agóra épületének kihasználtsága magas, másrészt épp ez a befogadó képességű, konferenciák szervezésére alkalmas terem hiányzik belőle. 2025 őszén a Hagyományok Háza országos konferenciasorozatának helyszíne lehet. Itt működik a Keltető másik csoportja.

A ház udvara kiváló rendezvényhelyszín, ahogy ez a Rigó Jancsi Napokon beigazolódott. 2025-ben a Kaposfest szabadtéri koncertjeinek helyszíne, illetve a Rippl-Rónai Fesztivál egyik helyszíne: napközben civileket, beszélgetéseket, kisebb zenei produkciókat fogad, este az egykori HangKép Udvar valósul itt meg újra. A későbbiekben akár nyári zenei programok, irodalmi előadások helyszíne lehet.

A kialakított vendéglátóhely bérbeadása az épület átadása óta kihívást jelent, mint ahogy a 2. emeleten kialakított rész hasznosítása is. E feladatok megoldása az önkormányzattal történő egyeztetéssel képzelhető el.

4.4 Rendezvények

A város életében fontos nagyrendezvények megújítása 2021-től folyamatos, 2025-től jelentős átalakulás történik.

Farsang

A program Kaposvár legrégebbi rendezvénye, melynek központi helyszíne a Kossuth tér. Időpontja a Dorottya-naphoz legközelebb eső hétfőre. Konceptiójában hagyományosan Csokonai Dorottya és a somogyi néphagyományok felelevenítése jelenik meg. 3 év kihagyás után megújult koncepcióval, az utcaszínházi elemek fokozásával, felvezető programokkal, a BábSzínTér Alapítvánnyal közösen került megszervezésre 2024-ben. Látogatószáma ekkor 2500-3000 fő, mely 2025-re már meghaladta a 3 ezer főt.

Családi majális

Május 1-jén a Városligetben szervezett egész napos családi program, sportprogramokkal, színpadi programokkal, játékokkal. Konceptiójának középpontja, egyúttal célcsoportja a családok. Délelőtt és délután a színpadi programok és a kiegészítő játékok a gyermek korosztálynak szólnak, a sportprogramok az egész családot mozgatják meg, az esti koncertek pedig az egész nap levezetésére szolgálnak. Látogatószáma 2000-2500 fő.

Gyereknapi

2025-ben ismét az Együd Árpád Kulturális Központ munkatársai szervezték meg a Gyereknapi programját, a Vaszary Parkban. Kínálatában magas minőségű színpadi és kiegészítő programokkal várta a látogatókat. A nap folyamán mintegy 2000 érdeklődő vett részt a programokon. A következő években a kialakult struktúra mentén, erősebb kommunikációval növelhető a látogatószám.

Rigó Jancsi Napok

2025-ben először került megrendezésre a kultúrát és gasztronómiát összekötő rendezvény. Az ingyenes programok két helyszínen valósultak meg: a Dorottya Ház udvarában és a Szivárvány Kultúrpalota előtti területen. A minőségi jazz-, cigányzenei és ezek határterületein működő fellépők, a belvárosi vendéglátók kapcsolódó gasztronómiai kínálata egy szerethető, új látogatói réteget elérő programot eredményeztek, összesen mintegy 3 ezer látogatóval.

Első alkalommal került megszervezésre az esemény, így ennek tapasztalatai tudják megalapozni a következő évek terveit.

Szentjakabi Nyári Esték

A 6 év után 2025-ben újraindított nyári színház 3 előadása 619 fizető nézővel sikeres kezdeményezés volt, folytatása a következő években indokolt.

Kaposfest

Az augusztus közepén megrendezésre kerülő komolyzenei fesztivál fő helyszíne a Szivárvány Kultúrpalota. Célja a komolyzenei élet meghatározó hazai és nemzetközi előadóinak bemutatása, célcsoportja a komolyzene iránt érdeklődő helyi és távolabbról érkező közönség. A zárt helyszíneken kívül 2025-ben a Dorottya Ház udvara ad helyet a szabadtéri eseményeknek.

Rippl-Rónai Fesztivál

A város legnagyobb fesztiválja 2025-ben több változással újul meg. Időpontja május végétől szeptember elejére kerül át – ez egyúttal a Miénk a város! fesztivál megszűnését is jelenti.

2022-ben már elindult egy megújulási folyamat: a fiatal korosztályt célzó, mainstream előadókat felvonultató, belépődíjas fesztiválhelyszín megvalósítása. A szerzett tapasztalatok, a fesztiválipar és a zeneipar változásai azonban arra ösztönzik a szervezőket, hogy a fesztivál visszatérjen a teljes ingyenességhez és a programok mindegyike szabadtéren valósuljon meg.

A fesztivál célja Rippl-Rónai nevének megismertetése a legszélesebb rétegekkel egy olyan összművészeti esemény segítségével, melyben a helyi alkotók, a cselekvő részvételen alapuló programelemek és a népszerű, országosan ismert művészek megjelenése egyensúlyban van.

A könnyűzenei programok fő helyszíne továbbra is a Kossuth tér. Továbbra is szempont a népszerű előadók felléptetése, beemelve a mainstream előadókat is, több korosztály számára. A koncertek látogatószáma az előadótól függően változó, 3-5 ezer fő.

A fesztivál kisebb színpada az Európa parkban kerül felállításra. Programkínálata változatos – feltörekvő, rétegitényeket is kiszolgáló könnyűzenei koncertek, helyi előadók, stand-up-előadás, influenszerek előadásai, valamint gyerekprogramok találhatóak a kínálatban. Látogatószáma programelemtől függően 2-600 fő. A harmadik, pódiumelőadásokra, beszélgetésekre, irodalmi programokra, kis könnyűzenei eseményekre lehetőséget adó helyszín a Dorottya Ház udvara, alkalmanként néhány száz látogatóval.

A fesztivál kiegészítő, off-programjaiban a művészetek kerülnek középpontba. Kiállítások, utcai képzőművészeti programok, utcazenei és utcaszínházi előadások, gyermekprogramok adják a kínálatot. Célcsoportja az alkotni vágyók, a művészet iránt érdeklődők, családok – korosztályi meghatározás nélkül. Az off-programok látogatószáma napi 3-4000 fő.

A fesztivált kísérő vásár továbbra is lehetőséget biztosít a helyi kézművesek és szolgáltatók számára, azonban megújítása gasztronómia területén szükséges, melynek első lépése a street food bevonása lehet.

Advent

Az adventi programsorozat célja, hogy hozzájáruljon az ünnep megéléséhez, hogy programjaival segítse a várakozás örömét, szebbé tegye az ünnepet. A Kossuth téren és a belvárosban zajló programok teret adnak a helyi csoportok bemutatkozásának, ugyanakkor népszerű előadók adventi műsorával segítik a célok megvalósulását. Célközönsége a város

teljes lakossága, programkínálata ennek megfelelően sokszínű – a gyermekprogramoktól a népi hagyományok bemutatásán keresztül a könnyűzenei eseményekig.

Az adventi nyitóesemény mindig is nagy érdeklődésre tartott számot, az elmúlt években a látogatószám folyamatosan emelkedett. A 2024-es létszám tovább szinte nem emelhető, elérte a tér befogadóképességét, a 4000 főt. Itt elsősorban ennek a megtartása, illetve a többi program látogatószámának emelése lehet cél. Ennek eszköze a programok számának és színvonalának emelése, olyan, az adventi hangulatot erősítő, nívós előadók meghívásával, akik egyúttal magas ismertséggel is rendelkeznek.

A programok helyszínéül szolgáló színpad 2024-ben megújult, az addigi Pajtaszínházat felváltotta egy hagyományos színpad, mely már alkalmas nagyobb produkciók kiszolgálására is.

A kisebb rendezvények, állami, nemzeti és társadalmi ünnepek szervezése az elvárt, hagyományoknak megfelelő módon történik, ezek:

- *A kommunizmus áldozatainak emléknapja – február 25.*
- *Az 1848-as forradalom és szabadságharc megemlékezései – március 15.*
- *Nemzeti Összetartozás Napja – június 4.*
- *Állami ünnep - augusztus 20.*
- *Aradi vértanúk napja – október 6.*
- *Az 1956-os forradalom és szabadságharc megemlékezései – október 23.*

4.5 Marketing, humán erőforrás – a rendezvények látogatottságának fejlesztésére való törekvések

Az Agóra, a Vaszary Képtár, a Szivárvány Kultúrpalota és a Dorottya Ház, valamint a rendezvények szervezésének egy szervezeti egységként történő kezelése szinergiákat teremt. Mindez szükségessé és lehetővé teszi a marketingtevékenységek és a humán erőforrás egységes, tudatosan felépített kezelését – mely szinergia és egységesség lehetővé teszi a látogatottság fejlesztését.

A marketing tevékenységek szervezésben fontos a helyszínekhez, rendezvényekhez kapcsolódó honlapok, közösségimédia-felületek jelenlegi töredezettségének megszüntetése, a honlapok tekintetében egy olyan központi honlap megteremtése, mely magában foglalja a kisebb honlapokat, a közösségimédia-felületek esetében pedig a szükséges felületek megtartása, folyamatos tartalommal történő töltése. A felületek lehetőséget adnak az időben történő kommunikáció elindítására, az utólagos hírelésekre, a többi felület aktualitásaira történő figyelemfelhívásra, a látogatói igények felmérésére.

A rendezvények promotálásához – bár jelen van a kulturális turizmus erősítése –, szükséges a helyi sajtóval történő kapcsolatok optimalizálása, a rendszeresség – akár éves keretszerződésekben történő – rögzítése, hiszen a látogatók többsége helyi. A környékbeli, de akár távolabbról, a megye távolabbi városaiból vagy a környező megyék közelebbi településeiről érkező látogatók elérésében nélkülözhetetlen az online hirdetések tudatos tervezése, az ehhez szükséges erőforrások rendelkezésre állása.

Bár az online világ egyre inkább uralja a marketing tevékenységeket is, a helyben történő kommunikációban érdemes a print anyagokra is fókuszálni: plakátok, kisebb méretű szóróanyagok, vagy műsorfüzet jellegű leporellók használhatók.

A humán erőforrást tekintve az Agórában dolgozó szakemberek látják el a közművelődési alapszolgáltatásokat, valamint a rendezvények szervezését – vezetővel együtt összesen hét fő. A képtárban két fő dolgozik. A Szivárványban három fő szervezi a mozival és a többi programmal kapcsolatos feladatokat, valamint egyéb jogviszonyban álló munkatársak látnak el kiegészítő feladatokat (4 fő), valamint egy fő kezeli az online felületeket és készít kisebb marketinganyagokat. A marketing feladatok ellátása jelenleg nem megoldott, ennek kezelésére szakember foglalkoztatása indokolt. A feladatellátó helyek és a feladatok új egységbe szervezése a humán erőforrás újratervezését, a munkamegosztás, a terhelés egyensúlyának kialakítását is jelenti.

Hiszem, hogy a rendezvények tervezésekor az önkormányzattal történő folyamatos egyeztetésen túl szükséges a látogatói igények felmérése, a prioritások és a célcsoportok minél pontosabb meghatározása, a célcsoportok igényeinek, elvárásainak, esetleges látens elvárásainak megismerése, az azokra való reagálás a programstruktúra kialakításában – mindezek koncepcióba történő rendezése az éves tervezésnél. A tudatos tervezés, az ehhez rendelt marketingtevékenységek egysége fejlesztheti legjobban a látogatószámot.

5. KOMMUNIKÁCIÓ- ÉS MARKETING STRATÉGIA

5.1 „Kaposvár Kultúra Brand”

Az elkövetkező öt évben a kaposvári Csiky Gergely Színház és Kulturális Központ élménytereinek és tevékenységeinek legfontosabb stratégiai célkitűzése, hogy a város és a régió kulturális életét egységes, mégis sokszínű ernyőmárka alatt fogja össze, és ezzel ne csak az egyes intézmények ismertségét, hanem a teljes városi kulturális ökoszisztéma értékét és vonzerejét növelje. A kialakítani kívánt „Kaposvár Kultúra Brand” munkacímet kapott elképzelés nem pusztán arculati elemeket vagy közös kommunikációs felületeket jelent, hanem egy olyan integrált szemléletet, amely a színházat, a mozit, a képtárat, a közösségi tereket és a fesztiválokat egymással összekapcsolva mutatja meg Kaposvár kulturális gazdagságát. Természetesen a város kulturális életében a Csiky Gergely Színház hagyományosan zászlóshajó szerepet tölt be. Az épület rekonstrukciója és a társulat művészi munkájának elismertsége jó alapot ad egy olyan márka újbóli pozicionálásához, amely a kortárs és klasszikus értékek találkozását képviseli. Ehhez társul az a tény, hogy a színház integráltan működik a város kulturális központjaival, ami lehetőséget teremt arra, hogy az egyes intézmények közös erőforrásokkal, de egyedi profiljuk megtartásával jelenjenek meg a nyilvánosság előtt.

A brandépítés célja kettős: helyben erősíteni a kulturális identitást és közösségi büszkeséget, valamint régiós és országos szinten is pozicionálni Kaposvárt mint kulturális célpontot. Az utóbbi évek tapasztalatai azt mutatják, hogy a vidéki kulturális intézmények akkor tudnak valóban áttörést elérni a közönségbővítésben és a bevételnövelésben, ha képesek komplex élménycsomagokat kínálni, amelyek túlmutatnak az egyes programokon: a látogatók nem csak egy előadásra érkeznek, hanem a város kulturális kínálatát egyben, élményszerűen tapasztalják meg.

Az előttünk álló öt évben a „Kaposvár Kultúra Brand” kialakítása nemcsak marketingeszköz, hanem stratégiai gondolkodásmód is: lehetővé teszi, hogy a különálló programok és események ne elszigetelt kampányokként, hanem egymást erősítő kommunikációs hálóként épüljenek fel. Ez a szemlélet alapozza meg a jegyeladások növekedését, a bérletes rendszer fiatalítását, a szponzori kapcsolatok bővítését és azt, hogy Kaposvár neve egyre gyakrabban jelenjen meg az országos kulturális médiában és turisztikai ajánlatokban.

A „Kaposvár Kultúra Brand” megvalósítása nyolc kulcselemre épül: a közönségből közösség formálására, a közös weboldalra, az összehangolt közösségi média jelenlétre, a rendszeres közös kiadványokra és jelenlétre, a keresztpromóciós lehetőségek kihasználására, a közös fesztivál létrehozására, a hűségkártya-rendszer bevezetésére és a hosszú távon megvalósítandó közös applikációra. Ezek együttesen biztosítják azt, hogy a brand ne csak vizuális, hanem tartalmi és élményalapú egységként is működjön, amely a város lakóinak és a látogatóknak egyaránt világos üzenetet közvetít: Kaposvár a kultúra közepe.

A továbbiakban részletesen bemutatom az egyes paneleket és azok tartalmi elemeit.

Közönségből közösség építése

A „Kaposvár Kultúra Brand” egyik legfontosabb pillére annak felismerése, hogy a kulturális intézmények közönsége nem pusztán jegyvásárlók összessége, hanem olyan élménykereső és identitásformáló közösség, amelynek bevonása hosszú távú elköteleződést teremt. Az élményterek közönsége jelenleg sok esetben különálló, az egyes intézmények kommunikációs csatornái pedig csak részben fedik egymást. A következő öt év célja, hogy ezeket az elszigetelt közönségcsoportokat összekapcsoljuk, nyissunk egymás programjai felé, és egy olyan közösséget építsünk, amely számára Kaposvár kulturális élete egységes élményt jelent.

Ennek első lépése egy mélyebb közönségkutatás elindítása: adatfelmérések, kérdőívek, személyes fókuszcsoportok segítségével pontos képet kell kapnunk arról, kik a jelenlegi és potenciális látogatók, milyen életmód, érdeklődési kör és motiváció vezérli őket. Külön figyelmet kell fordítani azokra a fiatal generációkra, akik ma még kevésbé kötődnek a színházi világhoz, de nyitottak az élményalapú kulturális programokra. Az így kialakított szegmentált közönségprofil lehetővé teszi a személyre szabott kommunikációt, amely már nem csak az előadások bemutatását célozza, hanem az élmény és az összetartozás érzését is hangsúlyozza.

A közönségből közösség építésének kulcseszköze a „Kaposvár Kulturális Közösség” létrehozása. Ez egy olyan, tagsági alapon működő közösség, amely különleges kedvezményekkel, exkluzív eseményekkel és előnyökkel jutalmazza a rendszeresen visszatérő látogatókat. A klubtagok elsőként értesülhetnek premierjeinkről, betekintést nyerhetnek a kulisszák mögé, találkozhatnak a társulat tagjaival, vagy akár részt vehetnek különleges „backstage”-túrákon. A közösség működése nem csupán közönségmegtartó eszköz, hanem véleményformáló mag is: a tagok saját közösségi köreikben a kulturális programok nagyköveteivé válhatnak.

A közösségépítés másik fontos területe az élményalapú bevonás. Nyílt próbák, kulisszajárások, művész-beszélgetések és interaktív workshopok lehetőséget adnak arra, hogy a közönség ne csak néző, hanem részese is legyen az alkotói folyamatnak. Különösen a fiatal korosztály számára vonzó, ha nemcsak a végeredményt látják, hanem beleláthatnak az alkotás fázisaiba, sőt akár ők maguk is hozzátehetnek valamit (például jelmeztervező workshop vagy közösségi videókészítés révén). Ennek egyik kiemelt programja lehet a storytelling-program, ami fontos szerepet kap a közösségépítésben: az „Az én Kaposvárom” című kampány keretében a nézők és alkotók személyes történetei kerülnek reflektorfénybe – miért jelent számukra többet egy előadás, hogyan kötődnek a városhoz, milyen élmények formálták őket. Ezek a történetek megjelenhetnek online felületeken, kiadványokban és akár kiállítás formájában is, ezzel is erősítve a város kulturális identitását. A vizuális élményekre építve érdemes kialakítani élményfotó-pontokat a színházban és a város több pontján, amelyek nemcsak emlékmegőrzésre szolgálnak, hanem tudatosan tervezett „Instagram-barát” helyszínek is. Ez ösztönzi a látogatókat, hogy saját felületeiken osszák meg élményeiket, így organikus módon erősítve a Kaposvár Kultúra Brand ismertségét.

Mindezek a kezdeményezések együttesen biztosítják, hogy a kulturális intézmények közönsége az elkövetkező öt évben nem csak látogató, hanem aktív részese és formálója legyen Kaposvár kulturális életének. Ez az elköteleződés hosszú távon nemcsak jegyeladásban és látogatószámokban mérhető, hanem abban is, hogy a város kulturális márkája országos szinten is ismertté és vonzóvá válik.

Közös weboldal létrehozása

A „Kaposvár Kultúra Brand” egyik kulcseleme az online jelenlét újra definiálása. A város kulturális intézményeinek jelenlegi kommunikációja széttagolt: minden tagintézmény rendelkezik saját weboldallal, azonban ezek vizuálisan, tartalmilag és funkcionálisan eltérnek egymástól, és hiányzik az az egységes kapu, amely képes lenne Kaposvár kulturális kínálatát egyetlen felületen bemutatni és értékesíteni. A következő öt évben olyan integrált holding-portál létrehozását tervezem, amely nem váltja le az egyes intézmények meglévő weboldalait, hanem azokat egységes brand alatt kapcsolja össze, és közös funkciókkal bővíti, miközben egy közös weboldalra tereli a tartalmakat. Ez a központi felület nem csupán információs oldal, hanem digitális élménytér lesz, amely átláthatóan és inspirálóan mutatja meg Kaposvár kulturális sokszínűségét. A főoldal dinamikusan frissülő eseménynaptárat tartalmaz, amelyben szűrők segítségével a felhasználók egyszerre láthatják a színház, a mozi, a képtár, az Agóra és a fesztiválok aktuális programjait. Az eseményekhez közvetlenül kapcsolódik a közös jegyvásárlási rendszer, amely lehetővé teszi a felhasználóknak, hogy egyetlen kattintással több intézmény programjait is megtekinthessék. Ez a megoldás nem csupán kényelmes, hanem ösztönzi is a keresztlátogatást: aki a mozira keres rá, könnyen találkozhat egy színházi ajánlattal vagy egy aktuális kiállítással is.

A közös portál megjelenése szorosan illeszkedik a „Kaposvár Kultúra Brand” vizuális világához. Az arculat egységes keretet biztosít, ugyanakkor teret ad az egyes intézmények sajátosságainak megjelenítésére: külön színpaletták, fotóhasználat és logóelhelyezés teszik lehetővé, hogy a színház, a képtár vagy a mozi megőrizze identitását, miközben egy nagyobb kulturális ökoszisztéma részeként jelenik meg. Ez a vizuális egység nemcsak esztétikai előny, hanem bizalmi tényező is: a felhasználók gyorsan megtanulják, hogy bárhová kattintanak a portálon, ugyanannak a minőségi kulturális élménynek a részeihez jutnak. A funkciók között kiemelt szerepet kap a hírközpont és tartalommarketing: blogbejegyzések, interjúk, kulisszatitkok, művészportrék jelennek meg, amelyek folyamatosan friss tartalommal látják el a portált, és hosszabb időre vonzzák be a látogatókat. Az interaktív elemek – például online szavazások, játékok, közönségvélemények – lehetőséget adnak a felhasználóknak, hogy ne csupán passzív fogyasztók, hanem aktív résztvevők legyenek.

A weboldal hosszú távú fejlesztése során fontos lépés a későbbi app-integráció előkészítése. A portál felépítése eleve olyan moduláris lesz, hogy később könnyen kiterjeszhető legyen egy teljes értékű mobilalkalmazássá, amely ugyanazzal az adatbázissal működik, így biztosítva a felhasználói élmény folytonosságát.

A közös weboldal tehát nem csupán egy technikai fejlesztés, hanem a brandidentitás egyik leglátványosabb és legfontosabb érintkezési pontja: a felhasználók első benyomását adja Kaposvár kulturális kínálatáról, és kulcsszerepet játszik abban, hogy a város kulturális életét a régió túl is ismertté tegye.

Közös socialmedia-felületek

A Kaposvár Kultúra Brand sikerének kulcsa, hogy a kulturális ökoszisztéma minden elemét elérhetővé és láthatóvá tegye azon platformokon, ahol a közönségünk ma a legtöbb időt tölti: a közösségi médiában. A jelenlegi helyzetben az egyes intézmények saját felületeket működtetnek, ám ezek tartalmi és vizuális koordinációja hiányos. A következő öt évben célom egy közös, Kaposvár Kultúra néven működő socialmedia-ökoszisztéma kialakítása, amely nem

helyettesíti az egyes intézmények csatornáit, hanem azokat összehangolt módon erősíti, és egységes márkahangon szólítja meg a város és a régió kulturális közönségét.

A központi felületek – Facebook, Instagram, TikTok és YouTube – olyan tartalmi hubként működnek majd, amelyek képesek összefogni a város teljes kulturális kínálatát. E platformokon nem pusztán eseménykommunikáció zajlik, hanem élmény- és értékalapú márkaépítés: az itt megjelenő tartalmak célja, hogy érzelmi kapcsolatot alakítsanak ki a közönséggel, és egyben inspirálják őket a programok látogatására. A Kaposvár Kultúra social media jelenléte így a város digitális névjegye is lesz, amely országos szinten is képes figyelmet kelteni.

A tartalomstratégia három pillérre épül. Az első a tematikus napok rendszere: például „Színházi szerda”, „Filmes péntek”, amelyekhez rendszeresen visszatérő formátumok kapcsolódnak (backstage-videók, interjúk, kulisszatitkok). Ez elősegíti a kiszámíthatóságot, ugyanakkor megengedi a kreatív kampányok beillesztését is. A második pillér az interaktivitás: szavazások, kérdés-válasz formátumok, közönség által generált tartalom (pl. „Fotózd le a kedvenc kulturális helyed Kaposváron” kampány) ösztönzik a részvételt és növelik az elköteleződést. A harmadik pillér az élő közvetítések és rövid videós tartalmak alkalmazása – kulisszajárások, próbabejátszások, fesztivál-hangulatközvetítések –, amelyek különösen a fiatalabb célcsoportok számára vonzóak.

A közös felületek működtetésének alapja egy összehangolt tartalomnapotár lesz, amelyben az egyes intézmények programjai egymással összhangban jelennek meg. Ez biztosítja, hogy ne egymást gyengítsék az egyidejű kommunikációk, hanem kiegészítsék egymást: például egy színházi bemutatóhoz kapcsolódóan a képtár tematikus kiállítása vagy a mozi kapcsolódó filmvetítése is helyet kapjon az ajánlások között. A tartalomnapotár lehetővé teszi az előre tervezett kampányokat, miközben rugalmas marad az aktuális kulturális eseményekre való azonnali reagálásra. A vizuális egység megőrzése érdekében minden poszt a Kaposvár Kultúra arculati elemeit használja, de rugalmasan igazodik az adott intézmény stílusához. A brand fő vizuális jegyei – logó, színvilág, tipográfia – keretet adnak, ugyanakkor teret engednek annak, hogy például a színház elegánsabb, a képtár vizuálisan művészebb, a mozi pedig dinamikusabb kommunikációval jelenjen meg.

A közösségi média így nem csupán információátadásra szolgál, hanem digitális közösségépítésre is. A cél, hogy a következő öt év végére a Kaposvár Kultúra online közössége ne csak követőkből álljon, hanem aktív résztvevőkből, akik véleményt formálnak, tartalmat osztanak meg, és saját történeteikkel gazdagítják a márkát. Ez az organikus növekedés hosszú távon stabilizálja a közönségbázist, és kiemeli Kaposvárt a vidéki kulturális kínálat országos térképén.

Közös kiadvány, közös felületek

A „Kaposvár Kultúra Brand” egyik legkézzelfoghatóbb és leglátványosabb eleme a közös kiadvány bevezetése, amely havonta és évente megjelenve biztosítaná, hogy a város és a térség lakói egységes, átlátható formában kapjanak információt Kaposvár teljes kulturális kínálatáról. Jelenleg az egyes intézmények külön programfüzeteket vagy plakátokat készítenek, amelyek sok esetben csak a saját látogatóikhoz jutnak el, így a közös kommunikáció lehetősége kihasználatlan marad. A kiadvány célja ennek az űrnek a betöltése: olyan komplex kulturális napotár és magazin létrehozása, amely egyszerre praktikus, inspiráló és márkaépítő eszköz.

A közös kiadványok és felületek rendszeres megjelenése a márkaépítés szempontjából is kulcsfontosságú: a vizuális egység, a jól megtervezett tipográfia és az egységes fotóhasználat nemcsak információt közvetít, hanem a Kaposvár Kultúra Brand minőségét és megbízhatóságát is sugározza.

Keresztpromóciók

A Kaposvár Kultúra Brand ereje abban rejlik, hogy az egyes intézmények nem csupán egymás mellett működnek, hanem aktívan erősítik egymás láthatóságát és programjait. Ennek egyik legfontosabb eszköze a keresztpromóció, amely lehetővé teszi, hogy egy-egy intézmény közönsége megismerje és kipróbálja a többi intézmény kínálatát is. Ez nemcsak a látogatószám növelését szolgálja, hanem a városi kulturális identitás erősítését is.

A gyakorlatban ez többféle formában valósulhat meg. A Szivárvány Kultúrpalotában működő moziban például minden filmvetítés előtt helyet kaphatnak színházi trailerek, amelyek bemutatják az aktuális premierjeinket vagy a következő hónap műsorát. Ugyanez fordítva is működhet: a színházi előadások szüneteiben vagy a jegypénztárban a mozi programjainak rövid ajánlóit lehet elhelyezni. Vagy éppen a Vaszary Képtárban a színházi bemutatókhoz kapcsolódóan egy-egy színházi jelmez- vagy kellék pozicionálásával vizuálisan hidat képezhetünk a két intézmény között. A keresztpromóció kiterjeszhető helyi vállalkozásokra és vendéglátóhelyekre is: például a színházjeggyel rendelkező nézők kedvezményt kaphatnak egy-egy partnerétteremben vagy kávézóban, és fordítva – a vendéglátóhelyek kihelyezhetik a kulturális programfüzetet és plakátokat, ezzel ösztönözve a jegyvásárlást. Hasonló módon turisztikai partnerekkel – szállodákkal, fürdőkkel – is kiépíthető keresztpromóciós kapcsolat.

A keresztpromóció hosszú távon szinergikus hatást vált ki: a közönség megtanulja, hogy Kaposvár kulturális élete összekapcsolódó élményekből áll, így nagyobb eséllyel tér vissza újra és újra, felfedezve mindig valami újat.

Közös fesztivál

A „Kaposvár Kultúra Brand” kiemelt eseménye lehet egy évenként megrendezett közös fesztivál, amely a város teljes kulturális kínálatát ünnepli. A „Kaposvár Kulturális Hét” koncepciója az, hogy egy hétre Kaposvár váljon a régió kulturális központjává, ahol a színház, a mozi, a képtár és a közösségi házak összehangolt programokkal, különleges eseményekkel és közösségi aktivitásokkal várják a látogatókat.

A fesztivál időzítése szorosan kapcsolódhat a színházi évadbejelentéshez: ez lehetőséget ad arra, hogy egy nagyszabású, városi nyitóesemény keretében mutassuk be a következő évad kínálatát, miközben a többi intézmény is kiemelt programokkal csatlakozik. A fesztivál programja sokszínű lehet: utcai performanszok, családi napok, workshopok, beszélgetések művészekkel, szabadtéri filmvetítések, kiállításmegnyitók, színházi előadások és gálák, illetve koncertek és tematikus városi séták.

A „Kaposvár a kultúra közepe egy hétre” szlogen nemcsak a helyi közönségnek szólna, hanem régiós és országos figyelmet is kelthetne, különösen akkor, ha a fesztivál kommunikációja integrálódik a közös weboldalba és social-media-kampányokba. A fesztivál hosszú távon akár turisztikai vonzerővé is válhat, amelyre éves rendszerességgel érkeznek látogatók Kaposvárra.

Közös törzskártya / hűségkártya

A kulturális tevékenységeink közötti hűségprogram bevezetése lehetőséget teremt arra, hogy megjutalmazzuk a rendszeres látogatókat és ösztönözzük őket a több intézményt érintő részvételre. Konceptcionálisan egy olyan törzskártya szükséges – digitális és fizikai formában egyaránt –, amely kedvezményeket biztosít minden tagintézménynél, valamint exkluzív előnyöket kínál, például kulisszajárásokat, művész-találkozókat vagy VIP-meghívásokat premiereseményekre.

A kártya pontgyűjtésre is alkalmas: minden jegyvásárlás után pontok írhatók jóvá, amelyeket a látogatók kedvezményekre vagy különleges ajándékokra válthatnak be. A hűségkártya hosszú távon hozzájárulhat ahhoz, hogy a közönség ne csupán egy intézményhez kötődjön, hanem a város teljes kulturális életét sajátjaként élje meg.

Közös applikáció – hosszútávú terv

A digitális térben való jelenlétet egy közös mobilalkalmazás fejlesztése koronázná meg, amely hosszú távon a „Kaposvár Kultúra Brand” zászlóshajójává válhat. Az applikáció elsődleges funkciója az lenne, hogy egy helyen elérhetővé tegye a teljes kulturális kínálatot: eseménynaptár, jegyvásárlási lehetőség, hűségpontok kezelése, pushértesítések a legfontosabb hírekről és kedvezményekről.

Az alkalmazás túlmutatna a pusztán információközlésen: integrálható lenne a városi turisztikai kínálattal is, így nemcsak a kulturális programokat, hanem éttermeket, kávézókat, szállásokat, sőt városi sétákat is ajánlhatna a felhasználóknak. Ez a fajta komplexitás erősíti Kaposvár pozícióját mint kulturális és turisztikai desztinációt.

A fejlesztést moduláris módon képzeljük el: első lépésben a weboldallal összekapcsolt mobilbarát felület készülne el, majd ennek alapjaira épülhet a teljes értékű applikáció, amelyet várhatóan a stratégia harmadik-negyedik évében lehetne bevezetni.

Összegzés – A Kaposvár Kultúra Brand jelentősége

A Kaposvár Kultúra Brand felépítése a következő öt évben nem egyszerű marketingprojekt, hanem stratégiai szemléletváltás, amely új alapokra helyezi a város és a térség kulturális intézményeinek kommunikációját. Az itt bemutatott nyolc pillér – a közönségből közösséget formáló programok, az integrált webes és közösségimédia-jelenlét, a rendszeres közös kiadványok, a keresztpromóciók, a fesztivál, a hűségkártya és a jövőbe mutató mobilalkalmazás – nem önálló elemekként, hanem egymást erősítő eszközökként épülnek egymásra.

E stratégia sikerének kulcsa az egység és sokszínűség egyidejű megteremtése: a holding intézményei közös ernyőmárka alatt jelennek meg, mégis megőrzik saját karakterüket és programkínálatuk egyediségét. Ez lehetővé teszi, hogy a közönség egyetlen kulturális élményláncként érzékelje Kaposvárt – ahol egy színházi premierhez kapcsolódhat egy kiállítás, egy filmvetítés vagy akár egy közösségi workshop is.

A Kaposvár Kultúra Brand hosszú távú hatása túlmutat a marketingen: hozzájárul a város identitásának erősítéséhez, a helyi büszkeség növeléséhez és ahhoz, hogy Kaposvár kulturális

életét régiós és országos szinten is jegyezzék. Az egységes kommunikáció és a tudatos közösségépítés nemcsak látogatószám-növekedést hozhat, hanem stabilizálja a kulturális intézmények gazdasági hátterét, és lehetővé teszi új támogatók, partnerek, szponzorok bevonását is.

Ez az erős alap teszi lehetővé, hogy a következő fejezetben a kaposvári Csiky Gergely Színház speciális szerepére és kommunikációs stratégiájára koncentráljunk – bemutatva, hogyan válik a színház nemcsak a brand zászlóshajójává, hanem a város kulturális közösségének motorjává is.

5.2 A Színház szerepkörének erősítése

A kaposvári Csiky Gergely Színház az elmúlt évtizedekben meghatározó szereplőjévé vált a város és a régió kulturális életének. A 2019-ben befejezett átfogó rekonstrukció nem csupán építészeti megújulást jelentett, hanem lehetőséget adott arra is, hogy a társulat és a műsorpolitika új lendületet kapjon, valamint hogy a színház kommunikációja a korábbiaknál szélesebb közönségrétegekhez jusson el. Az elmúlt időszakban elindított fejlesztések – a vizuális arculat frissítése, a digitális kommunikáció erősödése, az online jelenlét kreatív formái – már bizonyították, hogy a színház képes innovatívan reagálni a változó kulturális igényekre és közönségzokásokra.

Ezen az erős alapon folytatódhat most a következő öt év tudatos építkezése. A színház feladata kettős: meg kell őriznie azt a művészi minőséget és hagyományt, amely évtizedek óta a város egyik legfontosabb értéke, ugyanakkor képesnek kell lennie új narratívákat, új közönségélményeket és új kommunikációs csatornákat kialakítani. Mindez különösen fontos egy olyan időszakban, amikor a kulturális fogyasztási szokások folyamatosan átalakulnak, a fiatal generációk figyelmének megnyerése pedig új módszereket és vizuális nyelvet kíván.

A Csiky Gergely Színház meghatározó szerepe a „Kaposvár Kultúra Brandben” nemcsak abból adódik, hogy a legnagyobb intézmény és a legtöbb látogatót vonzó helyszín, hanem abból is, hogy zászlóshajóként képes a többi tagintézmény kommunikációját is húzni. Az erős színházi kampányok, a társulati tagok személyes ismertsége és a színházi élmény emocionális ereje lehet az a motor, amely a közös brandet is életre kelti.

A következő fejezet célja, hogy meghatározza a színház kommunikációs és marketingstratégiájának fő pilléreit a következő öt évre: a már meglévő erősségek tovább építését, a digitális jelenlét új szintre emelését, a bérletrendszer és élményprogramok korszerűsítését, a turisztikai kapcsolatok erősítését és a társulat tagjainak tudatos márkaépítését. E lépések révén a színház nemcsak megőrzi, hanem tovább is erősíti pozícióját Kaposvár és a régió kulturális életének középpontjaként.

5.3 Színházi kommunikáció erősítése

A kaposvári Csiky Gergely Színház kommunikációja az elmúlt években már bizonyította, hogy képes dinamikusan reagálni a kulturális környezet változásaira: a felújítást követő újraindítás, a pandémia alatti digitális kampányok és a vizuális arculat frissítése mind hozzájárultak ahhoz, hogy a színház megőrizze és erősítse pozícióját a város kulturális életének központjaként. A következő öt év kihívása ugyanakkor nem csupán az eddigi eredmények megőrzése, hanem egy új szintű, integrált kommunikációs rendszer kialakítása, amely egyszerre szólítja meg a törzsközönseget, a fiatal generációkat és a régióból érkező új látogatókat.

Koncepciómban a színházi kommunikáció középpontjában egy új brandkampány áll: célunk, hogy a „Csiky = Kaposvár kulturális ikonja” üzenet világosan jelenjen meg minden felületen. Ez a kampány nemcsak a színház saját arculatát erősíti, hanem a város kulturális identitását is: amikor valaki a Csiky Gergely Színházra gondol, Kaposvár kulturális életének egészét kell látnia. Ehhez vizuálisan és tartalmilag is újragondolt kommunikációra van szükség: modern tipográfia, egységes színvilág, nagyhatású fotók és videók, valamint egy következetes üzenetstruktúra alakítja ki azt a karakteres megjelenést, amely könnyen felismerhetővé és megjegyezhetővé teszi a színházat.

A kommunikációs stratégia fontos eleme a PR és médiakapcsolatok újraszervezése. A cél nemcsak a helyi, hanem az országos sajtó és kulturális blogok rendszeres megszólítása: szakmai interjúk, kulisszatitkok és exkluzív tartalmak révén a színház képes lesz kilépni a regionális keretek közül és országos érdeklődést kelteni. Ennek része a kulturális influenszerekkel való együttműködés is, akik saját követőbázisukon keresztül új közönségrétegeket hozhatnak be – különösen a fiatal felnőttek körében.

Kiemelt cél a kreatív, vizuálisan innovatív kampányok megvalósítása, amelyek túlmutatnak a hagyományos plakátokon és szórólapokon. Ennek egyik példája a városi AR-funkciós plakátok bevezetése: a város különböző pontjain elhelyezett hirdetéseket mobiltelefonnal beolvasva rövid videók, próbafelvételek vagy színészi üzenetek jelennek meg, így a plakát élővé válik és interaktív kapcsolatot teremt a járókelőkkel. Ez a megoldás különösen erős élményt adhat a fiatal közönségnek, és egyben médiakompatibilis – könnyen generálhat országos figyelmet is.

A kommunikáció erősítésének további eleme a belső és külső egység megteremtése: a színház munkatársai és társulati tagjai egyaránt aktív résztvevőivé válnak a kommunikációs folyamatoknak. Ez nemcsak a belső motivációt növeli, hanem hitelességet is ad a kifelé irányuló üzeneteknek. Az alkotók személyes történetei, próbafolyamatai és hétköznapi pillanatai – akár rövid videók, akár blogbejegyzések formájában – emberközelivé teszik a színházat, és segítenek lebontani a „színház zárt világa” jellegű percepciókat.

A kommunikáció erősítése tehát nem csupán kampányokat jelent, hanem egy folyamatosan jelenlévő, következetes és kreatív párbeszédet a közönséggel. Ez biztosítja, hogy a Csiky Gergely Színház az elkövetkező öt évben is megőrizze vezető szerepét, sőt tovább növelje láthatóságát és vonzerejét a helyi, regionális és országos kulturális térben.

Közösségi oldalak szerepe

A közösségi média az elmúlt évtizedben a kulturális kommunikáció egyik legfontosabb csatornájává vált, és ma már nem pusztán információközlésre szolgál, hanem a közönséggel való kapcsolatépítés, közösségformálás és élményteremtés elsődleges felülete. A kaposvári Csiky Gergely Színház eddig is aktív jelenléttel bírt ezen a téren – különösen Facebookon és Instagramon –, azonban a következő öt évben a cél az, hogy szintet lépjünk mind tartalmi, mind vizuális, mind pedig interaktív szinten, és ezzel a közösségi média a színházi kommunikáció motorjává váljon.

Az új stratégia alapja, hogy minden platform saját szerepet és karaktert kapjon. A Facebook továbbra is a legszélesebb közönség elérésének eszköze marad: itt jelennek meg a részletes eseményinformációk, sajtómegjelenések és a közösséget bevonó beszélgetések. Az Instagram a vizuális történetmesélés felülete, ahol a látványos fotók, kulisszatartalmak és rövid videók dominálnak. A TikTok új csatornaként főleg a fiatal generációk felé nyit: rövid, humoros, trendekre reagáló kulisszatartalmakat kínál, amelyek közel hozzák a társulatot és az előadásokat a 18–30 éves korosztályhoz. A YouTube pedig hosszabb formátumoknak ad helyet – előadásrészletek, interjúk, podcast-felvételek –, és egyben az archiválás és újrafelhasználás platformja is.

A közösségi média nem csupán az egyes platformok párhuzamos használatát jelenti, hanem összehangolt tartalomstratégiát, amely biztosítja, hogy a különböző csatornák kiegészítsék, ne pedig ismételjék egymást. Ehhez előre tervezett tartalomnaptár szükséges, amelyben a színház teljes évadának és aktuális kampányainak kommunikációja előre megtervezhető, de rugalmasan reagál az eseményekre, aktualitásokra és közönségreakciókra is.

A közösségi oldalak használata a közönség aktivizálására épül: nem csupán közölni akarunk, hanem bevonni. Szavazások, kulisszavízcek, interaktív kérdezz-felelek alkalmak, sőt, a közönség által készített tartalmak – például „meséld el a kedvenc Csiky-élményed” vagy „fotózd le magad az előadás előtt” kihívások – mind segítik, hogy a követők ne passzív befogadói, hanem aktív szereplői legyenek a színházi kommunikációnak. Ez a közösségi élmény hosszú távon erősíti a lojalitást és növeli az organikus eléréseket is. Kiemelt cél, hogy a színház közösségi médiás jelenléte vizuálisan is korszerű és egységes legyen. A márka arculati elemei – logó, színvilág, tipográfia – minden platformon következetesen jelennek meg, ugyanakkor rugalmasan illeszkednek az adott csatorna trendjeihez és elvárásaihoz. Az Instagram- és TikTok-videók például dinamikus, vertikális formátumban készülnek, míg a Facebook-posztok informatívabb, eseményorientált hangvételt kapnak.

Céлом szerint a következő öt évben a közösségi média szerepe túlmutat majd az online kommunikáción: a digitális tér és a fizikai színházi élmény összekapcsolása lesz a cél. Például a színházi plakátokon elhelyezett QR-kódok közvetlenül vezetnek TikTok-tartalmakhoz vagy YouTube-interjúkhoz; a nézőtéri élményekről pedig azonnal készíthetők megosztható tartalmak az erre kialakított „élményfotó-zónákban”. Ez a kétirányú kapcsolat segít abban, hogy a nézők ne csak látogatók, hanem a márka nagykövetei is legyenek a saját közösségi felületeiken.

Bérletrendszer kommunikációjának továbbfejlesztése

A kaposvári Csiky Gergely Színház bérletrendszere hosszú ideje a közönségkapcsolatok egyik legstabilabb pillére: az előfizetési forma nem csupán biztosítja az évad folyamatos látogatottságát, hanem mélyebb kötődést is kialakít a nézők és a társulat között. Az elmúlt évek tapasztalata szerint a bérletes közönség különösen lojális, ugyanakkor erősen koncentrálnak az idősebb korosztályokra, miközben a fiatalabb generációk kevésbé jelennek meg ebben a konstrukcióban. A következő öt év kommunikációs célja ezért kettős: megőrizni és erősíteni a meglévő bérletes bázist, ugyanakkor új célcsoportokat bevonni a rendszerbe.

A bérletrendszer fejlesztésének központi üzenete az lesz, hogy a bérlet nem csupán kedvezmény vagy garantált hely, hanem élmény és közösségi tagság. A kommunikáció során a bérletes státuszt prémium élményként kell pozicionálni: „A Csiky család tagja vagy” – egy olyan klubhoz tartozol, ahol elsőként értesülsz az újdonságokról, különleges programokra kapsz meghívót, és személyes kapcsolatod alakul ki a színházzal. Ez a narratíva érzelmi szinten is erősíti az elköteleződést.

A bérletek értékesítési kampányát évente kiemelt időszakhoz kell kötni – például az évadbejelentéshez vagy a Kulturális Hét fesztiválhoz –, amely alkalommal komplex kommunikációs mix alkalmazható: nagyszabású sajtótájékoztatók, városi plakátkampány, digitális hirdetések, videós tartalmak és személyes megszólítás a törzsközönség számára. Az online és offline eszközöket össze kell hangolni: például a városi plakátok QR-kódjai közvetlenül vezessenek a bérletvásárlási felületre, míg a közösségi médiában futó kampányokban rövid, érzelmi üzenetekkel motiváljuk a követőket.

Fontos új elem a bérletes élmény kommunikációja: nemcsak az előadások, hanem a hozzájuk kapcsolódó exkluzív programok is szerepeljenek a marketingben. Ilyenek lehetnek a kulisszajárások, művész-beszélgetések vagy a próbák megtekintése, amelyek erősítik az „egyedi élményt kapok, ha bérletes vagyok” érzést. A bérletrendszer kommunikációja így nem pusztán információátadásról szól, hanem közönségformálásról és érzelmi lojalitás építéséről. Ha a közönség érzi, hogy a bérletvásárlás nemcsak előnyös, hanem presztízsértékű döntés is, akkor a rendszer hosszú távon képes lesz megőrizni és bővíteni Kaposvár színházi közönségét.

Élményprogramok

A színház vonzereje a XXI. században messze túlmutat az előadásokon: a közönség egyre inkább komplex kulturális élményre vágyik, amelyben a színház nem csupán passzív befogadás helyszíne, hanem aktív részvételt, interakciót és közösségi élményt kínál. A kaposvári Csiky Gergely Színház számára ez egyben kihívás és lehetőség is: kihívás, mert új típusú programokat és kommunikációs megoldásokat kell kialakítani, de lehetőség is, mert ezek révén új közönségrétegek vonhatók be, és erősíthető a színház közösségi szerepe a város kulturális életében.

Az élményprogramok tervezésének célja kettős: mélyíteni a meglévő közönség elköteleződését, valamint bejáratot kínálni azoknak, akik még nem rendszeres színházlátogatók. Ennek eszközei lehetnek a kulisszajárások, az interaktív workshopok, az élő podcastok és a tematikus nyári táborok, amelyek mind különböző korosztályok és érdeklődési körök számára jelentenek vonzó belépési pontot a színház világába.

Ilyen programok lehetnek többek között:

- **Kulisszajárások és workshopok:** Ezek lehetővé teszik, hogy a közönség testközelből tapasztalja meg az előadások létrejöttét. A kommunikációban kiemelendő, hogy ez egy exkluzív élmény – a néző nemcsak látja az előadást, hanem megérti, mi történik a függöny mögött: díszletépítés, jelmezkészítés, próbarészletek. Az ilyen programok különösen alkalmasak családok és diákcsoportok megszólítására, mivel a tanulási és szórakozási élményt egyaránt biztosítják. Az élményt erősíti, ha ezekről az alkalmakról vizuális tartalmak – fotók, rövid videók – készülnek, amelyeket a közösségi médiában is meg lehet osztani, így további érdeklődést generálva.
- **Élő podcast közönség előtt:** A podcast-formátum az elmúlt években kiemelten népszerűvé vált, különösen a fiatalabb generációk körében. A színház kommunikációs stratégiájába beépítve ez kiváló lehetőség arra, hogy kötetlen, őszinte beszélgetésekben mutassuk meg az alkotók és színészek emberi oldalát, motivációit és történeteit. Az élő felvétel közönség előtt különleges atmoszférát teremt, amelyet utólag online is közzétehetünk, ezzel hidat képezve az offline és online közönség között.
- **Nyári színházi tábor:** A fiatalok megszólításának egyik leghatékonyabb módja a részvételi élmény. A nyári táborban a résztvevők betekintést kapnak a színház működésébe, alapvető színészmesterség-gyakorlatokat próbálhatnak ki, és akár egy rövid produkcióban is bemutatkozhatnak a program végén. A kommunikációban ennek nemcsak a szórakoztató, hanem a tehetséggondozó és közösségépítő szerepét is hangsúlyozni kell: a tábor kaput nyithat a színház iránt érdeklődő fiatalok pályájának elindításához.

Az élményprogramok kommunikációját élményközpontú narratívára kell építeni: „gyere és lépj be a kulisszák mögé”, „találkozz azokkal, akik az előadásokat életre keltik”, „légy részese a színház varázsának”. Ez az üzenet túlmutat az egyszeri programon – azt sugallja, hogy a színház nem csupán műsorok sora, hanem élő, lüktető közösség, ahová érdemes újra és újra visszatérni.

Turizmus erősítése

A kaposvári Csiky Gergely Színház a város egyik legismertebb kulturális szimbóluma, és kivételes lehetőséget kínál arra, hogy Kaposvárt a kulturális turizmus térképére helyezzük. A következő öt év stratégiai célja, hogy a színház ne csupán a helyiek kulturális otthona legyen, hanem olyan regionális és országos vonzerő, amely képes még erősebben megszólítani a 80–90 kilométeres körzetből érkező látogatókat, sőt, hosszabb távon országos érdeklődést is generálhat különleges programjaival.

A turizmus erősítésének alapja a regionális együttműködések kiépítése. Ennek részeként partnerséget kell kialakítani a környező települések önkormányzataival és kulturális intézményeivel, hogy a színház programjai rendszeresen megjelenjenek a helyi hírmondókban, plakátokon és online felületeken. Ez lehetővé teszi, hogy a környékbeli lakosok is időben értesüljenek a premierek és kiemelt események kínálatáról, és a városba érkezve ne csak színházi élményt kapjanak, hanem Kaposvár teljes kulturális és turisztikai kínálatát fedezhessék fel. A kulturális csomagok bevezetése további lehetőséget nyit a turizmus fejlesztésére. Ezek kombinált ajánlatokat jelentenek, amelyek a színházi élményt összekapcsolják Kaposvár és a környék gasztronómiai, természeti vagy wellness-attrakcióival. Például „Színház és fürdő”-

csomag, amely egy előadáshoz fürdőbelépőt kínál, vagy „Színház és borvidék”-ajánlat, amely a színházi élményt helyi borászatokkal egészíti ki. Ezek az együttműködések nemcsak a látogatószámot növelik, hanem a város gazdasági életét is élénkítik.

A turisztikai kommunikáció fontos része a helyi vendéglátás integrálása. A partnerkávézók és éttermek színházjegyhez kapcsolódó kedvezményeket kínálhatnak, ami ösztönzi a vendégeket, hogy az előadás előtt vagy után a városban töltsenek időt. Ez élményt és kényelmet ad a látogatóknak, miközben erősíti a helyi szolgáltatókkal való kapcsolatokat és kölcsönös promóciós lehetőségeket teremt. Hosszú távon a színház nemzetközi kapcsolatai is szerepet kaphatnak a turizmus erősítésében. Testvérvárosi együttműködések és kulturális csereprogramok keretében megvalósítható előadáscserék, fesztiválmeghívások és koprodukciók révén Kaposvár neve külföldön is ismertté válhat. Ez nemcsak a színház szakmai presztízsét növeli, hanem közvetetten a város turisztikai vonzerejét is.

A turizmusra épülő kommunikáció kulcsa, hogy Kaposvárt komplex kulturális élményként pozícionáljuk: a Csiky Gergely Színház mint kiindulópont jelenik meg, amely köré épülnek a városi és környékbeli programok. A kommunikációban ezért a hangsúly nemcsak az előadásokon, hanem a „Kaposvári hétvége” élményén van: színház, gasztronómia, természet és művészet összefonódása.

Társulati tagok marketingértéke

A kaposvári Csiky Gergely Színház egyik legfontosabb erőssége a társulat maga. Az elmúlt években a színház olyan művészekkel dolgozott, akik szakmai teljesítményükkel és egyéni karakterükkel is meghatározzák a város kulturális arculatát. A közönség lojalitását nem csupán az előadások, hanem az alkotók iránti kötődés is erősíti: a nézők szeretik megismerni a színészek személyes történeteit, követni pályafutásukat, betekinteni a próbafolyamatok kulisszatitkaiba. A következő öt év kommunikációs célja, hogy ezt a személyes kapcsolatot tudatosan építsük és marketingértékké formáljuk.

Ennek központi eleme a „Csiky arcai”-kampány, amely vizuális és tartalmi formában mutatja be a társulat tagjait. A kampány célja kettős: egyrészt erősíteni a közönség és a színészek közötti érzelmi kapcsolatot, másrészt egyéni karaktereket építeni, amelyek segítenek megszólítani új közönségrétegeket is. A kampány több formátumban jelenhet meg: nagyméretű plakátokon, kiadványokban, socialmedia-sorozatokban és videóinterjúkban, ahol a művészek nemcsak szakmai munkájukról, hanem személyes élményeikről, motivációikról és Kaposvárhoz való kötődésükről is mesélnek.

A társulati tagok bevonása nem korlátozódik a kampányokra: cél, hogy ők aktív szereplőivé váljanak a színház közösségi kommunikációjának. Ennek része lehet, hogy saját közösségi felületeiken is megosztanak színházi tartalmakat, részt vesznek online kihívásokban vagy élő bejelentkezésekben, ezáltal személyesebb, közvetlenebb kapcsolatot építve a közönséggel. A fiatalabb generációk számára különösen vonzó, ha „emberi oldalról” is megismerhetik a színészeket: mit gondolnak egy-egy próbáról, hogyan készülnek a bemutatóra, milyen élmények kötik őket a városhoz. A kommunikáció fontos eleme a storytelling: minden színésznek megvan a maga története – honnan érkezett, mi motiválta, miért választotta a színházat és Kaposvárt. Ezeket a történeteket rövid portrévideókban, blogposztokban és podcast-részletekben lehet feldolgozni. A személyes történetek nemcsak közelebb hozzák az

alkotókat a közönséghez, hanem inspirációt is nyújtanak – különösen a színház iránt érdeklődő fiataloknak.

A társulat tagjainak marketingértéke így nemcsak a színház belső kommunikációját erősíti, hanem országos láthatóságot is biztosíthat. Az ismert arcok médiamegjelenései, fesztiválokon való részvételük és online aktivitásuk mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a Csiky Gergely Színház neve egyre inkább összekapcsolódjon Kaposvár kulturális identitásával.

Összegzés – A színház mint kulturális motor

A kaposvári Csiky Gergely Színház az elmúlt években bebizonyította, hogy nem csupán művészeti intézmény, hanem a város kulturális identitásának egyik legfontosabb hordozója. A megújult infrastruktúra, a folyamatosan fejlődő társulat és a dinamikusan bővülő programkínálat révén a színház ma is meghatározó szereplője Kaposvár kulturális életének. A következő öt év feladata ennek az erős alapnak a tudatos továbbépítése: a meglévő értékek megőrzése mellett új módszerek, új közönségépítési formák és innovatív kommunikációs megoldások bevezetése.

A bemutatott stratégia kulcselemei – a kommunikációs brandkampány, a közösségi média tudatos fejlesztése, a bérletrendszer élményalapú pozicionálása, a kulisszák mögé betekintést engedő programok, a turisztikai kapcsolatok bővítése és a társulati tagok személyes márkáépítése – egymást erősítő hatást fejtenek ki. Együttesen teszik lehetővé, hogy a színház ne csupán a város lakóinak, hanem a régióból érkezőknek is vonzó kulturális célponttá váljon.

A színház ebben a modellben nem elszigetelt intézményként, hanem a „Kaposvár Kultúra Brand” zászlóshajójaként működik: olyan motor, amely képes húzni a holding többi tagját, és integrálni a város kulturális kínálatát egy közös, vonzó narratívába. Ezzel nemcsak a helyi kulturális élet új szintre emelését érjük el, hanem hozzájárulunk ahhoz is, hogy Kaposvár neve országos és hosszabb távon nemzetközi szinten is egyet jelentsen a sokszínű, minőségi és innovatív kulturális élményekkel.

6. ÉRTÉKESÍTÉSI ÉS KÖZÖNSÉGSZERVEZŐI STRATÉGIA

6.1 A bérletes nézőszám növelése

A színház értékesítési stratégiájának középpontjában a **bérletes nézőszám növelése**, a fiatalabb generációk elérése, valamint a céges és közösségi kapcsolatok bővítése áll. A következő öt évre tervezett célkitűzésem, hogy a színházat még inkább beágyazzuk a város és a térség kulturális vérkeringésébe, és értékesítési szempontból is rugalmasabb, korszerűbb és közösségibb struktúrával működjünk.

A bérletes konstrukciók eddig is a kaposvári Csiky Gergely Színház egyik legstabilabb és legfontosabb közönségbázisát jelentették, valamint a színházi évadok struktúrájának gerincét képezik. A bérletes nézők nem csupán rendszeresen visszatérő vendégek, hanem a színház közösségi életének alappillérei is, akik hosszú távon elkötelezettek az intézmény művészi munkája iránt.

Az új igazgatói ciklus egyik legfontosabb célkitűzése ennek a bérleti rendszernek a megújítása és dinamizálása, reagálva a változó társadalmi és életmódbeli tendenciákra. Különösen fontosnak tartom, hogy a jelenleg jellemzően idősebb korosztályból kikerülő bérletes közönség mellett új generációk számára is vonzóvá váljon a bérletvásárlás lehetősége.

A jelenlegi bérletrendszer fő problémája, hogy a fiatalabb és középkorú nézők nehezebben kötelezik el magukat egy teljes évadra előre, időbeosztásuk rugalmatlansága vagy kiszámíthatatlansága okán. E kihívásra reagálva olyan testreszabott, rugalmas és élményalapú bérletkonstrukciókat szeretnék kidolgozni, amelyek jobban illeszkednek a mai közönség igényeihez, különösen az aktív dolgozókhöz, fiatal szülőkhöz, párokhoz és egyetemistákhoz.

A tervezett új bérlettípusok között szerepelnek:

- Páros bérletek, amelyeket kedvezménnyel vásárolhatnak meg házaspárok, barátok vagy szülő-gyermek párosok,
- Céges konstrukciók, amelyek keretében vállalatok vásárolhatnak bérletcsomagokat dolgozóik számára mint ösztönző- vagy CSR-elem,
- Szabadbérlet, amely több, szabadon választott előadásra érvényes, az évad folyamán tetszőleges időpontokban beváltható jegyeket tartalmaz,
- „Minibérlet”, amely 3 előadásra szól, így kisebb anyagi és időbeli elköteleződést igényel.

Ezen kívül a fiatalabb célcsoportok megszólítása érdekében speciálisan számukra kialakított bérleti típusokat is bevezetnénk, például:

- Egyetemi bérlet kedvezményes áron, az egyetemi hallgatói közösségekre szabva, kiegészítve a már egyetemisták számára létrehozott, és nagy sikerrel működő Kredit bérletet, ezzel még vonzóbbá téve a színházba járást
- 30 alattiak bérlete, amely kortárs előadásokat és külön programokat is kínál (pl. kulisszajárás, közönségtalálkozó),

- Családi bérlet a gyermekelőadásokat látogató szülők számára, akár más típusú előadásokkal kombinálva.

A bérletvásárlás élményének javítására a következő lépésekkel növelhető:

- Társított szolgáltatások: például bérletes előadások előtt külön fogadóestek, vendégművészekkel való találkozási lehetőség, vagy kedvezmények partnereinknél,
- Tartalom-alapú marketingkampány a bérletek mögött álló művészi program erősebb kommunikálásával – hogy ne csak jegyeket, hanem élményígéreteket áruljunk.

A bérletértékesítést segíteni kívánjuk célzott kampányokkal a közösségi médiában, közvetlen kapcsolatépítéssel (hírlevelek, személyes megkeresések), valamint olyan bérletújító és ajánló kedvezményekkel, amelyek ösztönzik a jelenlegi bérleteseket arra, hogy új nézőket is bevonjanak. Továbbá együttműködés építünk kaposvári és térségi cégekkel is, akiknek dolgozói számára akár kedvezményes bérleti konstrukciókat, akár cégre szabott színházi estétet kínálunk.

Összességében a bérletrendszer újragondolásának célja, hogy ne csupán a már meglévő közönséget tartsuk meg, hanem aktívan építsük a jövő közönségét is, olyan új ajánlatokkal, amelyek képesek megszólítani a mai kulturális fogyasztási szokásokhoz alkalmazkodó nézőket. A bérletvásárlás nem pusztán praktikus döntés kell hogy legyen, hanem egy személyes és közösségi élménybe való belépés lehetősége, amelyhez örömmel csatlakoznak a különböző életkorú és élethelyzetű nézők egyaránt.

Ezzel párhuzamosan kiemelt célom a fiatalabb generációk, különösen az egyetemisták és fiatal pályakezdők rendszeres színházlátogatóvá válásának ösztönzése. A színház hosszú távú fennmaradásának és megújulásának záloga, hogy sikeresen építsünk kapcsolatot azokkal, akik ma még csak alkalmanként, vagy egyáltalán nem vesznek részt kulturális programokon. A Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem kaposvári kara, valamint a Rippl-Rónai Művészeti Intézet Színházi Tanszéke természetes partnerséget jelent ebben a törekvésben – nemcsak mint szakmai utánpótlásbázis, hanem mint potenciális fiatal közönség.

Az együttműködést e két intézménnyel a jövőben még szorosabbra kívánom fűzni. Célom, hogy ne csupán vendégként jelenjenek meg a hallgatók a színházban, hanem aktív részesei legyenek annak: akár mint résztvevők, akár mint szervezők vagy ötletgazdák. Ennek keretében olyan programokat tervezünk, amelyek valódi közösségi és élményszerű kapcsolatot építenek ki a fiatalok és a színház között. Ilyenek lehetnek például: hallgatói klubestek, exkluzív kulisszajárások, alkotói beszélgetések, diákbarát jegy- és bérletcsomagok, valamint interaktív színházi foglalkozások.

Kiemelten fontosnak tartom a jelenlegi, évek alatt kialakult pedagógus-bázis megtartását, akik nélkülözhetetlen szerepet játszanak a diákcsoporthoz szervezésében és színházba vonzásában. Ugyanakkor célom e bázis tudatos bővítése, különösen a Kaposvár környéki kistérségi iskolák, azon belül is a középiskolák felé. Ez a közönségcsoport kiemelten fontos számunkra, hiszen olyan fiatalokat jelent, akik már önálló kulturális döntéseket hoznak, és a későbbi törzsközönség alapját képezhetik.

Felismertük azonban, hogy a térségi közlekedés nehézségei – mind a menetrend szerinti járatok ritkasága, mind a csoportos buszos szállítás költsége – komoly akadályt jelentenek a vidéki iskolák számára a színház rendszeres látogatásában. A diákcsoporthoz számunkra a

különbusz bérlése jelentős pénzügyi megterhelést jelent, amely sok esetben lehetetlenné teszi a részvételt. E probléma orvoslására partnerségeket kívánunk kialakítani személyszállító vállalkozásokkal, illetve tárgyalásokat kezdeményezni a térségi közlekedési szolgáltatókkal és önkormányzatokkal egy kedvezményes vagy támogatott utaztatási modell kidolgozása érdekében. Ennek célja, hogy a térség valamennyi diákcsoportja – függetlenül lakóhelyük távolságától vagy anyagi lehetőségeiktől – hozzáférhessen a színházi élményhez. Hisszük, hogy a közönségépítés nemcsak tartalmi, hanem infrastrukturális kérdés is, amelyben a színháznak proaktív szerepet kell vállalnia.

A színházi értékesítés egyik kulcsterülete a jövőben a céges kapcsolatok tudatos bővítése és elmélyítése lesz. Célom, hogy Kaposvár és a régió közép- és nagyvállalataival olyan hosszú távú, kölcsönösen előnyös együttműködések alakítsunk ki, amelyek nemcsak a színház bevételeit növelik, hanem új közönségretek elérését is lehetővé teszik, miközben erősítik a helyi kulturális élet és a gazdasági szereplők kapcsolatát.

Az ilyen típusú együttműködések többféle formában is megvalósulhatnak. Tervezett konstrukciók között szerepelnek:

- Céges bérletek, amelyek lehetőséget biztosítanak arra, hogy a vállalatok a munkavállalók számára kulturális élményeket nyújtsanak, akár motivációs eszközként, akár közösségépítő programként.
- Privát előadások vagy zártkörű színházi estek, amelyek kiváló lehetőséget teremtenek céges rendezvények, partnertalálkozók vagy ünnepi események kulturális keretbe helyezésére.

Kiemelt célom, hogy a cégeken keresztül elérjük az ott dolgozókat mint potenciális nézőket. A vállalatokkal való partnerség keretében olyan programokat dolgozunk ki, amelyek lehetővé teszik a kedvezményes jegy- és bérletvásárlást az alkalmazottak számára – ezzel nemcsak az egyéni kulturális fogyasztás ösztönözhető, hanem a munkahelyi közösségek is gazdagodhatnak közös élményekkel.

Fontos lehetőségként azonosítható azt is, hogy a hatályos jogszabályok értelmében a színházjegyek adómentes juttatásként is biztosíthatók a munkavállalók részére a béren kívüli juttatási rendszeren keresztül (pl. cafeteria rendszerbe illeszthetően). Ezt a lehetőséget szeretnénk aktívan kommunikálni a cégek felé, és egyértelmű, könnyen igénybe vehető konstrukciókat kínálni a megvalósításhoz.

Az együttműködések célja túlmutat az értékesítésen: olyan hosszú távú, bizalmon alapuló partnerségeket kívánunk építeni, amelyekben a cégek nemcsak közönségként, hanem támogatóként, ötlettársként és helyi közösségformálóként is jelen vannak. A színházban rejlő közösségi és kommunikációs potenciál kiaknázása minden résztvevő számára értéket teremthet – legyen szó egy exkluzív céges rendezvényről, egy nagyobb dolgozói bérletcsomagról, vagy közös CSR-projektéről, például iskolai csoportok támogatásáról, vagy hátrányos helyzetű nézők színházba juttatásáról.

Ennek érdekében célzottan fel kívánjuk térképezni a környék vállalatait, személyes kapcsolatokat kívánunk építeni a HR- és kommunikációs vezetőkkel, és az érdeklődő cégek számára komplex, egyedi ajánlatokat dolgozunk ki. Hiszem, hogy a kultúra és a gazdaság összekapcsolása a régió fenntartható fejlődésének is záloga lehet – ebben a folyamatban pedig a Csiky Gergely Színház aktív és nyitott partnerként kíván jelen lenni.

6.2 Regionális közönségkapcsolatok – Kaposvár 80-90 km-es körzetében élők megszólítása

A Csiky Gergely Színház számára stratégiai fontosságú, hogy ne csupán Kaposvár város lakóit, hanem a tágabb régió – elsősorban Somogy, Zala, Baranya és Tolna vármegyék határain belül élő közönséget is aktívan megszólítsa. Ebben a körzetben több igen sok potenciális néző él, akik jelenleg csak eseti módon, vagy egyáltalán nem látogatják a színházat, noha kulturális érdeklődésük, színházi nyitottságuk kimutatható.

Első lépésként fontos egy régiós közönségfeltérképezés, amely során megismerjük, hol, milyen gyakorisággal és milyen típusú előadásokra van kereslet. Ez a munka részben a meglévő értékesítési adatok és hírlevél-feliratkozások elemzésén, részben pedig célzott kérdőíves kutatáson és személyes kapcsolatfelvételen alapulhat.

A kapcsolatteremtés és közönségépítés fő eszközei

- Célzott marketingkampányok a környező városokban és községekben (pl. Siófok, Nagyatád, Barcs, Marcali, Tamási, Sellye, Dombóvár): helyi médiumokon, online platformokon és közösségi felületeken keresztül.
- Partnerségek kialakítása helyi művelődési házakkal, iskolákkal, kulturális egyesületekkel, ahol a színház rendszeres vendégként jelenhetne meg tájékoztatókkal, előadás-ajánlókkal, vagy akár színházpedagógiai foglalkozásokkal.
- Buszos közönségszervezés újraindítása vagy támogatása: különösen a kisebb településeken élők esetében az utazás jelenti a legnagyobb akadályt. Cél, hogy együttműködést alakítsunk ki önkormányzatokkal, közlekedési cégekkel, vagy akár magánvállalkozókkal kedvezményes csoportos utaztatásra.

Emellett a regionális közönséggel kialakított kapcsolat megtartása és elmélyítése legalább olyan fontos, mint az első elérés. Ezt segíthetik:

- településre szabott hírlevelek, külön oldalakon történő programajánlás
- visszacsatolási lehetőség biztosítása a régiós nézőknek: közönségkérdőív, utólagos véleménykérés;
- törzskártyás lojalitásprogram régiós bónuszokkal;
- hosszabb távon akár mobil jegyirodai rendszer vagy alkalmi kitelepülések szervezése a nagyobb településekre.

A térségi közönség megszólítása és rendszeres látogatóvá válása nem csupán bevételi kérdés, hanem kulturális küldetés is: Kaposvár regionális színházként felelősséggel tartozik a környező közösségek kulturális igényei iránt, és célunk, hogy e térségek lakói a Csiky Gergely Színházat „a saját színházuknak” érezzék – akkor is, ha ehhez utazniuk kell.

Közönségkapcsolat és lojalitásprogram

A színház marketingcsapatával közösen cél kell, hogy legyen egy olyan lojalitásprogram kidolgozása, amely az összes játszóhelyre érvényes, és különféle kedvezményeket vagy plusz

szolgáltatásokat kínál a törzsközönség számára. Az ún. „Kaposvári Kulturális Közösség” számára a „Kulturális Törzskártya” lehetőséget biztosítana a regisztrált látogatók számára:

- kedvezményes jegy- és bérletvásárlásra,
- előfoglalási lehetőségekre,
- kulisszajárásokon, zártkörű eseményeken való részvételre,
- ajándék megszerzésére bizonyos szintű aktivitás után.

Ez a program erősítené a közönség hosszú távú elköteleződését, ösztönözné a több játszóhelyen való részvételt, és marketing szempontból is értékes adatokat biztosítana a látogatók preferenciáiról, valamint a köztudatban összehangolná és egységesítené a különböző helyszínek egységét, összetartozását.

6.3 Jegyértékesítés integrációja és belvárosi szervezőpont létrehozása

Jelenleg minden játszóhely, kis és nagyrendezvény saját rendszert használ, az értékesítés decentralizált, ami információs szigeteket eredményez. Ez hátráltatja a keresztértékesítést, valamint a közös promóciókat is. Alapvető cél, hogy minden játszóhelyen lehetőség legyen jegyet váltani a többi helyszín eseményeire is, és a kollégák ismerjék a teljes kulturális kínálatot, illetve az alkalmazott rendszereket.

Ehhez szorosabb együttműködést kell kialakítani a Tourinformmal, az Interticket szolgáltatóval, illetve belső képzési programot indítani a jegyértékesítő munkatársak számára.

Emellett fontos cél egy belvárosi közös jegyértékesítési és szervezőpont létrehozása. Ez a pont a város szívében, jól megközelíthető helyen működne, és egyfajta „Kaposvár kulturális ügyfélszolgálatként” szolgálna. Itt lehetőség lenne:

- személyes jegyvásárlásra az összes játszóhely programjaira,
- bérletváltásra, ajándékjegyek vásárlására,
- turisztikai információval és kulturális ajánlásokkal való ellátásra.

Társintézmények – specifikus értékesítési irányok

Szivárvány Kultúrpalota

A Szivárvány Ház fontos szerepet játszik Kaposvár kulturális palettáján mint filmszínház, filmklub és befogadó színházi tér. A filmklub presztízse kiemelkedő, azonban látogatószámában még jelentős tartalék van. A cél, hogy tematikus vetítésekkel, közönségtalálkozókkel, iskolai programokkal és közösségi média kampányokkal növeljük a filmklub látogatottságát.

A befogadó színházi estek értékesítését jelenleg a produciók maguk végzik. A jövőben a színház marketing- és szervezői csapata promóciós támogatást biztosítana ezekhez az eseményekhez, valamint aktívan keresnénk a térségben befogadásra érdemes társulatokat, művészeket.

Dorottya Ház

A Dorottya Ház korszerű kiállítótérként és rendezvényhelyszínként működik 2025 januárjától a Színház szervezeti égisze alatt. Az első időszak célja a látogatottság növelése – elsősorban az akutális időszakos kiállítás népszerűsítésével, online és offline promóciókkal. A terembérlés terén új partnerségek kialakítására törekszünk helyi vállalkozásokkal, oktatási intézményekkel és civil szervezetekkel. Illetve folytatni szeretnénk a házban hatalmas sikerrel működő Keltető program működését, amely közös kezdeményezés a színházzal, és gyermek számára kínál színes, tematikus programokat és nyári táborokat. Ennek népszerűsítése a szülők és pedagógusok között elengedhetetlen feltétele a program további működése szempontjából!

Együd Árpád Kulturális Központ – Agóra

Az Együd Árpád Kulturális Központ – Agóra jelentős szereplője Kaposvár kulturális és közösségi életének, különösen a közművelődési feladatellátás és a rendezvényszervezés területén.

Célom, hogy az Agóra kulturális rendezvényeinek számát növeljük, különös tekintettel azokra az eseményekre, amelyek művészeti iskolák, táncegyüttesek, amatőr művészeti csoportok és más helyi szereplők bevonásával valósulnak meg. Ezzel nemcsak a közönségbázist szélesítjük, hanem elősegítjük a fiatalabb generációk bekapcsolódását a kulturális életbe, és hosszú távon is erősítjük az intézmény társadalmi beágyazottságát.

A Vaszary Képtárral való együttműködés különösen értékes lehetőségeket kínál komplex kulturális csomagok kialakítására. Ezek a programok – például egy kiállítással egybekötött koncert, színházi előadás vagy más rendezvény – különösen alkalmasak a kultúrafogyasztás új formáinak népszerűsítésére. A közös programok révén nemcsak az egyes intézmények látogatottsága növelhető, hanem a kulturális élmények intenzitása és komplexitása is.

Jelenleg a Vaszary Képtár nem rendelkezik önálló online jegyvásárlási felülettel. Mivel a jegyértékesítés egyre inkább az online térbe helyeződik át, célunk, hogy a Képtár és az Agóra eseményei is elérhetők legyenek a digitális jegyértékesítési platformokon. Ez nemcsak a látogatók kényelmét szolgálja, hanem hatékonyabb promóciós lehetőségeket és átláthatóbb értékesítési struktúrát is biztosít az intézmény számára.

Szentjakabi Bencés Apátság – nyári játszóhely

Az Apátság mint nyári színházi játszóhely hosszú kihagyás után idén újraindult, a helyszín felújítása révén kiváló kulturális térként funkcionálhat. Az újraindítás legfontosabb feladata, hogy a helyszínt újra bevezessük a köztudatba – mind a helyi közönség, mind a Kaposvárra látogató turisták számára. Célzott turisztikai kampányok, együttműködés a Tourinform irodával, a belvárosi szállásadókkal, valamint külön nyári bérletkonstrukciók segíthetik a látogatottság fokozatos növelését.

7. ZÁRSZÓ

Korábbi vezetői tapasztalatomra (Thália Színház, Kultkikötő) visszatekintve legfontosabb eredményemnek azt tartom, hogy olyan intézményeket sikerült működtetnem, illetve létrehoznom, amelyek művészeti és szervezeti szempontból egyaránt bizonyították stabilitásukat és fejlődőképességüket, s ezáltal a művészetén túl a közösség-, illetve a közönségépítést is szolgálták.

Meggyőződésem, hogy Kaposvár kivételes adottságokkal rendelkező kulturális és fesztiválváros: befogadó, nyitott, és emberléptékű mérete révén könnyen átlátható, dinamikus, élhető. Szeretném elérni, hogy a színház ne csupán a bérleteseink otthona legyen, hanem olyanoké is, akik eddig még nem jártak rendszeresen ide. Az ő megszólításuk, bevonásuk is kiemelt célom.

A kaposvári Csiky Gergely Színház igazgatójaként egy olyan alkotóműhelyt kívánok létrehozni, amely teret ad és inspirációt nyújt az íróknak, színészeknek, rendezőknek és valamennyi színházi alkotónak, miközben a közönséget is aktívan megszólítja és bevonja.

Amennyiben pályázatom pozitív elbírálásban részesül, elkötelezetten, teljes szakmai tudásommal és energiámmal, lelkesülten állok a feladat elé.

Nagy Viktor

Budapest, 1976. 05. 07.

színművész, egyetemi és középiskolai óraadó művésztanár, a Kultkikötő alapítója

1994-1998 Színház- és Filmművészeti Egyetem, színész szak
 1998-2009 Kaposvári Csiky Gergely Színház, színművész
 2003- 2008 Összpróba Alapítvány, alapító, kuratóriumi elnök
 2005- 2025 Kultkikötő, alapító igazgató
 2008-2012 Barcs, Drávavölgye Középiskola Drámatagozata, alapító, vezető
 2009-2012 Budapesti Kamaraszínház, színművész
 2012-2014 szabadúszó színművész
 2014-2017 Kecskeméti Katona József Színház, színművész
 2017-2025 Thália Színház, színművész
 2022-2025 Thália Színház, művészeti vezető
 2023-2025 Csiky Gergely Színház művészeti tanácsának tagja

Díjak, elismerések:

- 2003 – Komor István-gyűrű (Csiky Gergely Színház, Kaposvár)
- 2016 – VIDOR Fesztivál, Legjobb férfi epizódalakítás: *Boeing, Boeing* (Katona József Színház, Kecskemét)
- 2017 – POSZT, Legjobb férfi mellékszereplő díja: *Apátlanul (Platonov)*, (Katona József Színház, Kecskemét)
- 2017/2018 – Az évad színésze (Thália Színház)
- 2025 – Életműdíj MOL Nagyon Balaton

Fontosabb színházi szerepek:

Anton Pavlovics Csehov: *Platonov* – Vojnyicev, Szergej Pavlovics
 Carlo Goldoni: *A chioggiai csetepaté* – Beppe
 Brian Friel: *Philadelphia, nincs más út!* – Gar O'Donnell, belső énje
 Peter Shaffer: *Amadeus* – Wolfgang Amadeus Mozart
 Mihail Afanaszjevics Bulgakov: *Kutyaszív* – Bormentál
 Tennessee Williams: *Üvegfigurák* – Tom Wingfield
 Dušan Kovačević: *A maratoni futók tiszteletkört futnak* – Mirko Topalovic
 Szép Ernő: *Lila ákác* – Csacsinszky Pali
 Michael Frayn: *Vesztett fejsze* – Péterfi Obláth Tamás, rendező
 Anton Pavlovics Csehov: *Három nővér* – Báró, Tuzenbach, Nyikolaj Lvovics
 Rolf Hochhuth: *A helytartó* – Doktor
 Jaroslav Hašek: *Svejk* – Svejk, a derék katona
 Christopher Hampton: *Teljes napfogyatkozás* – Verlaine

Reginald Rose: *Tizenkét dühös ember* – 10. esküdt
Tennessee Williams: *Macska a forró bádogtetőn* – Robert Pollit
Claude Magnier: *Oscar* – Bertrand Barnier
Yasmina Reza: *Művészet* – Serge

Fontosabb filmes szerepek:

A helység kalapácsa (film, 2023)
Béke a nemzetek felett (dokumentum-játékfilm, 2021)
Munkaügyek – IrReality Show (televíziós sorozat, 2012)
Judith Keith (kisjátékfilm, 2010)
Kivilágos kivraddig (tévéfilm, 2005)
Jött egy busz... (film, 2002)
I Love Budapest (filmdráma, 2001)
Portugál (játékfilm, 1999)
Pannon töredék (történelmi dráma, 1998)
A fiú naplójából (TV-film, 1997)



IGAZOLÁS

Alulírott Kálomista Gábor a Thália Színház ügyvezetője, ezúton igazolom, hogy Nagy Viktor
a Thália Színház művészeti vezetését ellátta 2022.
szeptember 30 és 2025. június 30. között.

Kelt: Budapest, 2025.08.26.


Kálomista Gábor
ügyvezető





IGAZOLÁS

Alulírott Szabó Tamás, a Kultkikötő operatív igazgatója ezúton igazolom, hogy Nagy Viktor
_____, alapító a 20 éve, 2005-ben alapított Kultkikötő
vezetését, alapító igazgatóként, folyamatos jelleggel ellátta 2005. november 1. és 2025. június
30. között.

Kelt: Budapest, 2025.08.19.

Szabó Tamás, operatív igazgató
Kultkikötő

KULTKIKÖTŐ
KÖZHASZNÚ NONPROFIT KFT.
1077 Bp. Wesselényi u. 6. V/3.
Adószám: 25068391-7-42

NYILATKOZAT A BENYÚJTOTT DOKUMENTUMOK HITELESSÉGÉRŐL

Alulírott Nagy Viktor büntetőjogi felelősségem tudatában kijelentem és aláírással igazolom, hogy pályázatom és annak mellékleteként benyújtott dokumentumok a valóságnak megfelelnek és hitelesek.

Kaposvár, 2025. augusztus 19.



Nagy Viktor

NYILATKOZAT BÉRIGÉNYRŐL

Alulírott Nagy Viktor, sikeres pályázatom esetén, havi bruttó személyi alapbér igényem 2.000.000 Ft, azaz kettőmillió forint.

Kaposvár 2025. augusztus 19.



Nagy Viktor

NYILATKOZAT SZEMÉLYES ADATOK MEGISMERHETŐSÉGÉRŐL

Alulírott Nagy Viktor hozzájárulok, hogy a pályázatában szereplő személyes adataimat a pályázati eljárásban résztvevők kezeljék, továbbítsák, sikeres pályázat esetén a pályázatot a Kr. szerint a döntést követő 15 napon belül megküldjék az előadó-művészeti szervezetek működésével összefüggő közigazgatási hatósági és szolgáltatási feladatokra kormányrendeletben kijelölt szerv részére annak megismerhetősége és nyilvánosságra hozatala érdekében.

Kaposvár, 2025. augusztus 19.



Nagy Viktor

NYILATKOZAT VAGYONNYILATKOZAT-TÉTELI KÖTELEZETTSÉGRŐL

Alulírott Nagy Viktor tudomással bírok arról, hogy az általam megpályázott vezetői megbízás elnyerése esetén a vagyonyilatkozat-tételi kötelezettségem keletkezik.

Kijelentem, hogy ennek a kötelezettségnek a vezetői megbízás hatályba lépését követően szükség szerint eleget teszek.

Kaposvár, 2025. augusztus 19.




Nagy Viktor

NYILATKOZAT ÖSSZEFÉRHETETLENSÉGRŐL

Alulírott Nagy Viktor kijelentem, hogy velem szemben az Mt. 211.§. (2) bekezdése értelmében összeférhetetlenség nem áll fenn.

Kaposvár, 2025. augusztus 19.



Nagy Viktor

NYILATKOZAT MEGFELELÉSRŐL ÉS KIZÁRÓ OKOKRÓL

Alulírott Nagy Viktor nyilatkozom arról, hogy megfelelek a vezető tisztségviselővel szemben a jogszabály által meghatározott követelményeknek, valamint nem állnak fenn velem szemben a vezető tisztségviselővel szemben a jogszabályokban meghatározott kizáró okok, melynek keretében nyilatkozom az alábbiakról:

- megfelelek a Ptk. 3:22.§. (1) bekezdése szerinti követelménynek;
- a Ptk. 3:115.§-a értelmében személyével kapcsolatban összeférhetetlenség nem áll fenn;
- nem állok cégbíróság által vezető tisztségviselői tevékenységtől eltiltást kimondó határozat hatálya alatt;
- nem esem az egyesülési jogról, a közhasznú jogállásról, valamint a civil szervezetek működéséről és támogatásáról szóló 2011. évi CLXXV. törvényben vezető tisztségviselővel szemben meghatározott kizáró okok alá.

Kaposvár, 2025. augusztus 19.



Nagy Viktor

NYILATKOZAT AZ ÜLÉSEK NYILVÁNOSSÁGÁRÓL

Alulírott Nagy Viktor kijelentem, hogy vállalom a nyilvános ülés megtartását Kaposvár Megyei Jogú Város Önkormányzat Köznevelési, Tudományos és Kulturális Bizottsága, valamint Kaposvár Megyei Jogú Város Önkormányzat Közgyűlésén a személyemet érintő napirendi pont tárgyalásakor.

Kaposvár, 2025. augusztus 19.



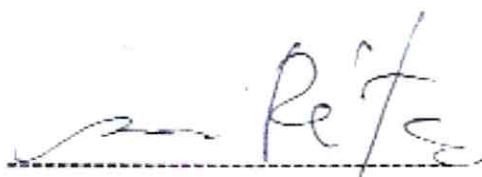
Nagy Viktor

TÁMOGATÓI NYILATKOZAT

Alulírott, Cseke Péter, a Kecskeméti Katona József Nemzeti Színház igazgatója, támogatom Nagy Viktor pályázatát a Kaposvári Csiky Gergely Színház igazgatói posztjára.

Sikeres pályázata esetén, az általa vezetett teátrummal örömmel működöm együtt az elkövetkezendő öt évben.

Kecskemét, 2025. augusztus 16.



Cseke Péter

igazgató

Kecskeméti Katona József Nemzeti Színház


Támogatói nyilatkozat

Alulírott Kálomista Gábor, a Thália Színház Nonprofit Kft. ügyvezető igazgatója, támogatom Nagy Viktor pályázatát a Kaposvári Csiky Gergely Színház igazgatói posztjára.

Sikeres pályázata esetén, az általa vezetett teátrummal örömmel működöm együtt az elkövetkezendő öt évben.

Budapest, 2025. augusztus 16




Kálomista Gábor
ügyvezető

Támogatói nyilatkozat

Alulírott Kirják Róbert, a nyíregyházi Mórícz Zsigmond Színház ügyvezető igazgatója, valamint a Vidéki Színházigazgatók Egyesületének elnöke, támogatom Nagy Viktor pályázatát a Kaposvári Csiky Gergely Színház igazgatói posztjára.

Sikeres pályázata esetén az általa vezetett teátrummal örömmel működöm együtt az elkövetkezendő öt évben.

Nyíregyháza, 2025. augusztus 21.



Kirják Róbert

ügyvezető igazgató

Mórícz Zsigmond Színház, Nyíregyháza

valamint

a Vidéki Színházigazgatók Egyesületének elnöke



Támogatói nyilatkozat

Alulírott Kis Domonkos Márk, a Déryné Közhasznú Nonprofit Kft. ügyvezetője, támogatom Nagy Viktor pályázatát a Kaposvári Csiky Gergely Színház igazgatói posztjára.

Sikeres pályázata esetén, az általa vezetett teátrummal örömmel működöm együtt az elkövetkezendő öt évben.

Budapest, 2025. augusztus 18.

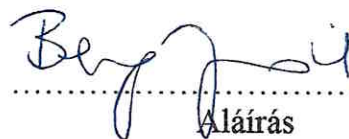


.....
Kis Domonkos Márk
ügyvezető

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Berg Judit József Attila-díjas író kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 18.


.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Bezerédi Zoltán kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 16.



.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Bérczes László kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Ez a részvétel két területen tud megvalósulni: annak idején nehéz, de szeretettel teli éveket töltöttem a színháznál, a társulatot nagyra tartom, és számomra boldogság ebben a szeretetteljes közegben dolgozni, példa erre a 2024/2025-ös évadban rendezett, Országos Színházi Találkozóra is eljutott Őszi álom – azaz boldogan rendezek ezzel a csapattal. A másik terület egy több, mint egy évtizede tartó nagyszerű együttműködés a kaposvári műszak és az általam vezetett Ördögkatlan Fesztivál között. Büszkeség számomra, hogy az ország legjobb műszaki gárdája dolgozik évről-évre a Katlanban, miközben sorra érkeznek hozzánk minőségi előadások Kaposvárról.

Fentiek fényében érthető és nyilvánvaló együttműködési szándékom.

Budapest, 2025. augusztus 13.

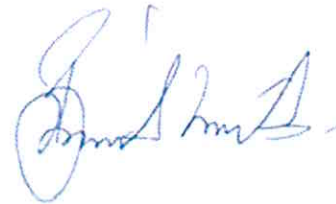


Bérczes László
rendező, az Ördögkatlan Fesztivál társigazgatója

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Bocsárdi László rendező kinyilvánítom,
hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén elfogadom a rendezésre való felkérését és
örömmel működnek együtt alkotócsapatával és a Csiky Gergely Színházzal.

Budapest, 2025. augusztus 18.



.....
Alírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Cseh Judit kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 13.

.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Fejes Szabolcs rendező és díszlettervező kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 18.



Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Hamvai Kornél kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Nagy Viktorral két évtizedes munkakapcsolat köt össze, volt alkalmam megismerni mind kitűnő színészként, mind kitűnő színházi vezetőként. A pályázatát a legmelegebben támogatom.

Budapest, 2025. augusztus 13.

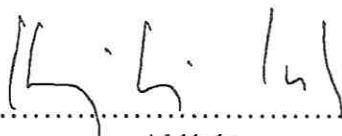


.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Hargitai Iván kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 16.


.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Kelemen József kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Kaposvár, 2025. augusztus 13.

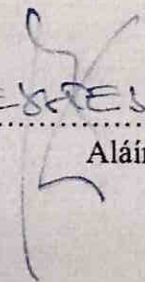


.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Keresztes Attila kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 18.


KEREZTES ATTILA
.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Kovács Lehel kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 16.



.....

Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Lőrinczy Attila, drámaíró, műfordító,
dramaturg kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni
az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 18.

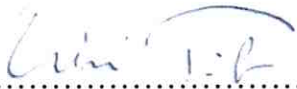


.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Mészáros Tibor kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Kaposvár, 2025. augusztus 13.

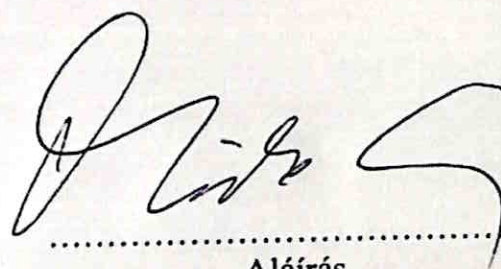


.....
Alírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Mikó Csaba író, szerző, dramaturg kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 18.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mikó Csaba', written over a horizontal dotted line.

Alíírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott Molnár Piroska kinyilvánítom, hogy támogatom Nagy Viktor pályázatát a kaposvári Csiky Gergely Színház igazgatói posztjára.
Sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 13.



.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, O. Horváth Sári író kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 18.



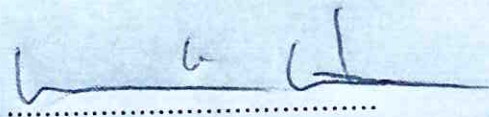
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Pelsöczy Réka kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

A kaposvári színház meghatározója volt, színészi világnézetem kialakulásának. Több előadást élőben láttam vendégszínházi előadásokon, Budapesten, később Kaposváron. A Csárdáskirálynő Mohácsi rendezésében, életem legnagyobb hatású előadásai közé tartozik. A kaposvári színészek a színházi olimposom csúcán voltak és vannak. Szívesen dolgoznék ebben a színházban, segítve Nagy Viktor, volt színész-osztálytársam munkáját, a kaposvári színház kivirágztatásában.

Budapest, 2025. augusztus 13.



Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott Pogány Judit színművész kinyilvánítom, hogy támogatom Nagy Viktor pályázatát a kaposvári Csiky Gergely Színház igazgatói posztjára.

Sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 13.



.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Szabó Borbála drámaíró, író, dramaturg, műfordító kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 18.



.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Szabó Máté rendező, kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 18.



.....
Alírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Szabó T. Anna () költő, író, műfordító kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 22.

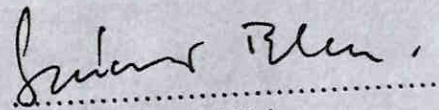
Szabó T. Anna

.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Szálinger Balázs kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 16.




Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Székely Csaba író, fordító, drámaíró kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 22.

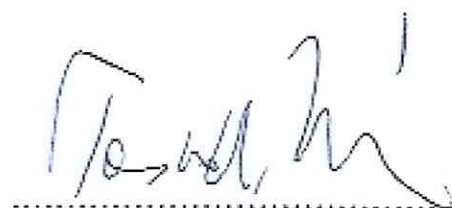


.....
Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Tasnádi István kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 16.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Tasnádi István', written over a horizontal dotted line.

Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, Tóth Benedek kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Budapest, 2025. augusztus 16.

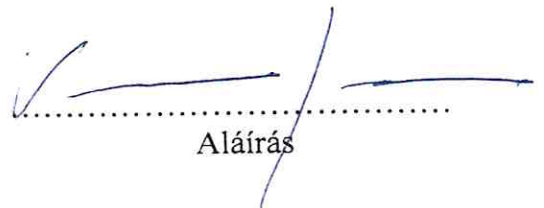


Aláírás

EGYÜTTMŰKÖDÉSI SZÁNDÉKNYILATKOZAT

Alulírott, ifj. Vidnyánszky Attila kinyilvánítom, hogy Nagy Viktor sikeres pályázata esetén részt szeretnék venni az általa a Csiky Gergely Színház vezetésére benyújtott pályázat megvalósításában.

Kaposvár, 2025. augusztus 13.



Aláírás