



“ZAČELI BOMO NAŠ VEČER, BO ŠESTIM DESETLETJEM V ČAST ...”

DANIJELA MAKOVEC

S temi besedami smo člani Akademске folklorne skupine France Marolt vabili na koncert ob šestdesetletnici. Praznovanje obletnic so za vse skupine zalogaj, ki zahteva veliko organizacije, dela in potrpežljivosti. Tega smo se zavedali tudi mi in zato so se priprave začele že lani. Biti aktivni član skupine ob tako visoki in tako drugačni obletnici človeka težko pusti ravnodušnega. Člani skupine, še posebno tisti, ki smo sodelovali pri organizaciji koncerta, smo živeli za projekt in z njim.

Misel o razkritem gibu in plesu je umetniškega vodjo skupine Mirka Ramovša že dolgo vznemirjala, okrogli jubilej skupine pa je bil več kot odlična priložnost, da je bila ta ideja zapisana v delovni scenarij skupine za sezono 2007/2008. Ko smo zgodaj jeseni sedeli na popoldanski kavi v eni od ljubljanskih kavarn in nam je Mirko na hitro predstavil naslov koncerta, se je vsem prisotnim postavljalo vprašanje, le kaj se skriva za poetičnim naslovom “Razkrita govorica plesa”. Mirko pa se je nasmehnil, z nosu vzela očala in dejal: *“Veliko dela in veliko denarja bo treba zbrati”*.

In tako se je začelo ...

Ideja o koncertu je bila drzna in skupina jo je sprejela z navdušenjem. Zaradi zahtevnosti projekta je imela več skupnih sestankov, kjer smo člani delili svoja razmišljanja, bojazni, mnenja, razočaranja, navdušenje in tihe strahove.

Naučiti plesalce več kot 75 variant plesov je bila zahtevna naloga, zato je skupina vaje prilagodila pripravam na projekt. Od oktobra do januarja so se starejša in srednja plesna skupina ter tamburaški in alpski orkester program učili ločeno. Januarja pa se je celotna skupina na vajah združila in tri mesece do koncerta delovala kot ena plesno-glasbena zasedba. Zaradi takšnega načina dela je morala svoj sistem delovanja nekoliko spremeniti: priprave na nastope so bile opravljene na dodatnih vajah, tudi prostorske razmere za vaje celotne skupine so bile vse prej kot primerne za pripravo tako obsežnega projekta.

Plesalci in godbeniki so morali biti redno prisotni na vajah, maksimalno skoncentrirani in precej potrpežljivi ter samodisciplinirani, ko se nas je v ne ravno veliko dvorano nagnetlo okrog 70. Mirko je med pripravami večkrat

poudaril, da se njegova ideja brez članov ne more uresničiti. In treba je zapisati, da si je vsak izmed plesalcev in godcev, ki je aprila stopil na oder Gallusove dvorane Cankarjevega doma, to res zaslužil.

Sočasno z vajami “ansambla”, kot nas je večkrat poimenoval naš dolgoletni korepetitor Andrej Kos, so potekale tudi organizacijske priprave koncerta.



Kostumografija

Bistvo koncepta je bilo razkriti plesnost in gib, ki v ljudskih plesih zaradi folklornih kostumov gledalcem pogosto ostane skrit. Jasno je bilo, da bodo obstoječi kostumi ostali spravljeni v omarah in da jih bodo zamenjali drugačni. Tu se je pojavilo vprašanje, kakšni bi bili primerni, da bo viden gib, da bodo udobni za plesalce in da za skupino ne bodo prehud finančni zalogaj. Tanja Drašler, ki je v ekipi za pripravo 60. obletnice prevzela organizacijo okrog njih, razlaga, da je takoj pomislila na kostumografe, stiliste, na ljudi, ki so strokovno podkovani in ki se ukvarjajo s kostumografijo plesnih predstav.

Osnovna ideja umetniškega vodje je bila zelo preprosta: kostumi v beli barvi, hlače in srajca za fante, oz. majica in krilo za dekleta. Kmalu je postalo jasno, da tako ne bo šlo, saj je bilo treba upoštevati tudi odrske zakonitosti, predvsem osvetlitev.

K sodelovanju smo po priporočilu Elene Fajt povabili kostumografinji Špelo Pogačnik in Barbaro Hvala. Izhodišča za kostume, ki sta jih dobili, so bila: enostavno, svetle barve, brez dodatkov, ki bi motili ples oz. preveč nakazovali na folklorni kostum, črni čevlji (obstoječi, saj smo se želeli izogniti dodatnim stroškom z izdelavo novih).

Prve skice so malo odstopale od prvotnih izhodišč, saj sta izbrali kar intenzivne barve, predvsem za ženske: močno zeleno ter pastelno rožnato, pariško modro in rumeno. Za moške pa zeleno, oljčno zeleno, bež in pastelno modro. Skice oblek za dekleta so poudarile linijo telesa, razkrile roke ter noge. Fantje pa so z ohlapnejšo srajco dobili nov prostor oziroma pridobili na sproščenosti gibanja. Mirko je z navdušenjem odobril skice in kostumografki sta se podali v lov za blagom. Izbrali sta si lan z dodatkom elastana.

Zataknilo se je pri čevljih, saj nam je bilo takoj jasno, da k videzu in barvam oblek nikakor niso ustrezali navadni nizki ženski čevlji. Pripravili sta dodatno barvno karto ter model čevlja, po katerem je čevlje za plesalke izdelal čevljar Primož Štajner. Celotno sliko pa so zaokročili pisani robci, ki so dopolnjevali paleta barv.

Izdelavo ženskih oblek smo zaupali šiviljstvu Božnar, za izdelavo moških srajc in hlač pa je poskrbel novomeški Kroj, d. o. o. Tanja sklene, *“da je tako nastal naš 'travnik', posut s spomladanskimi rožicami in prvimi travami. Za nekatere je bila ta podoba pravi barvni in kulturni šok, saj se še ni zgodilo, da bi folklorniki pokazali gote roke in noge plesalk,*

da bi fantje nastopili brez klobukov, neopasani, zgolj v raznobarnih srajcah in hlačah. Vendar drugačen koncept zahteva tudi drugačno kostumografijo. Pogumno smo se lotili izziva in ni nam žal."

Barbara Hvala, ena izmed kostumografk, ki sta se ob začetku našega sodelovanja s folklorno dejavnostjo srečali prvič, pa je zapisala: "Ideja o sodobnih oblačilih se nama je zdela zelo pogumna, pravzaprav revolucionarna. Hkrati pa sva v tem videli priložnost, da si tradicija in sodobnost podasta roke, nadgradita obstoječe in ustvarita prostor za novo življenje. Zdi se mi, da je bilo vse tako postavljeno – od ljudi do idej, da se je vse pravzaprav odvijalo samo od sebe. Sicer je bila fizična realizacija velik in zahteven zalogaj, tudi zatikalo se je kje, ampak na koncertu, ko se je kača pisanih postav vila po odru, se je zdelo, kot da dere hudournik žive energije in moči in polni celo dvorano. Ko sem na generalki prvič videla uvod, so se mi solze kar ulile, tako me je osupnila popolnost trenutka – ko je vse tako, kot mora biti, in ko začutiš energijo vseh plesalcev in silno moč koreografije. Z veseljem sem sodelovala z vami zaradi čudovitih ljudi, ki sem jih spoznala, zaradi projekta samega in nenazadnje tudi zaradi novih spoznanj o sebi. Hvala!"

Celostna grafična podoba skupine in koncerta ter scenografija

Za celostno podobo skupine in koncerta so tudi letos poskrbeli v oglaševalski agenciji Formitas, ki s skupino že nekaj let zelo uspešno sodeluje in ki nas, tudi zaradi naših tam zaposlenih članov, dobro pozna. Najprej so za nas

izdelali slogan "60 let navdušenja", ki je pravzaprav nastal iz že obstoječega logotipa skupine. Z njegovim drobnim preoblikovanjem so izvirno nakazali na valovitost in neskončnost naše plesne dejavnosti in ravno črto vzvalovali kot darilno pentjo, ki ponazarja obletnico. Slogan je bil zasnovan kot grafična podoba skupine za celo leto, zato smo z njim od začetka sezone opremljali vso poslano pošto, logotip smo objavili na spletni strani in tako širšo javnost z vseskozi ponavljajočo se enotno podobo začeli opozarjati nase.

Izbran je bil tudi predlog celostne podobe koncerta, ki je s svojo kontroverznostjo nakazovala drugačnost. Za uporabo motiva (*the naked lady alphabet*) je skupina dobila dovoljenje pri studiu Anthon Beeke na Nizozemskem, ki je lastnik tega umetniškega projekta iz leta 1970.

Andrej Kos, ki je bil vseskozi desna roka umetniškega vodje in je hkrati prevzel tudi levji delež organizacije, je skupaj z Mirkom skoval idejo o scenografiji. "Idejni koncept scenografije je bil tokrat drugačen, plesalci odra niso zapuščali in so ves čas sodelovali s prihodi in odhodi na osrednje plesišče, ki je bilo omejeno s tribunami. Tudi godbeniki so bili ves čas prisotni na odru. Barvni kostumi, odprti obrazi in igrivost plesa so bili osrednji element v središču črno-belega amfiteatra, ki je s svojo dokumentiranostjo kostumske podobe skupine na črno-belih fotografijah/stebrih skoraj spominjal na obredni tempelj, posvečen plesu." Scenografijo sta oblikovala in izdelala Nanja Bertok Dragič in Vasja Semolič.



Skupinska slika. Koncert ob 60. obletnici Akademске folklorne skupine France Marolt. (Foto: Črtomir Groznik, Razkrita govorica plesa, Ljubljana, 12. 4. 2008.)



Promocija obletnice in koncerta

Čeprav mislimo, da so visoke obletnice že same po sebi dogodek, se rado zgodi, da gredo mimo neopažene. Najbrž ni treba poudarjati, da slovenski medijski prostor folklorni dejavnosti ni preveč naklonjen.

V skupini za promocijo smo se zavedali, da bo brez močne oglaševalske akcije še tako dober koncert šel mimo dokaj neopažen, zato je skupina osmih ljudi pod vodstvom Klavdije Žabot svoje delo vzela resno. Zastavili smo si cilje, razdelili naloge in ob rednih mesečnih sestankih sprti spremljali in evalvirali narejeno. Najprej smo oza-vestili, da se obletnica skupine ne konča s koncertom, zato smo pri postavljanju PR-načrta (o poteku aktivnosti, v katerih medijih se želimo pojavljati, kakšnih objav si želimo ...) razporedili dogajanje.

Zastavili smo si dva cilja:

1. Folklorno javnost opozoriti na našo obletnico in na koncert, saj smo pripravljali poseben plesni dogodek, za katerega smo hoteli, da ga vidijo vsi, ki jim je ples blizu.
2. Ker smo v začetni fazi načrtovali en koncert, nas prodaja in razprodaja vstopnic ni skrbela. Odrešeni te skrbi, smo si zadali cilj, da bomo razširili meje in okvire, v katere je postavljena naša dejavnost.

Folklorna dejavnost v medijskem prostoru velja za nezanimivo, dolgočasno in celo nazadnjaško. Da bi presegli te okvire, smo medijem pošiljali novice in obvestila o skupini in folklorni dejavnosti, kakršnih niso bili vajeni. Nismo navajali suhoparnih podatkov, več smo pisali o našem bogatem izročilu, umetniškem vodstvu in nakazali, da za obletnico pripravljamo poseben projekt. Vsa pošta medijem je bila opremljena tudi z elektronsko obliko vabila na koncert in z za to priložnost posebej posnetim radijskim spotom.

V začetku navezovanja stikov z novinarji je bil odločilnega pomena podatek, da je dr. Danilo Türk prevzel častno pokroviteljstvo nad koncertom.

Ko je bila pripravljena celostna grafična podoba koncerta in so bili znani večji sponzorji, smo stiskali plakate v velikosti B1 in jih distribuiral po Ljubljani (na lokacijah, ki jih ima za svoje prireditve zakupljen Cankarjev dom, plakatna mesta ŠOU in plakatna mesta podjetja Snaga). Oglaševali smo tudi na jumboplakatih po Ljubljani in okolici. V skladu z grafično podobo so bile stiskane tudi kartice, ki so služile predvsem kot vabilo, in njihova druga različica za programski list.

Sodelovanje s Cankarjevim domom je bilo letos zelo dobro. Obe strani sta povedali svoje zahteve in želje in potem smo se usklajevali, dokler nismo sklenili kompromisa. Drži pa, da smo šli v pogajanja z njimi letos zelo pripravljeni. Pozanimali smo se, kaj nam po pogodbi pripada, in to od njih jasno zahtevali. Prepogosto se namreč

dogaja, da večje ustanove, kot je Cankarjev dom, včasih kaj zamolčijo in tako prihranijo kak evro. Letos pa nam je veliko pomagal. Uredili so brezplačna plakatna mesta, izobesili plakate pri blagajni in v pasażah, vrteli oglasni spot pri blagajni, datum koncerta objavili na strehi CD, uredili napoved koncerta v dnevnem časopisju in svojem koledarju, uredili najave na spletni strani.

Ko je slab mesec pred koncertom zaradi velikega povpraševanja po vstopnicah, skupina potrdila še dodaten termin koncerta, smo vse moči uperili v promocijo drugega večera. Poleg vabil folklornim skupinam po Sloveniji, ki smo jih poslali skupaj z vabilom na vodeni ogled razstave v Slovenskem etnografskem muzeju (v veliko pomoč pri animiranju ljudi nam je bil tudi JSKD), in še večjega pritiska na medije smo v dve izložbi v središču Ljubljane razstavili naše kostume in k njim dodali plakat z vabilom na koncert. Oddaljenim skupinam smo ponudili organizacijo avtobusnega prevoza v Ljubljano in nazaj. Na pomoč pri prodaji vstopnic so nam priskočili tudi v Cankarjevem domu. Marketinško vodstvo je organiziralo pošiljanje vabil osnovnim in srednjim šolam po Ljubljani in okolici ter članom univerze za tretje življenjsko obdobje.

Tik pred koncertom smo z ekipo RTV Slovenija, ki je snemala koncert, usklajevali še mesta kamer, sedežni red in dovoljenje za snemanje pa smo morali urediti tudi za ostale akreditirane novinarje ter za naša uradna fotografa.

Pri organizaciji takega večera je treba biti pozoren na veliko stvari. Še posebno previdno moraš ravnati z novinarji. Nam je odmevnost v medijih prinesla dvoje: uspešno nam je prebiti stereotipe o dolgočasni folklorni dejavnosti, ki si ne zasluži novice na prvi strani, in prav s pomočjo medijske podpore smo ponesli glas o koncertu tudi med "nefolklorno" občinstvo in napolnili tudi drugo dvorano.

Maja pa smo nase ponovno opozorili z zelo odmevno radijsko oddajo "Izštekanj", kjer smo v 90 minutah pogo- vora in glasbe predstavili slovensko ljudsko glasbeno in pevsko izročilo in ga postavili ob bok popularni glasbi.



Sprejem po koncertu

Sprejem je pomemben del dogajanja ob koncertu. Ker gre za druženje takoj po koncertu in so vtisi močni ter doživetja še čisto sveža. Tokrat smo želeli drugačno zabavo. Že sam koncept, prikazati antologijo slovenskega ljudskega plesa na enem odru, v eni plesni predstavi, brez folklornih kostumov, je tako drugačen in poseben, da zahteva celosten pristop in sem spada tudi drugačen konec praznovanja na večer obletnice.

Odločili smo se, da priredimo "slavnostni sprejem", ki bo namenjen vsem obiskovalcem koncerta. Želeli smo, da res vsi občutijo naše navdušenje ob obletnici, da se vse generacije srečajo, pozdravijo in se tudi nekaj časa zadržijo. Sicer krasna ideja, vendar smo takoj trčili ob predračune ter številke, ki vsebujejo stroške za postrežbo, pijačo, pri-

grizke, glasbeni program, najem dvorane, oder, ozvočenje, dekoracijo.

Na srečo se nam je s Cankarjevim domom uspelo dogovoriti za brezplačno uporabo sprejemne avle in za postavitve odra in ozvočenja. Prav tako smo dobili prijateljsko ponudbo servisa za catering – Andamea, d. o. o., saj smo le najeli inventar ter strežno osebje. Za vse ostalo pa smo lahko poskrbeli sami. Izkoristili smo poznanstva naših članov pri raznih vinogradnikih in nabrali kar nekaj odličnega vina. Da so vsi obiskovalci lahko nazdravili s kozarcem vina, sta nam podjetji Dveri Pax in vinska klet Goriška brda priskrbeli odlična vina iz svojih kleti. Poskrbeti je bilo treba tudi za brezalkoholne pijače. Vodo nam je prijazno sponzorirala Costella, sokove pa je prispevala Dana v sodelovanju s firmo Ahac, d. o. o.

Pri izbiri glasbe smo prav tako premišljeno izbrali družinsko zasedbo Volk Folk, ki igra slovensko ljudsko glasbo. Pri odločanju nam je bilo pomembno, da glasba ne zahteva prevelike pozornosti, je prijetna in poslušljiva.

Tanja Drašler, ki se je ob kostumografiji ukvarjala tudi s pripravo sprejema, pove, da ji je bilo v zadovoljstvo opazovati sproščeno druženje po koncertu. Ljudje so odhajali domov zadovoljni. Nam pa je bilo v veselje, da smo na prijeten in nevsiljiv način združili številne maroltovske generacije.

Ob prijetnem druženju je izzvenela "Razkrita govorica plesa" in z njo naša okrogla obletnica. Nihče ni štel ur vloženega truda in energije v pripravo koncerta. Vsak je prispeval po svojih zmožnostih, željah in zanimanjih.

Težko bi bilo soditi, kaj in kje bi bili lahko še boljši. Vsekakor bi se dalo še veliko narediti. Veliko več ali pa veliko manj.

Folklorna dejavnost je ljubiteljska, vendar ukvarjanje z njo zahteva celega človeka. Ko te ta tok potegne vase, ko ti zleze pod kožo, te zasvoji in da moč in energijo, da se ob plesanju, petju ali igranju na inštrument lotiš tudi stvari, za katere nisi nikoli niti pomislil, da jih boš počel. In ko stojiš na odru in ob aplavzu občinstva solze silijo v oči, ne čutiš nobene utrujenosti, pozabljeni so vsi napor, bojazni in skrbi.

Sreča ... sreča pa je dvojna.



Utrinek s koncerta ob 60. obletnici Akademske folklorne skupine France Marolt.
(Foto: Črtomir Groznik, Razkrita govorica plesa, Ljubljana, 12. 4. 2008.)