

– Amikor a PIM megcsinálja őket. *(nevet)* Ahogy mondtam, nehéz ezekre becsalogatni az embereket, de az a profizmus, ahogy ezt ők készítik, valóságos szakmai katarzist jelent a számkra is. Számoljunk reálisan: Szeged lakosságának kisebb része igazi lokálpatrióta, és közülük sem mindenki jönne be ezekre a tárlatokra. A kívülállók éleslátásával nehéz megküzdni, de azt mindenkinek el kell fogadnia, amiről már sokat beszélünk: ahhoz, hogy egy színvonalas kiállítás megépüljön, a múzeumnak a jegybevételből kell kitermelnie a pénzt a következő eseményre, vagyis vállalkozói szemléletre van szükség a döntéshozatalkor. Nem vállalhatók be olyan kiállításokat, amelyeknek nem térül meg a bekerülési költségük. Nehéz megváltoztatni azt a szemléletet, ami azt mondja, hogy a kultúra legyen ingyenes vagy nagyon olcsó, de a színvonal nyugat-európai legyen.

– *Azt mondta, az idei csendes év volt, gondolom, 2016-ra terveznek egy újabb nagy durranást.*

– Így van, másfél éve tárgyalunk egy nagy Pompeji-kiállítás megvalósításáról. Ennek a főpróbája az Egyiptom-tárlat volt: a házon belül is harcolnom kellett azért, hogy három helyszínen legyen a kiállítás, és végül az eredmény minden várakozásunkat felülmúlta. A turistáknak eleve önmagában program lett az, hogy körbejárják ezeket a helyeket, közben nem melleseleg a várost is megnézték. Ha egyetlen helyszínen kérek egy nagyon borsos belépőt, azt nehezebben fizeti ki a néző, mint ha három helyen viszonylag szerény árakkal várom. Egy szegedi családnak pedig kifejezetten előnyös, hiszen ha egyik hétvégén a főépületbe jön, két hét múlva elmehet a Fekete házba, majd amikor kedve tartja, a Kass-galériába. Visszatérve a Pompeji-kiállításra: országos reklámkampányt tervezünk. Tudatosítani akarjuk az emberekben, hogy muszáj ezért eljönniük Szegedre.



MÓRA FERENC EMLÉKSZOBA  
(Móra Ferenc Múzeum)