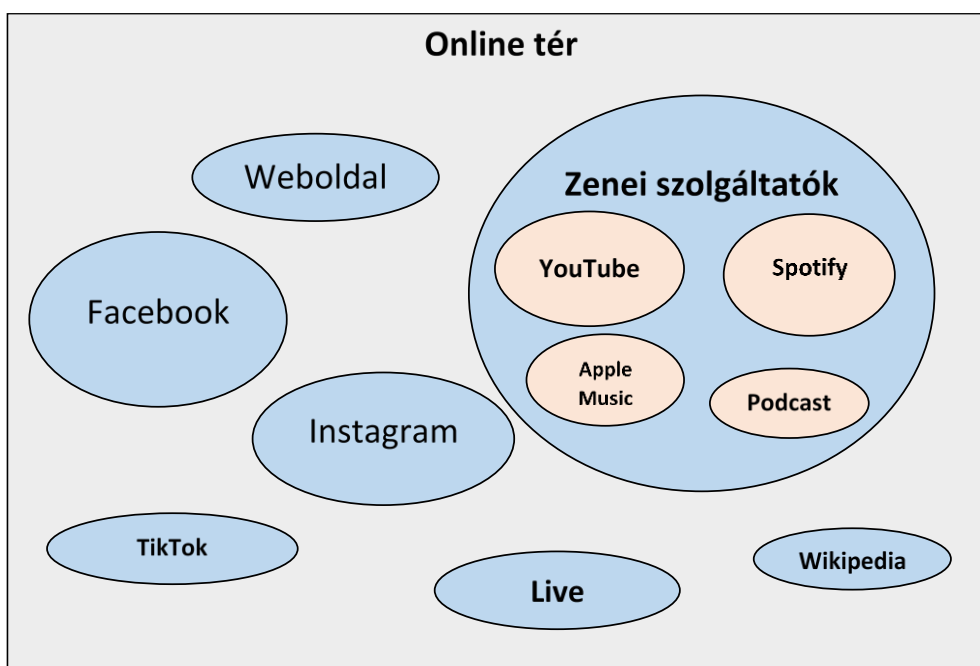


Czakó Dóra¹- Móricz Máté:² Az előadóművészek jelenléte az online térben

Az ELTE BTK Művészetközvetítői és Zenei Intézetében a 2018-as tanévtől elindult a Zenekultúra alapszak.³ A szak olyan szakembereket képez, akik elméleti és gyakorlati ismereteik, a kulturális, művészeti intézményrendszerrel szerzett tudásuk birtokában képesek művészetközvetítői feladataik ellátására az európai térség kulturális, művészeti intézményeiben, mindezt zenei vonalon.⁴

A szak kiemelt figyelmet fordít a gyakorlatokra, amelynek már most láthatóak a pozitívumai: több hallgatónk diplomaszerezésük előtt állást kapott, valamint olyan szakdolgozatok születtek, amelyek aktualitásukból fakadóan a kulturális területek segítségére lehetnek. Az egyik ilyen diplomamunka címe *Az előadóművészek jelenléte az online térben*,⁵ amelynek szerzője Móricz Máté végzett BA szakos hallgató, aki a képzésen szerzett ismeretét és a szakmai gyakorlata alatt megszerzett tudását ötvözte (Gradus Művészügynökség).⁶

Arra kereste a választ, mely online platformok vannak jelen a művészek életében és azok milyen módon segítik őket pályájuk során. Konzulensként az alábbi részeket emeltem ki, amelyek az online platformok felsorolásán túl (amely már önmagában hasznos összefoglalás), betekintést engednek a működési folyamatokba, valamint rávilágítanak egy-egy kulcsfontosságú információra.



¹ Az ELTE BTK Zenei Tanszékén, az Ének-zene tanár, karvezető, valamint a Szolfézstanár szakokon végzett 2005-ben és 2006-ban, majd két évvel később a Zeneakadémia Egyházzene-művész, kóruskarnagy szakán is oklevelet szerzett. A PhD fokozatot az ELTE BTK Filozófiatudományi Doktori Iskola Esztétika programjában teljesítette.

Az MTA BTK Zenetudományi Intézet Régi Zene-történet Osztályán tizenkét éven keresztül dolgozott, négy éven keresztül az Óbudai Társaskör zenei referense volt, zenei rendezvényszervezéssel foglalkozott. Jelenleg (2018-tól) az ELTE BTK Zenei Tanszékének egyetemi tanársegédje, a művészetközvetítői tantárgycsoport vezetője. Kántorként, scholavezetőként és korrepetitorként is tevékenykedik, ilyen formában igyekszik munkáiban az elmélet és gyakorlat egyensúlyát megtartani.

² Zenekultúra szakon végzett az *ELTE BTK Művészetközvetítő és Zenei Intézetében* 2021-ben, mellette elvégezte a *Werk Akadémia* színházi menedzser képzését. Gyakornokként dolgozott 2018-ban a *Kodály Zoltán VIII. Magyar Kórusversenyen*, 2019-ben a *Duna Karneválon*, 2019-2021 között pedig a *StageHive* weboldal és applikáció közösségi finanszírozási kampányainak mentoraként 2020. júniusától a Gradus Művészügynökség asszisztense.

³ https://music.elte.hu/felveteli/indulo_kepzeseink

⁴ https://www.felvi.hu/felveteli/szakok_kepzesek/szakleirasok/!Szakleirasok/index.php/szak/381/szakleiras

⁵ Jelen dolgozat a 2021. áprilisi állapotokat mutatja.

⁶ <https://www.gradusartist.com/hu/>

I. Weboldal

A weboldal a legbiztosabb online platform, mivel a tulajdonos kezében van az ellenőrzés. A webhelyet a közösségi média oldalakhoz képest szakmai alapon kell vezetni, a Facebook és Instagram oldal mellett indokolatlan blogot vezetni rajta, elsődleges funkciója a kapcsolatfelvétel lehetősége. A weboldalak design-jának, megjelenésének alkalmazkodnia kell a trendekhez. Ma már a minimum elvárás a rezponzív megjelenés: asztali gépen, tableten, mobilon jól láthatónak és olvashatónak kell lennie a tartalomnak. Az oldalak működését is törvények és szabályok határozzák meg. A 2001. évi CVIII. törvény³ előírja, hogy egy weboldal tulajdonosnak milyen kötelező elemeket kell megjelenítenie a weboldalán. ⁷2018. május 25-e az Európai Unió adatvédelmi rendelete⁴, más néven GDPR életbe lépése óta, kötelező eleme a weboldalnak az adatkezelési tájékoztató.⁸

II. Zenei szolgáltatók

A zenei streaming szolgáltatások lehetővé teszik a felhasználóknak, hogy eszközeiken anélkül tudjanak zenét hallgatni, hogy birtokolniuk kellene a forrást, ahol a zene megtalálható.

Kétféle lehetősége van egy művésznek zenéje terjesztésére:

1. saját maga teszi közzé, terjeszti a művet
2. zenei aggregátor céget⁶ bíz meg ezzel.

Ahhoz, hogy egy zene, minél szélesebb körben tudjon terjedni, mind a kétféle terjesztési módra szükség van. Nem lehet kirekeszteni a hallgatóságból sem az előfizetői, sem az ingyenes streaming platform felhasználóit.

Egy művész a zenéje streamelése során kétféle bevételi forrásra számíthat. A zenei aggregátor cégek olyan platformokra töltik fel a tartalmakat, ahol a hallgatóság havonta előfizet, hogy hozzáférjen az alkalmazás által kínált zenékhez. Ezeknek a platformoknak a bevételeiből, a hallgatottsági mutatók alapján kaphat részesedést.

A négy legfontosabb zenei szolgáltató:

1. YouTube⁹

Erre az oldalra a művész, vagy menedzsmentje külső cég beavatkozása nélkül tölthet fel tartalmat a nyílt hozzáférhetőség miatt. A YouTube felületére regisztráció után egy előadói csatornát létrehozva lehet feltölteni videókat, a harmadik feles szolgáltatók bevonásához képest a kontroll teljesen a csatorna tulajdonosa kezében van

Érdemes ezt a platformot használni, hiszen a második legnagyobb közösségi média, havi több mint 2,2 milliárd aktív felhasználóval rendelkezik. Percenként 500 órányi videótartalmat töltenek fel a kreátorok a felületre, vagyis hatalmas méretű videótartalom halmozódással kell szembenéznie egy művésznek, amikor új tartalmat töltenek fel. Egy olyan tévhit él az emberekben, hogy a YouTube aszerint listázza a tartalmakat, hogy arra mennyi ember kattint. Valójában a fő szempont a kulcsszóra leginkább reflektáló tartalom. A platform keresőmotorja szó szerint végigköveti a tartalmakat. A YouTube számára elsődleges faktor, hogy olyan videókat kínáljon a felhasználóknak, amelyek relevánsak a keresőbe beírt kifejezésekkel. Azáltal, hogy a keresőszóhoz kötődő tartalmakat kapnak a felkínált videókban, valamint a videó mellett felkínált tartalmak összefüggnek a nézett tartalommal, megtartják a látogatót, így több hirdetést tekintenek meg, ami bevételt jelent a felületnek.

Alkotók számára rendelkezésre áll a „történetek funkció” is. Más közösségi média oldalakhoz képest nem 24 órán át, hanem 7 napon keresztül érhetőek el

⁷ <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0100108.tv> (letöltés dátuma: 2021.01.10.)

⁸ <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1600679.EUP> (letöltés dátuma: 2021.01.10.)

⁹ <https://www.youtube.com/>

ezzel az eszközzel feltöltött tartalmak. A csatorna tulajdonosa, ha kérvényezi a YouTube partneri státuszát, monetizálhatja pénzzé teheti videóit. A platformon való bevételszerzésre azok a csatornák jogosultak, akik jelentkeznek a YouTube partnerprogramba és megfelelnek az alkalmassági követelményeknek. Eszerint az elmúlt 12 hónapban 4000 órányi nézettségi idővel kell rendelkezniük, valamint a csatornára feliratkozók száma haladja meg az 1000-et.

2. Spotify - több millió dal és podcast¹⁰

A Spotify egy Svédországból származó szolgáltatás, amely 2008-ban lett ismert és elérhető a fogyasztók számára. A Spotify for Artist platform lehetőséget nyújt a művészeknek, hogy szerkesszék és folyamatosan frissítsék előadói profiljukat. Ahhoz hogy egy előadóművész egyre szélesebb körben ismertté váljon, fontos megfigyelni miként terjed zenéje, ehhez jó eszköz lehet a Spotify. A „statisztikák” eszközzel a művész képet kaphat napi és havi hallgatottsági elemzéséről, felfedezheti rajongói bázisát, megfigyelheti rajongói elkötelezettségét. Az előadók megfigyelhetik, mennyi felhasználó mentette lejátszási listájára a zeneszámokat, így mérhető az elköteleződés egy zene iránt.

3. Apple Music¹¹

A legnagyobb zenei könyvtárral rendelkezik, több mint 60 millió hallgatható dalával a zenei streaming platformok között. A Spotifyhoz hasonló, vagyis az Apple Music For Artist segítségével egy előadói profilt hozhat létre a művész, ahová feltöltheti életrajzát, és a fotóit, emellett figyelemmel kísérheti streamelési adatait.

4. Podcast-ek

Nevét az iPod és a broadcast, vagyis a közvetítés kifejezések összevonásából kapta. Lényege, hogy a hallgatóság bármely eszközén, amely képes mp3 formátum lejátszásra, beszélgetéseket és előadásokat hallgathat. A műfajban elhanyagolhatóak a vizuális elemek, a felhasználó a tartalom „fogyasztása” során csak a hangra figyel.

A színészeknek nagyon jó lehetőség rejlik a podcast-ekben, hogy megélik művészetüket, felolvasásokat rögzíthetnek, más művészekkel együttműködve rádiójátékokat készíthetnek.

III. Facebook¹²

Világviszonylatban, havonta több mint 2,740 milliárd aktív felhasználóval rendelkezik, ezért elengedhetetlen ezen a platformon való jelenlét

A művészeknek lehetőségük van egy ellenőrzést igazoló kék pipát tenni a nevük mellé, ezzel az oldal hitelességét tudják bizonyítani (az oldalt ellenőrizte a Facebook), hogy az valóban a márka vagy közszereplő tulajdonában van. A Facebook Business Page Insights eszközzel nyomon követhetők a bejegyzésekre adott interakciók. A statisztikákból megállapítható az olvasók milyen időpontban aktívak a felületen, valamint a demográfiai adatok alapján konkretizálható a célcsoport. Egy bejegyzés hitelességét nem a lájkok számában kell mérni, hanem egy olyan elemző eszközben, ahol olyan mutatók találhatók, amelyekkel megvizsgálható egy bejegyzés tényleges elérése.

¹⁰ <https://www.spotify.com/>

¹¹ <https://www.apple.com/>

¹² <https://www.facebook.com/>

IV. Instagram¹³

A 18 és 35 év közöttiek megszólítására a legjobb platform, ahol számos lehetőség nyílik a rajongók elérésére. A felület a kezdetektől a kreatív fényképek színtere, így a fotók és videók posztolásával lehet életben tartani az egyéni profilokat. A hashtagek¹⁴ fontos részét képezik az Instagramnak. A felhasználók korábbi keresési találatai, illetve kedveléseik mellett szerepet játszik az algoritmus által felkínált tartalmak listázásában. Az Instagram és a Facebook összekapcsolásával egyszerűsíthető az online kommunikáció. Az Instagram-on, mivel előtérben a kreatív tartalmak állnak, nagyszerű lehetőség lehet egy művész számára, hogy népszerűsítse munkásságát és személyét.

V. TikTok¹⁵- Make Your Day

A TikTok egy Kínai tulajdonban lévő alkalmazás, amely 2016-ban indult. A TikTok 2020-ban világviszonylatban a legtöbbet letöltött alkalmazás, az alkalmazást készítői elsődlegesen okostelefonokra tervezték. Magyarországon a felhasználók életkora átlagosan 11 és 18 év közé esik, az idősebb korosztály értelmetlennek tarthatja az alkalmazást, hiszen a feltöltött tartalmak nagy százalékában az látható, hogy a felhasználók hangeffektusokra tárogznak, gyakorlatilag eljátszva a felvételen hallható történetet, úgy mintha azt saját maguk mondanák.

A művész egy saját zene kiadásakor, saját trendet is indíthat, ha egy táncsal, mozdulattal, egyedi arckifejezéssel együtt feltölti tartalmát.

Egy előadóművésznek nagyszerű funkció lehet a duettezés, amivel nagy tömegeket mozgathat meg. Egy duett kihívásban arra ösztönözheti az embereket, hogy együtt közösen énekeljék közösen egy dalát, úgy hogy az énekes karaoke-szerűen minden páratlan számú sort énekel szövegéből, a duett partner pedig azt a feladatot adja, hogy énekelje hozzá a páros sorokat. Mivel a résztvevő az énekes hangsávjára énekel, úgy tűnhet a végkifejlet, mintha ténylegesen egy helyen egy időben énekelnének. Ha elindult egy ilyen kihívás, érdemes nyomon követni és a legjobb felvételekre reagálni, ezzel is azt erősítve a nézőkben, hogy közel kerülhetnek a művészhez.

Ugyanakkor egy színész helyzetgyakorlatokat is indíthat. Egy általa elképzelt jelenetet eljátszhat úgy, hogy nem mondja meg a résztvevő feleknek, miről is szól, csak játékaival és mimikájával alkot meg egy epizódot szavak nélkül. A duettezőnek az a feladata, hogy a színész játéka közben egy a történethez illő szöveget találjon ki és adja elő. Érdemes olyan történetet alkotni, ami nagy szabadságot ad az embereknek, így bármilyen irányba el tudják vinni a cselekményt.

VI. Live-ok

Mint ahogy az összes közösségi médiában való jelenlétnek, úgy annak egyik fontos eszközének a liveozásnak is célja, hogy minél szorosabb és közvetlenebb formában kerüljön kapcsolatba a felhasználó a közönséggel. Erre az egyik legjobb lehetőség a liveozás vagy élő videó készítése. Az élő videók jelentősége a kétoldalúságban rejlik. A felhasználóknak lehetőségük van megjegyzéseket fűzni a tartalmakhoz, véleményt formálni az elhangzottakról, amire egy időben válaszokat kaphatnak. Nagyobb elköteleződés érhető el, ha megszólítja nézőit és figyelembe veszi hozzászólásaikat.

VII. Wikipédia¹⁶

A Wikipédia, bár a közmegítélés szerint egy olyan portál, amire nem lehet alapozni, ha az emberek információt szeretnének gyűjteni egy híres személyről, márkáról, mégis érdemes energiát fektetni egy művész Wikipédia oldalának frissítésébe. A legtöbb használt keresőmotor, a Google keresési találatai között egy személy Wikipédia

¹³ <https://www.instagram.com/>

¹⁴ <https://elemzeskozpont.hu/vallalkozas/hashtag-jelentese-hasznalata-kozossegi-mediaban>

¹⁵ <https://www.tiktok.com/>

¹⁶ <https://hu.wikipedia.org/>

adatlapja az első vagy második elemként helyezkedik el, vagyis kiemelt helye van az információ közlésben. Egy személy oldalán ajánlatos csak a lényegesebb információkat megjeleníteni, fényképekkel lehet színesíteni az adatlapot, ennek azonban bonyolult engedélyeztetési módszere van. Nagy hangsúlyt helyez a felület a fényképek jogi tisztaságára.

A fenti összefoglalás azokat az online tereket kívánta bemutatni, amelyek az előadóművészeknek fontos kapcsolódási pontot és kommunikációs csatornát biztosítanak a célközönségükkel.