

Összefoglalás

A rendező kiválasztásánál Alföldi Róbert mellett döntöttünk, mivel munkásságára jellemző a klasszikus művek kortárs, gyakran provokatív újraértelmezése. *Az ember tragédiája* olyan filozófiai mélységű alkotás, amely az emberiség örök kérdéseit vizsgálja: szabadság, hit, fejlődés és kiábrándulás. Alföldi rendezői stílusa lehetőséget ad arra, hogy ezek a kérdések a mai társadalmi kontextusban is érthetővé és átélhetővé váljanak.

A szereplőválogatás során tudatosan olyan színészeket választottunk, akik erős színpadi jelenléttel és karakterformáló képességgel rendelkeznek.

- **Ádám** szerepében Nagy Ervin energikus és karizmatikus játéka segíti a néző azonosulását az örök kereső emberrel.
- **Éva** karakterében Tenki Réka érzékenysége és érzelmi mélysége hangsúlyozza az emberi kapcsolatok fontosságát.
- **Lucifer** szerepében Trill Zsolt intellektuális, ironikus megközelítése hitelesen jeleníti meg a kételkedő, kritikus gondolkodást.

Az idézet választásának indoklása

A plakáton szereplő idézet:

„Mondottam, ember: küzdj és bízva bízzál!”

Ez a mű legismertebb és legösszefoglalóbb gondolata. Egyszerre hordozza a reményt és a küzdelem szükségességét, amely a mai világban is aktuális üzenet. Az idézet könnyen megjegyezhető, inspiráló, és azok számára is jelentést hordoz, akik esetleg nem ismerik mélyebben a művet – így kommunikációs szempontból különösen hatékony.

Célcsoport és megszólítási stratégia

1. Fiatalok (14–25 év)

Számukra a darab gyakran kötelező olvasmányként jelenik meg, ezért célunk, hogy élményszerűvé tegyük:

- modern látványvilág (digitális vetítések, futurisztikus elemek)
- közösségi média kampány (TikTok, Instagram rövid videók)

- „Mi lenne, ha ma játszódna?” típusú tartalmak

Miért működik?

A fiatalok vizuális és gyorsan befogadható tartalmakra reagálnak, ezért a klasszikus művet „lefordítjuk” az ő nyelvükre.

2. Fiatal felnőttek (25–40 év)

Ők már nyitottak a mélyebb értelmezésekre:

- rendezői koncepció hangsúlyozása
- aktuális társadalmi párhuzamok (pl. technológia, jövőkép)
- online interjúk, podcastok

Miért működik?

Ez a korosztály értékeli az intellektuális tartalmat és az újraértelmezéseket.

3. Középkorú és idősebb közönség (40+)

Számukra a klasszikus értékek és a minőség fontos:

- ismert színészek hangsúlyozása
- hagyományos plakátkampány
- kulturális sajtómegjelenések

Miért működik?

Ők elsősorban a mű irodalmi értéke és a színházi élmény miatt érkeznek.

Kommunikációs csatornák

- **Online:** Facebook, Instagram, YouTube előzetesek
- **Offline:** plakátok, szórólapok, színházi programfüzet
- **PR:** interjúk, sajtómegjelenések
- **Extra:** kulisszák mögötti videók („behind the scenes”)