

# KRITIKA I PUBLIKA U SUVREMENOM HRVATSKOM KAZALIŠTU

*Lucija Ljubić*

UDK: 792.072: 792.073(497.5)

Rad se bavi međuodnosom suvremenog hrvatskog kazališta, njegove publike i kritike, a temelji se na praćenju nekoliko pisanih medija (dnevni novina, internetskih portala i časopisa za kulturu). Uz pomoć suvremenih teatroloških istraživanja i teorija medija problematizira se položaj publike i kritike, iz čega se razabire potrebna ali nedovoljna istraženost obiju tema. Cilj je rada pokazati važnost kritike i publike u suvremenom hrvatskom kazalištu, ali i koliko su mediji važni u reprezentaciji hrvatskoga glumišta, katkada i do te mjere da zatvaraju komunikacijski prostor između kazališne predstave i gledatelja, premještajući se svojim temama u neke druge medijske rubrike.

**Ključne riječi:** suvremeno hrvatsko kazalište, kritika, publika, mediji

Ustvrdivši da je osnovni predmet teatrologije izvedbena sastavnica kazališta – zapravo predstava – Nikola Batušić u svom je *Uvodu u teatrologiju* odredio »magično trojstvo« koje »u sebi sadržava te iz sebe

emanira sve značenjske slojeve pojma *kazalište*«, a to su predložak predstavi, kazališni prostor i publika.<sup>1</sup> U svojoj je knjizi, ali i u drugim svojim radovima, često naglašavao neistraženost kazališne publike i važnost obrade te teme, ponajprije s kazališno-povijesnog stajališta, a potom i u suvremenom hrvatskom kazalištu. Kazališnoj je kritici u toj knjizi posvećeno malo prostora, što je ponukalo novije istraživače kazališne kritike, poput Sanje Nikčević, da se okušaju u prvoj definiciji toga žanra. Dvadesetak godina poslije, hrvatska kazališna publika još uvijek nije istražena, kazališna kritika gurnuta je na medijske rubove, a kazališne su dvorane ipak pune i rasprodane nekoliko dana unaprijed. Međutim, usporede li se radovi napisani o publici i oni o kritici, dolazi se do neočekivane disproporcije. Radova o publici gotovo da i nema, osim onih utemeljenih na inozemnim istraživanjima i iz stranih kulturnih prostora,<sup>2</sup> a o kritici se piše znatno više, iako nije osnovni predmet teatrologije kao znanstvene discipline, pri čemu izostaje njezina sustavna analiza, osim kad je riječ o kazališno-povijesnim analitičkim pristupima pojedinom kritičaru, novinama ili razdoblju, no u tom slučaju kazališna je kritika najčešće jedno od vrela za rekonstrukciju minulog kazališnog čina ili potkrepa unaprijed izrečene istraživačke teze, a rijetko je središnji predmet istraživanja.

Nadalje, o kazališnoj je kritici od devedesetih godina naovamo napisano više radova koji su se bavili njezinim manjkavostima, najčešće neodgovarajućim jezikom ili uskogrudnim promatranjem predstave, što je rjeđe pripisivano kritičaru, a češće uredničkom odboru određenog medija. Definirajući zadaće hrvatske teatrologije, Boris Senker kao osmu je točku 1995. godine naveo i »opismenjivanje kazališne kritike«, aludirajući ponajprije na elementarno nepoznavanje teatrološke terminologije, da bi

---

<sup>1</sup> Nikola Batušić, *Uvod u teatrologiju*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb, 1991., str. 19.

<sup>2</sup> Usp. knjigu Darka Lukića, *Kazalište u svom okruženju. Knjiga 1 – Kazališni identiteti. Kazalište u društvenom, gospodarskom i gledateljskom okruženju*, Leykam international, Zagreb, 2010.

2011. rezignirano ustvrdio: »Kazališne se kritike izbacuju iz novina ili svode na ‘telegrafska izvješća’ pa se zapravo nema ni koga ni za što ‘opis-menjivati’. Naprotiv.«<sup>3</sup> Međutim, pitanje kazališne kritike autor je postavio poslije onoga o »zaštiti hrvatskog teatra od novih diletanata i politikanata«, a prije posljednje, desete zadaće, o »uređenju struke i kazališta«. Tako je kazališna kritika ponovno potvrdila svoje labilno iako važno mjesto koje jest izvan predstave, ali je snažno vezano uz nju. Ostaje istražiti u kakvoj je vezi kazališna kritika s gledateljima i koliko gledanost neke predstave ovisi o riječi kritike.

Marco De Marinis ponudio je model gledatelja, rukovodeći se modelom čitatelja Umberta Eca, i iznoseći dvije osnovne teze: da su produkcija i recepcija predstave dubinski povezani procesi a istovremeno međusobno neovisni, te koliko i kako neka predstava pretpostavlja stanovitu vrstu gledatelja predmnijevajući vrstu recepcije, no autor se unaprijed ograđuje da je teško odrediti i *koliko* i *kako* u zadanoj tezi.<sup>4</sup> O teoriji odnosa medija i gledatelja, odnosno publikā, pisali su Michael O’Shaughnessy i Jane Stadler, razlikujući model izravnih učinaka u kojemu publika bez otpora prima odaslana značenja; model pojačanja koji ističe da mediji djeluju zajedno s drugim društvenim polugama; model kultiviranja koji uvažava dugotrajne učinke medija u društvu; model otupljivanja osjetljivosti koja ojačava toleranciju na poimanje inače problematičnih pitanja; model učenja promatranjem ili model kognitivnih zapisa te model uporabe i zadovoljenja koji u središte unosi koncept ugone, nagrade i zadovoljenja potreba. Osim toga, gledatelj može medijsku poruku prihvatiti trojako: dominantno – posve unutar predloženog interpretacijskog okvira; može primiti značenje, ali ga staviti u kontekst vlastitih značenja modificirajući željeni smisao ili može prepoznati kontekstualno enkodiranje poruke i zauzeti posve oprečan

---

<sup>3</sup> Boris Senker, »Još o zadaćama hrvatske teatrologije«, *Teatrološki fragmenti*, Disput, Zagreb, 2011., str. 268.

<sup>4</sup> Marco De Marinis, *Razumijevanje kazališta*, AGM, Zagreb, 2006., str. 25-27.

stav.<sup>5</sup> Nesumnjivo, novija će istraživanja publike morati usporedno uzimati u obzir i mediološka istraživanja koja će možda središtu pozornosti interdisciplinarnih istraživanja primaknuti upravo odnos kazališne predstave, publike i kritike, odnosno medija u najširem smislu. Sudeći prema potpunim gledalištima hrvatskih kazališta, manju će važnost imati pitanje odljeva kazališnih gledatelja na račun proširenosti novih medija.

Neobrađeno je i pitanje zašto neke predstave doživljavaju velik broj izvedaba i iznimno su popularne među gledateljima, a o njima se u medijima govori i piše malo, osim u posebnim prigodama, razgovorima, obljetnicama ili »fenomenima« koji takvima postaju mimo novinskih članaka. Jednako tako, rijetko se govori o međunarodnim gostovanjima pojedinih hrvatskih predstava ili kazališta, o njihovim međunarodnim uspjesima i dobivenim nagradama. Hrvatski mediji skloniji su salvama pohvala dočekivati strane redatelje od kojih se očekuju estetski prevrati, nego izvijestiti o uspjesima hrvatskih predstava u inozemstvu. Nažalost, gledatelji kazališnih festivala i njihove nagrade nisu česta tema kazališnih kritičara. Radije će odabrati izostanak dodijeljene prve nagrade ili kakav skandal oko kojega će se raspremati novinski reci.<sup>6</sup> Stoga i nije nevjerojatno da pratiteljima kazališne rubrike promakne vijest o smjenama u nadležnom ministarstvu, pa čak i o promjeni rukovodstva u narodnim kazalištima, samo zato jer ih se smješta u rubriku unutarnje politike i postavlja na političku, a ne i na kazališno relevantnu razinu.

Baviti se kritikom i publikom u suvremenom hrvatskom kazalištu u jednu ruku znači govoriti o medijskom pristupu kazalištu, njegovu utjecaju na publiku i stanju u našem suvremenom glumištu. U drugu ruku, takva tema zahtijeva i baviti se općenito medijatizacijom kazališta u suvremenoj

---

<sup>5</sup> Darko Lukić, »Kazališna kritika i mediji«, *Kazalište u svom okruženju. Knjiga 1 – Kazališni identiteti*, Leykam international, Zagreb, 2010., str. 278-279.

<sup>6</sup> Jedan od takvih novijih primjera neplaćeni su honorari glazbenicima u jednom zagrebačkom kazalištu.

kulturi te učincima medijizacije<sup>7</sup> na publiku. Tu se neminovno otvaraju dva problemska čvorišta – neistraženost kazališne reprezentacije u medijima i, još više, neistraženost hrvatske publike. Iako bi istraživanje publike zasigurno bilo izdašno za pokušaje teatroloških analiza, izostanak takvih napora možda se može opravdati i premalim tržištem i preslabim međusobnim utjecajima tržišta i kazališta, no teško je oteti se dojamu da bi se time uravnotežili prijepori oko kulturnih politika, posebice onih koje se tiču kazališnog života u Hrvatskoj. Kad se svaki novi ravnatelj većeg, uglavnom narodnog kazališta, dočekuje ponajprije katalogizacijom neodgovarajućih i diskreditirajućih postupaka bivšega čelnika, najčešće uz evidentiranje nagomilanih dugova, čitatelju novina ili internetskih portala lako se učini da je i kazalište, a onda i kultura, u suvremenom hrvatskom društvu samo još jedno područje na kojemu se može varati državni proračun i olako trošiti novac poreznih obveznika. U takvom slijedu medijizacije posve je očekivano da ni kazalište, a ni kultura općenito, ne uživaju poseban status i ne smatraju se presudnima u oblikovanju hrvatskog nacionalnog kulturnog identiteta, kad već ionako, barem kad je o nacionalnim kazalištima riječ, djeluju časovito pa i stihijski.

Kritičarske objekcije o kazalištu u suvremenoj su hrvatskoj knjižnoj izdavačkoj produkciji, a ovdje ponajprije mislim na vrijeme od 1990. naovamo, razmjerno dobro zastupljene. Više je hrvatskih kazališnih kritičara, i mlađih i starijih, objavilo knjige izbora iz svojih kritika koji su nastajali za različite pisane medije, novinske i časopisne,<sup>8</sup> a one odaju i stručnost i mjerodavnost i kontinuitet i odgovornost prema poslu njihovih autora. Međutim, proširi li se definicija kritike kao članka recentno objavljenog u dnevnim ili tjednim, tiskanim ili elektroničkim medijima javne komuni-

---

<sup>7</sup> Darko Lukić, *Kazalište u svom okruženju. Knjiga 2 – Kazališna intermedijalnost i interkulturalnost*, Leykam international, Zagreb, 2011., str. 5.

<sup>8</sup> Među autore kazališnih kritika svakako valja navesti i vodeće hrvatske teatrologe različitih naraštaja, poput Branka Hećimovića, Nikole Batušića, Borisa Senkera, Sanje Nikčević i Ane Lederer, a svoje su kritike i ukoričili.

kacije koji daje informacije o predstavi, opisuje je i vrednuje te obrazlaže vrednovanje,<sup>9</sup> te ako se uključe i svi drugi medijski proizvodi što variraju žanrovski od vijesti, najave, prikaza, ocjene ili polemike koju pojedine okolnosti tijekom rada na predstavi, poslije njezine premijere ili uopće u kazališnom poslovanju izazovu, slika se mijenja i bitno se narušava povlašten status stručnosti koje većina objavljenih kritika ima. S druge strane, kad se kazališne kritike objave kao knjiga, i kad je vremenska distanca duža od jedne a katkad i više desetaka kazališnih sezona, one se postupno primiču književnim žanrovima i s protokom vremena svjedoče više o svom autoru, a manje o kazališnoj zbilji u kojoj su nastajale. Tada se njima doista najkvalitetnije može baviti teatrologija i srodne discipline koje su povlaštene govoriti s odmakom i znanjem o događajima prikupljenima u međuvremenu, i najčešće radi rekonstrukcije minulog vremena ili kazališnog čina.

Analiza recentne kazališne kritike, i svih ostalih napisa o svakodnevnoj kazališnoj problematici koji je se tiču izravno ili neizravno, znatno je skliskiji teren za prosudbe koje su nužno blage, suzdržane ili izostaju. Pišući 2003. godine o suvremenom hrvatskom kazalištu u ogledalu medija, Jasen Boko razdijelio je vrijeme nakon 1990. na domoljubnu i tržišnu fazu.<sup>10</sup> Domoljubna je faza obilježena »državotvornom kulturnom politikom promoviranja kulture«, dok je tržišna faza započela u drugoj polovici devedesetih godina ulaskom novih tiskovina i njihovih vlasnika na hrvatsko medijsko tržište, što je rezultiralo uvođenjem »tržišnih pravila u medijskom ponašanju« koja, kako autor ironično tvrdi, hrvatsko glumište pretvaraju u »veselu estradnu pojavu vedre budućnosti« jer će biti dovoljno organizirati domjenke, a kazališne predstave mogu i izostati jer su ionako tržišno neisplative.

---

<sup>9</sup> Sanja Nikčević, *Kazališna kritika ili neizbježni suputnik*, Leykam international – Umjetnička akademija u Osijeku, Zagreb-Osijek, 2012., str. 190.

<sup>10</sup> Jasen Boko, »Suvremeno hrvatsko kazalište u ogledalu medija«, *Kazalište*, VII (2003), br. 13-14, str. 130-133.

Međutim, čini se da je upravo tržište poveznica između kulture i njezinih konzumenata, odnosno kazališta i publike, o čemu se sve donekadno nedovoljno i nesustavno govorilo. Državno osamostaljenje 1990. i predstojeća razmjerno maglovita zadaća reprezentiranja vlastitoga kulturnog identiteta<sup>11</sup> otežana je sredinom devedesetih prodorom tržišnih zakonitosti, a one su pak djelovale dvosmjerno – i mediji i kultura morali su pronaći načine kako plasirati i prodati svoje proizvode, svaki svojoj publici, često i zajedničkoj. Osim toga, hrvatski je kulturni identitet morao postati što je brže moguće i međunarodno prepoznatljiv, sve radi što protočnijeg uključivanja u eurointegracijske procese. Zato su mediji postajali financijski sve dostupniji i intelektualno pristupačniji širim slojevima društva, nudeći za uzvrat i, ne smije se zaboraviti, u skladu sa svojim financijerima, jasnije stavove o različitim temama, političkim, gospodarskim pa i kulturnim i inim. Kazališna politika mijenjala se sporije, posebice kad je o nacionalnim kazališnim kućama riječ, iako se upravo u devedesetima razgranao sektor privatnih kazališta i kazališnih družina koje su postajale sve više proizvod što odgovara na tržišne zahtjeve i pokušava mapirati taj čuveni kulturni identitet, ne odustajući ipak od estetskih kriterija. Čini se da se kazališna produkcija učila induktivno, u pojedinačnim inicijativama i na temelju već izgrađene mreže međunarodnih iskustava, a tek potom objavljena je knjiga Darka Lukića o produkciji (2006)<sup>12</sup> i ustrojen je studij produkcije na Akademiji dramske umjetnosti u Zagrebu (2009).

U navedenoj knjizi Lukić je izgradio svojevrstan priručnik za sve buduće kazališne producente, no u njemu je navedeno i mnoštvo marketinških primjera koji svoj odraz mogu pronaći i na drugim

---

<sup>11</sup> Sustavnu riječ o hrvatskom identitetu tek su petnaestak godina kasnije dali hrvatski znanstvenici i stručnjaci različitih područja u: *Hrvatski identitet*, Zbornik radova sa znanstvenoga skupa održanog u Palači Matice hrvatske u Zagrebu 7. i 8. svibnja 2009., gl. ur Romana Horvat, Matica hrvatska, Zagreb, 2011.

<sup>12</sup> Darko Lukić, *Produkcija i marketing scenskih umjetnosti. Organizacija, planiranje, proizvodnja i marketing u kazalištu*, Hrvatski centar ITI, Zagreb, 2006.

područjima, a ne samo u kazalištu i valja ga imati na umu kad je riječ o medijima koji prate kazalište. Ako tržište jest zavladao kazalištem, i ako se tim okolnostima kazališni producent mora prilagoditi, on se nalazi u položaju prodaje proizvoda jednako kao i vlasnik nekog medija. Razlikuju se dva stava prema gledatelju/konzumentu: ugađanje koje ispunjava gledateljeva očekivanja, želje potrebe i ukuse, za što je primjer pučko-populistički tip kazališta i manipulacija gledateljem koja mu nudi nešto novo i neočekivano, izazovno i nepredvidljivo kao što je u eksperimentalnom kazalištu ili u klasičnom kazalištu koje čuva klasičnu baštinu kao neprolaznu kulturnu vrijednost.<sup>13</sup> Drugu skupinu, kako udžbenici produkcije nalažu, valja dodatno financijski podupirati jer ona nema masovno gledateljstvo niti veliku zaradu od prodaje ulaznica, a teatrološki je važna, pa je stoga »gruba i nepromišljena pogreška« ako producent manipulira scenom nacionalnoga kazališta. Među marketinškim se pravilima nalazi i ono o neizbježnom čimbeniku slučajnosti koji je zbog smanjenog tržišta u Hrvatskoj još snažnije izražen, a eliminira i pitanje tržišta kao jasno definirano područje za plasman proizvoda, što u središte pozornosti dovodi kupca kao osobu.<sup>14</sup> Suvremene strategije marketinškog planiranja sve se više orijentiraju na kupca pa se napušta stav prema kojemu reklama diktira što se svakako mora kupiti, a afirmira se stav prepoznavanja želja kupaca ili formulacija: ono što ste oduvijek željeli,<sup>15</sup> pri čemu se ponajprije apelira na četirima osnovnim razinama: razumu, privlačnosti, intuiciji i želji, a to se ponovno može interpretirati kao stav medija (koji se u nas razmjerno brzo razvijaju) i stav propulzivnih kazališnih uprava (koje su u odnosu na medije znatno tromije).

U takvom svijetu, a ne samo u teatrološkoj analizi publike, otvara se i posebno područje povratne informacije koja postaje sve zanimljivije područje marketinškim stručnjacima. Zato danas bujaju internetski

---

<sup>13</sup> Isto, str. 71.

<sup>14</sup> Isto, str. 207-208.

<sup>15</sup> Isto, str. 163.

forumi na kojima se potiču i usmjeravaju rasprave o odabranim temama i područjima, a jedna od najčitanijih rubrika na svim portalima postaju anonimni komentari samozvanih – pri čemu broj komentara raste s razinom presudnosti teme za državnu politiku, a o kazališnim pitanjima rasprave se pokreću po internetskim zakucima. Jedan od pokušaja izdvajanja kazališne tematike specijalizirani je portal Teatar.hr koji čak dodjeljuje i svoje godišnje nagrade nastojeći parirati Nagradi hrvatskoga glumišta, no za ažurno praćenje tog portala potrebno je pretplatiti se pa je čitateljsko tržište znatno manje. Jedan od uhodanih oblika uvažavanja publike jest i dodjela nagrada publike na kazališnim festivalima, poput Marulićevih dana 2015. godine. Čak i ako se prosudbe stručnog povjerenstva ne poklapaju s prosudbama nestručne ali vjerojatno vjerne publike, organizatori moraju biti zadovoljni prosječnim ocjenama publike koja benevolentno dopušta da hrvatsko kazalište prolazi sa solidnom četvorkom.<sup>16</sup>

Neizbježan čimbenik slučajnosti potaknuo je i to da se analiza u ovom radu temelji na nasumično odabranom vremenu recentne suvremenosti u posljednjih nekoliko mjeseci, ne bi li se dodatno izoštrila i eksponirala slika o kritici u medijima. Nije čak ni potrebno laćati se napornog posla prebrojavanja novinskih članaka da bi se došlo do očekivanih rezultata. Čim se kao područje analize navedu dnevne tiskovine (*Večernji list*, *Jutarnji list*, *Novi list*, *Slobodna Dalmacija* i *Glas Slavonije*), internetski portali (*Kazalište.hr*, *Plesna scena.hr* i *Kulturpunkt*) te specijalizirane novine za kulturu (*Vijenac*, *Zarez*, djelomice *Hrvatsko slovo*), lako je predvidjeti rezultate.

---

<sup>16</sup> Zanimljivo je da je Nagradu publike na Marulićevim danima 2015. dobila predstava osječkog HNK-a *260 dana*, nastala prema istoimenom romanu Marijana Gubine, u režiji Dražena Ferenčine i nagrađenoj dramatisaciji Ane Prolić, a na dodjeli Nagrade hrvatskoga glumišta ta je predstava proglašena najboljom predstavom u cjelini. Tako je osječka predstava zadobila simpatije energične splitske publike, ali i stručne javnosti, barem kad je o Hrvatskom društvu dramskih umjetnika riječ.

Navedeni portali postali su mjesto na kojemu se najstručnije i najiscrpnije piše o umjetnički relevantnim događajima u suvremenom hrvatskom kazalištu ali i teatrologiji. Ondje se pišu najopsežnije kazališne kritike (od četiri kartice na više), prati se produkcija teatroloških knjiga i časopisa, obilježavaju se godišnjice i pišu članci u spomen, a moguće je unatrag sedam godina i teatrografski rekonstruirati repertoar hrvatskih kazališta. Autori kazališnih kritika pišu ponajprije o predstavi, nastojeći obuhvatiti dramski predložak, režiju, scenografiju, kostimografiju, glumu, scensku glazbu i ostale sastavnice kazališne izvedbe, pri čemu se ne libe kritičnosti ali ni pohvale, i oboje uz razmjerno odgovarajuću argumentaciju, tako da njihove prosudbe djeluju vjerodostojno, a zbog zahtijevane objektivnosti dobar su smjerokaz svim potencijalnim kazališnim posjetiteljima koji upravo na temelju napisane kritike ne samo da mogu odlučiti hoće li određenu predstavu pogledati, nego mogu i steći jasniju predodžbu o njoj. Izostaju sporni događaji iz aktualne kazališne svakodnevice, nema polemika niti provokacija i može se reći da navedeni portali zastupaju stajalište kakvo su napustile neke dnevne novine koje su ili privatizirane ili ukinute ili im je promijenjena uređivačka koncepcija, no postavlja se pitanje o posjećenosti tih stranica, tim više što ih najpopularniji mrežni pretraživači ne iznose kao prve izbore u pregledu aktualne kazališne kritike.

Sličan stav, iako doduše na manjem prostoru i s manje ažurnosti, prate novine za kulturu koje su raspodijelile svoje interesne sfere pa nerijetko pišu o različitim predstavama, pri čemu se *Vijenac* nameće kao središnja struja koja nastoji obuhvatiti sve premijere u hrvatskim kazalištima, no ne prati uvijek izdavačku produkciju. Nešto manje kazališnom se kritikom bavi *Hrvatsko slovo*, dok *Zarez* nastoji dati pregled izvedbenih umjetnosti u širem smislu. Sve tri novine periodično donose opsežnije eseje o pregledu sezona, stanju u kazalištu ili odabranim stručnim temama, jednako kao što objavljuju i razgovore s različitim dionicima kulturnog života uopće, pa tako i kazališnog. Svoj prostor za analizu kazališnog života u Hrvatskoj dobivaju ne samo kazališni praktičari, nego i teatrolozi i kritičari, i

kulturolozi u najširem smislu. Međutim, naklade tih triju tiskovina niske su i na rubu održivosti, a između njihovih redaka, bez obzira na kulturnu orijentaciju, kao i među njihovim čitateljima, proviruje želja da se u Hrvatskoj ponovno afirmiraju novine poput ugašenog *Vjesnika* koji je svim područjima kulturnog života, pa tako i kazalištu i teatrologiji, davao dostojno mjesto i važnost, opširno pišući o odabranim temama koje sad pokrivaju tri specijalizirane novine različitih uređivačkih koncepcija i male naklade.

Dnevne novine – kao najrašireniji medij od navedenih – posebice s obzirom na to da se svakodnevno ažuriraju i njihovi internetski portali koji se znatno više prate od tiskanih izdanja – usredotočene su ponajviše na vijesti i aktualna zbivanja u kazalištu, pri čemu je kazališna rubrika stiješnjena zajedno s ostalim područjima kulture i svakodnevno se bori za svoje pravo na govor. Stoga je ondje moguće pronaći sažete recenzije kazališnih predstava koje u svega nekoliko rečenica nastoje reći o čemu je u predstavi riječ i načelno to obrazložiti, bez ulaženja u posebne odjeljke suradnika na predstavi. Pritom najbolje prolaze dramatičari, redatelji i glumci jer se o njihovom prinosu predstavi najviše i govori, iako često neargumentirano i na razini novinarske dosjetke. Osim toga, u nekim novinama nešto oštrija ili pohvalnija kritika može izazvati čitateljsku podozrivost, kao i nasumične, neredovite vjestice o dodjeli nagrada ili međunarodnim uspjesima nekih privatnih kazališta, neumitno vodeći k pitanju »tko stoji iza toga« i tko je te događaje ovdje učinio vidljivima, a u drugim novinama nevidljivima, iako nisu popraćeni nikakvim komentarom.

U analizi novinskih kazališnih rubrika svakako valja raspodijeliti članke na kazališne kritike (ili možda samo osvrte na premijere), vijesti (o nagradama, priznanjima, najavama i slično) i uvjetno rečeno analitičke tekstove (koji takvi češće žele biti no što im to zapravo uspijeva) što se bave odabranim pitanjima iz kazališne svakodnevice, a omiljene teme su izbori novih kazališnih ravnatelja ili svrgavanja starih, nepravilnosti u dodjeli nagrada ili pitanje punjenja blagajni u onim kazalištima koja ovise

o državnom proračunu. Pritom će posebnu pozornost izazvati izvedbene akcije u najavi premijera ili bilo kakav skandal koji se može medijski »sočno« plasirati, no apsurdno je da o tim istim dramatičarima, redateljima ili glumcima novine gotovo i ne pišu radi izvještavanja o njihovu radu kod kuće ili samo prenose šture agencijske vijesti.

Formirajući tezu da živimo u svijetu u kojem je sve više informacija, a sve manje smisla, Jean Baudrillard postavio je tri hipoteze. Prva je da informacija proizvodi smisao, ali ne uspijeva nadomjestiti nasilan gubitak značenja u svim područjima. Druga je da informacija nema ništa zajedničko sa značenjem podcrtavajući inflaciju informacija i deflaciju smisla. Treća je teza da postoji međuovisnost u onoj mjeri u kojoj informacija izravno razara ili onesposobljava smisao i značenje. U pesimističkoj objecki Baudrillard upozorava da informacija jede vlastite sadržaje, komunikaciju i društveno jer se iscrpljuje u insceniranju komunikacije (što se može usporediti s novinskim rubrikama u kojima se kao ključna riječ, doduše, spominje kazalište, ali se o kazalištu malo i neadekvatno govori), a jak pritisak informacije samo destruiira društveno. Tako samo medij proizvodi događaj, bez obzira na to jesu li sadržaji službeni ili subverzivni. Drugim riječima, budući da se »socijalizacija posvuda mjeri prema izloženosti medijskim porukama, desocijaliziran ili potencijalno asocijalan je onaj koga mediji zanemaruju«. <sup>17</sup> Zato se, primjerice, može dogoditi da se premijera u dubrovačkom kazalištu u većini medija prešuti, vjerojatno uz jednako prešućenu ispriku kako će Dubrovnik dobiti svojih mjesec i pol dana slave u srpnju i kolovožu.

Ipak, hrvatsko kazalište nije izgubilo svoju publiku, a tko želi uložiti malo više truda i vremena, pronaći će i odgovarajuću kazališnu kritiku koja će mu pružiti potrebne informacije i sadržaj. Hrvatsko kazalište još je uvijek živo, nipošto nije asocijalno u kritičnoj mjeri, neke informacije

---

<sup>17</sup> Jean Baudrillard, »Implozija smisla u medijima«, *Simulakrumi i simulacija*, Naklada Društva arhitekata, građevinara i geodeta Karlovac, Karlovac, 2001., str. 114.

doduše implodiraju, no dokle god sestrinske stranice kazališne rubrike budu unutarnja politika i svijet slavnih, nema straha za hrvatski kulturni identitet. Recesiji usprkos.

## LITERATURA

- Batušić, Nikola, *Uvod u teatrologiju*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb, 1991.
- Baudrillard, Jean, *Simulakrumi i simulacija*, Naklada Društva arhitekata, građevinara i geodeta Karlovac, Karlovac, 2001.
- Boko, Jasen, »Suvremeno hrvatsko kazalište u ogledalu medija«, *Kazalište VII/2003.*, br. 13-14, str. 130-133.
- De Marinis, Marco, *Razumijevanje kazališta. Obris nove teatrologije*, AGM, Zagreb, 2006.
- Hrvatski identitet*, Zbornik radova sa znanstvenoga skupa održanog u Palači Matice hrvatske u Zagrebu 7. i 8. svibnja 2009., gl. ur Romana Horvat, Matica hrvatska, Zagreb, 2011.
- Lukić, Darko, *Produkcija i marketing scenskih umjetnosti. Organizacija, planiranje, proizvodnja i marketing u kazalištu*, Hrvatski centar ITI, Zagreb, 2006.
- Lukić, Darko, *Kazalište u svom okruženju. Knjiga 2 – Kazališna intermedijalnost i interkulturalnost*, Leykam international, Zagreb, 2011.
- Nikčević, Sanja, *Kazališna kritika ili neizbježni suputnik*, Leykam international – Umjetnička akademija u Osijeku, Zagreb-Osijek, 2012.
- Senker, Boris, »Još o zadaćama hrvatske teatrologije«, *Teatrološki fragmenti. O suvremenoj hrvatskoj drami i kazalištu*, Disput, Zagreb, 2011., str. 249-268.

## THEATRE CRITICISM AND THEATRE AUDIENCE IN CONTEMPORARY CROATIAN THEATRE

### *Abstract*

Based on the data from several written media (daily newspapers, websites, and weekly culture magazines), the paper studies the relationship between the contemporary Croatian theatre, theatre audience and theatre criticism. Grounding the analysis in contemporary theatre studies and media theories, the paper examines the position of theatre audience and criticism, leading to the conclusion that much-needed analysis of both topics is still missing. The paper underlines the importance of theatre criticism and theatre audience in contemporary Croatian theatre, but also highlights the influence of media in representations of Croatian theatre, sometimes to such a degree that it occasionally closes the communication channel between theatre production and theatre audience, turning to media genres other than theatre criticism.

Key words: contemporary Croatian theatre, criticism, audience, media