

Vitomira Lončar

Publika u kazalištu za djecu

U kazalištu za djecu i mlade upravo je publika važan čimbenik u stvaralaštvu za djecu, a osobito je značajan način na koji se biraju ponuđeni programi koje će ta publika gledati.

Kazalište kao umjetnička disciplina postoji, kažu, *otkad je svijeta i vijeka*, a više od dva-deset i šest stoljeća prošlo je od prvoga velikog uspona kazališta za odraslu publiku, onoga u antičkoj Grčkoj. Kazalište za djecu, pak, nova je disciplina nastala tek u 19. stoljeću, a u Hrvatskoj, organizirano na današnji način, funkcionira od završetka Drugoga svjetskog rata, odnosno od osnutka 2. Jugoslavije.

Sve do utemeljenja Zagrebačkoga pionirskog kazališta (popularnoga PIK-a) i Zagrebačkoga kazališta lutka, osnovanih 1948., predstave za djecu u Hrvatskoj održavale su se

uglavnom prigodno, s iznimkom nekoliko naslova *Dječjega carstva* Tita Strozija.

U razdoblju demokratizacije kulture¹, odnosno omogućavanja svim građanima lakšeg pristupa umjetničkim djelima, logično je bilo da i djeca budu dio te kulturne politike. U svrhu što boljeg organiziranja i povezivanja mlade publike i kulturne ponude (dramskih, opernih, baletnih predstava te koncerata ozbiljne glazbe) osnovana je 1954. godine i *Muzička omladina*².

Pitanje publike/percepcije i u kazalištu za odrasle nije česta tema teatroloških radova, a publika u kazalištu za djecu još je manje zanimljiva stručnoj i široj javnosti. Periodika koja je najduže izlazila u Hrvatskoj, od 1945. do danas, bio je časopis *Prolog*³, ali samo je jedan njegov broj za temu imao *Dječje kazalište*⁴, a tema publike u predstavama za



Foto: osobni arhiv

Vagon prvoga razreda, kazalište Mala scena, 1988. godina.

djecu nije obrađena ni u tom jednom broju. Časopisi *Kazalište*⁵ i *Hrvatsko glumište*⁶ samo sporadično objavljuju članke o kazalištu za djecu i mlade⁷, a pitanje njegove publike nije bilo predmetom zanimanja ni jednoga od objavljenih tekstova. Dakle, u *kazališnom trokutu*: glumac – prostor – publika, u većini su slučajeva temom istraživanja prva dva elementa, a treći je (nepravедno) zane-maren⁸.

U kazalištu za djecu i mlade upravo je publika važan čimbenik u stvaralaštvu za djecu, a osobito je značajan način na koji se biraju ponuđeni programi koje će ta publika gledati.

U ovome radu bavit ćemo se recepcijom kazališta za mladu publiku s dvaju aspekta: prvi je s produkcijskoga stajališta, odnosno, razmotrit ćemo način na koji se u postprodukciji predstave za djecu i mlade plasiraju na tržište, a drugi je način na koji publika kojoj su predstave

namijenjene (ne) dolazi do mogućnosti da ih vidi te razloge zbog kojih se publika u kazalištu drugačije tretira od iste kad su u pitanju mediji.

MOST DO POSREDNJAKA – ILI POSTPRODUKCIJA U KAZALIŠTU ZA MLADU PUBLIKU

Procesi preprodukcije i same produkcije predstave u kazalištu za mladu publiku i onome za odrasle ne razlikuju se: odabir teksta, autorskoga tima, audicije za glumce, vrijeme potrebno za probe, prostor, izrada kostima, scenografije, glazbe, jednom riječju, svih segmenata stvaranja predstave, istovjetan je u umjetničkom, financijskom i tehničko-organizacijskom segmentu. No, da bismo vidjeli razloge zbog kojih u postprodukciji dolazi do značajnih razlika između tih dvaju tipova kazališta, potrebna su nam istraživanja publike/tržišta, a njih u Hrvatskoj nema. Premda podatci o posjećenosti jednoga kazališta ne mo-

gu služiti kao reprezentativan uzorak, mogu pokazati trendove te ćemo u tu svrhu iskoristiti analizu publike koja je posjetila kazalište *Mala scena* iz Zagreba u sezoni 2008./2009. To je kazalište tijekom navedene sezone odigralo 538 izvedaba pred 71.708 gledatelja, od čega ih je u vlastitoj dvorani na Medveščaku odigrano 340 za 36.266 posjetitelja. Od broja publike koja je predstave vidjela u vlastitoj dvorani njih je 27.048, odnosno 74,58% došlo organizirano, a samo 9.218 ili 25,42% došlo je na blagajnu kazališta i kupilo ulaznice za pojedinačni posjet. Već sam ovaj odnos postotaka nameće nam zaključak da je organizirana prodaja (barem u ovom kazalištu za mladu publiku) primarni način prodaje. Kad se tome pridodaju i predstave koje su održane izvan vlastite dvorane, a sve su te izvedbe rezultat organizirane prodaje, tada se odnos mijenja u 82,25 : 14,75% u korist publike koja je došla u kazalište organizirano.

Prema osobnom iskustvu, prodaja predstava za djecu i mlade u europskim zemljama u kojima je kazalište za mladu publiku izrazito razvijeno (Njemačka, Danska, Nizozemska) te u SAD-u i Australiji s kojima kazalište *Mala scena* surađuje i ima iskustva preko gostovanja svojih predstava, također se temelji na organiziranoj prodaji za vrtiče i škole, no autorica ovoga teksta nema brojčanih pokazatelja strukture posjeta publike u tim zemljama.

Dakle, organizirana prodaja kao temeljni način plasmana predstava mladoj publici u odnosu na pojedinačnu prodaju i prodaju putem pretplate, karakteristične za kazalište za odrasle, ima drugačija pravila. (Za razliku od kazališta za odraslu publiku⁹, ni jedno javno gradsko kazalište za djecu i mlade u gradu Zagrebu nema pretplatu¹⁰.)

Promocija predstava za mladu publiku ne usmjerava se prema pojedincu koji će doći na blagajnu i kupiti pojedinačnu ulaznicu, nego prema profesionalnim skupinama – pedagozi/učitelji/nastavnici hrvatskoga jezika, odgajateljice u vrtićima¹¹ – koje odlučuju o programima koje će mladi gledati.

Ovdje smo već došli do drugoga problema o kojemu želimo govoriti u ovome radu, o posrednicima koji odlučuju o tome što će djeca/mladi gledati u kazalištu. No, vratimo se načinima *regrutiranja* publike na predstave za djecu i mlade. Dakle, način oglašavanja u novinama, na radiju, televiziji i internetu kao *klasičan* oblik oglašavanja pred-

stava za odrasle, nije primaran, koristan ni isplativ u plasmanu predstava za djecu. U osobnoj dugogodišnjoj praksi, autorica ovoga teksta najbolje je rezultate u tom segmentu poslala imala organiziranjem takozvane *ogledne* predstave na koju se pozivaju svi suradnici iz obrazovnih ustanova koji odlučuju o izboru predstava koje će djeca gledati. Na toj predstavi čak i autori predstave uz pomoć te (posebno odabrane, zapravo ciljane) publike dobivaju povratnu informaciju o točnom uzrastu kojemu bi predstava mogla biti usmjerena. Naime, ta grupacija publike (pedagozi, odgajatelji) ima mnogo više svakodnevnog iskustva s (osobito mladom) djecom od samih umjetnika. Oni znatno bolje mogu odrediti kojem bi uzrastu predstava najviše odgovarala, odnosno, koji bi uzrast djece imao najviše umjetničke, edukacijske i pedagoške koristi od određenoga programa. Iskustva su i u ovome segmentu različita u odnosu na geografski položaj, veličinu, vrstu i način organizacije obrazovne ustanove. Različiti su kriteriji pedagoga u centru grada, udaljenih od centra ili izvan grada što se može protumačiti većom ponudom različitih sadržaja koje imaju djeca u centru od onih koji žive u manjim mjestima i nemaju svakodnevnu mogućnost gledanja predstava. Ustanove s većim skupinama djece (razredima, vrtičkim grupama) također imaju drugačiju percepciju od onih koji dolaze u manjim skupinama. Osim toga, djeca koja polaze različita usmjerenja (waldorfski, američki, montessori, vjerski, sportski vrtić, na primjer) imaju drugačije poglede na programe koji se nude. Uočene su razlike i u odabiru programa s aspekta pedagoga djece koja polaze državne/javne i onih koji vode privatne ustanove. Dakle, sve je ove elemente potrebno uzeti u obzir, poslušati skupinu publike koja bira programe i prema njihovim viđenjima korigirati usmjerenje programa prema primarnoj ciljnoj skupini.

Na *ogledne* je predstave poželjno pozvati i skupinu djece za koju se pretpostavlja da su primarna ciljna skupina kako bi se čule/vidjele reakcije onih kojima je program namijenjen. Od takve prakse može biti značajne koristi za kazalište koje je radilo predstavu ako je skupina odabrane djece točna ciljna skupina, ali ako se pogriješilo, to može imati potpuno promašen učinak i štetiti budućem plasmanu predstave.

Pojedini pedagozi imaju praksu sa sobom povesti nekoli-

Dakle, organizirana prodaja kao temeljni način plasmana predstava mladoj publici u odnosu na pojedinačnu prodaju i prodaju putem pretplate, karakteristične za kazalište za odrasle, ima drugačija pravila.

za program, odnosno, prema toj odabranoj dječjoj publici potvrđuju ili korigiraju svoj stav. Valja napomenuti kako u Europi vlada trend da se kod postavljanja predstava za djecu u novije vrijeme misli na sve uže ciljne skupine (na primjer, od 8 do 9 godina, od 0 do 2 godine), a ne kako je to bilo u prošlosti kad su se predstave dijelile samo na niži i viši školski uzrast gdje su pritom i vrtička djeca ulazila u skupinu *nižeg školskog uzrasta*.

Dakako, korisno je ako pedagog koji odlučuje za svoju skupinu (razred, nekoliko razreda ili čak cijelu ustanovu) o posjetu kazalištu vidi (pozitivan) napis o predstavi, TV ili radijski prilog ili sličnu najavu koju poveže s ponudom predstavom, osobito u mediju u koji ima povjerenja¹², no to nije presudno za izbor. Osobno iskustvo s predstavom i reakcija prisutne djece na izvedbi, ključni su za odabir programa.

Od svega ovoga moguće je zaključiti da je jednim pozivanjem oko dviju stotina ciljanih predstavnika/pedagoga na *oglednu* predstavu moguće dovesti u kazalište nekoliko desetaka puta više publike od toga pojedinačnog gledatelja. Dakle, investicija troška izvedbe jedne predstave potencijalno dovede na program daleko veći broj publike u usporedbi s jednakom investicijom koja se usmjeri na pojedinca preko uobičajenih kanala kojima se koriste kazališta za odraslu publiku. Treba reći da ta razlika u načinu dovođenja publike između kazališta za djecu i onih za odraslu publiku u Hrvatskoj datira od početka 1990-ih godina kada¹³ su u poduzećima i ostalim privrednim i neprivrednim subjektima, odnosno prestankom socijalizma i dolaskom kapitalizma, prestali postojati animatori kulture/povjerenici za kulturu koji su birali programe za *radne ljude*, a dio cijene ulaznica sufinancirao je sindikat. Nekada se i publika u kazalištima za odrasle dovodila

ko djece za koje (prema najavi kazališta) pretpostavljaju da bi mogli biti najbolja ciljna skupina i prema njihovim reakcijama odlučuju se ili ne odlučuju

organizirano, no danas su jedina organizirana publika u kazalištima za odraslu publiku također djeca: polaznici starijih razreda osnovne škole i srednjoškolci¹⁴.

Dodatan utjecaj ima, kao i u predstavama za odrasle, takozvana *mund reklama*, odnosno, osobno prenošenje dojmova o gledanoj predstavi (pozitivno ili negativno), ali u ovome slučaju kroz horizontalnu odnosno strukovnu liniju. Pedagozi međusobno često komuniciraju (stručni skupovi, seminari, komunikacija u zajedničkim prostorijama obrazovne ustanove) i na taj način šire dobru ili lošu *reklamu* o pojedinom programu te se odlučuju ili ne odlučuju za dovođenje u kazalište skupina djece koja su im povjerena.

Dakle, organizirani posjet kazalištu kao najčešći oblik posjeta kazalištu djece i mladih zahtijeva specifičan način prodaje i promidžbe, a publika, za razliku od one u predstavama za odrasle, uglavnom dolazi u skupinama. Točnije bi bilo reći – dovođena je u skupinama.

Upravo ovaj pasivni glagolski oblik koji smo uporabili u posljednjoj rečenici druga je ključna značajka koja se povezuje s publikom u kazalištu za djecu i mlade.

MOST DO PUBLIKE

Kao što djeca sama ne biraju vrtić u koji će ići, osnovnu, a vrlo često ni srednju školu, kako ne odlučuju sami o mnogim drugim stvarima u svome životu od određene dobi, tako ne odlučuju ni o programima koje će gledati u kazalištu. Umjesto njih odluku o tome donose odrasli: kada odlaze u kazalište s vrtićem ili školom, to su pedagozi, a kada odlaze privatno (na predstave na tzv. *slobodnu prodaju*), onda su to roditelji, ostala rodbina, susjedi, u svakom slučaju, ponovno odrasli.

Kakve to ima posljedice po kazalište za mladu publiku, predstave i samu publiku? Premda su svi navikli da je to – *naprosto tako* i premda se o tome ne razmišlja niti razgovara, takva *samo se po sebi razumije* praksa nije razvarena po kazalište kao umjetničku organizaciju, odnosno kazališnu predstavu kao proizvod, kako se u prvi mah čini.

U kojem su postotku stvaratelj predstava za djecu u Hrvatskoj u procesu rada svjesni toga tko odabire njihove programe i koliko računaju na to, ne znamo, kao što ne znamo utječe li na njihovo autorsko stvaralaštvo činjenica

da odrasli odabiru ono što će djeca gledati jer o tome ne postoje objavljeni radovi. Ono što imamo jest (ponovno) empirija, odnosno, vlastito dugogodišnje iskustvo u kazalištu za djecu i mlade.

Ako u svom radu ne računaju svjesno na odrasle koji dovode publiku u kazalište za djecu, podsvijest je svakako prisutna jer da nije, vjerojatno bi u hrvatskome glumištu bilo više beskompromisnih predstava za djecu i

mlade. A upravo to *podilaženje* odrasloj publici u predstavama za djecu najčešća je *boljka* našega glumišta. Česta je pojava na predstavama za mladu publiku da se igra i ektemporira i u smjeru odrasle publike¹⁵ što pokazuje jasnu namjeru svidanja odrasloj publici bez obzira na to

Kao što djeca sama ne biraju vrtić u koji će ići, osnovno, a vrlo često ni srednju školu, kako ne odlučuju sami o mnogim drugim stvarima u svome životu do određene dobi, tako ne odlučuju ni o programima koje će gledati u kazalištu.

što to može zbuniti djecu i što ona na ponudeni sadržaj ne mogu imati nikakvih asocijacija.

Problem o kojem govorimo nije prisutan jedino na opisan način nego ga je potrebno sagledati i u drugom, obrnutom smjeru: sprječavanju odraslih da djeci omoguće gledanje sadržaja koje bi ona (možda) voljela vidjeti, ali odrasli smatraju da to za djecu nije dobro. Primjer za ovaj slučaj predstava je nastala prema priči Mihaela Endea *Ofelijino kazalište sjena*¹⁶ ostvarena u produkcijskoj suradnji dvaju kazališta: kazališta Virovitica i Mala scena. U predstavi se radi o šaptačici u kazalištu čiji su roditelji bili glumci, dali joj ime Ofelija, ali ona, nažalost, nije bila nadarena za glumački posao pa je, budući da je voljela kazalište i željela živjeti u njemu, postala šaptačica. Kada je kazalište u kojem je radila moralo zatvoriti vrata, Ofelija je ostala bez posla i našla se na cesti. Nije znala što učiniti sa svojim životom, kad su se pojavile sjene/likovi iz predstava kojima je ona cijeloga života pomagala. Sjene su joj odlučile pomoći na način da Ofelija napravi putujuće kazalište, a one će u njemu glumiti. I tako je nastalo *Ofelijino kazalište sjena* koje je putujući naokolo postalo slavno. No, jednoga je dana došlo vrijeme da Ofelija ode s ovoga svijeta, pojavila se velika sjena/smrť koja ju odvela u nebo gdje

su ju dočekale njezine sjene i odvele je u najljepšu kuću na nebu: u kazalište... *Tamo je Ofelija nastavila priređivati predstave sa sjenama za anđele koji u kazalištu uče kako je lijepo i ružno, veselo i tužno biti čovjek i obitavati na zemlji. A kažu da ponekad i sam dragi Bog dođe gledati, ali to sa sigurnošću ne znamo...*¹⁷

Tema je predstave, dakle, smrt. U Njemačkoj ili Danskoj, na primjer, nije rijetko da se o smrti govori u predstavama za djecu ili mlade, a smrt je 1995. godine bila temom festivala kazališta za djecu održanog u Freiburgu, u Njemačkoj. Kod nas su rijetke predstave za djecu koje govore o smrti, premda i njima umiru djevici ili bake, djeca ostaju bez psa, mačke ili nekog drugog kućnog ljubimca te se sa smrću trebaju suočiti u bilo kojoj dobi budući da ona ne bira vrijeme kada će doći. U zemlji koja je u nedavnoj prošlosti prošla rat u kojem je mnogo djece ostalo bez nekoga bliskog, smrt je još češća pojava nego u ostalim krajevima te uzimanje te teme u kazalištu za djecu može donijeti veće koristi i dublju katarzu nego na nekom drugom prostoru. Dakle, predstava kao što je *Ofelijino kazalište sjena* koja na poetski način tretira temu smrti (prelazak iz života u smrt bio je napravljen samo dizanjem zastora od tila) i pritom je kvalitetna¹⁸, trebala bi biti dobrodošla u hrvatskome kazalištu za djecu i mlade. No, to se nije dogodilo upravo zbog problema o kojem govorimo u ovom tekstu. Roditelji i pedagozi bili su oduševljeni predstavom, mnogi su plakali, doživjeli su katarzu jednako kao i djeca s kojom su došli na oglednu predstavu, no, premda je praksa pokazala drugačije, smatrali su da se djeca ne bi trebala čak ni u kazalištu i predstavljeno na poetski način, suočiti sa smrti. Rijetki pedagozi koji su (hrabro) doveli djecu u kazalište svjedočili su odličnoj recepciji učenika/djece iz vrtića i povratne su informacije bile iznad svih naših i njihovih očekivanja, ali većina ih ipak nije htjela *ući u rizik* da djeci u kazalištu ponude temu smrti. I tako je predstava odigrana u Zagrebu u samo nekoliko izvedaba što je, u odnosu na kvalitetu predstave, bilo izuzetno malo. Na žalost, to nije jedini primjer. Paradigma ovoga problema predstava je *Padobranci ili o umjetnosti padanja*¹⁹ koja je najjači hrvatski kazališni izvozni proizvod u kazalištu za djecu. Igrana na svih pet kontinenata, sudjelovala je na tridesetak festivala, i to u najprestižnijim dvoranama na svijetu (Sydney Opera House, Sydney, Australija,

Kennedy Centar, Washington DC, SAD, Ko-enji kazalište u Tokyju i dr.). Predstava je nerazmjerno malo izvedaba odigrala u Hrvatskoj u odnosu na ono koliko je igrala u inozemstvu gdje su neverbalne predstave uobičajenije nego kod nas. Kad djeca dođu u kazalište, oduševse se i temom (gravitacija) i izvedbom u kojoj nema ni jedne riječi, no to se ne događa često jer u Hrvatskoj za tu predstavu publike – nema. U Dječjem vrtiću Jarun ravnateljica gospođa Ljerka Fočić svake godine provodi anketu među odgajateljicama zaposlenima u cijelom vrtiću o kvaliteti predstava koje su djeca posjetila tijekom sezone. Točno 50% odgajateljica odabralo je predstavu *Padobranci ili o umjetnosti padanja* kao apsolutno najbolju predstavu koju su pogledali, a ostalih 50% anketiranih odgajateljica izjasnilo se da je to (također apsolutno) najgora predstava u gradu Zagrebu u tijeku sezone. Ovih prvih 50% svakako je željelo da nova djeca koja su se upisala u vrtić sljedeće sezone pogledaju *Padobranci*, a druga skupina nikako nije željela ponovno doći vidjeti predstavu. Ne treba posebno napominjati da djeca neizmerno uživaju u *Padobrancima* i ona koja imaju priliku, na reprize dolaze s roditeljima po nekoliko puta.

Ova dva primjera odnose se na predstave za vrtiće i niži školski uzrast, a sada ćemo opisati studiju slučaja sličnog problema s predstavom za srednjoškolsku publiku.

Predstava *Zabranjeno za mlade od 16* hrvatsko-njemačkog dramatičara mlade generacije Krista Šagora, premijerno je izvedena u kazalištu *Mala scena* 20. travnja 2007. Bila je namijenjena (kako je to sam autor naveo u tekstu) mladima od 14 godina navije, a bavila se patologijom mladih ljudi s ruba društva koji svoje obiteljske frustracije rješavaju međuvršnjačkim zlostavljanjem. Važan aspekt drame bilo je multikulturno okruženje u kojem žive i mladi u Hrvatskoj. Do zagrebačke premijere predstava je imala više od deset premijera u četiri zemlje Zapadne Europe i nigdje nije izazvala posebne reakcije u smislu u kojem se to dogodilo u Zagrebu.

Predstava zagrebačke *Male scene* u preprodaji je bila rasprodana za deset svibanjskih izvedbi učenicima srednjih škola, i to organizirano, putem pedagoga koji su se, zadovoljni praizvedbom *Slijepice ulice* autorice Gordane Ostović koja je imala istu ciljnu skupinu i bavila se sličnim problemima, odlučili ponuditi svojim učenicima još jedan

naslov za mlade u sezoni 2006./2007.

Nakon premijere predstave novinar jednoga dnevnog lista odlučio je, umjesto kritike, od predstave napraviti slučaj/skandal proglašavajući ju, zbog lažnog žensko-ženskog poljupca na sceni, predstavom koja promiče homoseksualnost. Taj je tekst (stavljen i na naslovnicu istoga lista) svojim senzacionalističkim pisanjem potaknuo da se oglašiši i pravobraniteljica za djecu i mlade RH (premda predstavi nije gledala) i rezultirao je otkazivanjem svih organiziranih skupina koje su namjeravale doći u kazalište. Već drugoga dana nakon objavljenog članka kazalište *Mala scena* javno je pozvalo na predstavu mlade da se sami uvjere kako je prezentacija predstave u novinama bila pogriješna i promašena. Nakon izvedbe organiziran je okrugli stol o viđenom na koji su pozvani novinari, pedagozi, ljudi koji se bave problemima mladih i opći je zaključak bio da u predstavi nema ničega što bi upućivalo da je *Mala scena* iznenada postala *gay friendly* kazalište te da inkriminirani poljubac nije temom predstave već su to puno dublji problemi koji su dijelom života mladih danas. No, nepopravljiva je šteta već bila učinjena i pedagozi se u takvom ozračju nisu usudili skupno dovesti mlade u kazalište kako bi ih potakli na razmišljanje o njima samima i svijetu koji ih svakodnevno okružuje. Budući da mlada publika nema običaj odlaziti samostalno na blagajnu kazališta kupiti ulaznice za predstavu nego je navikla da za njih netko drugi bira programe i osobno im donese unaprijed kupljene ulaznice, predstava je uspjela odigrati samo 19 izvedaba tijekom sljedećih nekoliko mjeseci i skinuta je s repertoara. Sve troje mladih glumaca²⁰ nominirano je za Nagradu hrvatskoga glumišta za najbolje mlade glumce (glumica Lana Gojak tu je nagradu za ulogu Nere u predstavi *Zabranjeno za mlade od 16* i dobila 2007. godine), ali bez podrške pedagoga koji biraju programe za mladu publiku, predstava nije imala šanse za opstanak.

Zanimljivo je da je osjetljivost odraslih prema onome što djeca i mladi gledaju puno veća u kazalištu nego u medijima, osobito na televiziji i filmu. Sve do 23 sata teško je pronaći na televiziji ijedan program koji bi imao oznaku da je zabranjeno mladima od 14 godina (ako oznaka postoji, tada je to najviše da je zabranjeno za mlade od 12). Predstava *Male scene* imala je oznaku zabrane za mlade

od 14 godina (što se i provjeravalo na blagajni kazališta i na to su upozoravali pedagozi i roditelji), a žensko-ženski, i to glumljeni, poljubac svakodnevno se može vidjeti u medijima široko dostupnima djeci i mladima daleko ispod te dobne granice. No, takvu scenu vidjeti na televiziji ne bi bilo ništa zastrašujuće, skaredno i razlogom uzbunjivanja pravobraniteljice za djecu i mlade, dok je u kazalištu žensko-ženski poljubac – skandal.

Ovdje se postavlja pitanje kriterija odraslih koji biraju programe i zbog čega se na kazališnu ponudu gleda drugačije nego na bilo što drugo ponudeno u medijima. Kazalište je očito ostalo nešto kao *čuvarom starih vrijednosti* pa istu djecu i mlade ljude drugačije tretiramo kad su oni publika u kazalištu nego kad su publika koja gleda televiziju, film ili čita novine. U kazalištu ih tretiramo kao da su bića izdvojena iz vremena i prostora u kojem žive.

Vratimo se sada početku ovoga teksta.

PIK je bio ustanova osnovana s ciljem igranja predstava za djecu koja će okupljati u svom *krilu što veći broj djece i da, služeći se svim oblicima kazališnog rada, djeluje odgojno isto toliko u moralnom i političkom smislu koliko i u estetskom smislu*²¹. Dakle, kazalište za djecu je, osim dječjeg stvaralaštva, bilo i mjesto ideološkog indoktriniranja mlade publike, kako je to egzaktno navela Božena Begović. Iz tog je razloga ta vrsta kazališta uvijek bila pod posebnim povećalom: mladima je trebalo ponuditi programe koji će u njima jačati paradigmu trenutne političke ideje s ciljem stvaranja novih podobnih naraštaja. Dok se u Zapadnoj Europi razvijalo kritičko kazalište za mladu publiku, u Istočnoj su se igrale raskošne bajke i priče iz davnina kako djeca i mladi u kazalištu ne bi razmišljali o svijetu u kojem žive. Ostaci toga stava i danas su snažno prisutni na našim prostorima i prepreka su razvijanju suvremenoga kazališta za mlade.

I na kraju, nije nevažno za temu kojom se bavi ovaj tekst to da je povjerenje roditelja i pedagoga u sadržaj koji se nudi publici veće što je dijete mlade. Kako djeca rastu, tako im se nude sadržaji koji sve manje imaju veze sa svijetom u kojem živimo ne bi li ih se što duže zadržalo u *svijetu bajki*. Odrasli, naime, uporno i čvrsto vjeruju da točno znaju što djeci treba nuditi u kazalištu, a što ne, i to je jednim od razloga zbog čega je kazalište za djecu i mlade u Hrvatskoj prepuno kompromisa i nesklono eksperimentu.

ZAKLJUČAK

Kazalište za mladu publiku doživjelo je u Hrvatskoj svoj procvat sredinom 20. stoljeća i osnivanjem nekoliko institucionalnih kazališta te su djeca tek od tog vremena postala publika na koju se ozbiljno računa. Za razliku od kazališta za odrasle, kazalište za djecu i mlade uglavnom računava na organizirani posjet, a manjim svojim dijelom na pojedinačne dolaske na kazališnu blagajnu. Premda u Hrvatskoj ne postoje istraživanja tržišta u kazalištu, pa tako ni ona za publiku u kazalištima za djecu i mlade, iskustva u pojedinim kazališnim organizacijama u Hrvatskoj i inozemstvu govore u prilog toj tezi. Organizirani način dolaska publike u kazalište zahtijeva druge i drugačije načine marketinga i prodaje nego što je to u kazalištima za odrasle i uobičajeni kanali oglašavanja (novine, televizija, radio, internet) ne donose očekivane rezultate. Usmjeravanje i ciljanje aktivnosti na posrednike u dolasku do publike glavna je i najpoželjnija orijentacija kazališta za djecu i mlade.

Sukladno tome, djeca i mladi jedina su publika koja ne odlučuje sama o izboru programa/predstava koje će gledati nego za njih to čine odrasli (roditelji, rodbina ili pedagozi) te je njihova posrednička uloga vrlo zahtjevna i odgovorna. Sama ta činjenica da se do publike dolazi preko posrednika potencijalno utječe i na autore predstava i može dovesti do kompromisa u kazalištima za djecu, odnosno do smanjenja kvalitete same kazališne predstave. Moguće je da odrasli odaberu predstavu koja se njima sviđa, a za ciljanu publiku nije najprikladnija; moguće je također da odrasli ne prepoznaju sadržaje koji bi djeci i mladima bili zanimljiviji pa čak i potrebniji.

Upravo zbog organiziranog *regrutiranja* publike u kazališta za djecu i mlade odgovornost stvaratelja u kazalištu za mladu publiku i posrednika koji biraju programe veća je od one u kazalištu za odrasle.

A stvar je kulturne politike želi li kod djece i mladih poticati kritičnost i razvoj djeteta kao ličnosti koja će imati svoj stav o svijetu oko sebe ili će pokušati *uspavljivati* publiku repertoarima zaostalima iz prošlih stoljeća.



Kazalište u autobusu kazališta Mala scena 1996. godine.

- 1 1950. – 1970.
- 2 današnja Hrvatska glazbena mladež
- 3 Prvi je broj izašao 1968. godine.
- 4 broj 31. iz 1977. godine
- 5 Prvi je broj izašao 2000. godine.
- 6 Prvi je broj izašao 1998. godine pod imenom *Glumište*.
- 7 Uglavnom su to izvješća o festivalima za djecu i mlade.
- 8 Autorica ovoga teksta sa sličnim se problemima, nedostatkom teoretske podloge, susrela u pisanju rada *Kazalište za djecu i mlade (1950 – 2007)* objavljenim u časopisu *Kazalište* 33/34 (2008) HC ITI, Zagreb
- 9 Kazalište Komedija, Gavella, Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu, SK Kerempuh
- 10 Uvid u webne stranice Zagrebačkoga kazališta lutaka, Kazališta Trešnjava, Zagrebačkoga kazališta mladih i kazališta Žar ptica na dan 6. rujna 2009.
- 11 U daljnjem tekstu – pedagozi.
- 12 Prema osobnim kontaktima, to su češće *Školske novine i Glas koncila* od dnevnoga tiska.

- 13 tadašnjim organizacijama udruženoga rada
- 14 Vjerojatno postoje izuzetci i u ovom segmentu, no budući da ne postoje objavljene statistike o broju organizirane publike u kazalištima za odrasle, nije moguće utvrditi o kojemu je broju riječ.
- 15 Primjer je predstava ZKL-a *Vuk i sedam kozlića*, scena u kojoj se pjeva pjesma *Mujo kuje* koja ništa ne može značiti djeci vrtića i nižeg školskog uzrasta za koji je predstava rađena.
- 16 Premijerno je izvedena 23. rujna 2000. godine u kazalištu Mala scena.
- 17 Prijevod: Maja Oršić-Magdić
- 18 Predstava *Ofelijino kazališta sjena* nominirana je za Nagradu hrvatskoga glumišta za najbolju predstavu za djecu i mlade 2001. godine.
- 19 Predstava je premijerno izvedena 15. ožujka 2006. u Bologni, Italija
- 20 Csilla Barath Bastaić, Lana Gojak i Luka Petrušić
- 21 Begović, B. Iz knjižice: *Petnaest godina Zagrebačkog pionirskog kazališta*