

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U
OSIJEKU DOKTORSKA ŠKOLA

Poslijediplomski interdisciplinarni studij Kulturologija
Kultura, umjetnost i književnost u europskom kontekstu

Lidija Ivanda

**ODRŽIVOST I RAZVOJ PUBLIKE KROZ
JAVNO-PRIVATNE SURADNIČKE
PROJEKTE**

Studija slučaja – predstava *Kad svijeće dogore*

Doktorski rad

Osijek, 2026.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U
OSIJEKU DOKTORSKA ŠKOLA

Poslijediplomski interdisciplinarni studij Kulturologija
Kultura, umjetnost i književnost u europskom kontekstu

Lidija Ivanda

**ODRŽIVOST I RAZVOJ PUBLIKE KROZ
JAVNO-PRIVATNE SURADNIČKE
PROJEKTE**

Studija slučaja – predstava *Kad svijeće dogore*

Doktorski rad

Osijek, 2026.

JOSIP JURAJ STROSSMAYER UNIVERSITY OF OSIJEK
POSTGRADUATE UNIVERSITY DOCTORAL SCHOOL

Postgraduate Interdisciplinary University Study Kulturology
Culture, Art and Literature in the European Context

Lidija Ivanda

**AUDIENCE SUSTAINABILITY AND
DEVELOPMENT THROUGH PUBLIC-
PRIVATE COLLABORATIVE PROJECTS**

Case study – the play *Embers*

Doctoral thesis

Osijek, 2026.

Mentor: Prof. dr. sc. Darko Lukić, neovisni istraživač

Mentor: Darko Lukić, PhD, independent researcher

ZAHVALA

Svoj doktorandski put, prepun izazova, pokojeg posrtaja i s pregrštom radosti, ne bih privela kraju bez ogromne podrške na svakome koraku i sa svih strana. Stoga prvo zahvaljujem svome mentoru, prof. dr. sc. Darku Lukiću, koji me, bez obzira na sva svoja znanja i vještine, akademska i druga postignuća, prijateljski, kolegijalno i s puno empatije bodrio i usmjeravao. Hvala na svim knjigama, člancima, preporukama, razgovorima... na svakome posvećenom trenutku.

Zahvaljujem profesoricama i profesorima Doktorske škole čiji me afirmativni duh prati još od prvog, uvodnog predavanja.

Bez susretljivosti glumaca, autora i cijelog tima suradnika Erata ne bih mogla realizirati ni jednu ideju, zato zahvaljujem svojoj kazališnoj obitelji i kolegama, a osobito onima koji su na bilo koji način pripomogli u nastanku ovoga rada.

Predstava Kad svijeće dogore zbilja je poseban slučaj, zato veliko hvala Siniši, Zrinki, Grgi i Ivi, Slavici, Sanji i Milanu; sigurna sam da će vaš plamen još dugo trajati i nadam se još koji put i mene osvijetliti.

Hvala mojim prijateljicama i prijateljima, partneru i prisvojenim članovima obitelji, mojim listovima djeteline – bez vas je produkcija i na profesionalnome i na privatnom polju nezamisliva (svi redom znate na koga mislim).

Mojim roditeljima, sestri i bratu neizmjereno sam zahvalna na bezuvjetnoj ljubavi i podršci.

I na kraju, ovaj rad posvećujem mojim najmilijima: Niki Anđeli, Lovri Arthuru i Branku.

SAŽETAK

Pojam razvoja publike dosta se često apostrofira u svim kulturnim politikama, strategijama i natječajima, a zapravo ne postoji jasna odrednica o tomu što razvoj publike doista podrazumijeva. Kroz povijest su se načini odnosa s publikom uglavnom temeljili na različitim načinima povećanja broja gledatelja, bez ozbiljnog promišljanja tko ta publika zapravo jest i koje su njene potrebe i očekivanja. Većina teoretičara slaže se u tvrdnji da je pitanje (razvoja) publike vrlo kompleksno pitanje koje zahtijeva interdisciplinarni pristup i koje pretpostavlja sustavne i planirane procese, inventivne i inovativne alate, participativne kulturne politike i u svakom slučaju raznolik spektar poimanja publika kao neizostavnih i važnih dionika kulture. Zadnjih desetljeća se pristup publici mijenja i najčešće se procesi razvoja publike dijele u četiri segmenta: kulturnu inkluziju, prošireni marketing, odgoj ukusa i edukaciju. Prema dostupnoj literaturi i objavljenim istraživanjima, nezavisna je scena najranjivija i najpodložnija socio-ekonomskim mijenama, ali se i najbrže prilagođava novonastalom okruženju. Javna kazališta u višestruko su povoljnijoj poziciji održivosti jer imaju sigurne i kontinuirane izvore financiranja za redovito poslovanje te određenu percepciju u javnosti, ali nerijetko su opterećena nepotrebnim administrativnim protokolima. Razvoj publike u svim segmentima primarni je cilj svakog aktera u kulturi, a jedan od načina su javno-privatni suradnički projekti. Ovaj rad će, kroz studiju slučaja na predstavi *Kad svijeće dogore*, pokušati identificirati ključne parametre javno-privatne kazališne produkcije, potaknuti šira i sveobuhvatnija istraživanja publike te vrednovati funkcionalne značajke za razvoj publike.

Ključne riječi: publika; razvoj publike; kazalište; javno-privatna suradnja; nezavisna produkcija

ABSTRACT

The concept of audience development - shaping viewing patterns, attitudes, and tastes - has been a recurring theme in cultural policies, strategies, and competitions. Yet, the precise meaning of this concept often remains elusive. Historically, engagement with audiences has largely centered on increasing attendance figures, frequently at the expense of deeper reflection on the nature of the audience and their genuine needs and expectations. Scholars largely concur that fostering the development of audience attitudes and viewing habits is an intricate, multifaceted endeavor requiring an interdisciplinary approach. Such development necessitates systematic, planned processes, innovative methodologies, participatory cultural policies, and a broad recognition of spectators as essential and active contributors to culture.

In recent decades, attitudes toward audiences have shifted, with their attitudes and viewing patterns now commonly examined through four principal lenses: inclusivity, marketing enhancement, taste refinement, and education. Based on available literature and research, the independent scene is particularly vulnerable to socio-economic fluctuations, yet it also demonstrates the greatest adaptability to change. In contrast, publicly funded theatres benefit from stable, ongoing support and established public perceptions, though they are often encumbered by bureaucratic constraints. Regardless of context, cultural professionals share a primary concern: nurturing the audiences development. One effective strategy involves public-private collaborative projects.

This dissertation centers on the theatrical production *Embers* as a case study to examine and identify the core parameters of joint public-private theatre productions. The aim is to initiate a broader, more comprehensive exploration of spectatorship and to highlight those factors that play a pivotal role in audience development.

Keywords: audience; audience development; theatre; public - private collaboration; independent scene

SADRŽAJ

1. Uvod	1
2. Metodološki okvir.....	5
3. Metodologija istraživanja	8
4. Uvođenje pojmova.....	10
5. Publika u okruženju	17
6. Razvoj publike – polazna određenja.....	27
7. Izdvojena dosadašnja istraživanja	31
8. O produkciji i distribuciji predstave Kad svijeće dogore – studija slučaja	39
Slika 1. - Vizual predstave Kad svijeće dogore.....	40
9. Empirijska istraživanja	41
9.1. SWOT analiza – identifikacija vlastitih iskustava Teatra Erato	41
9.2. Istraživanje i identifikacija iskustava autorske i izvođačke ekipe.....	47
9.3. Istraživanje nezavisne mreže.....	56
9.4. Dubinski intervjui.....	59
9.5. Istraživanja publika	65
10. Rasprava o rezultatima istraživanja.....	78
Zaključak	97
Literatura	102
Popis tablica.....	111
Popis slika.....	112
Prilog 1 - Praktični vodič za istraživače početnike.....	113
Prilog 2 - Pitanja za autorsku i izvođačku ekipu predstave Kad svijeće dogore	114
Prilog 3 - Istraživanje unutar neovisne mreže	115
Prilog 4 - Anketni upitnik za istraživanje uz izvedbu predstave Kad svijeće dogore	124

Prilog 5 - HNK - drama, podaci o broju gostovanja 2021-2024	126
Prilog 6 - Istraživanje među publikom Koncertnog čitanja u KIC-u	127
Prilog 7 - Dubinski intervjui	137
Prilog 8 - istraživanje unutar grupe studenata	167
Životopis autorice	177

1. Uvod

... 'publika'. Što je to zapravo? ... Kada je riječ o publici, doznajemo li više o publici ili o onima koji o njoj govore? (Goran Tomka)

Pozornost usmjerena na publiku najranije se javlja u agendi britanske kulturne politike tijekom devetnaestog stoljeća, s ciljem da se poveća pristup kulturnim sadržajima (u Pearson 1982., Taylor 1994. prema Kawashima 2000: 6). U povijesti se uloga umjetnika, kazališta i predstave, kao i položaj publike te njezin odnos spram prethodno navedenog mijenjao. Iako kazalište više nikad nije vratilo važan status koji je uživalo u staroj Grčkoj, njegovo postojanje ostalo je ovisno o ekonomskim, političkim i društvenim strukturama. Opstanak kazališta ekonomski je povezan s voljom publike, ne samo s onima koji bi platili ulaznicu i gledali predstavu, već sve više s voljom onih koji odobravaju državne, korporativne ili druge subvencije (Bennett 1997: 4). Usporedno s promjenama naravi publike mijenjao se i kulturni status kazališnog događanja. No, neki pojmovi i obrasci se ponavljaju bez obzira je li odlazak u kazalište pomodni hit, poput nekad popularnih balova (Banović 2013: 33-34) ili, u novije vrijeme prosinačkih prigodnih izvedbi, pa su kazališta puna (i, ne manje važno, kazališne blagajne također), ili se pak poseže za krilaticom "kriza publike" kad god kulturni akteri (i politike) pravodobno i adekvatno ne reagiraju na promijenjene odnose između publike i okruženja (Lukić i Gigović u Petranović, ur. 2025: 558).

Istraživanje kazališnih publika u nas tek je posljednjih nekoliko desetljeća predmetom različitih teatrololoških promišljanja, pri čemu se ne razlikujemo od ostatka Europe. "Osim što je kratkoga vijeka, istraživanje publika izrazito je raznorodna pojava, smještena središnje ili rubno u različite znanstvene discipline i područja, i po svojoj naravi, zato, nužno i neizbježno transdisciplinarno." (Lukić 2010: 228).

Kultura općenito, a nezavisna kazališna scena, na čijem se djelovanju ovaj rad u praktičnom istraživanju temelji, najfragilnija je i prva na udaru bilo kakvih društvenih i ekonomskih mijena (Primorac 2021: 226-227), ali je istodobno generator pozitivnih društvenih i kulturnih promjena. Novi izazovi, uzrokovani pandemijom i potresom, "naslonili su se na već vidljivu ranjivost kulturnog sektora, što je već dulje, i prije pandemije, bila tema lokalnih, nacionalnih i

međunarodnih rasprava o značenju, ulozi, poziciji, shvaćanju i načinima funkcioniranja kulture i kulturnog sektora.” (Vidović, ur. 2021: 10). Što razvoj publike (za nezavisnu scenu) znači? Je li to brojčano povećanje gledatelja u kazalištu? Je li to produbljivanje interesa postojeće publike? Je li to odgoj mladih i razvijanje kreativnih sposobnosti? Je li to prilagodba klasične umjetnosti (kojoj pripada i živa kazališna izvedba) modernoj tehnologiji, digitalnom dobu, milenijskoj generaciji ili kako god suvremeno društvo i okruženje označavali? Znači li razvoj publike neki oblik njezinog (ili njezinih) uključivanja u kreiranje, organizaciju ili izvedbu kulturnog sadržaja te u kojoj mjeri, a da ne ugrožava autorsku i kreativnu slobodu umjetnika? Ili razvoj publike podrazumijeva sve navedeno i još mnogo toga što treba otkriti?

Ovaj rad, u teorijskom istraživanju i prvim poglavljima, razmatra različite pojmove i pristupe *publici* i *razvoju publike* te daje kratak pregled uvođenja tih pojmova u razmatranja raznih kazališnih teoretičara, teatrologa i kazališnih umjetnika, a slijedom toga i neke moguće klasifikacije publike i segmente razvoja publike. Daje pregled nekoliko inozemnih istraživanja te povezuje prikupljene podatke i iskustva s ciljem objektivnog sagledavanja stvarnosti (u praksi) i identifikacije mogućih smjernica daljnjeg razvoja publike i održivosti nezavisne kazališne scene, osobito u uvjetima pandemije i ograničavajućih izvedbenih i drugih uvjeta rada.

Cilj istraživanja je utvrditi postojanje temeljnih sličnosti i razlika u poimanju kreativnih i umjetničkih ciljeva te načina rada unutar suradničkih projekata javno-privatnog kazališta.

Hipoteze:

- javno-privatna suradnja doprinosi razvoju, jačanju kapaciteta i konkurentnosti
- nezavisna kazališta imaju veću kreativnu slobodu od javnih;
- javna su kazališta u produkcijskoj i organizacijskoj prednosti u odnosu na nezavisnu scenu;
- nezavisna su kazališta u nepovoljnijoj poziciji prilikom pregovaranja i odlučivanja;
- javno-privatna suradnja pridonosi povećanju vidljivosti kazališta i razvoju publike.

Projektni ciljevi istraživanja na temelju produkcije i distribucije predstave *Kad svijeće dogore*, nastale u koprodukciji Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu (dalje u tekstu: HNK) i nezavisne Umjetničke organizacije Teatar Erato (dalje u tekstu: Erato), razvrstani su u nekoliko segmenata.

Polazno istraživanje odnosi se na motive publike za dolazak na predstavu na studiji slučaja predstave *Kad svijeće dogore*. Istraživanje je usmjereno na motive uzorkovane publike, povezujući ih s obrascima pristupa koje predlažu teoretičari. Putem anketnih upitnika pokušava se doći do odgovora što je najvažniji razlog konzumaciji kazališnog kulturnog sadržaja. Je li to mjesto izvedbe, društvo, preporuka, izvođači i autorski tim ili nešto drugo?

Drugi segment istraživanja odnosi se na sukreatore kazališne predstave, a cilj je identifikacija osnovnih sličnosti i razlika u poimanju estetskih, kreativnih, izvođačkih i umjetničkih ciljeva u produkciji unutar javnog kazališta ili u produkciji na nezavisnoj sceni. Istraživanje se provodi upitnikom na tri skupine ispitanika: zaposlenici HNK angažirani na funkcijama unutar matične kuće, glumci – djelatnici HNK koje je angažirao Erato, vanjski suradnici projekta koje je također angažirao Erato.

Paralelno s ovim segmentom provodi se istraživanje, također putem upitnika, s predstavnicima registriranih nezavisnih kazališta uključenih u Mrežu nezavisnih kazališta Republike Hrvatske. Analizom dobivenih podataka utvrdit će se učestalost javno-privatnih kazališnih koprodukcija, osobito između nacionalnih i nezavisnih kuća, detektirat će se prednosti i nedostaci suradnje i usporediti s konkretnom studijom slučaja.

Završno istraživanje provodi se dubinskim intervjuima s fokus grupom nezavisnih kazališta, a ciljevi su provjeriti koliko su i na koji način nezavisna kazališta usmjerena na razvoj publike, odnosno detektirati najvažnije značajke odnosa nezavisnog kazališta i okruženja u kojem djeluje, što uključuje i komunikaciju s publikama.

Projekt (*Kad svijeće dogore*) uključuje: pripremu, produkciju i javnu prezentaciju – distribuciju predstave, istraživanje i reakcije sudionika i publike te evaluaciju. Vremenski plan projektnog istraživanja: siječanj 2021. – prosinac 2021. godine.

Ciljevi istraživačkog projekta su i diseminacija i razvoj publika te suradničkih praksi, a kroz javnu distribuciju predstave, nove projekte Erata s javnim kazalištima te edukaciju i razvoj publike u interakciji s autorima i izvođačima kazališnog umjetničkog djela.

Očekivani umjetnički i znanstveni doprinos predloženog rada su:

- identificiranje ključnih parametara javno-civilnog partnerstva, odnosno koprodukcija nezavisne scene s javnim institucijama
- poticanje i diseminacija sličnih suradničkih projekata,

- vrednovanje funkcionalnih značajki za razvoj publike, osobito na nezavisnoj sceni te
- definiranje optimalnog modela suradnje temeljenog na znanju i stečenom iskustvu.

U raspravi će se interpretirati zabilježena iskustva, usporediti s teorijskim smjernicama i kulturnim politikama te pokušati artikulirati primjenjive zaključke na buduće kreativno djelovanje.

2. Metodološki okvir

Istraživanje uvijek zahtijeva određeni stupanj redukcije, generalizacije, kategorizacije, imenovanja i prioritizacije fenomena, što znači da nehotice vrši nasilje nad bogatstvom i raznolikošću stvarnosti iz koje izdvaja svoje fenomene. Kada se rezultati vrate u svijet, način na koji su predstavljeni odlučuje koliko će to čitanje odgovarati potencijalnom bogatstvu i raznolikosti stvarnosti kojoj pripadaju. (Juha Varto)

Samostalno se upustiti u istraživanje razvoja publike samo je po sebi izazov, osobito zato što je istraživačica direktno involvirana u proces stvaranja proizvoda za publiku i svjesna kompleksnosti pojma istraživanja pa time i potrebe sustavnijeg, multidisciplinarnog pristupa istraživanju te duljeg perioda za potpuniju i sveobuhvatniju analizu odnosno relevantnost prikupljenih podataka.

Ovom se istraživanju pristupilo dvojako – teorijsko istraživanje kulturnih politika i strategija usmjerenih na razvoj publike te praktično istraživanje među akterima stvaranja i uživanja, odnosno konzumiranja kulturnih sadržaja. Kao osnovni metodološki okvir nametnulo se ispitivanje i promatranje pojmova s pozicije nezavisne scene, gdje se uz osobne kompetencije i iskustvo više aktera razmatrala mogućnost održivosti i razvoja publike, osobito u specifičnim i kriznim uvjetima pandemije. Pri tome se nastojao zadržati akademski pristup oblikovanju pitanja i ideja razmatranja, kako u teorijskom istraživanju, tako i u praktičnoj provedbi, te objektivnost u analizi prikupljenih podataka kao i opisu iskustava.

Za osnovno razmatranje i akademsko oblikovanje ideja istraživanja poslužio je *Praktični vodič za istraživače početnike* autora Dawsona R. Hanckoka, Boba Algozzinea i Jaea Hoona Lima (2021, vidjeti Prilog 1) te su oblikovana početna pitanja i ideje razmatranja.

Za početno pitanje – *što se želi proučiti* – nametnula su se sljedeća praktična i teorijska pitanja: Može li i kako nezavisno kazalište utjecati na razvoj publike?, Može li nezavisno kazalište opstati s dramskim repertoarom (osobito u uvjetima pandemije ili drugim kriznim situacijama i uvjetima)?, Koje su i kakve prednosti samostalne produkcije u odnosu na javno-privatno partnerstvo?, Koje su smjernice za daljnji razvoj (programa, repertoara, publike, suradnji)?

Kao odgovor na pitanje *zašto je to važno za proučavanje odnosno određivanje poznatih znanja* javlja se prvenstveno nedostatak sustavnijih istraživanja publika u RH, a zatim nedostatak kvalitativnih pokazatelja u dosadašnjim isključivo statističkim, odnosno kvantitativnim istraživanjima. Postojeća su istraživanja u Republici Hrvatskoj (dalje u tekstu RH) većinom usmjerena na brojčane pokazatelje poput broja izvedbi, žanra, broj gledatelja i sl. Takav, statistički ili brojčani prikaz vrlo je jednostran, odnosno ne daje potpune informacije o tomu tko je (sa svim osobnostima, navikama i preferencijama) naša sadašnja ili buduća kazališna publika. “Mjerenje učinaka i rezultata vodi prema birokratizaciji. Da bi bili iskoristivi, podatci se moraju prikupljati duže razdoblje. Sustavi su prikupljanja, uređivanja i bilježenja nužni, no oni često imaju tendenciju postati rigidni, dok je sama kultura fluidna” (Holden 2016: 19).

Stoga je namjera ovog istraživanja potaknuti dublje i sveobuhvatnije interdisciplinarno istraživanje kulture, ne samo kazališta, te potaknuti druge sudionike u kulturi (osobito nezavisne kazališne scene) na razmjeni iskustava, umrežavanje, istraživanje i stvaranje novih ideja u pristupu samom pojmu razvoja publike kako bi se dokazala potreba drukčije evaluacije i valorizacije umjetničke (kazališne) produkcije.

U odabiru *načina proučavanja (dizajna istraživanja)*, a s obzirom na prethodno navedeno i uz ograničene resurse za istraživanje (vremenske, financijske i suradničke), nametnulo se sljedeće: usporedba dobrih praksi istraživanja u inozemstvu, istraživanje dostupne literature te sažimanje vlastitih i prikupljenih iskustava u nezavisnoj kazališnoj mreži u RH intervjuima, anketama i opservacijama u fokus grupama.

U vodiču slijedi pitanje *kako najbolje analizirati ili interpretirati prikupljene informacije (sumiranje i interpretiranje informacija)*. Kako je već ranije spomenuto, istraživanje razvoja publike, osobito na nezavisnoj kazališnoj sceni, zahtijeva puno stručniji i svakako interdisciplinarni pristup u duljem periodu. Služeći se dostupnom literaturom i sličnim istraživanjima u inozemstvu, u ovom će se radu interpretirati rezultati i sumirati prikupljeni podatci sukladno poziciji istraživača, odnosno autorice rada, s namjerom da se u što većoj mjeri izostavi subjektivno iskustvo i involviranost te da autor bude što objektivniji kako bi se ostvarili ciljevi i doprinosi istraživanja.

Osim što će rezultati biti objavljeni u okviru znanstvenog rada, tj. doktorske disertacije, istraživanje će biti dostavljeno na uvid zainteresiranim sudionicima nezavisne i javne kazališne i kulturne scene te će biti dostupno na mrežnim stranicama *Teatra Erato*, nezavisnog kazališta kojemu je umjetnička voditeljica upravo autorica ovoga rada. Nadalje, ovo je istraživanje potaknulo suradnju Kluba studenata psihologije PSIHOMEA i *Teatra Erato* na dubljem istraživanju pa se diseminacija očekuje i u tome smjeru.

U konačnici, izvedba predstave, koja je javni, dostupni dio projekta umjetničkog istraživanja, nije odvojeni proces: predstava se u istraživanje iznova vraća, održava ga, propituje, njeguje, a moguće i ugrožava. Javni dio umjetničkog istraživanja je *ultimativni dvosjekli mač*: on hrani tjeskobu neuspjeha, bol kritike i tako dalje, ali je i platforma gdje se produkcijske i produktivne dvojbe i odluke te uvjeti rada mogu ispitati, mijenjati, aktualizirati (usp. Hannula, Suoranta i Vaden 2010: 33-34).

Verifikacija odnosno potvrda zaključaka može se realizirati na tri načina: zaključcima koji su vezani uz izvedbu predstave (studiju slučaja) *Kad svijeeće dogore* i mogu se dokumentirati i brojčano potvrditi (broj izvedbi, festivali, nagrade itd.), zatim zaključcima koji su dostupni u nekim objavljenim istraživanjima ili izvješćima Državnog zavoda za statistiku te, na kraju, zaključcima koji se mogu izvući iz analiza prikupljenih podataka u intervjuima, anketama i upitnicima.

Dakle, ideja je da ovo istraživanje bude *temeljeno na praksi* ili *vođeno praksom*, osobito kao *istraživanje provedeno u procesu stvaranja umjetničkog djela* ili *istraživanje koje je dokumentiranje, teoretiziranje i kontekstualizacija umjetničkog djela – i procesa njegove izrade – od strane njegova stvaratelja* (usp. Smith i Dean 2009: 2-3) te tako pokaže da kreativna praksa može biti značajna poveznica između znanosti i umjetnosti, odnosno da može pridonijeti povezivanju znanstvenih i akademskih istraživanja s umjetnosti.

3. Metodologija istraživanja

Kazalište je društveni fenomen *par excellence* i kao takvo, uz kvantitativna sociološka istraživanja, zahtijeva i kvalitativno ispitivanje subjektivnih iskustava svih aktera uključenih u produkciju predstave, uključujući i publike, i mješovitu metodologiju studije slučaja (Brgles 2020: 22).

Osim usporedbe dostupnih teoretskih spoznaja i objavljenih rezultata različitih dosadašnjih istraživanja, istraživanje provedeno u okviru ovoga rada kombinacija je *kvantitativnog* i *kvalitativnog* istraživanja, jer su ispitanici odgovarali s obzirom na društveni kontekst, trenutno raspoloženje, osobnost, a u isto vrijeme bilježili su se i statistički podatci (broj gledatelja, dob i sl.) (Lukić 2010: 244). Prema Lorimerovoj klasifikaciji, koju autor Lukić dalje navodi, teme i ciljevi su: analiza kultivacije, istraživanje koristi i zadovoljstva, kulturalni studij i istraživanje organizacije za vlastite potrebe. Svrha ovoga istraživanja objektivno je sagledavanje prednosti i nedostataka javno-privatnih suradničkih projekata između javnih kazališnih kuća i nezavisne kazališne scene. Istraživanju se pristupa fenomenološki jer se polazi od pretpostavke da su sve analizirane situacije i iskustva kompleksna, ali i jedinstvena s obzirom na prirodu projekata u kojima su se razvila, te da su rezultat danog okruženja (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić 2010). Metodološki pristup koji je okosnica fenomenološke istraživačke filozofije je induktivan, a neke su njegove značajke, primjenjive na ovo istraživanje: istraživač blisko razumije kontekst istraživanja i dio je istraživačkog procesa, prikupljaju se kvalitativni podatci, struktura istraživanja fleksibilna je i dopušta promjene u kasnijim fazama istraživanja i, na koncu, cilj je razumijevanje određenih značenja, a ne poopćavanje podataka. (isto). Ova *naturalistička paradigma* istraživanja ima nekoliko oznaka i značenja: postpozitivističko, fenomenološko, kvalitativno, studija slučaja, i tako dalje (prema Lincoln i Guba: 1995 u Wolcott: 2009).

U središtu istraživačkog rada je produkcija umjetničkog projekta – kazališne predstave *Kad svijete dogore* – realiziranog u suradnji javne institucije – Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu, i nezavisne Umjetničke organizacije – Teatra Erato. Praćenje procesa proizvodnje “objekta” istraživanja s pozicije istraživača-dionika tog procesa, kao središnja metoda studije

slučaja, doprinosi metodološki rigoroznoj analizi i interpretaciji dokumenata, informacija, podataka i dokaza. U svrhu razvoja ili testiranja hipoteza korišten je mještoviti pristup studije slučaja, a istraživanje je provedeno u nekoliko segmenata. Jedan segment odnosi se na istraživanje slučajno uzorkovane publike, uključujući i zasebno istraživanje o zainteresiranosti za uključivanje u kreiranje programa te zainteresirane grupe studenata. Drugi segment obuhvaća istraživanja iskustava u suradničkim projektima nezavisne scene s javnim institucijama – istraživanje u fokus grupi, kroz dubinske intervjuje, s deset nezavisnih kazališta koja su imala najveći broj izvedbi prema Državnom zavodu za statistiku u sezoni 2019./2020. Kao poseban segment provedeno je istraživanje direktnih kreatora konkretnog projekta u okviru studije slučaja - produkciji predstave *Kad svijeće dogore*. Sva istraživanja provedena su metodom odvojenih anketa u pisanoj formi, a pitanja i odgovori grupirani su prema poziciji anketiranih – kreatori ili publika.

Na kraju se dodaje statističko istraživanje kao okvir za usporedbu brojčanih pokazatelja aktivnosti u izvedbenim umjetnostima prije i nakon pandemije.

Analiza u okviru studije slučaja provedena je uz:

- vlastita iskustva suradnje s pozicije nezavisnog producenta/kazališta (SWOT analize: financijski, administrativno-pravni, organizacijski i produkcijski okvir)
- pitanja
- suradnike i partnere na konkretnom slučaju (predstava *Kad svijeće dogore*).

Ispitivanje odnosno identifikacija iskustava drugih nezavisnih kazališta u suradničkim projektima s javnim institucijama ima za dodatni cilj uvid u stanje aktivnosti i zainteresiranosti nezavisne scene i javnih institucija za suradnju, odnosno učestalost javno-civilnih suradničkih projekata u polju kazališne produkcije.

Ispitivanje slučajnog uzorka publike na izvedbama predstave u sklopu festivala te odvojene grupe studenata bilo je usmjereno na povezivanje iz literature dostupnih spoznaja o nekim statističkim izvidima i motivima kazališne publike, ali i istraživanje jakosti institucije (u ovom slučaju HNK) kao brenda i motiva za gledanje predstave izvan matične sredine (Zagreba).

4. Uvođenje pojmova

Pojam publike, odnosno poimanje svega što publika podrazumijeva, tema je brojnih socioloških i filozofskih studija i rasprava. Susan Bennett (2001: 1-4) publiku promatra kao kulturološki fenomen i, pozivajući se na Jerzya Grotowskoga, navodi da je publika “krucijalni čimbenik kazališnog procesa” te da je samo jedan gledatelj dovoljan da bi kazalište odnosno izvedba opravdali svoje postojanje. Darko Lukić (2010: 225) ističe da je za Grotowskoga bit kazališta u odnosu između gledatelja i glumca za vrijeme izvedbe, a sve ostalo samo obogaćuje taj događaj. Schechner za tvorbu teatarskog događaja smatra nužnim tri osnovna čimbenika: glumce, gledatelje i elemente predstave (prostor), te predmnijeva “transakcije” unutar svakog od njih te u međusobnim odnosima, uključujući i interakciju između cjelokupne predstave i prostora u kojem se predstava izvodi. (Schechner u Sabljak, ur., 1971: 558-560).

Nikola Batušić za publiku kaže da je “konstruktivni segment scenske umjetnosti... neporecivi, bitni, sastavni dio” te da procjena dometa i učinaka svakog scenskog uprizorenja mora uključivati “funkciju, ulogu, značenje i prinos” njegove publike (Batušić 1992: 259).

Peter Brook u svojoj knjizi *Prazni prostor* naglašava trostranu bit kazališne izvedbe: “Mogu uzeti bilo koji prazan prostor i nazvati ga otvorenom scenom. Netko se kreće u tom praznom prostoru dok ga netko drugi promatra, i to je sve što je potrebno da bi se stvorio teatar” (Brook 1972: 1). White navodi da nije tek 21. stoljeće otkrilo važnu “sudjelujuću” ulogu kazališne publike za kazališnom činu, već da su publike oduvijek bile sudjelujuće jer bi u protivnom predstava bila samo puka aktivnost koja se odvija u prisutnosti drugih ljudi (White 2013: 3 prema Lukić i Gigović u Petranović, ur. 557-558).

Publika je, unatoč tomu što je, prema brojnim autorima, drugi najvažniji čimbenik kazališne izvedbe, dosta dugo bila u poziciji podrazumijevanja i bez potrebe ili interesa za istraživanjem. Zbog svoje pripadnosti predstavljачkoj umjetnosti, kazalište je javni umjetnički događaj pred publikom i zbog toga je publika njegov neizostavni konstitutivni element, a odnos kazališta i teorijske misli prema publici “vrlo je zanimljiv i u najmanju ruku kontradiktoran” (Nikčević 2016: 150). Lucija Ljubić, analizirajući međuodnose suvremene kazališne kritike i publike s

kazalištem, kaže da "...hrvatska kazališna publika još uvijek nije istražena,... a kazališne su dvorane ipak pune i rasprodane nekoliko dana unaprijed... Radova o publici gotovo da i nema, osim onih utemeljenih na inozemnim istraživanjima i iz stranih kulturnih prostora" (Ljubić 2016: 303).

G. Tomka (2021: 12) pojašnjava da "većina ljudi istovremeno pripada različitim publikama (dok slušamo glazbu, čitamo vijesti i planiramo odlazak u muzej)." No, na koji način glumci, producenti, teoretičari, kritičari ili bilo tko drugi može točno definirati publiku ili publike, reakcije ili doživljaj neke izvedbe ili umjetničkog djela kad ni jedan te isti pojedinac na jednak način ne dekodira dva puta odgledanu izvedbu, ponovno posjećenu izložbu, odslušani koncert ili iznova pročitano knjigu itd.? To je nemoguće, kao što nije moguće, usprkos najvećem profesionalizmu, izvesti dvije potpuno istovjetne predstave, koncert ili performans.

Susan Bennett ističe važnost uloge publike u kazalištu i za kazalište, te njezinu dualnost u intrakciji s izvedbom: gledatelj je istovremeno i dio mase u gledalištu (društveni kontekst) i pojedinac – individua (privatni kontekst) (Bennett 1997: 125). Obje uloge uvjetovane su kulturnim podrijetlom i odabirom, a to ujedno dovodi publiku u kazalište. Tako zapravo i prije nego predstava počne, gledatelj preuzima svoju ili svoje uloge (*isto*). Interakcija između gledatelja i izvođača u kazalištu, pojašnjava dalje autorica, odvija se unutar dvaju okvira – vanjskog koji kreira i oblikuje umjetnički događaj i unutarnjeg koji uključuje dramsku produkciju na određenom mjestu. Svaki gledatelj u kazalištu dio je neke kulturološki određene zajednice, ima vlastita očekivanja i povijest, i na taj način stvara vanjski okvir koji se potvrđuje postojanjem općeprihvaćenih kazališnih konvencija. U središtu unutarnjeg okvira niz je vizualnih i audio znakova koje gledatelj prima i interpretira. Ti znakovi su pak dijelovi glumačkog umijeća (govor, glas, pokret, mimika, kostim, šminka) ili vanjski znakovi poput scenografije, svjetla i glazbe. Sve to pridonosi poimanju svijeta na pozornici kao realnog (*isto*: 139-140).

Ljubić navodi dvije teze Marca De Marinisa: "...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" (Ljubić 2016: 304).

A. Lederer smatra da je fenomen publike u *istraživačkoj modi* (*kurziv je naš*) u nebrojenim interdisciplinarnim i transdisciplinarnim područjima. Poimanje “publike u kazališnom zrcalu”, odnosno promatranje publike kao “sukreatora predstave” i nužnost njezina smještanja u centar teatroloških i socioloških interesa još je davno naglasio Nikola Batušić (N. Batušić: *Uvod u teatrologiju*, 1991. prema Lederer: 2023: 312). Važnost dubinske povezanosti izvedbenog te produkcijsko-percepcijskog procesa kazališne predstave ocrtava se u De Marinisovoj tvrdnji da svaka predstava u nekoj mjeri i načinu “očekuje određenu vrstu gledatelja...” i “...traga za tim da ga stvori” (De Marinis 2006: 25 prema Lederer 2023: 313).

Na primjeru televizijske publike, Ang razlaže teškoće u definiranju publika: “Identiteti stvarne publike su inherentno nestabilni. Publika je dinamična i promjenjiva formacija ljudi čije su psihološke i kulturne granice suštinski nejasne. Svijet stvarne publike zato predstavlja fundamentalno fluidnu, zamućenu i neuhvatljivu stvarnost koja se nikada ne može konačno i sveobuhvatno odrediti bilo kakvom totalizirajućom, taksonomskom definicijom 'televizijske publike'. Ovakva definicija je fiktivna apstrakcija koja nužno podrazumijeva poricanje dinamične kompleksnosti, protivrječnosti, neizvjesnosti i slučajnosti” (Ang 1991: 34 prema Tomka 2021: 17).

Danas se o kazališnim publikama zna puno više nego nekoliko desetljeća ranije jer je tek u posljednjim desetljećima dvadesetog stoljeća postalo važno pronaći odgovore na pitanja poput: tko su gledatelji koji gledaju predstavu, koje osobine posjeduju, što rade za vrijeme predstave te kako se ponašaju kao sudionici kazališne izvedbe (Lukić 2010: 225). Interdisciplinarnost je nužna u poimanju sveobuhvatnije slike publika jer iako publike možemo istraživati na različitim razinama, počevši od ekonomske, društvene, estetičke, kulturološke, kognitivne, performativne i mnogih drugih, potvrđuje se kompleksnost procesa istraživanja i teškoća u sistematizaciji te egzaktnom prikazu rezultata. Istraživanja publika i teorije u prošlosti su bile sociološki, psihološki i spoznajno orijentirane, no suvremena istraživanja pokazuju tendenciju dubljih i sveobuhvatnijih opservacija. “U istraživanjima kazališnih publika gotovo jedinu egzaktnost predstavlja broj gledatelja u dvorani, što... nije nikakav pokazatelj bitan za procjenu njihova ponašanja” (Lukić 2009: 28).

Osnivanje javnih kulturnih institucija poput muzeja pokazalo se posebnim načinom kulturne politike u devetnaestom i početkom dvadesetog stoljeća, a koji je imao za cilj da se bogatstvo znanja i estetika srednje i više klase učini dostupnim radničkoj klasi. Britansko društvo prednjači po brojnim znanstvenim istraživanjima i sustavnim praćenjima publika. Samostalno financiranje, bez subvencija i stalnih izvora prihoda, te ovisnost o tržišnim rezultatima izoštrili su kazališnu osjetljivost na gledateljstvo (Lukić i Gigović u Petranović ur. 2025: 565). Zahvaljujući uskoj povezanosti i međusobnoj ovisnosti, odnos spram publika u britanskome društvu može se pratiti sve od viktorijanskog doba, od kada se umjetnost i kultura koriste kao alat za obrazovanje masa i za suzbijanje “dehumanizirajućih učinaka industrijskoga društva” (Hadley 2021: 94 prema Lukić i Gigović u Petranović, ur. 2025: 565).

Richard Butsch u razvojnem prikazu engleskog kazališta od elizabetanskog doba do početka devetnestog stoljeća ističe da su različiti diskurzivni režimi opisivali kazališnu publiku kao: a) gomilu, b) publiku (kao javnost s političkim i građanskim utjecajem) te c) potrošača (Butsch 2010: 31). Različita poimanja publike bila su usko povezana s političkim promjenama; tako, krajem 16. i početkom 17. stoljeća, zabava za “gomilu koju je trebalo kontrolirati” potiskuje rituale, javljaju se profesionalni izvođači i osnivaju prva kazališta s plaćenim ulaznicama. S pojavom buržoazije “kazalište je regrutirano u novu javnu sferu, gdje su se dramatičari, izvođači i publika podjednako uključili u politički dijalog...” (isto: 32). Dalje autor navodi da se u to vrijeme, zbog javnog utjecaja kazališta, odnosno kazališne publike na formiranje javnog mnijenja, javlja i cenzura. Početkom devetnaestog stoljeća kazalište postaje *roba* koju su kupovali i koristili *potrošači* (*kurziv je naš*). Svaki prikaz publike, rezimira dalje autor, odražavao je svoje vrijeme i svaki je izražavao napete političke odnose među klasama, a kao sjedište moći i arbitar poretka država je bila sastavni dio ovih diskurzivnih tretmana publike.

Bennett ističe dva razvojna pravca kazališnih teorija i teoretičara, a koji su bili temeljima i za njezina istraživanja u knjizi *Theatre Audiences*: teorijski i istraživački rad Bertolta Brechta te *reader-response* teorije (Bennett 1997: 20-21). Brechtova se istraživanja temelje na odnosima djela i publike te odnosu pozornice (izvođača) i gledališta (gledatelja). Brecht je kazalište pozicionirao i promatrao kao pokretača društvenih promjena tako da “ide ususret svojoj publici, umjesto da trči za njom”, a sva tehnička pomagala bila su osmišljena tako da izazovu kritičku, a opet zabavljenu publiku (Bennett 1997: 21). *Reader-response* teorije daju važnost gledatelju,

odnosno značenju koje djelo dobiva izvedbom odnosno interpretacijom. Barthes ktirički primjećuje da jaz između označitelja i označenog u Brechtovu teatru skreće pozornost na složenost kodova aktivnih u kazališnoj izvedbi, razvijajući polifonički sustav od šest ili sedam informacija koje gledatelj istovremeno prima: scena (scenografija), kostimi, rasvjeta, položaj glumaca na sceni (mizansceni), njihove geste, način igranja i jezik (Barthes 1979c: 29 u Bennet 1997: 61). Lukić navodi da su ova Barthesova opažanja o važnosti recepcije gledatelja bila temeljem “najozbiljnijih istraživanja publika u 1990-im godinama” (Lukić 2010: 232). Autor također ističe nekoliko drugih važnih teoretičara koji se bave fenomenom recepcije kod publike, a posebno Marca De Marinisa koji raspravlja o pasivnoj i aktivnoj dramaturgiji gledatelja. S jedne strane predstava može manipulirati gledateljem namećući određena znanja i vjerovanja, poučavajući i uvjeravajući (pasivni odnos), i s druge strane tražeći aktivno sudjelovanje i očekujući da gledatelj sam stvori značenje. De Marinis kazališnu percepciju promatra u tri dimenzije: preduvjeti – kazališna kompetencija, istraživanje recepcijskih procesa i rezultati – “shvaćanje koje gledatelj ‘konstruira’ o nekoj predstavi” (De Marinis 2006: 28-34 prema Lukić 2010: 233-234). Carl Gardner (1979: 5-6 prema Bennet 1997: 30) tvrdi da ‘primatelj’ bilo koje ‘poruke’ nikad nije pasivan jer je aktivni kreator značenja. Bruce McConachie također ističe da postoji značajna razlika između znakova i značenja koje čitatelj (*reader*) percipira u odnosu na uglavnom nesimboličku kognitivnu gledateljevu aktivnost i spoznaju kroz misao, iskustvo i osjetila. Također naglašava da odnos predstave i publike treba promatrati kao interaktivni, da pažnju treba usmjeriti djelovanju gledatelja, uključivanju i povezanosti s predstavom, a da teorije koje se oslanjaju na “termine poput ‘odgovora’ ili ‘reakcije’ publike proizlaze iz bihevioralizma i pretpostavljaju da je kazalište jednosmjerni sustav za isporuku poruka ili maštarija na koje publika reagira u skladu sa svojim prošlim spoznajama i/ili psihičkim životom” (McConachie 2008: 3).

Ranciere smatra da bi se emancipacija gledatelja trebala temeljiti na jednakosti, tj. pretpostavci da svi imaju jednake intelektualne sposobnosti shvaćanja predstave ili bilo kojeg drugog umjetničkog djela. Aktivno (a ne pasivno) sudjelovanje u tumačenju znakova i poruka ogleda se u prirodnom instinktu učenja, podučavanja i povezivanja onog što se vidi na sceni s prethodnim znanjima i iskustvima, odnosno publika je dovoljno sposobna za vlastita tumačenja kazališnih znakova (Ranciere 2004. prema Bishop, ur. 2006: 16). Gavella (1982: 61) upozorava da

nedostatak obrazovanja šire publike može izazvati poteškoće u komunikaciji s izrazito umjetničkim izričajima, što za posljedicu ima nesrazmjer između recepcije šire publike i zapravo nerealnih očekivanja (Govedić 2022: 48) koja se pred publike postavljaju visoko estetiziranim i zahtjevnim repertoarom (prema Lukić i Gigović u Petranović, ur. 2025: 562).

Američka široko rasprostranjena paradigma o empirijskoj analizi publike kroz uobičajene kvalitativne parametre gledanosti, slušanosti ili čitanosti promijenjena je u korist promatranja publike koja je aktivna, diferencirana i s vlastitim varijabilnim sustavom dekodiranja poruka (Duda 2002: 80). Dalje se, zbog ukazivanja na poveznicu društvene moći, načine komuniciranja i recepcije, navodi Hallova struktura dekodiranja na primjeru čitanja televizijskih poruka: *dominantno-hegemonijska*, u kojoj gledatelji prihvaćaju priželjkivano kodirano značenje, *pregovaračka*, u kojoj gledatelji s određenom rezervom prihvaćaju kodirana značenja, a taj prilagodbeni diskurz ovisi o gledateljevu osobnom položaju u društvu, i treća, *opoziciona*, kojom se kod gledatelja stvara otpor i otvara polje za dublja semantička dekodiranja (Duda 2002: 82-83). Zaključuje se dalje, prema Morleyjevu istraživanju o “etnografiji publike”, da na dekodiranje poruke kod svakog pojedinog gledatelja utječu njegova socijalna pozicija (klasna, rodna, radna, dobna, rasna) kao i “političke preferencije i ideološki izbor” (Morley 1980 prema Duda 2002: 83-84).

Abercrombie i Longhurst (1998: 43) tvrde da što je intenzivnija pažnja publike, to će ona više biti involvirana u izvedbu, a time će veći biti intelektualni i emotivni efekt izvedbe na tu istu publiku. Isti autori publiku dalje dijele na tri glavne skupine: jednostavnu, masovnu i difuznu (isto 1998: 39). Jednostavna je publika ona koju nalazimo u gledalištu u kazalištu, na koncertima, festivalima, filmskim projekcijama, misama, sportskim događajima i sl., koja s izvedbom i izvođačima direktno komunicira, ali s određenom mjerom društvene i fizičke distance – dolazak na izvedbu je ceremonija, a za praćenje je potrebna vrlo visoka koncentracija i pažnja. Masovna je publika ona koja nije vezana za lokalni prostor, nema izravan kontakt s izvođačima (masovni kanali komunikacije), potrebno joj je manje koncentracije na izvedbu, a izvedba joj je radije privatni nego javni događaj. Difuzna publika rezultat je izrazitih društvenih i kulturnih promjena, a esencijalno iskustvo difuzne publike nastaje kroz svakodnevicu u medijskom okruženju, gdje je svaki pojedinac performer u društvenom životu, u društvu koje onda postaje kazalište

(Gurvitch 1955. prema Abercrombie i Longhurst 1998:73). Važno je napomenuti da potonja dva tipa nastaju iz jednostavnih publika, ali ih nikad ne dokidaju već zajedno supostoje.

Iako će se u ovom radu koristiti obje inačice, Lukić (2010: 235-236) inzistira na uporabi pojma *publike* (množina) jer je gledatelje nemoguće promatrati kao kompaktnu i jednoznačnu skupinu, kao što ni, kako pojašnjava autor, kulturološki gledano, javnost nije „monolitna masa“ nego složeni i povezani skup “supostojanih zajednica koje se preklapaju”. Lukić (2009: 25-26) ističe da hrvatska riječ “gledatelj” bitno ograničava pojam na osjetilo vida te naglašava funkciju pasivnoga gledanja, istovjetno svim jezicima u kojima je ukorijenjena latinska riječ “spectator”. Lukić dalje navodi da ”...publike uključuju i javnost zajednice (public), dok engleski izraz “audiences”, iako izvorno potječe od glagola “slušati” i naglašava auditivnu recepciju, u suvremenim značenjima podrazumijeva puno širi spektar aktivnosti od samoga gledanja i slušanja“ (Lukić 2009: 26). Suvremeni europski koncept *razvoja publike* dokida dosadašnju percepciju publike kao “objektivne činjenice (pasivnih gledatelja)” i uvodi “razumijevanje publika kao mnoštva promjenjivih dinamika intersubjektivnih susreta.” (Lukić i Gigović u Petranović, ur. 2025: 559)

5. Publika u okruženju

Za Bennett (1997: 3) grčko kazalište vrlo jasno ilustrira direktnu vezu publike s društvom u kojem (kazalište) egzistira; kazalište je bilo neodvojivim dijelom društvenih, ekonomskih i političkih struktura, a njegova se važnost jednostavno ogleda u veličini samog gledališta (14.000 mjesta) kao i mjestu gradnje. Schechner (1977. prema Bennett 1997: 3) to naziva sociometrijskim dizajnom – grčki amfiteatar je otvoren, grad se vidi iza i oko njega, a predstave se održavaju danju. Kazališna publika predstavljala je većinu (za razliku od educiranih i drugih manjina novijeg doba) i aktivno sudjelovala u svim razinama izvedbe. Produksijski uvjeti nisu bili upitni jer se izvedba odvijala pod patronatom države (polisa). U povijesti se taj status publike mijenjao, kako dalje navodi Bennett, pa primjerice srednjovjekovna publika nije imala moć kao u antičko doba, ali nije gubila ulogu aktivnog sudionika. S pojavom privatnih kazališta i postavljanjem svjetla na pozornici, u sedamnaestom stoljeću dolazi do stvarnog razdvajanja fiktivnog scenskog svijeta i publike. Viša cijena ulaznica utjecala je na sastav publike (viši društveni slojevi – elita), a s počecima pasivnosti takozvane elitne publike, u kazalište ulaze različiti kodeksi i konvencije ponašanja. Početak devetnaestog stoljeća obilježen je bučnim reakcijama radničke klase i nemirima za vrijeme izvedbe, no promjena dizajna gledališta sredinom stoljeća osigurava smirenije ponašanje publike. Dvadeseto stoljeće prepuno je izazova i promjena kodeksa i konvencija koje traže pasivnost, što nas je dovelo do produktivnog i emancipiranog današnjeg gledatelja. Gledatelji su tako naučeni da se pristojno (pasivno) ponašaju za vrijeme izvedbe, ali da budu aktivni u dekodiranju znakovnih sustava koji su im stavljeni na raspolaganje, zaključuje Bennet (1997: 206).

Darko Lukić poučava, temeljem analize raznih stručnih istraživanja, da su “kazališne publike danas dio vrlo dinamičnoga procesa i da se mijenjaju kako se mijenjaju i njihova okruženja” (Lukić (2010: 225). Ana Lederer također ističe promijenjenu strukturu publike te ukazuje na problem smanjenja broja publike, osobito za izvedbe ozbiljne glazbe i dramskoga teatra (Lederer 2023: 313). Zbog kompleksnih međuodnosa publika i okruženja, Lukić smatra da, u cilju shvaćanja ponašanja publika, odnosno razloga zbog kojih publike posjećuju ili ne posjećuju kazališta, treba promatrati sve moguće elemente (i njihove različite kombinacije): kulturne politike, poslovanje kazališta, kazališnu poetiku i estetiku, ekonomske probleme, konkurentnost

drugih medija, posebne društvene procese (u okruženju), promjene strukture publike (demografske, kulturalne i kognitivne). Sauter (2000: 26 prema Lukić 2010: 230) također ističe nedostatak kazališnih istraživanja fokusiranih na publike jer je gledatelj u kazališnim studijima marginalan i promatra se uglavnom kroz društvene kategorije: rod, dob, društveni položaj te aktivnosti nakon predstave. M. M. Brgles naglašava da, u odnosu na druge europske zemlje, primjerice Austriju ili Francusku, u RH zaostajemo po pitanju socioloških i empirijskih studija istraživanja publike, čak i kad se radi o publici naše najveće kazališne kuće, HNK u Zagrebu (Brgles 2020: 31).

Dean Duda smatra, referirajući se na priručnike koje su osmislili Hall i suradnici sredinom 1990-ih u okviru sveučilišnoga programa *Culture, Media and Identities*, da bilo kakva analiza kulturnog proizvoda, ako želi biti sveobuhvatnom, mora poštivati *kružni tok kulture*, odnosno za svaki se kulturni proizvod: "... mora pažljivo obraditi kako je on prikazan (reprezentiran), koji su socijalni identiteti s njim povezani, kako je proizveden, kako se troši (konzumira, prima, upotrebljava) i koji mehanizmima reguliraju njegovu distribuciju i upotrebu" (Duda 2002: 31). U toj *cirkulaciji* predstavljanje kulturnog proizvoda komunikacija je s publikom – potencijalnim kupcima ponuđenog sadržaja, odnosno sadašnjim i potencijalnim konzumentima. Time se publike određuju kao "subjekti" za određeni kulturni proizvod, tj. subjekti za kupnju, uživanje ili konzumaciju kulturnog proizvoda, pri čemu se u ponudi i komunikaciji iskorištavaju njihove želje i žudnje (*isto*: 32). Branko Gavella u knjizi *Hrvatsko glumište, analiza nastajanja njegovog stila* navodi da jedinstvenost glumačke i kazališne umjetnosti leži u primoranosti na svakodnevnu produkciju, a da je svako kazalište, bez obzira na kvalitetu i raznovrsnost "... negdje usudno povezano s institucijom 'blagajne'..." (Gavella 1982: 9). Dakle, bez obzira s koje perspektive, ekonomske ili teoretske, kulturni proizvod neizbježno jest roba na tržištu, a ta roba, kao i bilo koja druga, valorizira se različitim mjerilima i alatima i uvelike ovisi o željama i preferencijama kupaca, odnosno publike. Theodor Adorno propitkuje i relativizira pretvaranje kulture u artikl (komodifikaciju) te tvrdi da je nemoguće spojiti te dvije oprečne stvari dokle god su "... reifikacija (tretiranje apstrakcije kao da je stvarna, opipljiva stvar) i razmjena vrijednosti glavne odrednice kulturološkog iskustva" (Adorno prema Tomašević 2015: 22).

U knjizi *Producenti i njihove publike* Tomka tvrdi da su činjenica o postojanju nekog umjetničkog djela i pretpostavka da je neka osoba kao jedinka iz publike na neki način došla u

doticaj s tim djelom, jedine pouzdane informacije koje znamo o publici toga djela. Stoga je, tvrdi dalje autor, pojam publike “...*relacioni* pojam koji pokušava označiti promjenjiva i neuhvatljiva iskustva. Upravo zato svi manje ili više implicitno ili svjesno znaju da se o publici može reći što god kome padne na pamet, bez potrebe da opravda i predstavi svoj proces saznavanja o publici” (Tomka 2021: 13).

Senzibiliranje lokalne zajednice, kao temeljnog okruženja u kojem kazalište djeluje, i motiviranje za odlazak u kazalište ne znači kreiranje pasivne, nekritične publike (Langley 1980: 316). Živo kazalište, navodi dalje autor, traži i emotivno i intelektualno uključivanje za poseban, osobni doživljaj, pa tako i angažman koji je potreban gledatelju za odlazak u teatar treba biti reciprocitetan zadovoljstvu koje osigurava izvođač umjetnik, odnosno cjelokupna teatarska izvedba.

Lukić navodi da se u istraživanjima dogodila promjena paradigme tako da je “publika (u jednini) bila promatrana kao pasivan i nekritički kozument”, a danas se publike (u množini) promatraju kao “aktivni građani koji na ponuđene izvedbe iskazuju različite odgovore” (Lukić 2010: 261). Tako se suvremeni gledatelj u zapadnim razvijenim kulturama označava kao *omniwore* – *svežder*, odnosno onaj koji “konzumira vrlo široki spektar izrazito različitih vrsta kulturalnih tekstova i praksi” (*isto*). Teoretičarka Wesley Monroe Shrum Jr. zato ističe da je točnije zamijeniti pojam *konzumirati* s pojmovima *svjedočiti* ili *iskusiti* (*isto*). Ranciere pak uvodi pojam *emancipiranoga* gledatelja koji je istovremeno i učenik i učitelj, koji promatra, odabire, tumači, uspoređuje s prethodno viđenim ili doživljenim... (*isto*). Dodatnu, ekstremnu klasifikaciju publika nudi Lopez: *eskapisti* (žele pobjeći od svakodnevice, zanimaju ih samo površni i zabavni sadržaji), *moralisti* (očekuju pouku, angažiranje, poticaj ili poziv na razmišljanje) i *ljubitelji umjetnosti* (“zainteresirani za umjetnost radi umjetnosti same te svaku popularnost i masovnost smatraju mediokritetskom”) (Lopez 2000: 229 prema Lukić 2010: 262).

Pojam publike postao je široko rasprostranjen i predmetom je proučavanja različitih disciplina i studija i s više različitih perspektiva, a najučestalije “proizlaze iz potrebe uspostavljanja snažnije konsolidacije demokracije i kulturne sfere” (Letinić u Letinić, ur. 2022: 22). Autorica dalje navodi da je slobodno i jednakopravno sudjelovanje te pristup svih građana kulturi i kulturnim sadržajima odraz demokratičnosti i potvrde ljudskih prava (sukladno međunarodnim

deklaracijama i paktovima), ali i potvrda relevantnosti same kulture jer “tek u sinergiji društvo i kultura mogu ostvariti svoj puni potencijal” (*isto*).

Nakon Drugog svjetskog rata razvijaju se različite paradigme kulturne politike, a Lluís Bonet i Emmanuel Negrier (2018. prema Letinić u Letinić, ur. 2022: 27) klasificiraju ih u četiri supostojeće: *kulturna izvrsnost*, *demokratizacija kulture*, *kulturna demokracija* i *kreativna ekonomija*, a sve u svojoj srži imaju utkano sudjelovanje publike. Kulturna izvrsnost podržavala je umjetničku autonomiju i odupirala se političkim pritiscima i cenzurama, a publika je bila krajnje podređena umjetničkoj (autorskoj) kvaliteti. Na negativne kritike te paradigme, poput autoreferencijalnosti i subjektivnosti, kulturna politika daje rješenje u obliku demokratizacije kulture kroz osiguranje visokokvalitetnih kulturnih sadržaja i omogućavanje pristupa tim sadržajima najširem društvu. Naravno, uz državne potpore. Tako publika i dalje ostaje pasivnim promatračem, bez utjecaja na kulturnu proizvodnju i bez mogućnosti iskazivanja vlastitih potreba u kulturi. Sredinom druge polovice prošlog stoljeća nastupa paradigma kulturne demokracije koja pokušava anulirati hijerarhizaciju i homogenizaciju, i motivira građane da postanu aktivnim sudionicima i dionicima javnih (i kulturnih) politika. Kreativna ekonomija, prvo kao akademski koncept kulturne industrije, zaživjela je tijekom 70-ih godina prošlog stoljeća, a kao opravdanje za (ipak) javne potpore kulturi navode se ekonomski čimbenici. Publika, kao konzument, sudjeluje u kulturnoj proizvodnji (i kulturnoj ekonomiji) direktno ili indirektno. Bez obzira na to što svaku od navedenih paradigmi prate značajne i konkretne kritike, “nijedna od njih nije nestala, već one opstaju, prilagođavaju svoje okvire te odražavaju hibridizaciju suvremenih strategija”, zaključuje (*isto*: 28).

Kreativna ekonomija “podrazumijeva sustav za proizvodnju, razmjenu i potrošnju dobara i usluga”, a izvedbene umjetnosti, u koje spada i kazalište, jedna su od njenih petnaest grana (Howkins 2003. u Tomašević 2015: 10). Rezultati i predmeti kreativne ekonomije su kreativni proizvodi – dobra, čija je narav materijalna odnosno opipljiva, i usluge, kao nematerijalne odnosno neopipljive (Howkins 2003: 126 prema Tomašević 2015: 11). Kreativni i kulturni proizvodi i aktivnosti uključuju i ekonomsku i kulturnu narav te se ne mogu svesti na isključivo komercijalno valoriziranje “... zato što govore o identitetima, vrijednostima i značenjima” (Šola 2014: 28-29 u Tomašević 2015: 27), odnosno kulturni proizvodi su “...*sui generis*, koji imaju svoju materijalnu supstanciju (*corpus materialis*), ali i svoju duhovnu vrijednost (*corpus*

mysticum)...” (Rocco 1998. prema Tomašević 2015: 79). U teatrološkim razmatranjima, predstava na tržištu funkcionira prema klasičnim marketinškim principima – predstava je proizvod, a tržište je publika, pa distribucija i plasman toga kulturnog proizvoda ovise o adekvatnim pretpostavkama potreba na tržištu. Kazalište se prema svojem tržištu redovito odnosi ili “ugađajući gledatelju” ili “manipulirajući gledateljem”, ističući da u ovoj kategorizaciji nema *subjektivnih* ili *emotivnih* (*kurziv je naš*) prizvuka, pozitivnih ili negativnih konotacija, nego je samo riječ o različitim vrstama kazališnih praksi (Lukić 2006: 70-71). Komercijalna, populistička, pučka, zabavljačka ili bulevarska kazališta pribjegavaju prvom načinu odnosa prema svojoj publici, nastojeći ispuniti njezina “...poznata i predviđena očekivanja, želje, potrebe i ukuse...”, a drugi način prakticiraju kazališta koja svoju publiku žele educirati, pokazati im nešto novo, ili su društveno angažirana. U drugu grupu spadaju i eksperimentalna, suvremena i slična kazališta, ali i klasična kazališta koja svoju misiju pronalaze u očuvanju kulturne i klasične baštine (*isto*: 71).

Neka od još uvijek rijetkih istraživanja, a koja pokazuju snažan i pozitivan utjecaj konzumacije kulture na mentalno, društveno i političko zdravlje pojedinca i društva u cjelini, istraživanja su Piera Luigia Sacca i Marka Taylora (Letinić u Letinić, ur. 2022: 24). Osim prava pristupa, dalje navodi autorica, kao važan aspekt sudjelovanja publike u kulturi, odnosno stvaranjem prilika i olakšavanjem pristupa objektima i sadržajima, postavlja se i način odnosno koncept pristupa, što dalje podrazumijeva uklanjanje svih potencijalnih prepreka za različite skupine. Prepreke mogu biti svakojake prirode: fizičke (koje otežavaju dolazak do objekta ili lokacije, ulazak u sam objekt te kretanje unutar objekta), socijalne (hijerarhijske podjele kulture na elitnu ili visoku te popularnu ili masovnu), ekonomske (cijena ulaznice, trošak transporta...), obrazovne, geografske, jezične, psihološke itd. Tako istraživanje Eurobarometra iz 2013. godine potvrđuje utjecaj ekonomske krize iz 2008. na smanjenje konzumacije kulturnih sadržaja zbog smanjenja javnih ulaganja u kulturu (država članica) i, posljedično, povećanja cijene ulaznica, zatim nedostatka interesa, vremena i informacija. Letinić dalje iznosi zanimljiv uvid po kojem su u uskoj korelaciji obrazovni, geografski i ekonomski aspekt s interesom za kulturni sadržaj – u urbanim sredinama koncentrirani su oni koji su više vremena proveli u obrazovnom sustavu (stekli su viši stupanj obrazovanja), ali obrazovna nejednakost manje utječe na konzumaciju kulture u zemljama boljeg ekonomskog statusa i s većom socijalnom mobilnosti nego u siromašnijim zemljama i s manjom socijalnom mobilnosti (*isto*: 26). Slično tvrdi i Maitland (u

Wiklander i sur., ur. 2019: 23), navodeći rezultate opsežnih istraživanja u Velikoj Britaniji, prema kojima osobe s višim primanjima i većem stupnju obrazovanja češće posjećuju kulturne događaje.

U istraživanju Eurobarometra u veljači i ožujku 2025. godine 68 % građana RH, na uzorku 1022 ispitanika, smatra da je kultura vrlo važna u njihovu životu, a u EU je istog stava 79 % intervjuiranih. Kao prepreku za sudjelovanje (aktivno uključanje ili kao gledatelj) u nekom kulturnom sadržaju razlozi koji se navode su u RH: nedostatak vremena 56 % (EU 45 %), udaljenost od mjesta događaja 49 % (EU 34 %), cijena ulaznice 39 % (EU 38 %), nedostatak informacija i/ili nezainteresiranost za dostupne sadržaje 35 % (EU 22 % odnosno 28 %), nedostatak umjetničkih, kulturnih ili kreativnih događanja u okruženju 27 % (EU 20 %), osjećaj nepripadnosti odnosno nedovoljne educiranosti za sudjelovanje 14 % (EU 9 %). Svega 3 % građana RH osobno radi u polju kulture (EU 6 %), a 23 % izjavilo je da netko od poznanika, prijatelja ili članova obitelji prihod ostvaruje kao sudionik kulturne industrije. (Special Eurobarometer 562, Europeans' attitudes towards culture, pregledano 4. 9. 2025.)

U Ujedinjenom Kraljevstvu provedeno je istraživanje o utjecaju kulture na zdravlje, a koje je provela tvrtka Froniter Economics Ltd. i prezentirala rezultate u izvješću *Culture and heritage capital: Monetising the impact of culture and heritage on health and wellbeing*. Istraživanje je obuhvatilo pet dobnih skupina: djeca (10-14 godina), mladi odrasli (18-29 godina), odrasli (30-49 godina), stariji odrasli (50+ i 65+) i četiri kategorije sudjelovanja i/ili angažmana: opća kultura i baština, kreativni i umjetnički rad, kreativno i kulturno znanje te kulturne ustanove i produkcija kulturnih i umjetničkih sadržaja. Zanimljivo je da istraživanje nije obuhvatilo uzrast mladih u srednjim školama, a u izvješću se navodi da je grupiranje bilo tipično te da benefiti unutar pojedine grupe nisu aditivni. Kategorija opće kulture i baštine, prema spomenutom izvješću, usmjerena je na odrasle osobe u dobi između 30 i 49 godina (a ne na starije odrasle osobe, mlade odrasle osobe ili djecu). Za te odrasle osobe, angažman u općoj kulturi povezan je s poboljšanjima u socijalnom funkcioniranju, fizičkom zdravlju te anksioznosti i depresiji. U istom izvješću, navode se dokazi koji sugeriraju da angažman mladih odraslih u umjetničkim, glazbenim i kazališnim organizacijama povećava njihovo samopoštovanje. Međutim, ovaj utjecaj statistički je značajan samo u gradskim, urbanim područjima. Nadalje, u izvješću se također referira na dokaze više autora (Mak, Fancourt, Block i suradnici), a koji upućuju na zaključak da

je sudjelovanje u izvannastavnim umjetničkim aktivnostima povezano s poboljšanjem samopoštovanja i mentalnog zdravlja za mlade odrasle. Također je dokazano da starije odrasle osobe koje općenito posjećuju kulturne događaje i mjesta, poput kazališta, muzeja, koncerata i izložbi, imaju manji rizik od depresije, usamljenosti i demencije. (*Culture and heritage capital: Monetising the impact of culture and heritage on health and wellbeing, 2024: 34-38, pregledano 9. 9. 2025.*).

Darko Lukić u knjizi *Uvod u antropologija izvedbe – Kome treba kazalište* (2013) daje niz znanstvenih obrazloženja i dokaza na osnovi prikupljenih istraživanja na koji način i koliko je kazalište važno za mentalni i društveni život pojedinca i zajednice te na koji način izvedba utječe na gledatelja i publike, a ovdje se izdvajaju samo neka. Pizzatovo istraživanje potvrdilo je da u ljudskom mozgu “kazalište također potiče veze u somatosenzornom korteksu, limbičnom sustavu i PFC-u, za tjelesnu percepciju, reguliranje osjećaja i ‘povratno učenje’ osjetilno potaknutih ponašanja, povezano s posebnim ciljevima i greškama u logičkim prosudbama...” (Pizzato 2011. u Lukić 2013: 319). Važna su i istraživanja Michaela Tomasella i suradnika prema kojima kazališna izvedba utječe na kluturnu inteligenciju, odnosno usvajanje zajedničkih normi ponašanja odnosno moralnih normi i kreiranju identiteta (*isto*: 324-325). Lukić navodi i dokaze Burkerta (1998) prema kojima promatranje i sudjelovanje u izvedbenim aktivnostima, poput vjerskih iskustava, potiču prirodnu proizvodnju endorfina u organizmu, čime se smanjuju stres i bol te stvara osjećaj ugođe i euforije. Psiholog Julian Jaynes tvrdi da stalna ljudska potreba za različitim utočištima (svijesti) kontinuirano evoluirala jer se *nesigurnosti umnažaju pred neizvjesnostima (kurziv je naš)*, a kroz različite oblike izvedbi te temeljne ljudske potrebe se zadovoljavaju na lak, neobvezujući i ugodan način (*isto*: 320). Teatar, kroz glumčevo umijeće otvara mogućnost za integraciju, za odbacivanje maski, za otkrivanje prave biti (u kojoj živo biće teži višim motivima), i tu mogućnost, u kojoj leži “terapeutička” funkcija teatra za civilizaciju, treba “shvatiti disciplinirano, s punom sviješću o odgovornostima koje sadrži.” (Grotowski u Sabljak, T., ur. 1971: 443)

D. Duda (2002: 36) ukazuje na diobu i odnos između javne i privatne sfere, koja materijalno i simbolički znatno utječe na oblikovanje društvenog i kulturnog života. U javno područje spadaju institucije, poslovni svijet i ekonomija, a privatno područje predstavlja sve vezano uz individuu – emocije, osobna iskustva i doživljaje, dom... Duda dalje ističe preklapanje ove podjele s

tradicionalnom rodnom podjelom pa tako žene vladaju privatnom, a muškarci javnom sferom. Prema tom (muškom) shvaćanju, privatno područje pokriva zabavu, razonodu, opuštanje i odmor, a povijesna i tradicionalna muška dominacija zapravo oblikuje i upravlja društvenim životom. Tomašević (2015: 23-25) navodi različite razine funkcioniranja kulture (prema Hofstedeu), također ističući rodnu diferencijaciju i tvrdeći da je stupanj te podjele u velikoj ovisnosti o nacionalnoj kulturi.

Kulturne politike imaju zadatak odgovoriti na potrebe građana, a ono što se time želi postići spada u široku lepezu, od osobnog razvoja, estetskog doživljaja, izobrazbe, društvenog, demokratskog i ekonomskog razvitka itd. (prema Letinić u Vestheim, 2015: 44). Tako je u Programu razvoja kulture Grada Zagreba za 2024. – 2030. i poglavlju posebnih ciljeva, *Posebni cilj 1. Stabilizirati i unaprijediti uvjete umjetničkog i kulturnog rada i stvaralaštva te osnažiti razvojne, eksperimentalne i inovativne stvaralačke prakse*, kao druga stavka navedeno: “Novi modeli potpore za uravnotežen razvoj institucionalnih, organizacijskih i produkcijskih uvjeta te poticanje suradnje između javnog, privatnog i civilnog sektora u kulturi” (Službene stranice Grad Zagreb, 2024, str. 5, pregledano 29.09.2024.).

Publika, koja danas čini postojeće i potencijalne kazališne gledatelje, ubrzano mijenja i navike i preference, no želja za živom izvedbom i iskustvom u realnom vremenu stalno je prisutna i raste. Prema A. Letinić (2022), integriranje publike u kulturu postalo je neizostavnim dijelom ekonomske održivosti, demokratizacije i relevantnosti kulture. Stoga je razvoj publike postao centralnim dijelom svih kulturnih politika.

U RH je razvoj publike uz potpore privatnim i civilnim inicijativama i organizacijama u kulturi počeo 1993. godine, no bio je ideološki uvjetovan (Vidović, u Vidović ur. 2007: 17). Također je uspostavljena diferencijacija potpore prema kojoj su javnim institucijama sufinancirani i troškovi infrastrukture, tzv. hladni pogon i program, a svima ostalima samo predloženi program. Taj model financiranja prisutan je i na nacionalnoj i na lokalnoj razini. Pri tome treba uzeti u obzir da barem 75 % ukupnog godišnjeg proračuna odlazi na financiranje institucija koje su u javnom vlasništvu, a preostali dio na kulture aktore koji pripadaju privatnom ili civilnom sektoru (*isto*: 18). Prvi važniji pomak u promjeni kulturnih politika, a time i načinu financiranja, dogodio se 2001. godine donošenjem Zakona o kulturnim vijećima, čime je i formalno-pravno potvrđeno uvažavanje djelovanja nezavisne kulturne scene. Netom prije nastaje i, sad već pomalo

zaboravljena, *Bilježnica* Vjerana Zuppe, uvelike zaslužna za razvoj kulturnog diskursa i prema kojoj bi držva trebala postati: "... asistent društva, a kultura unutar njega - glavni generator njegovih promjena." (Banović, S. 2013: 255). Izdvajaju se značajne zasebne inicijative u lokalnim ili studentskim zajednicama, ali i udruživanja na nacionalnoj razini, poput mreže *Clubture* ili među nacionalnim kazališnim kućama, konzorcij K-HNK. Ovdje treba istaknuti da su civilne udruge u kulturi programski orijentirane na društveni angažman, zagovaranje, obrazovanje i medije, i da je temelj za daljnji razvoj (i financiranje) njihov sociokulturni kapital, a ne estetske vrijednosti (Višnić u Vidović, ur. 2007: 33). Skreće se pozornost na različitost u poslanju, ciljevima i načinu funkcioniranja nezavisnih privatnih kazališta, koja prema važećoj legislativi – Zakonu o udrugama (NN 88/01, 11/02, 74/2014) – također pripadaju civilnom sektoru. No, još uvijek doprinos kulture nije do kraja prepoznat, niti se na adekvatan način evaluira i valorizira.

Prema Lukiću (u Letinić, ur. 2022: 150-153), jedan od najznačajnijih projekata koji je pokrenut još prije pandemije, a u vrijeme te nevidene krize njegova je opravdanost potvrđena i učvršćena, projekt je ADESTE i, nastavak, ADESTE+ (Audience Developer: Skills and Training in Europe, 2018 – 2022). Program je, navodi Lukić dalje, usmjeren na jačanje kapaciteta organizacije i pojedinaca te premošćivanje razlika između dvaju osnovnih pravaca u pristupu razvoju publici (*audience development*): merkantilističke kulture i anglosaksonskog sustava ekonomski odgovornih ustanova s jedne strane, te francuskog modela oslonjenog na tradiciju i kulturu sudjelovanja i uključivanja, bližeg kontinentalnom europskom modelu, društveno orijentiranome i subvencioniranome. Sam koncept, ističe Lukić, "nastao je kao sustavan, promišljen i planski odgovor analitičara i kreatora kulturnih politika na izazov zabrinjavajućeg opadanja broja publike u kulturnom sektoru širom Europe" (Lukić u Letinić, ur. 2022: 150).

Nezavisne i neprofitne organizacije u kulturi te umjetnici redovito se navode kao partneri u većini aktivnosti za provođenje mjera za realizaciju postavljenih ciljeva – od uvođenja sustava za potporu, mapiranja lokacija za oglašavanje, izradu jedinstvenog sustava za oglašavanje unutar lokalnih zajednica, programe unutar obrazovnog sustava, aktiviranje javnih prostora, detekcija nedostataka u infrastrukturi pa sve do financijske potpore.

Ministarstvo kulture i medija tako u javnim pozivima za predlaganje javnih potreba u kulturi, među prioritete i ciljeve svrstava *razvijanje dugoročnih partnerskih suradnji*, a među temeljnim

uvjetima i kriterijima za dodjelu financijskih sredstava ističe “kreiranje novih suradničkih modela (koprodukcija, mreža unutar istih ili različitih područja)” (Službene stranice Ministarstva kulture i medija, Javni pozivi za predlaganje javnih potreba u kulturi 2023, 2024, pregledano 19.09.2024.).

Iako su se različiti javni izvori financiranja u Republici Hrvatskoj, poput Ministarstva kulture i medija te *Zaklade kultura nova*, različitim edukativnim radionicama, seminarima i publikacijama dosta angažirali u pomoći umjetničkim organizacijama i umjetnicima u shvaćanju važnosti i planiranju razvoja publike, zanimljivo je pratiti koliko su nezavisne umjetničke organizacije održive, osobito u kriznim situacijama poput pandemije i ograničenih izvedbenih mogućnosti, zatim koliko mogu sustavno planirati aktivnosti koje javne institucije realiziraju u sklopu redovitih poslovnih aktivnosti, te koliko nezavisna kazališta, osobito ona s manjim brojem zaposlenih, mogu pratiti strategije i promjene koje preporučuje npr. ADESTE+ itd.

Banović, parafrizirajući Vitomiru Lončar (i njene navode s bloga *Slamka*), tvrdi da su neki pojmovi suvremenog menadžmenta u kulturi poput: strateškog i projektnog planiranja, definiranja i planiranja javnih potreba u kulturi, evaluacije rezultata itd, još uvijek nepoznanica u javnim kazalištima i da implementaciju istih puno brže i uspješnije provodi nezavisna scena (Banović 2013: 269).

Nadalje, izostanak potpunih podataka o nezavisnom kulturnom sektoru ima dalekosežne i trajne posljedice od kojih je najvažnija nemogućnost kreiranja strategija dugoročnog razvoja. Komunikacija između aktera u kulturi i kreatora kulturnih politika opterećena je raznim šumovima i međusobnim optuživanjima, čime se dodatno učvršćuje podjela na javni i nezavisni sektor u kulturi (Kardov i Pavić u Vidović, ur. 2007: 80). Koje su naravi, koliko zastupljene i prihvatljive suradnje između nezavisne scene i drugih, javnih institucija u RH, bit će razmatrano u kasnijem dijelu rada (dubinskim intervjuima).

6. Razvoj publike – polazna određenja

Može li osjećaj zajedničkog dijeljenja energije, emocija i misli, unatoč svim dostupnim masmedijskim sadržajima i u današnjem visoko estetiziranom okruženju gdje je kultura roba, a publika konzumenti (Abercrombie i Longurst 1998: 86), i dalje održavati postojanje svih vrsta publike ili publika u kazalištu? Prema Državnom zavodu za statistiku Republike Hrvatske (Statističke informacije 2019: 38), referirajući se na sezone prije pandemije, broj profesionalnih kazališta za odrasle je u porastu, a broj publike opada. No, pojavljuje se i zanimljiva činjenica – broj gledatelja na predstavama za djecu je u porastu pa se nameće pitanje (ali za neka nova istraživanja) kad kazalište prestaje biti interesantno mladoj publici, odnosno kako kazališno komunicirati s mladom publikom, a da se zainteresiranost za živom izvedbom nastavi u adolescentskoj odnosno odrasloj dobi.

Kad je u Velikoj Britaniji provedeno istraživanje o mjerenju sudjelovanja određenih skupina u kulturnim događanjima krajem 90-ih godina prošlog stoljeća, a zbog osjetnog pada broja publike, direktori nekoliko agencija za razvoj publike definirali su taj pojam (razvoj publike) kao:

”više ljudi češće; isto je što i marketing; marketing je broj, a razvoj publike je raspon; stvaranje publike” (Maitland 2024: 1). Da bi timovima uključenima u razvoj publike olakšao proces, ACE (*Arts Council of England*) je ponudio inkluzivnu definiciju: “Pojam razvoja publike opisuje aktivnosti koje se poduzimaju kako bi se zadovoljile potrebe postojeće i potencijalne publike i kako bi se pomoglo umjetničkim organizacijama da razviju trajne odnose s publikom. Može uključivati aspekte marketinga, naručivanja, programiranja, obrazovanja, brige o kupcima i distribucije” (Phil Cave, Head of Audience Development, Arts Council England prema H. Maitland 2024: 1). Maitland dalje navodi da su u naručenom istraživanju ACE-a utvrđene bitne različitosti u pristupu među onima koji su obično uključeni u projekte razvoja publike, i to podijeljenima u tri skupine: prosvjetni djelatnici, umjetnici i marketinški stručnjaci. Prosvjetni djelatnici zainteresirani su za razvoj pojedinca i umjetničke forme u cjelini; njihov rad uključuje i sudjelovanje i prisustvovanje umjetničkim događajima; njihova ocjena uspješnosti nekog projekta temelji se na kvaliteti obrazovnog iskustva pojedinca i razvoju njihovog razumijevanja umjetnosti; rezultati koje postižu koriste obično drugim organizacijama “stvaranjem publike

sutrašnjice”, a prema stajalištu mnogih, ti dugoročni rezultati nisu mjerljivi (*isto*). Umjetnici, kao druga zainteresirana skupina, razvoj publike pretežito promatraju kao poboljšanje razumijevanja vlastitoga umjetničkoga djelovanja; žele da što više publike (gledatelja i/ili slušatelja) vidi njihov rad, ali su prečesto zabrinuti za pronalaženje prave publike koja će taj rad najbolje cijeliti; projektima kojima se pristupa isključivo iz umjetničke perspektive često nedostaju jasni ciljevi, a rezultati se ne ocjenjuju. Marketinški stručnjaci traže rezultate koji donose izravnu korist njihovim organizacijama; usmjereni su na postojeću publiku, ali i onu koju tek treba privući; cilj im je utjecati na promjenu razumijevanja, stavova i ponašanja, a cilj uvijek uključuje prisustvovanje i pritom je nevažno hoće li se to dogoditi za čak pet ili deset godina; njihovi projekti obično su precizno usmjereni na određene skupine ljudi i imaju jasne ciljeve; svjesni su važnosti praćenja i evaluacije projekata razvoja publike, ali većina, zbog nedostatka vremena, to ne čini zaključuje Maitland (2024).

N. Kawashima u svome radu *Beyond the Division of Attenders vs. Non-attenders: a study into audience development in policy and practice* (2000: 8) razvoj publike dijeli u četiri segmenta: kulturna inkluzija, prošireni marketing, odgoj ukusa (sklonosti) i edukacija publike.

Razvoj publike za kulturnu inkluziju odnosi se na manjinske ili marginalizirane skupine koje zbog raznih društvenih razloga ne konzumiraju određene kulturne sadržaje. Stoga se dostupnost odnosi na održavanje kulturnih događanja unutar zajednica. Prošireni marketing razlikuje se od uobičajenog marketinga u kulturi i umjetnosti po tomu što nije usmjeren na publiku koja po navici dolazi na kulturne sadržaje, nego na teško dostupnu publiku. Odgoj ukusa (sklonosti) odnosi se na žanrovsko ili sadržajno proširenje interesa postojeće publike. Četvrti segment u razvoju publike sličan je prethodnom jer cilja uglavnom na postojeću publiku, no pokušava poboljšati razumijevanje i uživanje u umjetnosti koju postojeći korisnici konzumiraju. Tako autor kulturnu inkluziju i prošireni marketing veže uz kvantitativni aspekt u konzumiranju umjetnosti, edukaciju publike uz kvalitativni aspekt, a odgoj ukusa uz rezultat povećanja ukupnog broja kulturnih konzumenata, što može osigurati i financijsku nagradu (no ne nužno kao primarni cilj organizacije).

Studija o razvoju publike (Bollo i dr. 2017: 3-10) daje presjek rezultata dobivenih analizom 30 različitih organizacija, ujedinjujući dotadašnje teorije i pristupe, istodobno mijenjajući perspektivu od “korisnika” do “sudionika”. Prema toj studiji dugoročno planiranje razvoja

publike temelji se na promjenama u tri glavne dimenzije: organizacije kao takve, umjetnika i njihovih produkcija te publike i njihovih zajednica. Studija naglašava da su male i srednje organizacije privilegirani laboratorij za popunjavanje praznine u znanju i povećanju kapaciteta za identifikaciju ključnih čimbenika u tranziciji u organizacije orijentirane prema publici. Autori publiku dijele na tri osnovne grupe: publika po navici, publika po izboru i slučajna publika.

Prvu grupu najlakše je pridobiti na kulturni događaj jer je to jedna od njihovih uobičajenih aktivnosti; edukacija i produbljivanje interesa također su najlakši unutar ove grupe; navika u ovom slučaju znači da je publika vrlo svjesna svoje uloge te da su kulturna iskustva dio njezina identiteta i samopercepcije. Druga grupa publike je ona koja nije navikla odlaziti na kulturna događanja zbog različitih ograničenja – od nemogućnosti dolaska (različite obveze, udaljenost, vrijeme održavanja i sl.) do financijskih razloga; kulturni sadržaj nije nešto što im je blisko, na što su navikli ili se pak na nj rijetko odlučuju, no nemaju određeni društveni ili kulturni nedostatak; pristup ovoj publici moguć je različitim marketinškim strategijama te edukativnim i inkluzivnim pristupom. Treću grupu, publiku iznenađenja, čine osobe koje su teško dostupne, ravnodušne ili neprijateljski raspoložene prema bilo kojoj kulturnoj aktivnosti iz vrlo složenog niza razloga povezanih s različitim društvenim čimbenicima isključivanja, obrazovanja i dostupnosti; njihovo sudjelovanje gotovo je nemoguće bez planiranog, dugoročnog i ciljanog pristupa. U potonju grupu spadaju i turisti, dio publike na koju se u nas, prema procjeni autorice ovoga rada, premalo ili gotovo nikada ne obraća pozornost. Razlozi su, ako se uopće o njima raspravlja, različiti – od nedostatka financijskih sredstava i nepostojanja tehničkih pomagala za prijevode ili prikaz podnaslova na stranim jezicima do “narušavanja” autorske (redateljske) koncepcije.

Mišković kazališnu predstavu, uz operu, koncert klasične i nove glazbe, umjetničku kino projekciju, izložbu suvremene umjetnosti ili klasika, performans, pjesničku ili književnu večer, predavanje, tribinu i razgovor o kulturi, svrstava u elitni kulturni sadržaj, a publiku koja posjećuje tu vrstu sadržaja ubraja u elitu “koja dijeli barem jednu zajedničku karakteristiku, a to je da unutar vlastitog sustava vrijednosti visoko vrednuje kulturu” (Mišković 2013: 8-9). Istraživanja u domeni konzumacije kulturnih sadržaja, navodi dalje autor, indiciraju određene zakonitosti u distribuciji, pa ne postoji kulturni događaj na koji bi došla apsolutno sva moguća

publika, dakle cjelokupno građanstvo, bilo na lokalnoj ili nekoj drugoj razini, no postoje neki kulturni proizvodi, poput hit predstava ili popularnih festivala, koji će privući veći broj ljudi.

U ovom će se radu izraz elitna ili visoka kultura vezati uz manju grupu kulturnih sadržaja: operu, operetu i balet, a za koje postoji uvriježeno mišljenje da su namijenjeni samo užem dijelu takozvane elitne publike i da su za njihovu produkciju i konzumiranje potrebni viši stupanj obrazovanja i imaju trajniju ili *klasičnu* (*kurziv je naš*) vrijednost.

7. Izdvojena dosadašnja istraživanja

U eseju objavljenom 2008. godine Vitomira Lončar analizira stanje u kazalištu za djecu i mlade u Hrvatskoj od 1950. do 2007. godine te daje prikaz rezultata istraživanja koje je provelo kazalište Mala scena (Lončar 2008: 108-124). Istraživalo se kazališno tržište među mlađom populacijom na 1400 zagrebačkih srednjoškolaca u dobi od 14 do 16 godina, i to u periodu od rujna do prosinca 2006. godine (*isto*: 108). Ovdje se navode samo neki rezultati: 36,69 % mladih želi gledati komediju, 22,35 % ljubavne drame, 20,41 % preferira mjuzikle, 8,14 % grčku tragediju, 5,67 % voli balet i operu, a 6,7 % ispitanih srednjoškolaca ne bira predstavu po žanru nego po kvaliteti (*isto*: 117).

Na pitanja o učestalosti odlazaka u kazalište, slijede odgovori: 24,85 % ide u kazalište samo sa školom, 17,04 % kazalište pohodi jedanput godišnje, 6,77 % jedanput mjesečno, 43,6 % nekoliko puta godišnje, a 7,73 % nikada (*isto*: 119).

Zanimljivo je usporediti i rezultate istraživanja objavljenih u diplomskom radu Marije Orešković (2021) na uzorku mladih do 25 godina – učenika srednjih škola i studija Hrvatskoga jezika i književnosti, gdje je se izdvaja sljedeće: najviše mladih (33,8 %) ide u kazalište samo zbog školske ili studentske obveze, a po brojnosti slijedi grupa mladih (32,4 %) koji u kazalište odlaze jedanput godišnje (*isto*: 24). Prema istom istraživanju, mladi u slobodno vrijeme preferiraju odlazak u kafić, a od umjetnosti najviše konzumiraju televizijske serije i filmove (*isto*: 22). Za razumijevanje i razbijanje predrasuda ili za adekvatniji pristup razvoju publika treba jako obratiti pozornost na to da je većina mladih (73,1 %) izjavila da bi češće odlazili u kazalište da je izbor predstava “umjetnički slojevitiji”; za autoricu to znači da bi kazališni repertoar trebalo općenito proširiti (*isto*: 25). Ovdje treba skrenuti pozornost na to da broj prigovora (ispitanika) na repertoar premašuje zbroj onih ispitanika koji u kazalište idu jedanput godišnje i onih kojima je to nužna aktivnost zbog nastavne obveze.

Orešković, kao i Lončar, ističe problem emotivnog izražavanja odnosno neprihvatanja emotivnih sadržaja.

Lončar pojašnjava da fenomen nepokazivanja i neprimanja emocija dolazi kao posljedica lake zabave te dodaje sljedeće uočene fenomene kod publike na predstavama za djecu: smanjeno trajanje koncentracije koje ima trend pada na duljinu TV spota ili reklame (za glumce i

producente to diktira maksimalnu duljinu „slike” u predstavi), mladi glasno komentiraju događaje na sceni (doživljaj kazališta kao elektronskog medija), zanemarivanje govorne (jezične i slušne) komponente kazališne predstave, podizanje praga čujnosti (jačine govora glumaca), što za sobom povlači uporabu tehnologije na sceni, konzumiranje hrane i pića za vrijeme predstave, odlazak iz kazališta prije kraja izvedbe i nepljeskanje na kraju predstave (Lončar 2008: 114-115).

Britanski *Nacionalni sindikat nastavnika* još je 1960. godine organizirao skup posvećen izazovima klasičnog obrazovnog sustava s tadašnjom popularnom kulturom ustvrdivši da je “... pad općekulturnoga standarda posljedica neispravne upotrebe suvremenih medija...”, odnosno da prijepon nastaje između vrijednosti proklamiranih u nastavnom programu i vrijednosti koje mlada populacija dijeli izvan obrazovne institucije (Duda 2002: 67-68). Autor dalje nudi odgovore na rješenje sukoba, i to analizirajući novi sustav vrijednosti koji su ponudili Hall i Whannel, a koji dobru (visoku) i lošu (popularnu) kulturu izmješaju u područje popularnoga, odnosno naglašavaju da i u popularnoj kulturi postoji dobro i loše te da se popularna kultura treba prosuđivati drukčijim kritičkim instrumentima, uvažavajući njezinu specifičnu konfiguraciju i logiku. Posebnu pozornost za navedene autore iziskuje odnos tinejdžera prema popularnoj kulturi. Tržište manipulira pitanjima identiteta koja zaokupljaju generacije u formativnim godinama pa kulturu mladih treba promatrati isključivo unutar industrije zabave jer mladi nisu samo dobna, nego i ekonomski važna ciljana publika (Duda 2002: 69-70).

U stručnom radu *Dobra praksa razvoja publike u Hrvatskoj i uspješnosti kulturnih manifestacija* (Pauletta, Lekić i Dabo 2022) daje se prikaz istraživanja koje je provedeno na 98 ispitanika u dobi od 19 do 60 godina, podijeljenih u četiri dobne skupine, a vezano uz kulturne manifestacije u lokalnoj sredini. Prema tom istraživanju, 32,65 % ispitanika konzumira kulturne sadržaje jedanput tjedno, 38,78 % jedanput mjesečno, a 17,35 % jedanput mjesečno (*isto*: 96). Najveći broj ispitanika, 77,55 %, o kulturnim se sadržajima informira na društvenim mrežama, a 71,43 % putem klasičnih medija (*isto*: 97). No, zanimljivo je istaknuti da je za 68,37 % ispitanika usmena preporuka najvažnija informacija o nekom kulturnom sadržaju (*isto*: 97). Također, važan podatak objavljen u ovom istraživanju, a može se usporediti s istraživanjem provedenim na skupini posjetitelja *Koncernog čitanja* provedenog za potrebe ovog rada, jest da niti jedna dobna skupina

nije bila pretjerano zainteresirana za aktivno sudjelovanje u programu, odnosno sudjelovanje u kreiranju umjetničkog djela nije motivacija značajnom broju ispitanika (*isto*: 100). Mjesto održavanja važno je za 65,98 % ispitanika (*isto*: 102). U dubinskim intervjuima koje je proveo tim, voditelji triju kulturnih manifestacija u Puli ističu da je mjesto, odnosno lokacija jako važna za sve njihove programe, kao i da su suradnja s lokalnom zajednicom te faktor stvaranja, odnosno koreacije s posjetiteljima, važni faktori jačanja kapaciteta. Iako intervjuirani voditelji na različite načine segmentiraju i analiziraju publiku, slažu se u tome da svaki segment treba poseban pristup te da "...mladu publiku treba educirati od samih početaka i pratiti ih u njihovu upoznavanju svijeta umjetnosti" (*isto*: 105).

Domšić, Franić i Marjanović istraživale su konzumaciju umjetničkih sadržaja tijekom pandemije među studentskom populacijom. Znakovito je da je 60% studenata izjavilo da im je umjetnost za vrijeme pandemije bila važna ili vrlo važna; svega 2,6% studenata je gledalo kazališne predstave više nego prije pandemije, 38,5% ih gledalo manje predstava, a 41,3% ih nije mijenjalo navike (vidjeti u Domšić, Franić i Marjanović 2021: 464, Tablica 4). Dalje, svega 8,2 % studenata je uz plaćanje pogledalo jednu do tri snimke predstava na internetu, a 91% niti jednu (*isto*: 465, Tablica 5). No, na pitanje jesu li voljni platiti internetsku izvedbu predstave ili koncerta omiljenog glazbenika, 22% studenata je odgovorili niječno, iako njih 87,5% smatra da bi takva izvedba trebala koštati manje od izvedbe uživo (*isto*: 468).

Miriam Mary Brgles je 2020. godine objavila rezultate istraživanja publike koja posjećuje HNK u Zagrebu. Pitanja su bila usmjerena pojašnjenju uzajamnih "društvenih odnosa publike i kulturne institucije" odnosno u cilju procjene "bliskosti (zadovoljstva) ili udaljenosti (nezadovoljstva)" publike spram kazališnog prostora (institucije HNK), produkcije i umjetnika (Brgles 2020: 169). U analiziranim istraživanjima osnovna je različitost publika bila pretplata na program(e); u sezoni 2007./2008. ispitanici su bili pretplatnici, a u sezoni 2011./2012. nepretplatnici. Usporedni podatci o učestalosti posjeta kazalištu su sljedeći: gotovo polovica ili 48 % pretplatnika u kazalištu je jednom mjesečno, a nepretplatnici malo rjeđe (15 %); dva ili više puta mjesečno pretplatnici posjećuju u postotku od 27,4 %, a nepretplatnici 10,3 %; jedanput godišnje svoju pretplatu iskoristi 4,5 % ispitanika u sezoni 2007./2008., a 25,2 % nepretplatnika iz sezone 2011./2012. u HNK dođe jedanput godišnje. Gotovo identičan udio publike u obje sezone, iako su pretplatničke ulaznice i do 30 % jeftinije od pojedinačnih, njih

31,3 % odnosno 31,8 %, smatra da je cijena ulaznice presudna za učestalost odlazaka u kazalište, dok 30,8 % ili 28 % procjenjuje da utjecaj cijene na broj odlazaka u kazalište ovisi o predstavi. Zanimljivo je i da, prema istim navodima, petina nepretplatnika uopće ne razmišlja o cijeni ulaznice (20,6 %), dok je takvog stava manje od desetine (9 %) pretplatnika. Kazališnim repertoarom HNK u sezoni 2007./2008. bilo je potpuno zadovoljno 32,8 % pretplatnika, a u sezoni 2011./2012. 21,5 % ispitanika (*isto*: 169-174). Promjena u načinu informiranja o kazalištu i utjecaj digitalnog okruženja evidentni su na sljedećim pokazateljima: u sezoni 2007./2008. u komunikaciji s publikama dominirali su mediji (49,3 %), na mrežnim stranicama kazališta informiralo se svega 7,5 % pretplatnika, a usmena preporuka bila je važna za njih 7 %. U sezoni 2011./2012. 43 % ispitanika izjavilo je da informacije o zbivanjima u kazalištu pronalazi na internetu (43,9 %), putem medija 19,6 %, a usmeno 32,7 % (*isto*: 190). Dalje autorica daje pregled sociodemografske strukture kazališne publike u HNK, ističući da je dobna varijabla jedna od neizostavnih za proučavanje i analizu. Najaktivnija, financijski najsposobnija i publika s najviše slobodnog vremena, u svim (svjetskim) istraživanjima takozvana je “mlađa starija populacija” u dobi od 41 do 50 godina, i ona čini četvrtinu ispitanika u sezoni 2011./2012. Najmlađi (do 20 godina) čine najmanji, jako mali udio publike u ovom istraživanju (3,7 %), a mladi do 30 godina čine 13,1 % publike. Autorica smatra da je potrebno posebno razvijati spomenutu najaktivniju dobnu skupinu te je dodatnim doživljajima i uslugama još više zaintrigirati za kazalište (*isto*: 191). Od deset slučajno odabranih ispitanih umjetnika koji su kao djelatnici ili vanjski suradnici bili u angažmanu u HNK, pet ih je bilo voljno iskazati svoje mišljenje o publici, no ovdje se izdvajaju samo neka: “... Za dramu publika nije dobro odgojena... to je drugačija publika i treba još raditi”, “truditi se i dalje” jer publika “uvijek zna prepoznati kvalitetu” (*isto*: 205-206).

Sva navedena istraživanja nemaju istoznačne ciljeve s istraživanjima provedenima za ovaj rad, ali su značajna zbog nekoliko činjenica: u Hrvatskoj se publike više ne doživljava kao nešto što se podrazumijeva, nego nešto tj. nekoga koga treba istražiti i s kim treba na adekvatan način komunicirati i surađivati; zatim, publike treba promatrati kao osobe s konkretnim motivima i stavovima, a ne samo kao statistički podatak; i na kraju, ali ne manje važno, prikupljeni podatci mogu se komparirati i na osnovi njih izvući neki pokazatelji kao alat ili motiv za daljnja istraživanja i razvoj publike.

N. Kawashima (2000: 7) sublimira najčešće pogreške koje se javljaju u praksi u pristupu publici:

- nerealne svrhe projekata
- nejasni ciljevi u planiranju projekta
- nedostatak dogovorenih ciljeva između različitih strana kao što su marketing i obrazovanje
- neuspjeh u evaluaciji i dokumentiranju gotovih projekata
- nedostatak zajedničkih informacija o projektima između umjetničkih organizacija
- neuspjeh u kontinuiranoj izgradnji odnosa između umjetničkih organizacija i publike izvan određenog projekta

U istom radu autor dalje navodi i da bi prednosti razvoja publike trebale biti veća financijska sigurnost za kulturnu industriju, povećanje umjetničkih mogućnosti, “socijalna kohezija” te individualni razvoj i ispunjenje.

S obzirom na ranjivost uzrokovanu prvenstveno financijskim, a potom i društvenim okolnostima te u nedostatak stalnih dvorana ili partnerskih javnih institucija te kontinuirane i adekvatne potpore javnih izvora financiranja, postavlja se pitanje koliko nezavisne umjetničke organizacije mogu izbjeći navedene greške u pristupu publici. Iz iskustva autorice rada, a vezanog uz suradnju s većim brojem nezavisnih umjetničkih organizacija registriranih i s djelovanjem u Republici Hrvatskoj, može se pretpostaviti da većina ima vrlo jasne ciljeve i planove za realizaciju projekata. Najveći nedostatak javlja se u realizaciji marketinških aktivnosti, dijelom zbog needuciranosti, a većim dijelom zbog nedostatka financijskih sredstava i mogućnosti angažiranja vanjskih agencija. Zbog infrastrukturnih nedostataka, odnosno nepostojanja vlastitih prostora za prezentaciju odnosno realizaciju programa, pitanje je koliko samostalni umjetnici i nezavisne umjetničke organizacije mogu razvoj publike prakticirati nekonvencionalnim pristupom. Npr. koliko si njih može “priuštiti” izvedbe na nekonvencionalnim mjestima poput tvornica, trgovačkih centara, škola ili otvorenih trgova (kao što to rade neke javne institucije, npr HNK – Ljetne večeri, Arsenal i dr., službene stranice HNK – Novosti) s nadom da će se slučajna publika koja dođe na umjetničke događaje zainteresirati i početi dolaziti na redovite izvedbe, odnosno da će se uspostaviti trajniji odnos između umjetničkih organizacija i publike izvan određenog projekta.

Jean Davignaud (1978. prema Lukić 2010: 233) elaborira tezu da istraživanje publike nadmašuje okvire statističkih analiza i s dalekosežnim je utjecajima te da područje proučavanja treba biti u odnosu između publike i uspjeha ili neuspjeha različitih djela u povijesti. Poznato je da su (osim pljeska) smijeh, uzdah, tišina i žamor, uz to što su vrlo korisne informacije za glumce i trenutni rezultat interakcije na relaciji izvođač(i) – gledatelj(i), kratkotrajni kvalitativni pokazatelji uspješnosti cjelokupne izvedbe. Za neke druge oblike umjetnosti poput filma, glazbe ili literature vremenska je distanca (i generacijski nova publika) jedini objektivan pokazatelj uspješnosti, ali s obzirom na to da kazališna predstava ima svoje realno vremensko trajanje, bez mogućnosti nebrojenog puta ponavljanja doživljaja (ako ništa drugo, onda zbog ograničenog životnog vijeka izvođača), otvaraju se nova pitanja: koja su stvarna mjerila vrijednosti i uspjeha neke predstave i tko ih postavlja. Kao uspjeh možemo navesti broj gledatelja, nagrada ili broj izvedbi i sezona u kojima je određena predstava bila na repertoaru neke kazališne kuće ili organizacije, uzimajući u obzir da broj publike i nagrada ovisi i o kvaliteti (ne samo o merketinškim vještinama i odnosa s javnošću), no to su opet samo kvantitativni, odnosno statistički pokazatelji. Još je u prošlom stoljeću Gavella najavio prelaženje (hrvatskoga) kazališta na “zdrave produkcijske baze”, upozoravajući da “kazalište... treba stvoriti svoj konzumentski kadar... da se materijalni faktor kazališnog života... ima gledati pod vidom dugoročne investicije, a ne u vidu mehanike obične ponude i potražnje” (Gavella 1982: 100).

John Holden (2009: 452-455), jedan od članova Europske mreže stručnjaka za kulturu (EENC), predlaže razmatranje modela vrednovanja kulture iz tri pozicije: intrinzične, instrumentalne, i institucionalne, naglašavajući da su to komplementarne, a ne isključive vrijednosti kulture te da njihova važnost ovisi o poziciji i interesima promatrača. Prema autoru, intrinzična vrijednost implicira da umjetnost i kultura (i sve vezano uz umjetnost i kulturu – od umjetnika do institucija) imaju vrijednost kao svoj sastavni dio – vrijedni su sami po sebi. No, intrinzična vrijednost također je oznaka načina na koji kultura utječe na svakog pojedinca, a ti utjecaji ne mogu se lako izmjeriti ili materijalizirati. Intrinzična vrijednost pripada diskursima o emocionalnim i duhovnim utjecajima kulture, ali ponekad služi i za isključivo označavanje kvalitete i izvrsnosti u samoj umjetnosti. Intrinzični aspekt kulture bavi se apstraktnim sferama života poput zabave, ljepote i uzvišenog, utječe na emocije pojedinca individualno i vrlo

različito, a to za sobom povlači donošenje individualnih vrijednosnih i kvalitativnih sudova koji su, u konačnici, jedini važni.

Instrumentalna vrijednost kulture mjerljiva je u slučajevima kada se kulturom postižu neki društveno važni ciljevi poput ekonomskog razvitka, razbijanja predrasuda ili terapijskog djelovanja na pacijente i smanjenog perioda oporavka. Autorica ovoga rada sugerira razmotriti jedan od izvrsnih primjera utjecaja kulture (radio i TV-emisija te predstava) na značajne i evidentne promjene u društvu – kampanju za suzbijanje bolesti i razbijanje predrasuda o leprozi u Indiji, u organizaciji BBC-a (vidjeti https://www.developmentmedia.net/app/uploads/2022/06/Eliminating-leprosy-in-India-Leprosy-Media-campaigns-1999-2001_Booklet.pdf, pregledano 27. 3. 2014.). Mjerenje učinaka na mase ljudi na temelju kulturnih iskustava, iako se ti rezultati mogu postići i na druge načine, važna je (instrumentalna) komponenta za političare i one koji upravljaju kulturom. Holden institucionalnu komponentu razmatra kao obrnuto valoriziranje: što kultura znači ili kakvo mjesto zauzima u kolektivnoj svijesti ljudi (Holden 2009: 454).

Darko Lukić u predavanju s temom “Novi izazovi u razvoju publike” na simpoziju održanome u HNK-u Zagreb 16. rujna 2025. među ostalim naglašava kako suvremene ekonomske teorije o povezanosti kulture i gospodarstva dokazuju doprinos kulturnog u razvoju financijskog sektora i u kojima je “oblikovana ideja ekonomije ukorijenjena u kulturu, kao i s pristupima u kojima kreiranje kulturne vrijednosti razumijeva i uključuje i procese i sadržaje, i načine proizvodnje i proizvedene sadržaje.” Razumijevajući kazališnu produkciju kao “ekonomiju doživljaja” to podrazumijeva prilagodbu, transformaciju i inovacijske promjene u svim segmentima i razinama kazališta: kuratorskoj, menadžerskoj, marketinškoj, komunikacijskoj, estetskoj, programskoj i kadrovskoj. Za Lukića (*isto*), kreativni je producent *kurator* (*kurziv je naš*) zbog “širine i složenosti poslova upravljanja, facilitiranja, uključivanja i koordinacije sudjelovanja”, a kazališni management u praksi znači kazališno vodstvo. Edukaciju, stalno usavršavanje svih djelatnika i jačanje kapaciteta suradnjom s novim suradnicima, smatra nužnim preduvjetom za promjenu paradigme razvoja publike i (pre)orijentiranje organizacije tako da publika bude u središtu zanimanja kazališta, odnosno predlaže usvajanje ACED modela. Neke aktivnosti koje Lukić slijedom navedenoga predlaže su:

- “ - istraživanje mrežnog i digitalnog razvoja komunikacija s publikama
- organizacijske prilagodbe i stvaranje okvira za generiranje novih kreativnih ideja u području

razvoja publika (što veće uključivanje svih djelatnica i djelatnika)

- jačanje kapaciteta i sustav edukacije i razvijanja novih profesionalnih metoda, stjecanje novih znanja i vještina
- osiguravanje međunarodne stručne potpore i suradnje kvalificiranih eksperata
- poticanje kreativnih umjetničkih pristupa koji uključuju marginalizirane i zanemarene publike u najširem spektru isključenosti – ovisno o konkretnim sredinama” (*isto*).

Tim Baker i Heather Maitland proveli su istraživanje o razvoju publike u 167 umjetničkih organizacija u Škotskoj 2000. godine. Rezultat je identifikacija “ključnih čimbenika uspjeha:

- Onima koji su uključeni u planiranje i razvoj jasno je kako aktivnost razvoja publike pridonosi općim ciljevima njihove organizacije.
- Projekti su dio dugoročnog plana koji se razvija dijalogom između umjetničke, obrazovne i marketinške funkcije organizacije.
- Unaprijed su postavljeni jasni i mjerljivi ciljevi.
- Aktivnost razvoja publike usmjerena je na različite ciljne skupine ili skupine i postoji blisko podudaranje između njihovih potreba, interesa i dobrobiti koje odabrani umjetnički događaj ili aktivnost može ponuditi.
- Oni koji su uključeni prikupljaju i analiziraju informacije o ciljnoj skupini za korištenje u donošenju odluka.
- Postoji proces konzultacija s ciljnom skupinom ili skupinama.
- Elementi marketinškog miksa prilagođeni su potrebama, iskustvima i osobnim okolnostima ciljne skupine ili skupina, uključujući okruženje proizvoda i, gdje je to prikladno, temeljni proizvod.
- Aktivnost se ocjenjuje.
- Organizacija dugoročno održava svoj odnos s ciljnom skupinom ili skupinama.” (<https://www.scribd.com/document/597267699/Audience-Development-Handout-Heather-Maitland>, pregledano 14. 9. 2022.)

8. O produkciji i distribuciji predstave *Kad svijeće dogore* – studija slučaja

Rad na predstavi *Kad svijeće dogore* započeo je kao nezavisna produkcija Umjetničke organizacije Teatra Erato (dalje Erato). Producentica Erata i autorica ovog rada otkupila je 2018. godine prava na adaptaciju Christophera Hamptona (prema romanu Sandora Maraia) unatoč sugestijama najbližih suradnika da se ne radi o komercijalnom predlošku. Namjera producentice bila je (i ostala) ustrajnost u misiji Erata – očuvanje klasične dramske baštine. Produkcija je planirana za 2020. godinu, no rađena je s odgodom zbog pandemije i potresa kao jedna od 1630 aktivnosti koje su organizacije civilnog društva, kojima pripada i Erato, odgodile za 2021. godinu (*Utjecaj pandemije COVID-19 i potresa na kulturni sektor u Republici Hrvatskoj, 2021*, Dea Vidović, ur.)

Prilagođavajući distribuciju predstave, planiran je *live streaming* iz dvorca Trakošćan dok se stanje s pandemijom ne normalizira, odnosno ne započne s klasičnom distribucijom – izvedbama na kazališnim daskama, uživo i pred publikom. Angažirana je glumačka postava: Siniša Popović, Goran Grgić i Zrinka Cvitešić u alternaciji s Ivom Mihalić, te autorska ekipa: Branko Ivanda, Slavica Šnur, Sanja Rocco i Milan Kovačević. Dogovoren je plan snimanja i suradnja s *Gama studijem* (najam reportažnih kola) te vlasnicima dvorca Trakošćan (interijer kao kulisa) i hotela Trakošćan (smještaj ekipe za vrijeme tehničkih proba i snimanja odnosno streaminga). Probe su započele koncem rujna 2020. godine u prostorima koje je Erato imao u podnajmu pri ustanovi Zagreb Film.

U međuvremenu su se mjere zaštite od pandemije pooštrile i za broj izvođača, tj. ukupan broj osoba na sceni. Stoga su ionako rijetka javna kazališta, a koja su u bilo kakvom obliku nastavila s radom, bila primorana odustati od planiranih izvedbi. Zbog potrebe i želje za održavanjem programa unatoč ograničenjima (smanjeni broj osoba na pozornici, nedostatak vremena i sredstava za produciranje novih predstava s manjim brojem uloga), vodstvo HNK istupilo je iz uobičajene prakse i ponudilo suradnju Eratu i tako je nastala javno-privatna suradnja na predstavi *Kad svijeće dogore*. HNK je kao svoj doprinos produkciji uložio scenografa za izradu tehničkog rješenja kulise, radionice za izradu kostima, funduse rekvizite, kostima i scenografije,

tehničku opremu, logistiku kazališta (marketing, hostese i sl.). Erato, kao idejni nositelj i pokretač produkcije, uložio je tekst i druge predproduksijske aktivnosti (prijevod teksta, organizaciju proba i prostor za probe, angažiranje autorskog i izvođačkog tima) te financijska sredstva za nabavku materijala za izradu kostima i scenografije, adaptaciju kulisa iz fundusa HNK i izradu scenografije, otkup autorskih prava na tekst, autorske i izvođačke honorare za sve suradnike itd. Dakle, produkcija ove predstave nije ni u kojem slučaju opteretila budžet HNK, samo su iskorišteni postojeći kapaciteti koji su bili u stanju mirovanja.

U svega tri tjedna autorska i izvođačka ekipa, uz svesrdnu pomoć tehničke ekipe HNK, prilagodila je izvedbu za veliku scenu, a plan snimanja u Trakošćanu je odgođen. Iako s ograničenim brojem publike, održane su tri rasprodane predpremijerne izvedbe: u Šibeniku (HK Šibenik, 20. i 21. ožujka) pred maksimalnim brojem gledatelja – 48 (na jednoj izvedbi) te u Zagrebu, 23. ožujka 2021., pred 130 gledatelja. Zatim je uslijedila premijera, 27. ožujka, također pred, zbog pandemije, maksimalnih 130 gledatelja u gledalištu kapaciteta 715 mjesta. Nakon premijere, predstava [Kad svijeće dogore](#) izvedena je na pozornici HNK još devet puta do kraja sezone 2020./2021.



Slika 1. - Vizual predstave Kad svijeće dogore

9. Empirijska istraživanja

Kao što je već u prethodnim poglavljima naznačeno, u istraživanju za ovaj doktorski rad korištene su različite metode, od teorijskog okvira, swot analize i analize javnih publikacija do empirijskih istraživanja i prikupljanja podataka među akterima nezavisne scene, kreatorima predstave kao umjetničkog djela i publike kao konzumenta ili krajnjeg korisnika kulturnog sadržaja. Empirijska istraživanja i rezultati grupirani su u dvije skupine – prva je vezana uz kreatore kazališnih predstava, a druga uz publiku.

9.1. SWOT analiza – identifikacija vlastitih iskustava Teatra Erato

Evaluacija suradnje s HNK-om Zagreb na projektu i produkciji predstave *Kad svijeće dogore*, a s pozicije producentice Teatra Erato, napravljena je SWOT analizom organizacijskog, financijskog i administrativno-pravnog okvira nepunu godinu dana nakon premijerne izvedbe u Zagrebu.

9.1.1. SWOT ANALIZA 1 – ORGANIZACIJSKI OKVIR

PREDNOSTI - neograničeni terminski uvjeti za rad na predstavi do tehničkih proba (vlastiti prostor Erato) - predstava je bila “postavljena” prije koprodukcijskog odnosa Erato i HNK - glumački ansambl ujedno je i ansambl drame HNK - dobra volja i razumijevanje produkcije od intendantice i ravnatelja drame HNK (što je rezultiralo donošenjem ključnih odluka za projekt i olakšalo operativne aktivnosti) - iskoristivost manjeg, ali značajnog dijela fundusa scenografije i kostima - profesionalna ekipa tehničkog osoblja u HNK - kompletna i uhodana logistika za izvedbu predstave (od blagajne do hostesa, osiguranja, COVID protokola i sl.) - nadopunjavanje PR kanala i aktivnosti HNK i Erata - fleksibilnost suradničke mreže Erata i mogućnost prilagodbe (za izradu scenografije i kostima, nabavku potrebnih materijala, rekvizite i sl.)	SLABOSTI - koncepcijska prilagodba (prvobitno planirane izvedbe u dvorcu Trakošćan vs. velika scena HNK) - Eratovo nepoznavanje hijerarhije i protokola unutar HNK - narušeni međuljudski odnosi u HNK - projekt nije bio u planu HNK pa su iz toga proizašle dodatne organizacijske poteškoće: 1. ograničen broj termina na velikoj sceni (za mizanscenu, tehničke i kostimske probe te generalnu probu, kao i za postavu svjetla) 2. nepostojanje mogućnosti bilo kakvih scenografskih ili kostimografskih radova unutar HNK 3. izostanak bilo kakvog dodatnog angažmana (produkcijских troškova) HNK izvan hladnog pogona
--	---

PRILIKE - direktna komunikacija na operativnoj razini (Erato i krajnji izvršitelji u HNK) - dodatna scenografija prilagođena za igranje u manjim i različitim otvorenim i zatvorenim prostorima (gostovanja izvan HNK) - potpisivanje ugovora o razmjeni programa među nacionalnim kazališnim kućama u RH - raspoloživost vanjskih stručnih suradnika (psihijatar i psihoterapeut)	PRIJETNJE - COVID pandemija može utjecati na oblik i broj umjetničkih izvedbi (zbog mjera Stožera): 1. moguć manji broj dramskih izvedbi u odnosu na nove premijerne naslove i na repertoar HNK, kako Drame tako i Baleta i Opere (dijele istu scenu) 2. ograničeni broj publike 3. dodatne mjere i ograničenja za kulturna događanja uslijed COVID pandemije - nezainteresiranost vodstva HNK za daljnje izvedbe (suradnju) nakon prestanka mjera
--	---

Tablica 1: SWOT analiza 1 - organizacijski okvir

Pojašnjenje SWOT analize 1

Zahvaljujući malom, ali uhodanom timu suradnika te vlastitom prostoru, omogućen je Eratu i suradnicima rad na predprodukciji bez pritisaka i rokova s obzirom na pandemiju i njezino nepredvidivo trajanje: nije bilo definiranog datume premijere, a probe su bile vrlo fleksibilnog trajanja; cijela ekipa bila je fokusirana na projekt (bez drugih radnih obveza) itd., što u normalnim produkcijskim uvjetima (bez pandemije) nije čest slučaj.

Nakon što se u produkciju uključio HNK, čvrsta, gotovo obiteljska povezanost tima Erata rezultirala je jednostavnim i brzim prilagođavanjem velikoj sceni. Trebalo je malo vremena da se uoče nedostatci, tj. slabosti novonastale koprodukcije, te minimiziraju posljedice ograničenja rada zbog mjera Kriznog stožera Ministarstva zdravstva osnovanog zbog pandemije koronavirusa te da se donesu ključne produkcijske odluke. Radionice HNK nisu bile u funkciji, a fundus scenografije i kostima bio je gotovo neupotrebljiv – što zbog izvanrednih stanja izazvanih pandemijom, a što uključuje nemogućnost preusmjeravanja dijela proračuna za opremanje neplanirane predstave (*Kad svijeće dogore*), što zbog događaja unutar HNK. No, tehnika i stručni djelatnici HNK dali su neprocjenjiv doprinos u organiziranju produkcije. Maksimalno su iskorištene prilike, a prijetnja HNK da se suradnja zaustavi čim se okolnosti promijene (prestanak pandemije i popuštanje mjera Stožera) nažalost se obistinila.

9.1.2. SWOT ANALIZA 2 – ADMINISTRATIVNO-PRAVNI OKVIR

SNAGE - prava za adaptaciju C. Hamptona (riješena prije koprodukcije) - ugovori s autorskim i izvođačkim timom potpisani prije koprodukcije - jasni, iako različiti, ciljevi produkcije s obje strane (i HNK i Erato) - promptna administrativna podrška intendantice i ravnatelja drame HNK u ključnim trenucima za produkciju	SLABOSTI - administrativni lanac HNK neupućen u koprodukcije s nezavisnom scenom - neprilagođenost postojećih ugovora - interne nesuglasice između pojedinih odjela HNK, što je rezultiralo inzistiranjem na nepotrebnim suglasnostima, dozvolama, potpisima i sl. - nepostojanje klauzule u koprodukcijskom ugovoru o minimalnom broju izvedbi i nastavku suradnje u idućoj ili idućim sezonama
PRILIKE - produljenje opcije - razvoj partnerske suradnje - proširenje opcije na live streaming - razvoj projekta/otkup prava za druge medije	PRIJETNJE - neproduljenje autorskog ugovora za otkup prava (opciju) za dramski predložak - još uvijek nije potpisan ugovor za autorska prava za live streaming - nepovoljne mjere Stožera za novu kazališnu sezonu - smjena umjetničkog vodstva HNK (intendantica i ravnatelj drame) zbog isteka mandata

Tablica 2: SWOT analiza 2 - administrativno-pravni okvir

Pojašnjenje SWOT analize 2

Riješena autorska i izvođačka prava prije koprodukcije uvelike su pojednostavnili proces prilagodbe za izvedbu predstave u HNK Zagreb, unatoč slabostima koje su isplivale tijekom dovršetka administrativnih i operativnih preduvjeta za premijeru. Tamo gdje se nije moglo iskoračiti iz institucijskih okvira, produkciju je zastupao nezavisni Erato, što se vrlo brzo i na

dosta produkcijskih aktivnosti pokazalo izvrsnim modelom poslovanja. Zbog neiskustva producentice Erata, u ugovor nije uključena klauzula o ritmu i minimalnom broju igranja u HNK. Prilike nisu realizirane, a prijetnje vezane uz pandemiju nastavile su se još cijelu sezonu nakon premijere, izuzev produljenja *opcije*.

9.1.3. SWOT ANALIZA 3 – FINANCIJSKI OKVIR

PREDNOSTI - osigurana inicijalna financijska sredstva (MK za 30 % produkcije do premijere, Erato 70 %) - neumjetničko/tehničko osoblje na plaći u HNK - fleksibilnost suradničke mreže Erata (obročna isplata, naknada u vidu tantijema i sl.) - publika željna klasičnih dramskih produkcija u HNK	SLABOSTI - nedovoljni resursi za kompletnu produkciju - nemogućnost materijalnih ulaganja HNK u produkciju - ugovori s dijelom glumačkog ansambla (naknade za izvedbe bez obzira na koprodukciju s HNK) - ograničen broj publike uslijed COVID pandemije
PRILIKE - povećanje prihoda zbog povlačenja pandemije - povećanje broja izvedbi i prihoda zbog mjera koje ograničavaju broj članova ansambla na sceni HNK - smanjenje troškova izvedbe zbog ukidanja dezinfekcijskih mjera uslijed COVID-a - povećanje broja gostovanja - iskorištavanje branda “skupe” predstave biranjem mjesta izvođenja i uvjeta izvođenja	PRIJETNJE - smanjenje prihoda zbog pandemije - povećanje troškova izvedbe uslijed novih higijenskih mjera zaštite od pandemije i potrebe za testiranjem - normalizacija nezavisne produkcije i povećanje konkurentskih predstava - brand predstave kao “skupe”, što ograničava potencijalna gostovanja

Tablica 3: SWOT analiza 3 - financijski okvir

Pojašnjenje SWOT analize 3

Zahvaljujući višegodišnjem opstanku na nezavisnoj sceni, iskustvima na prilagođavanju i fleksibilnosti rada, izmjenama “u hodu”, dugogodišnjoj suradničkoj mreži i međusobnom povjerenju, Erato je s minimalnim sredstvima iz javnih izvora financiranja uspio opremiti predstavu (uz minimalna ulaganja HNK – vrlo siromašan fundus). Iako ograničen, broj publike bio je dovoljan da se pokriju troškovi izvebe. Nedostatak rada drugih kazališnih kuća (u prvo vrijeme pandemijskih ograničenja) osigurao je prvih desetak izvedbi u vrlo kratkom roku, no kvaliteta predstave jamčila je prednost pred konkurencijom u novoj kazališnoj sezoni.

9.1.4. SWOT ANALIZA 4 – PRODUKCIJSKI OKVIR

PREDNOSTI - produkcija predstave prema romanu S. Maraia, čija je svaka naklada rasprodana (u RH) - produkcija prema adaptaciji oskarovca C. Hamptona (izvedba je bila hit na West Endu s Jeremyjem Ironsom u glavnoj ulozi) - izvrstan izvođački i autorski tim - fleksibilnost tima vezana uz rokove i način izvedbe; - logistika HNK - nedostatak kvalitetnih klasičnih dramskih tekstova ne samo na sceni HNK	SLABOSTI - HNK određuje (rijetke) termine izvedbi u Zagrebu, Erato može dogovarati gostovanja ovisno o obvezama ansambla u matičnoj kući - vrijeme potrebno za uhodavanje odnosa i utvrđivanje statusa zajedničkog projekta na nižim, operativnim razinama - HNK je predstavu tretirao kao “tuđu”
PRILIKE - podloga za daljnju suradnju - vrijedna stavka u CV-u za HNK i Erato - produljenje i proširenje autorskih prava na predložak - diversifikacija publike i produbljivanje odnosa s postojećom publikom	PRIJETNJE - skidanje predstave s repertoara HNK - nepriznavanje COVID-a za pomicanje trajanja <i>opcije</i>

Tablica 4: SWOT analiza 4 - produkcijski okvir

Pojašnjenje SWOT analize 4

Produkcijom predstave Erato je dobio nove publike, što je potvrđeno stalnim gledateljima te nekim sponzorskim i drugim suradnjama u kasnijim produkcijama. HNK nije pokazao interes za daljnju suradnju niti za nastavak izvedbi nakon pandemije. Predstava je u dva navrata “uskočila” u raspored dramskog programa zbog bolesti u ansamblima drugih predstava.

Bilo je dovoljno, gotovo neograničeno vremena za dubinsko “kopanje” po karakterima, konzultacije sa stručnjacima i poznavateljima djela S. Maraja te postavljanje mizanscene.

Angažirani su iskusni vanjski suradnici za doradu scenografije i kostima, opet zahvaljujući mreži dotadašnjih suradnji i načinu poslovanja Erata, a dodatna olakotna okolnost bila je i ta što je za sve uključene bio umanjen dotadašnji, uobičajeni opseg posla pa su dogovoreni rokovi i uvjeti plaćanja bili vrlo povoljni za produkciju.

9.2. Istraživanje i identifikacija iskustava autorske i izvođačke ekipe

Teatar Erato je s cijelim autorskim (izuzev scenografkinje) i izvođačkim timom potpisao ugovor o suradnji prije nego se u produkciju uključio HNK. Dakle, izvođački je tim isključivo zbog svoje izvrsnosti angažiran od Erata. Svi suradnici – pet članova autorskog i četiri člana izvođačkog tima, kao i intendantica i ravnatelj drame HNK – zamoljeni su da u obliku komentara odgovore na gotovo identična pitanja postavljena mreži nezavisnih kazališta. Razlika je u tome što su suradnici Erata zamoljeni da uključe vlastita iskustva na konkretnoj produkciji, a zbog njihove uloge i svekolikog doprinosa predstavi *Kad svijeće dogore* odgovori su navedeni u cijelosti kako slijedi.

1. Mislite li da su umjetnički, kreativni, estetski, izvođački ili bilo koji drugi ciljevi različiti ovisno o produkciji u HNK ili produkciji na nezavisnoj sceni? Ako da, pojasnite.

- “Cilj svakog umjetničkog djela, individualnog ili kolektivnog poput kazališnog čina, samo je jedan: **težnja prema izvrsnosti**. Međutim, izvedbeni okviri čine golemu razliku između institucionalne i nezavisne scene. S jedne strane imate autorsku, prostornu, marketinšku i

financijsku sigurnost s velikim dijelom stalne publike. S druge strane neisigurnost u tuđim, često neprikladnim scenskim prostorima, ovisnost o nestabilnim i nedovoljnim državnim potporama, skućena scenografska rješenja, terminsku podložnost autorskim, posebno glumačkim prioritetnim angažmanima i totalnu financijsku ovisnost o broju *ad hoc* gledatelja.”

- “U kvalitativnim smislu i krajnjem ishodu ne. Štoviše, nezavisna produkcija uvijek nudi više zato što ovisi o svakoj prodanoj karti, dok institucionalna kazališta nemaju to opterećenje.”
- “Drukčiji su utoliko što HNK ima ansambl – balet, operu, dramu, koji su na državnom proračunu, kao i hladni pogon, tj. tehničke djelatnosti. Drugim riječima, umjetnička, estetska i kreativna motivacija može manjkati u institucionalnim kazalištima, a razlog tome je što se te stvari često znaju samo *odrađivati*, bez pravog zalaganja za njih.”
- “Ono što primjećujem kao razliku u motivaciji pri kreiranju programa u nacionalnom kazalištu i nezavisnoj sceni je težnja da se u HNK privuče što veći broj gledatelja, što se često postiže "dodvoravanjem" publici (produkcijom predstava sličnih prijašnjim uspješnicama, nedostatak svojevrsnih umjetničkih rizika i sl.), dok je na nezavisnoj sceni umjetnički sadržaj slobodniji u smislu da je neopterećen "posjećenošću", a nagradu više pronalazi u kvaliteti i dobroj koheziji ansambla i autorskih timova.“
- “Ciljevi možda nisu drukčiji, no alati jesu. Naime, mislim da si javno, nacionalno kazalište kao što je HNK prvenstveno može “priuštiti” veći budžet pri realizaciji/produkciji nego kazalište s nezavisne scene, bilo da se radi o kostimima, dizajnu materijala i PR-u ili o scenografiji predstave. Osim toga, ono ima neku garantiranu, “stalnu” publiku, kao i medijski prostor, pa ne mora uložiti toliki napor da privuče pažnju za svaki svoj novi projekt.”
- “Nezavisna scena širok je pojam i morali bismo biti zadovoljni činjenicom da je kod nas ta scena živa, raznolika i potentna. Osnovni bi ciljevi morali biti slični. Institucionalno kazalište, koje ima i svoj stalni ansambl, ima mogućnost, ali i repertoarnu obvezu uprizorenja i klasičnih i suvremenih naslova s velikim podjelama. Izvaninstitucionalni teatri takvo si što ne mogu

priuštitu, ali i jedni i drugi trebali bi težiti izvrsnosti kao jedinom umjetničkom, estetskom i izvođačkom kriteriju.”

- “Mislim da su različiti. Dakako, u svakom kolektivu mnogo toga ovisi o pojedincu i njegovom pristupu onom čime se bavi. Mislim pritom i na upravu i na izvođače. Predan i posvećen može se podjednako biti u instituciji i na nezavisnoj sceni, ali iz dugogodišnjeg iskustva čini mi se da institucija teže pronalazi umjetničko, kreativno i estetsko suglasje nego nezavisna produkcija. Kako sam u svojih gotovo 35 godina glumačkog staža do sada ostvario 152 uloge, što na sceni što pred kamerom, a barem polovica njih odnosi se na uloge izvan HNK-a, smatram da su za mene bile relevantnije one uloge koje sam ostvario izvan institucije u kojoj primam plaću i u kojoj sam često gurnut u neki projekt po dužnosti a ne po vlastitoj volji i odabiru.”
- “Umjetnički, kreativno i estetski zasigurno jesu jer velikim dijelom ovise o glavnom pokretaču projekta, što je novac. Njegov je priljev na nezavisnoj sceni daleko manji pa je estetski cilj, a samim time i umjetnički i kreativni, ograničen, odnosno ne toliko slobodan koliko može biti u velikoj kući. Što se tiče izvođačkog cilja, on bi za velikog umjetnika, kakvim svi težimo biti, trebao biti isti. Istina je uvijek istina, emocija je uvijek emocija, temeljit rad na ulozi uvijek je temeljit rad na ulozi.“
- “Mislim da je uvijek cilj napraviti odličnu predstavu; cilj je dakle isti, ali mislim da s obzirom na sredstva, produkcijski i marketinški dio mogu biti lakši unutar institucije.”

2. Smatrate li da institucionalni okvir te estetska konvencija koja dolazi uz HNK olakšava ili ograničava kreativni proces u odnosu na onaj kreativni na nezavisnoj sceni?

- “Ako ispunjavate **tri uvjeta**, kreativni proces u suradnji nezavisne scene i HNK u Zagrebu može biti vrlo povoljan za autore. Prvo, morate zadovoljavati dokazanim, priznatim ili inovativno-intrigantnim autorskim timom izvedbeni nivo etablirane kazališne kuće. Drugo,

morate se uklopiti u repertoarnu viziju kreativnog vodstva HNK-a, a treći je uvjet gotovo neizostavan angažman pojedinaca iz glumačkog ansambla HNK-a. “

- “Moguće je da na indirektan način pokušava ograničiti jer suptilnim nametanjem svojega trenutnog narativa pokušava odgojiti publiku. Ali u procesu nastajanja, konkretno predstave *Kad svijeeće dogore*, ta je mogućnost bila isključena zbog čvrstoće autorskog tima koji je imao jaku podršku u producentici.”
- “U jednu ruku olakšava, a razlog je taj što HNK ima ustrojeni pogon od čistačice do produkcije, a isto tako otežava, kao što sam naveo u odgovoru na pitanje pod broj 1, tj. stvari se znaju samo odrađivati, i tu se može vidjeti razlika među pojedincima, onima koji vole svoj posao bez obzira na primanja, i onima koji ne vole svoj posao bez obzira na primanja. Što se tiče nezavisne scene, ljudi u procesu prepušteni su sami sebi. Kada govorim o prepuštenosti, govorim o slobodi kreacije umjetničkog izričaja. Taj proces može biti kreativan jer je slobodan od institucionalizma. Često sam znao vidjeti da jedna producentica, osim što radi produkcijski posao, utovaruje u kombi stvari za predstavu.”
- “Smatram da određene konvencije ograničavaju kreativne procese u nacionalnoj kući jer zatvaraju vrata novinama, razmišljanju izvan okvira i općenito težnji da se kreira nešto "pomaknuto". Ipak, smatram da mora postojati određena diferencijacija primjetna publici u predstavama koje producira najveća nacionalna kuća u odnosu na predstave manjih kazališta, što zbog većih financijskih sredstava, što zbog relativnog prestiža. Institucionalni okvir definitivno prema mojem iskustvu ograničava kreativnost jer se u radu naide na velik broj birokratskih prepreka koje na nekoj razini koče stvaralaštvo.”
- “Smatram da je institucionalni okvir ograničavajući faktor; već samo ime nezavisne scene sugerira slobodu stvaranja u svakom pogledu, a stupanj kreativne slobode možda najviše ovisi o tome u kojoj mjeri projekt računa na podršku državnih odnosno gradskih izvora prihoda.”
- “Mislim da trenutni repertoar HNK i otvorenost prema novim i drugačijim pristupima igri, modernim tehnologijama i raznim estetikama, potiče i izvaninstitucionalnu scenu na hrabrije

iskorake. Srećom, nemamo konzervativne teatarske institucije pa takva kreativna atmosfera svakako potiče slobodne teatre na hrabrije iskorake.”

- “Iskreno mislim da HNK zapravo nema čvrst ni institucionalni ni estetski okvir koji bi mogao utjecati na kreativne procese na nezavisnoj sceni.”
- “S jedne strane mislim da olakšava jer je više pomagala dostupno. S druge strane nezavisna scena ima veću slobodu, manje zahtjeva koje treba ispoštovati. I jedna i druga scena imaju ograničenje: institucija mora misliti na svoju stalnu publiku i državnu ili gradsku politiku, dok nezavisna scena mora predstavom pronaći publiku da bi preživjela. Sam kreativni proces možda je ipak slobodniji u nezavisnoj produkciji, kreacija u pravilu ima vremena koliko želi, ne mora stati jer ulazi neka druga proba ili priprema predstave.”
- “Institucionalno kazalište ima neki svoj potpis te temu za određenu sezonu pa samim time nameće i neki okvir tim zahtjevima.”

3. Poučeni iskustvom koprodukcije HNK – nezavisno kazalište (na predstavi *Kad svijeeće dogore*), možete li istaknuti neke prednosti vezane uz Vaš rad, a koje je takva suradnja omogućila?

- “Prednosti su evidentne: veličanstven scenski prostor, znatne tehničke mogućnosti u rasvjeti, scenografiji, kvalitetnim videoprojekcijama i tonskim reprodukcijama. Zatim stalna publika, premda znatno ograničena u ovim pandemijskim vremenima, te donekle marketing koji se više oslanjao na **ugled institucije** nego na neposredne akcije.”
- “Istaknula bih izvrsnu suradnju s kolegicama iz sektora kostima, konkretno kazališne krojačnice. Isto tako blagodat adekvatnog prostora za kostimske probe u kojemu se moglo trenutno intervenirati i napraviti određene preinake.”
- “Prednost je ta što je u tehničkom smislu, i u smislu obavljanja posla na sceni što se tiče ljudstva, HNK pokriven.”

- “Prednost koju uočavam (indirektno vezana uz moj angažman) medijska je pažnja posvećena predstavi. Ona dolazi “u paketu” s HNK-om Zagreb, dok se nezavisna kazališta puno teže za nju izbore.”
- “Kao dio autorskog tima koji također radi u instituciji HNK smatram to posredništvo izvršnim poligonom da se kreativno spoji s praktičnim. Biti uključen u kreativan proces sa znanjima što je u tehničkom smislu izvedivo ili neizvedivo (konkretno u HNK) uvelike je ubrzalo donošenje nekih odluka, kao i rješavanje mogućih prepreka prije nego do njih dođe.”
- “Najveća prednost bila je gotovo obiteljska atmosfera. Imali smo svoju oazu u kojoj smo pronalazili vrijeme za studiozan rad, ali i za nadahnute i poticajne razgovore. Nismo bili pod pritiskom točnog datuma premijernog izlaska pred publiku, tako da smo mirno radili sve dok nismo bili sigurni da imamo predstavu u rukama. Takav proces ima i dodanu vrijednost – blisko umjetničko upoznavanje.“
- “Velika je prednost odigrati premijeru i deset repriza pod skutima jedne takve institucije koja sama po sebi izlazi u susret projektu koji radite sa svom "mašinerijom" koju nezavisna scena nema niti je može imati. U danim pandemijskim okolnostima, i HNK i Teatar Erato imali su koristi od te suradnje.”
- “Više vremena provedeno u istraživanju i razgovoru o predstavi, a samim time veće zbližavanje sudionika u projektu. Gostovanja – gdje glumac toga dana ima samo to i predstava raste u miru i lakoći. S druge je strane sva tehnička pomoć koju nudi HNK i velika scena koja je jedna od najljepših na svijetu, što nezavisna scena ne bi mogla sama financijski podnijeti. Samim time su i estetske mogućnosti bile puno puno veće.”
- “Budući da se HNK dugi niz godina bori s manjkom prostora odnosno manjkom manje scene na kojoj bi se mogli izvoditi intimniji, komorniji komadi koji bi također mogli i gostovati na manjim scenama, meni je izuzetno drago da sam nakon dužeg vremena imala priliku sudjelovati u ovoj predstavi koja funkcionira i na velikoj i na manjim scenama.”

4. Možete li navesti nedostatke ili prepreke koje su Vas ometale u radu na koprodukcijskom projektu *Kad svijeće dogore*?

- “Za nas nije bilo mjesta u prostorima HNK-a dok smo preko **dva mjeseca imali probe u skućenim uredskim prostorima** nezavisne producerske kuće *Erato*. Tek kada se vodstvo HNK-a osvjedočilo da se radi o vrijednom projektu, sklopili smo koprodukcijski ugovor i veliko institucionalno kazalište otvorilo nam je vrata.”
- “Smetao mi je administrativni *hodogram*. Znači, za svaku kostimsku probu, ili za svaki gumb, moralo se tražiti neko odobrenje ili potpis.”
- “Zamjerka bi bila što za svaku sitnicu moraš nekoga nešto pitati, i u svim tim pitanjima i molbama zaboraviš što si prvo htio pitati. Npr. da bi se pomaknulo rasvjetno tijelo s lijeve strane scene, morao sam čekati čovjeka koji radi s lijeve strane scene. U međuvremenu sam htio napraviti korekciju rasvjetnog tijela s desne strane scene, što dotični nije mogao napraviti jer on ne radi na toj strani scene...”
- “Za mene je jedina prepreka bila nedostatak sredstava za realiziranje scenografije (ili barem dostupnost radionica) koja je ovako bila ograničena.”
- “Moje iskustvo bilo je negativno, dapače, moglo bi se čak reći da je način na koji je tretiran moj rad (grafički dizajn za predstavu) povreda autorskih prava jer je vizual nastao prije dogovora o koprodukciji te je već bio korišten u najavama projekta na društvenim mrežama. HNK je najprije inzistirao na tome da preuzme dizajn kako bi se uklopio u njihov godišnji vizualni identitet, a kad je moje rješenje za plakat ipak prihvaćeno i s njihove strane, programska je knjižica riješena i puštena u tisak bez konzultacije sa mnom, a glavni je vizual stavljen tek na unutarnju stranu knjižice pa je time ona izgubila poveznicu s projektom. To je bilo potpuno nepotrebno jer se moglo naći kvalitetno kompromisno dizajnersko rješenje.”

- “Teško je naći nedostatke ili prepreke pri radu na ovoj predstavi. Možda je bilo najteže adaptirati se i prilagoditi velikoj pozornici jer smo direktno iz sobe prešli na pozornicu HNK. Prije no što krenu izvedbe, važno je podijeliti odgovornosti između koprodukcijskih partnera, a to je sve, u principu, vrlo dobro funkcioniralo.”
- “Devastiran i do neprepoznatljivosti zapušten fundus kostima, rekvizite i scenografskih elemenata koje je HNK preuzeo kao svoj udio u toj suradnji. I naravno, već tradicionalna nebriga o frekvenciji igranja predstave nakon premijere.”
- “Nemam.”
- “Nemam posebnih zamjerki.”

5. Kako procjenjujete mogućnost razvoja suradničkih projekata između institucionalnog kazališta i nezavisne scene?

- “Nesporna je primarna orijentacija institucionalnog kazališta na vlastiti repertoar, kao i neograničena sloboda kreativne inovativnosti nezavisne scene u svojem najboljem izdanju. Otvaranjem i sluhom za interaktivnu suradnju, institucionalno kazalište postaje mnogo širi prostor stvaralačke slobode. Suradnjom kazališna institucija produbljuje svoja repertoarna promišljanja i potiče uspavani duh stalnih zaposlenika, posebno glumačkog ansambla. Nezvisnoj sceni pruža se prilika za prihvaćanje visoko profesionalnog kodeksa pod čijim će okriljem plasirati inovativne i artistske vrijednosti. Na dobitku su svi, a posebno publika koja će sasvim sigurno prihvatiti prostor novih dimenzija stvaralačke slobode. Otvaranje institucionalnog kazališta suradnji s nezavisnom scenom treba doživjeti kao poticajnu priliku koja ne bi smjela demantirati institucionalno promišljanje repertoara, već ga obogatiti. Jasno, to je moguće samo s vrhunskim kreativnim dometima.”
- “Mislim da je ta suradnja itekako potrebna, a to vidimo i prema prodanosti karata i gledanosti, konkretno predstave *Kad svijeće dogore* za koju se uvijek traži karta više. “

- “Mislim da institucionalna kazališta trebaju nezavisna kazališta jer nezavisna kazališta daju institucionalnim kazalištima određenu ideju slobode i neovisne kreativnosti. Kada mislim o slobodi kreativnosti, mislim o odgovornoj slobodi. Sloboda za, a ne sloboda protiv.”
- “Suradnje nezavisnih kazališta s HNK-om smatram izvrsnim potencijalom za kreiranje sadržaja koji su na nekoj razini drugačiji od uobičajenog repertoara – nešto kao "passion project" kojem je HNK otvorio svoja vrata. Ono što zahtijeva određenu promjenu u percepciji jest važnost tih manjih (ko)produkcija te veće ulaganje u njih. U smislu praktičnosti, manje se predstave uvijek pokazuju idealnima za gostovanja, a gostovanjima se prezentira repertoar HNK široj publici, što znači da je njihova kvaliteta zaista važna.”
- “Mogućnosti suradničkih projekata dakako postoje jer bi na taj način institucionalna kazališta mogla otvoriti vrata inovativnim projektima i svježim novim idejama te pružiti šansu za rad samostalnim umjetnicima s nezavisne scene. Uvjet za uspješnu suradnju bio bi da institucionalna kazališta tretiraju nezavisnu scenu kao ravnopravnog partnera u svim fazama realizacije, a zatim i izvedbe nekog projekta.”
- “Institucionalno kazalište ima pravo i obvezu istraživanja novih i drugačijih scenskih izričaja, a ideje i značajne stilske iskorake može pronaći upravo na nezavisnoj sceni. Inovacije, eksperimenti i nove forme potrebni su svakom teatru u svakom vremenu, a aktualnost i relevantnost institucionalnog kazališta može trajati jedino ako blisko surađuje, uvažava i aktivno prati nezavisnu scenu.”
- “Loše. On ovisi o zajedničkoj koristi koju institucija i nezavisna scena mogu imati u danim okolnostima i od kojih će uvijek veću korist imati institucija.”
- “Mislim da je to izvrstan put da velika kazališta dobiju male predstave vrhunskih tekstova, da glumci dobiju prilike igrati velike uloge i da predstave, uz veliki trud nezavisne scene oko prodaje gostovanja, žive dug život.”

- “Smatram to izuzetno pozitivnim i za institucionalna kazališta i za nezavisnu scenu. Širenje umjetničkog spektra suradnje pozitivna je stvar.”

9.3. Istraživanje nezavisne mreže

Autorica ovoga rada je, zajedno s nekolicinom kolega, pokrenula osnivanje mreže NEOKAZ, koja promiče interese neovisnih kazališta. Ciljevi su ostvarivanje i usklađivanje zajedničkih prava i interesa profesionalnih kazališta i kontinuirani rad na unapređivanju kazališne kulture i razvoju dramske umjetnosti u Republici Hrvatskoj. Do pisanja ovoga rada, NEOKAZ još nije formalno-pravno registriran, no funkcionira u praktičnom dijelu – razmjeni opreme, programa, informacija i sl. među manjim grupama članova. Istraživanje je ograničeno na ovu mrežu jer se prilikom inicijalne i osnivačke skupštine utvrdilo da Očevidnik kazališta pri Ministarstvu kulture i medija sadrži nepotpune ili nevažeće kontakte, bilo zbog promjene podataka samog subjekta, bilo zbog neaktivnosti registriranih. Inicijativi se odazvalo 47 neovisnih kazališta, no dalje nije istraživano je li kod ostalih iz već gore spomenutog Očevidnika izostao interes za sudjelovanje u novoj mreži kazališta ili su za to zaslužni neažurirani kontakti.

Upitnik za potrebe ovoga istraživanja poslan je na prikupljene važeće kontakte (na prethodno opisani način). Upitniku se (vidjeti Prilog 2), na nekoliko ponovljenih poziva i zamolbi, odazvalo svega 24 kolegica i kolega, 51,06 % kontaktiranih. Cilj ovog dijela istraživanja bio je ustvrditi koji je najčešći oblik registracije pravnog subjekta na nezavisnoj kazališnoj sceni, imaju li i s kojim institucijama iskustvo suradnje, koliko je bilo suradnji s nekom od nacionalnih kazališnih kuća u Hrvatskoj, najznačajnije karakteristike suradnji te procjena mogućnosti daljnjeg razvoja (sličnih) suradničkih projekata između nezavisne scene i javnih institucija.

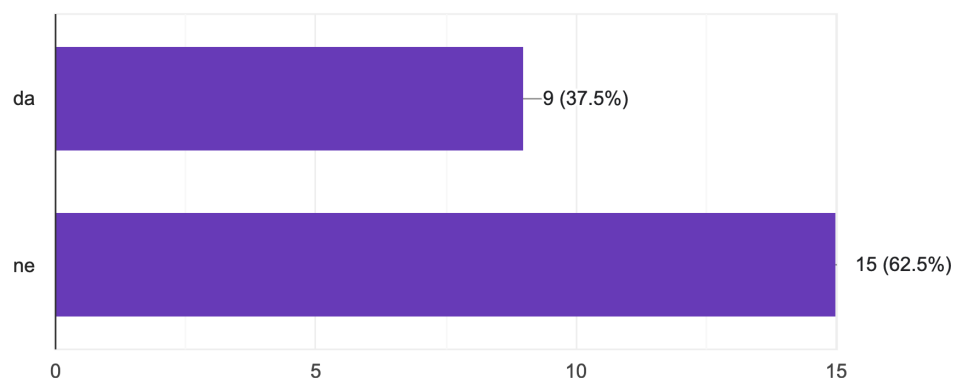
9.3.1. Rezultati

Od anketirana 24 privatna kazališta, 23 su registrirana kao umjetničke organizacije (95,8 %), a samo jedno kazalište registrirano je kao javna kazališna družina (4,2 %).

Na pitanje o realiziranoj suradnji s javnim institucijama, 9 ispitanika odgovorilo je potvrdno (37,5 %), a 15 negativno (62,5 %).

2. Jeste li surađivali s nekom od javnih kazališta/institucija u produkciji predstave?

24 responses



Slika 2. Učestalost suradnje nezavisnih kazališta s institucionalnim kazalištima

Od devet ispitanika, koji su na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, na pitanje je li među suradnjama s javnim institucijama sudjelovalo jedno od pet naših nacionalnih kazališta, dva su odgovora bila negativna, tri odgovora obuhvaćala su javna kazališta, ali ne i nacionalna, dva su navela suradnju s jednom nacionalnom kućom (HNK Osijek i HNK Varaždin), jedan je naveo suradnju s tri: HNK Split, HNK Zagreb, HNK I. pl. Zajca u Rijeci, a jedan se nije izjasnio. Među javnim kazalištima navedene su suradnje sa: Teatrom ITD, Zagrebačkim kazalištem mladih, Gradskim kazalištem lutaka u Rijeci, Gradskim kazalištem Komedija i Istarskim narodnim kazalištem.

Na zamolbu da se navedu neke karakteristike suradnji s nacionalnim kazališnim kućama, pristigla su četiri odgovora koja su citirana u cijelosti:

- "Nedovoljan broj termina za igranje navodim kao nedostatak. Prednost je osiguran prostor za rad, osigurana tehnička potpora i publika."
- "Nedostatci organizacije posla."
- "Ograničeno vrijeme pripreme predstave, ograničen broj proba, pogotovo onih na sceni – nedostatci. Prednosti – velika logistička podrška i budžet."

- "Prednosti – prostor za probe

Nedostatci – loša promocija, loš marketing i rijetko izvođenje predstave, loša organizacija, nepoštivanje ugovora, kašnjenje s isplata honorara."

Na pitanje razlikuju li se kreativni, umjetnički ili bilo koji drugi ciljevi u nezavisnim produkcijama i produkcijama u javnim kazalištima, odgovori su bili raznoliki – od jednoznačnih do malo opširnijih komentara.

Jedanaest ispitanika vrlo je jasno i kratko odgovorilo da se ciljevi razlikuju, pet ispitanika da se ne razlikuju, četiri su pojasnila svoj stav o postojanju razlika, dva su komentara zašto nema ili ne bi trebalo biti razlika u ciljevima, odnosno da je situacija u praksi negativna, ali da bi ciljevi trebali biti isti, dok dva ispitanika nisu dala jednoznačan odgovor ili nisu razmišljala o tome. Odgovori koji su sadržavali pojašnjenje stava imaju zajedničko to da su umjetnici slobodniji u stvaranju, da nezavisni moraju više paziti na repertoar, veći broj izvedbi; "nezavisna kazališta ... ovise o profitu, dok su javna kazališta zbrinuta ekonomski i mogu si dopustiti rizik te donositi odluke neovisno o isplativosti projekata"; "Produkcije u javnim kazalištima u 90 % slučajeva imaju veće troškove nego prihode..."

Šesto je pitanje glasilo: Smatrate li da institucionalni okvir te estetska konvencija koja "dolazi" uz javnu instituciju i/ili nacionalnu kuću olakšava ili ograničava kreativni proces u odnosu na kreativni proces na nezavisnoj sceni?

Najviše ispitanika, njih jedanaest (55 % važećih odgovora), odgovorilo je neopredjeljujućim komentarima, odnosno u obliku komentara koji izlažu i olakšavajuće i otežavajuće produkcijske uvjete na institucionalnoj i izvaninstitucionalnoj, tj. nezavisnoj sceni. Osam (40 %) važećih odgovora bilo je rezolutno u mišljenju da institucionalni okvir otežava kreativni proces, a samo jedan (5 %) da olakšava. Bez odgovora je bio jedan ispitanik, dva su odgovorila niječno, a jedan potvrdno pa ta četiri potonja odgovora nisu razmatrana kao važeća. Među komentarima se ističu neki zajednički stavovi: "...smatram da bi trebala olakšavati, no praksa nam pokazuje da institucionalni okvir ne znači i umjetničku slobodu i rad na estetici ili odgoju publike, već upravo propagira nastavak već postojećeg stanja...", "Olakšava kroz stabilnost financiranja, ljudske resurse i osnovne tehničke preduvjete. Sve navedeno jest i ograničavajući faktor.", "...ali je kreativni proces puno zahtjevniji za umjetnika na nezavisnoj sceni jer on/a nije samo kreativac nego najčešće i producent svojega rada."

Na zadnje, sedmo pitanje u ovom upitniku o mogućnostima razvoja suradnje između institucionalnih kazališta i nezavisne scene, četrnaest ispitanika nije odgovorilo negativno – polovica njih nije bila sigurna i jasna u potvrdnom odgovoru, a drugih sedam izrazilo je mišljenje da su takve suradnje poželjne ili moguće uz manju vjerojatnost. Jedan odgovor bio je negativan, s izjavom: "...to su dva različita svijeta", a šest odgovora malu je mogućnost takvih suradnji obrazložilo razlikama u vizijama, perspektivama ili prioritetima, nezainteresiranošću institucija, uz isticanje da bi objema stranama ta suradnja bila dobitak, da bi razlika u iznosima potpora iz javnih izvora morala biti puno manja, ali da bi insitucionalna kazališta trebala "...promijeniti zastarjeli oblik rada koji ih prožima, a koji dobrim dijelom proizlazi iz dosadašnje sigurnosti proračunskih prihoda i neupitnosti plaća zaposlenika." Dva su ispitanika odgovorila da ne znaju ili nisu razmišljala o tome, a jedan ispitanik nije odgovorio na pitanje.

9.4. Dubinski intervjui

Za potrebe ovoga istraživanja i kreiranja fokus grupe s kojom će se obaviti dubinski intervjui, u svibnju 2023. godine zamoljena je elektroničkim putem informacija iz Državnog zavoda za statistiku o neobjavljenim, ali evidentiranim podacima o deset nezavisnih kazališta koja su imala najviše izvedbi u posljednjoj obrađenoj sezoni. Lista najizvođenijih profesionalnih nezavisnih kazališta u sezoni 2019./2020. glasi redom: Kerekesh teatar, Teatar Exit, Glumačka družina Histron, Teatar Gavran, Kazalište Moruzgva, PlayDrama, Kazališna družina "GALA teatar", B Glad produkcija, Triko Cirkus Teatar i HIT TEATAR. Dobiveni su odgovori od pet kazališta. Zamolba za odgovorima upućena je na još dvije adrese, kazalištu Mala scena kao prvom i najdugovječnijem nezavisnom kazalištu u Republici Hrvatskoj, iako registriranom kao kazalište za djecu, te kazalištu Planet Art, koji su ujedno suosnivači prve mreže nezavisnih kazališta.

Upitnik je sastavljen prema već prethodno navedenom teorijskom istraživanju u dostupnoj literaturi, i to s najčešćim pogreškama koje navodi Kawashima (2000: 7) te prema autorima *Studije o razvoju publike* (Bollo i dr. 2017) s ciljem da se identificiraju ključne značajke na nezavisnoj sceni u Republici Hrvatskoj. Postavljena su sljedeća pitanja:

1. Koliko godina poslujete?
2. Definiirate li svrhu projekta?
3. Definiirate li jasne ciljeve projekta?
4. Radite li evaluaciju edukativnih, marketinških ili nekih drugih ciljeva i aktivnosti vezanih za projekt (osim financijskih)?
5. Jeste li ikad proveli i provodite li istraživanje publike?
6. Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li izdvojiti neke najvažnije značajke istraživanja?
7. Jeste li ikad uključili publiku/lokalnu zajednicu u osmišljavanje programa/repertoara svoje organizacije?
8. Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li ukratko opisati na koji način?
9. Imate li stalnu publiku ili formiranu mailing listu (izuzimajući listu uzvanika za premijernu izvedbu)?
10. Na koji način komunicirate s publikom (moguće više odgovora)?
 - newsletter
 - preko vlastite mrežne stranice
 - putem medija
 - koristeći društvene mreže
 - direktnom prodajom (telefonski pozivi tvrtkama i sl.)
11. Koji su najčešći vizuali pomoću kojih komunicirate s publikom?
 - plakat
 - letak
 - fotografije iz predstave
 - trailer/video clips
 - drugo: _____
12. Biste li program prilagodili nekim specifičnim zahtjevima publike (žanr, tekst, glumci,...)?
13. Održavate li pripreme za produkciju/probe u vlastitom prostoru ili ne?
14. Ako je prethodno pitanje bio odgovor "ne", molimo odgovorite pod kojim ste uvjetima u drugom prostoru:
 - iznajmljeni prostor (uz plaćanje tržišne cijene)
 - iznajmljeni prostor uz povlaštenu najamninu (gradski termini i sl.)

- prostor dobiven na korištenje od lokalne zajednice (grada/županije, MKIM i dr.)
- koprodukcijски ugovor s nekom od institucija
- Drugo: _____

15. Kako najčešće dogovarate prostor za izvedbe?

- ugovor o najmu
- povlašteni ugovor o najmu prema ugovoru s lokalnom zajednicom
- koprodukcijски ugovor
- prostor osigurava ugovaratelj/naručitelj izvedbe
- posjedujemo vlastiti prostor za probe i izvedbe
- Drugo: _____

16. Ako ste imali koprodukcijски ugovor s nekom institucijom (kazalištem, centrom za kulturu i sl.), možete li navesti osnovne prednosti i nedostatke suradnje?

17. Koji je vaš prijedlog za veću vidljivost i zastupljenost programa nezavisne kazališne scene, a time i razvoj publike (moguće više odgovora):

- više prostora (za produkciju i izvedbu) koji bi bili na raspolaganju nezavisnim kazalištima
- podizanje umjetničke kvalitete programa
- uključivanje publike u kreiranje programa
- osiguranje većih prihoda iz javnih izvora financiranja
- veća transparentnost u odlučivanju o raspodjeli javnih sredstava
- edukacija publike većom prisutnosti dramske umjetnosti u obrazovnom sustavu
- povećavanje broja subvencioniranih ulaznica/izvedbi
- promjena legislative prema kojoj bi se poticala sponzorska i donatorska ulaganja u kulturu
- edukacija suradnika i promjena aktivnosti organizacije
- povećanje marketinških aktivnosti
- veća suradnja s javnim institucijama (javno-privatno partnerstvo)
- drugo: _____

9.4.1. Rezultati

Anketirani su zamoljeni da popune upitnik od 25. svibnja do 5. lipnja 2023. godine. Ukupno je prikupljeno sedam odgovora. Neke kolegice i kolege intervjuirani su uživo.

Najstarije aktivno privatno kazalište u RH, Mala scena, posluje 38 godina; slijedi kazalište Planet Art s 18, a najmlađe, Gala teatar, sa sedam godina poslovanja. Ostali posluju od 12 do 14 godina.

Sva kazališta koja su odgovorila na upitnik dala su potvrđan odgovor na pitanje definiraju li svrhu i ciljeve projekta. Jedno kazalište (14,28 %) ne radi evaluaciju drugih ciljeva izuzev financijskih, ostali (85,72 %) rade. Četiri kazališta (57,14 %) nikada nisu radila istraživanje publike, a tri (42,86 %) su dala potvrđan odgovor. Dva kazališta istaknula su najvažnije značajke istraživanja:

- “Poboljšanje pristupa i odnosa prema gledateljima, unapređenje budućih projekata i marketinga”,
- “Dobili smo važnu informaciju kojim kanalima publika doznaje za predstave. Istraživanje smo radili 2009./2010. dok još nije bilo društvenih mreža i kada su informacije o kazalištu bile prisutnije u medijima pa ono nije relevantno za današnje vrijeme. U doba istraživanja, bilo je korisno.”

Pet kazališta (71,43 %) nikada nije uključilo publiku ili lokalnu zajednicu u kreiranje programa, a samo dva (28,57 %) jesu. Na zamolbu da pojasne uključenje, stigli su sljedeći odgovori:

- “Za edukativni projekt u osnovnim školama. U projektu su sudjelovali Srednja škola "Katarina Zrinski" i Ministarstvo gospodarstva, a projekt je potom bio dio međunarodnog EU projekta.”
- “Svakoj školi i vrtiću s kojom surađujemo šaljemo evaluacijski listić koji sadrži i pitanje “koju biste temu/priču voljeli da obradimo kao kazališnu predstavu”, a u 2023. godini planiramo premijeru kojoj će naziv smisliti naša publika na temelju natječaja na društvenim mrežama.

Obrnuti je omjer kad je u pitanju stalna publika – pet (71,43 %) kazališta tvrdi da ima stalnu publiku, a dva (28,57 %) nemaju. Jedno kazalište dalo je prošireni odgovor: “Da, ali se više trudimo privući novu.”

Svi (100 %) komuniciraju s publikom putem društvenih mreža i vlastitih mrežnih stranica, tri (42,86 %) kazališta imaju izravnu prodaju i šalju *newslettere*, a samo jedno (14,28 %) ne komunicira s javnosti putem medija. Na pitanje koje vizuale koriste u komunikaciji s publikom, uz mogućnost više odabira, svi su naveli plakat i fotografije, tri (42,86 %) izrađuju videonajave i trailere, a dva (28,57 %) dio marketinških sredstava izdvaja za izradu i oglašavanje putem *jumbo* plakata i *bannera*.

Većina ispitanih, njih šest (85,72 %) odgovorilo je da bi prilagodili svoj program željama publike, a samo jedan da ne bi. Neki su odgovori pristigli uz pojašnjenje:

- “Pratimo što prolazi kod publike.”
- “Program je već djelomično repertoarno prilagođen zbog zahtjeva za žanrom komedije, no Planet Art oduvijek je producirao i komedije koje su se uklapale u misiju kazališta, stoga to nije novina. Zadnjih nekoliko sezona razmišljamo više o komedijama i predstavama koje odgovaraju problemskom profilu repertoara. No, prošle smo godine producirali dramu. Dakle, ne prilagođavamo program u smislu odstupanja od misije niti prakse, već smo usmjereniji na traženje kvalitetnih komedija ili dramedija.”

Od ispitanih, svega jedno kazalište radi u vlastitom prostoru, ostali ne. Potonji su na sljedećem pitanju zamoljeni da navedu status prostora za predprodukciju pa su dva kazališta navela da iznajmljuju prostor po tržišnoj cijeni, jedno plaća povlaštenu najamninu, četiri surađuju s lokalnom javnom institucijom, a dva imaju iskustva koprodukcijских ugovora.

Kad je u pitanju prostor za izvedbe, samo jedno kazalište navodi da posjeduje vlastiti prostor, tri potpisuju ugovor o najmu dvorane, četiri dogovaraju izvedbe uz uvjet da prostor osigurava lokalni organizator, a dva su izvodila ili izvode predstave u koprodukciji s javnom institucijom. Prednosti i nedostaci koji su istaknuti iz iskustava koprodukcije odnosno produkcije predstava u suradnji s nekom javnom institucijom su, kako slijedi,

- “Tehnička opremljenost i osoblje; lakše se dolazi do gledatelja, manji rizik u prodaji.”
- “Koprodukcija s drugim kazalištem korisna je u smislu podjele troškova, no u konačnici je neisplativa jer se prihod dijeli na pola, a Hrvatska nema toliko veliko tržište da bi takav omjer bio dovoljan kazalištu za troškove poslovanja za 12 mjeseci (produciramo jednu predstavu godišnje). Nedostaci tako znatno premašuju prednosti. Koprodukcije bi

bile moguće kad bi financiranje neovisne scene bilo takvo da neovisna kazališta mogu producirati bar dva naslova.”

- “Prividna je prednost podjela financijskih troškova produkcije; realno, nedostataka je više – podjela poslova oko organizacije, uglavnom na teret nezavisnog kazališta kojemu je više stalo do produkcije i koje ima jednu ili dvije osobe koje sve to rade uglavnom honorarno; gušenje predstave nakon prve sezone izvođenja (ako i toliko izdrži) jer institucija nakon nekoliko izvedbi više ne osigurava termine ni vlastiti prostor za nove izvedbe pa je kompletan trud i interes oko svakog gostovanja predstave isključivo na nama itd. Dakle, koprodukcija je ulaganje u predstavu koja se neće izvoditi, pogotovo u prostoru koproducenta – institucije.”
- “Prednosti su veća mogućnost financiranja i širi spektar resursa, nedostatak je što obično postproduksijska faza spadne na samo jednu producersku stranu. Također nastaju problemi pri suradnji s javnim sektorom koji ne razumije način funkcioniranja privatnog sektora.”

Na posljednje pitanje u upitniku ispitanici su pozvani predložiti mogućnosti povećanja vidljivosti umjetničkog djelovanja nezavisne scene i time razvoja publike. Više prostora za nezavisnu scenu, osiguranje većih prihoda iz javnih izvora financiranja i povećanje subvencioniranih ulaznica/izvedbi označilo je šest anketiranih. Promjenu legislative za poticanje sponzorskih i donatorskih ulaganja u kulturu i povećanje marketinških aktivnosti kao načine veće prisutnosti nezavisnih kazališta i razvoja publike, vidi pet ispitanika. Podizanje razine umjetničke kvalitete, suradnju s javnim institucijama kroz javno-privatno partnerstvo te edukaciju publike u obrazovnome sustavu istaknula su tri kazališta. Tri su kazališta dodala edukaciju suradnika u kazalištu, obrazovanje umjetnika u polju poduzetništva, marketinga i menadžmenta te prilagodbu pravilnika o dodjeli sredstava (razdvojiti žanrove i poticati manje komercijalne, ali kvalitetne projekte).

Promjenu aktivnosti organizacije niti jedno kazalište koje je odgovorilo na upitnik ne vidi kao put kojim bi se povećala vidljivost nezavisnih kazališta i utjecalo na razvoj publike. Edukaciju suradnika unutar kazališta naveo je, kao dodatak (drugo), jedan anketirani.

Druge, dodatne mogućnosti koje su anketirani predložili bile su: obrazovanje umjetnika u polju poduzetništva, marketinga i menadžmenta te prilagodba pravila dodjeljivanja potpora. Uključivanje publike u kreiranje programa nije označilo niti jedno kazalište kao mogućnost razvoja publike, veću zastupljenost i vidljivost programa nezavisne scene.

9.5. Istraživanja publika

9.5.1. Istraživanje provedeno uz izvedbu predstave *Kad svijeće dogore*

Prvo istraživanje provedeno je na slučajnom uzorku građana koji su prisustvovali izvedbi predstave *Kad svijeće dogore* u sklopu festivala *Teatar uz more* u Splitu.

Istraživanje je dodatno potaknuto konstruktivnim razgovorima s organizatorima o pozivu predstave na festival i o programskom iskoraku (s predstavom *Kad svijeće dogore*) iz uobičajenog festivalskog žanrovskog (komediografskog) opredjeljenja. Naime, organizatori su za završnicu prvog izdanja festivala željeli "jaku" produkciju, a pretpostavljali su da će najava predstave kao produkcije Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu najviše motivirati publiku za dolazak na festival te su u tu svrhu tiskali posebne plakate. Cilj je istraživanja stoga bio utvrditi određene afinitete publike, ispitati može li šira publika jednako uživati u komediji i drami, dakle žanrovski razviti postojeću publiku, te ispitati mogućnosti daljnjeg razvoja samih organizacija i daljnje suradnje.

Istraživanje na festivalu u Splitu bilo je zanimljivo stoga što je publika, prema navodima organizatora gotovo njih 80 %, bila ona koja redovito dolazi na predstave festivala, dakle publika s navikom, no s navikom na zabavne sadržaje, odnosno komedije.

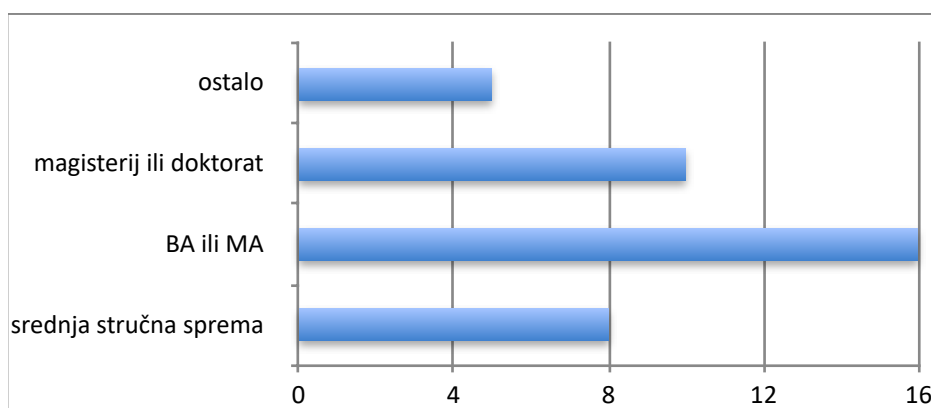
Ispitanici su po slobodnoj volji popunjavali anketni list koji ih je dočekaao na stolu za kojim su sjedili. S obzirom na popunjenost ankete, očito je došlo do nesporazuma jer je od 346 gledatelja koji su sjedili za oko 80 stolova popunjen svega 41 anketni upitnik, no nije bilo mogućnosti za ponavljanje. Dva su upitnika nepotpuna pa nisu ušla u analizu za ovo istraživanje. Anketni upitnik se, zbog jednostavnosti popunjavanja, sastojao od svega pet pitanja: spol, dob, stupanj obrazovanja, koliko često anketirani posjećuje kazalište (osim festivala *Teatar uz more*) te koji je motiv dolaska na predstavu. (Svi popunjeni anketni listovi nalaze se kod istraživača).

9.5.1.1. Rezultati

Od analiziranih 39 odgovora, 33 su dale osobe ženskog spola (85 %), a šest odgovora (15 %) osobe muškog spola.

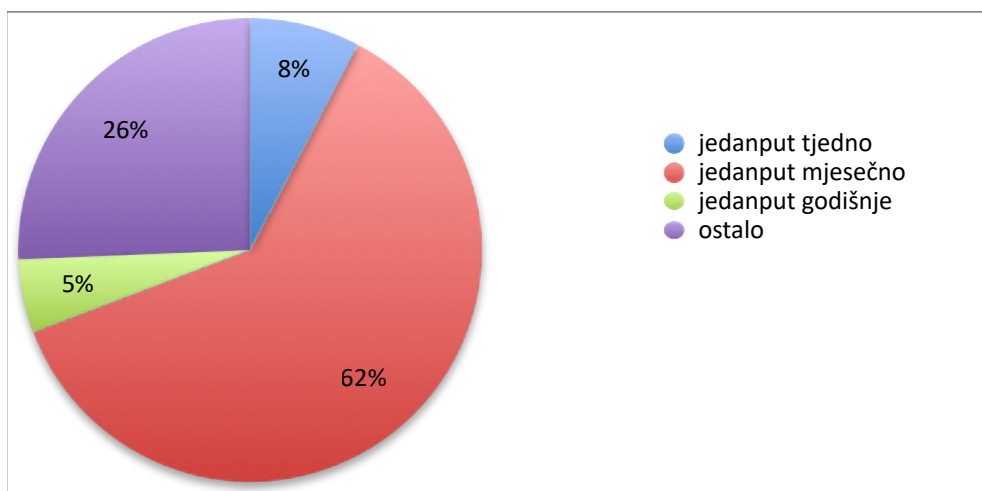
Najviše ispitanika, njih 17 (44 %), bilo je dobi od 55 i više godina, a najmanje, njih tri (8 %), mlađih od 25 godina. Šest osoba (15 %) bilo je između 25 i 40 godina, a njih 13 (33 %) u dobi između 41 i 54 godine. (Slika 2.)

Na treće pitanje o stupnju obrazovanja, kao najbrojniji su bili odgovori o završenom preddiplomskom ili diplomskom studiju, njih 16 (41 %). Slijedi deset odgovora (26 %) o stečenom magisteriju ili doktoratu, sa srednjom stručnom spremom bilo je osam (21 %) ispitanika, a preostalih pet (13 %) nije se izjasnilo, odnosno zaokružilo je opciju “ostalo” (Slika 3.).



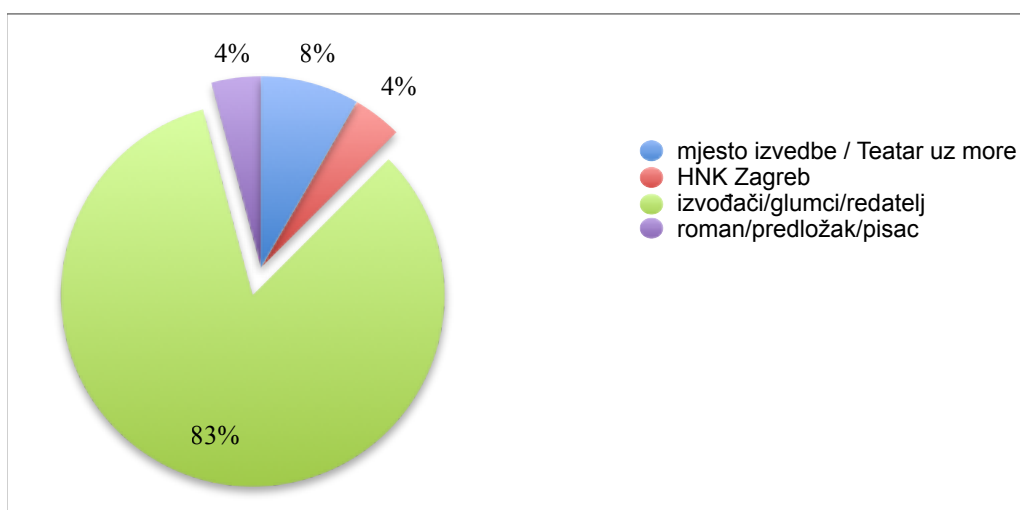
Slika 3. Struktura stupnja obrazovanja kod ispitanika na predstavi Kad svijeće dogore na festivalu Teatar uz more

Četvrto pitanje odnosilo se na učestalost odlazaka u kazalište, ne računajući posjet festivalu *Teatar uz more* (koji se odvijao na otvorenom). Najviše ispitanika, njih 24 (62 %), odgovorilo je da u kazalište ide jedanput mjesečno. Tri ispitanika (8 %) odgovorila su da kazalište posjećuju jedanput tjedno, dva (5 %) ispitanika odgovorila su da u kazalište idu jedanput godišnje, a deset njih (26 %) nije se pronašlo ni u jednom od ponuđenih odgovora pa je zaokružilo opciju “ostalo” (Slika 4.).



Slika 4. Učestalost odlazaka u kazalište među ispitanicima na predstavi *Kad svijeće dogore* na festivalu Teatar uz more

Peto i najvažnije pitanje u ovom anketnom upitniku bilo je usmjereno otkrivanju najčešćeg motiva za dolazak na kazališnu predstavu *Kad svijeće dogore*. Ispitanici su zamoljeni da zaokruže ili napišu najvažniji motiv, no jednoznačan odgovor dalo je njih 24 (61 %). Od toga je najviše ispitanika, njih 20 (83 %), kao glavni motiv dolaska navelo izvođače, odnosno redatelja. Po jedan (4 %) ispitanik naveo je kao motiv dolaska produkciju HNK te roman, predložak ili pisca. Dvoje ispitanika (8 %) kao motiv dolaska navelo je mjesto održavanja, odnosno festival *Teatar uz more* (Slika 5.).

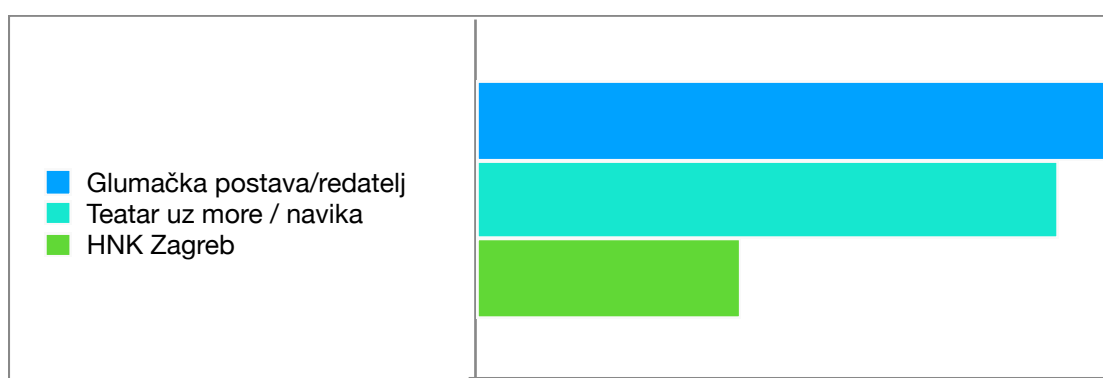


Slika 5. Motiv dolaska na predstavu *Kad svijeće dogore* na festivalu Teatar uz more

Četiri ispitanika (10 %) zaokružila su sve odgovore, a troje njih (13 %) navelo je posebne motive: “željna sam predstava”, “izlazak” i “vidit Zrinku uživo – predivna!”. Neki od sudionika

su u komentarima potvrdili višekratno ili redovito konzumiranje programa *Teatra uz more*, ali su predstavu *Kad svijeće dogore* označili posebno izvrsnom kategorijom, “daleko iznad dosad viđenih na festivalu”.

Od 15 ispitanika koji su zaokružili više odgovora na peto pitanje, opet je najčešći motiv bila glumačka postava, odnosno redatelj (12 njih odnosno 80 %), zatim navika dolaska na festival *Teatar uz more* (11 odnosno 73 %), a pet ispitanika je, među ostalim motivima, navelo i HNK Zagreb (Slika 6.).



Slika 6. Najčešći među više motiva za odlazak na predstavu *Kad svijeće dogore* na festivalu *Teatar uz more*

9.5.2. Istraživanje provedeno među grupom studenata povezanih s dramskom sekcijom KSET-a

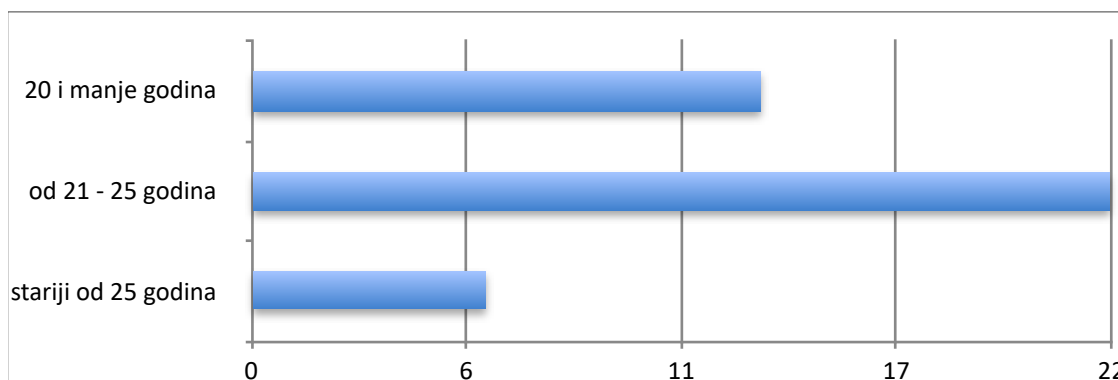
Drugo istraživanje provedeno je u svrhu razvoja publike *Teatra Erato* u ranije spomenutom četvrtom Kawashiminom segmentu (Kawashima 2000:8) i u svrhu ispitivanja mogućnosti uključivanja publike u kreiranje programa, a provedena je s fokus grupom studenata Zagrebačkog sveučilišta okupljenih oko dramske sekcije *Kluba studenata elektrotehnike* (KSET), današnjeg *Fakulteta računarstva i elektronike*. Za grupu studenata dramske sekcije KSET, s obzirom na to da niti jedan član (od njih 11 koji su aktivni u radu sekcije) nije student neke umjetničke akademije, bilo je zanimljivo istražiti što ih u današnje, digitalno doba, privlači kazalištu i u kazalište.

Anketa je kreirana kao *google forms* upitnik koji je 11 studenata, članova dramske sekcije KSET-a, i prijatelji koji dolaze na njihove produkcije, anonimno popunilo (Prilog 8). Do zadanog roka, 25. listopada, pristiglo je 41 odgovor. Pitanja na koja su zamoljeni odgovori odnosila su se na spol, godinu rođenja, studij i upisanu godinu studija, učestalost odlazaka u kazalište, najčešći motiv za odlazak u kazalište te odgovor jesu li ispitanici gledali predstavu *Kad svijeće dogore*. Prvih pet pitanja i sedmo bili su obavezni za odgovaranje.

9.5.2.1. Rezultati

Od 41 ispitanika, 25 (61 %) bile su osobe ženskog spola, 16 njih (39 %) bile su osobe muškog spola, a niti jedna osoba nije se izjasnila neodređeno.

Studenti su, prema navedenoj godini rođenja, grupirani u tri dobne skupine – stariji od 25 godina (rođeni do 1995.), 21 – 25 godina (rođeni između 1996. i 2000.) te 20 godina i manje (rođeni nakon 2000.). Šest je ispitanika (ili 15 %) starijih od 25 godina, 22 ispitanika (ili 54 %) u dobi su od 21 do 25 godina, a 13 ispitanika (ili 32 %) u dobi su od 20 i manje godina (Slika 7.).



Slika 7. Dobna struktura ispitanika – grupe studenata

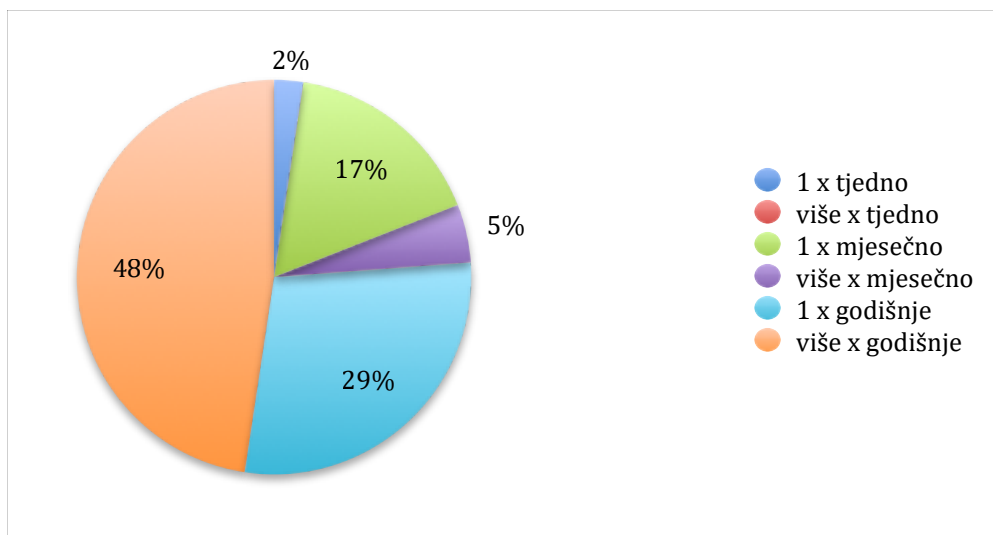
Treće pitanje odnosilo se na studij i upisanu godinu studija.

Najviše je ispitanika, njih 15 (37 %), s Fakulteta elektronike i računarstva, a najveći je broj studenata na drugoj (14 ili 34 %) i trećoj (9 ili 22 %) godini studija.

	1 . god.	2 . god.	3 . god.	1.g.dipl.	2.g.dipl.	neodr.	ukupno	%
FER	1	8	2	2	1	1	15	37 %
FF	2	1	2		1	1	7	17 %
PSIHOLOGIJA		1			1		2	5 %
STROJARSTVO			1				1	2 %
MULTIMEDIJA			1				1	2 %
NOVINARSTVO		1					1	2 %
FARMACEUTSKO- BIOKEMIJSKI		1	1		1		3	7 %
PEDAGOGIJA			1			1	2	5 %
DIG. MARKETING	1						1	2 %
PMF		1		1			2	5 %
D O K T O R S K I STUDIJ				1		1	2	5 %
FILOZ. - TEOLOŠKI						1	1	2 %
EFZG	1	1					2	5 %
GRAFIČKI			1				1	2%
UKUPNO	5	14	9	4	4	5	41	100 %

Tablica 5. Struktura studentskog statusa ispitanika – grupe studenata

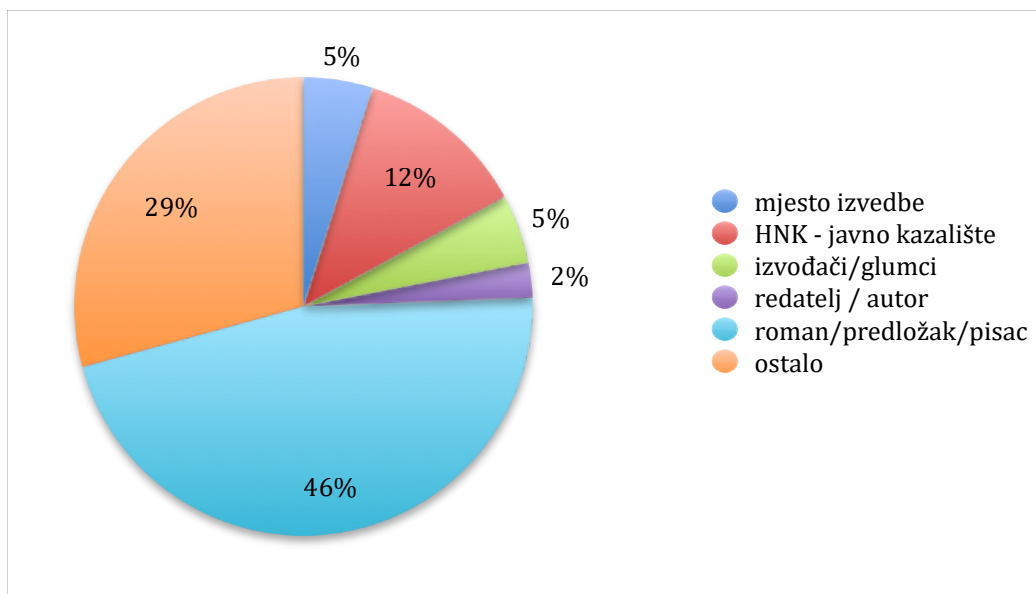
Četvrto pitanje bilo je: “Koliko često idete u kazalište?”. Ponuđeni su odgovori od “jedanput tjedno” do “više puta godišnje”.



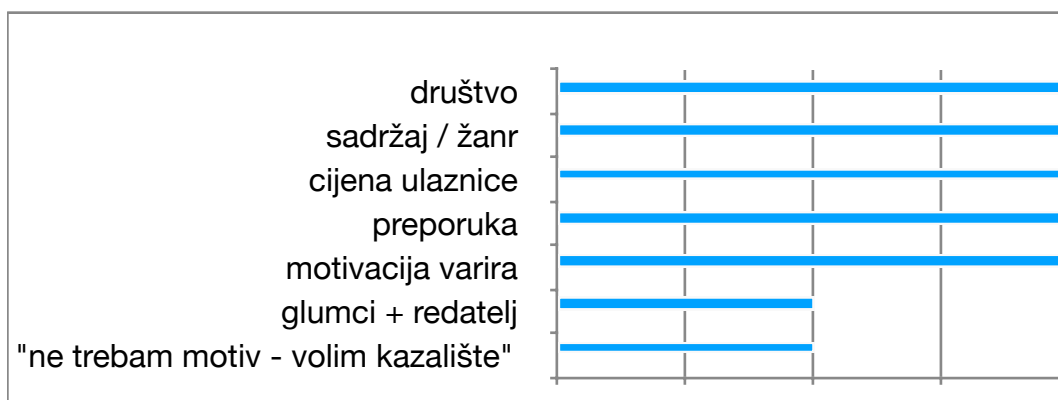
Slika 8. Grafički prikaz učestalosti odlazaka u kazalište – grupa studenata

Najveći broj ispitanika, njih 20 (48,8 %), odgovorilo je da više puta godišnje ide u kazalište, a niti jedan ispitanik ne ide u kazalište više puta tjedno. Dvanaest ispitanika (29,3 %) odlazi u kazalište jedanput godišnje, a jedan ispitanik (2,4 %) jedanput tjedno. Sedam ispitanika (17,1 %) u kazalište ide jedanput, a dvoje (4,9 %) više puta mjesečno.

Na pitanje o motivima odlaska u kazalište (Slika 10.) najčešći odgovor (od ponuđenih) bio je da je roman, predložak ili pisac razlog njihova odlaska (19 ispitanika ili 46,3 %). Najmanje je bitan redatelj ili drugi autor (1 ili 2,4 %). Jednako su im bitni mjesto izvedbe (izvedbe u zatvorenom ili otvorenom prostoru) i izvođači (4,9 %). HNK ili javno kazalište kao motiv ističe 5 ispitanika (12,2 %). Na drugome mjestu po brojnosti (12 ili 29,3 %) neodređeni su odgovori (“ostalo”) za koje su ispitanici zamoljeni za pojašnjenje. Odgovori variraju – od sadržaja, autorske ekipe, cijene i preporuke do jednostavnog odgovora: “Ne trebam motiv – jednostavno volim kazalište”.



Slika 9. Motivi odlaska u kazalište – grupa studenata



Slika 10. Pojašnjenje motiva za odlazak u kazalište navedenih pod „ostalo“ unutar odgovora grupe studenata

9.5.3. Istraživanje publike na koncertnom čitanju u Zagrebu

Kao partneri, Kulturno informativni centar u Zagrebu (dalje u tekstu KIC) i Teatar Erato (dalje u tekstu Erato) od 2013. do 2018. godine kontinuirano su, od listopada do svibnja, svaki prvi petak u mjesecu uprizoravali koncertno izvođenje neprevedenih ili u kazalištu nerealiziranih dramskih tekstova u Republici Hrvatskoj. Tako je uprizoreno više desetaka različitih naslova, a nakon ovih javnih predstavljanja realizirane su profesionalne kazališne produkcije u &td-u, ZKM-u, Gradskom kazalištu Požega i dr. Javna ili koncertna čitanja za sve su posjetitelje bila besplatna. U nastojanju da se obnovi program ili pokrene neki novi i bez podrške javnih izvora financiranja, 2024. godine provedeno je istraživanje publike s ciljem uključivanja lokalne zajednice i zainteresirane javnosti u zajedničko kreiranje programa, odnosno s ciljem ispitivanja mogućnosti primjene modela ACED (Audience Centered Experience Design) i postavljanja publike i njenih preferencija u središte programskih planova KIC-a i Erata. Veći dio ispitanika bili su “stalni” posjetitelji ovog Koncertnog programa, čije kontakte KIC i Erato posjeduju, a koji su odgovorili putem online ankete. Dio je bila grupa studenata dramske sekcije KSET-a pred kojima je izveden tekst A. Brillat – Savarina *Božanska kuhinja*. Zamoljeni su za odgovore na kratki upitnik koji se sastojao od devet pitanja; prvi dio odnosio se na statističke podatke (dob, spol, stupanj obrazovanja, zanimanje te radni status); slijedila su pitanja o učestalosti, motivima i preprekama za odlazak u kazalište te poziv na sudjelovanje u kreiranju budućih programa u KIC-u. 60 osoba bilo je voljno popuniti anketni list. Rezultati su prikazani u nastavku.

9.5.3.1. Rezultati

Među ispitanicima, 44 (73,33 %) osobe izjasnile su se kao osobe ženskog spola, a 16 (26,67) kao osobe muškog spola.

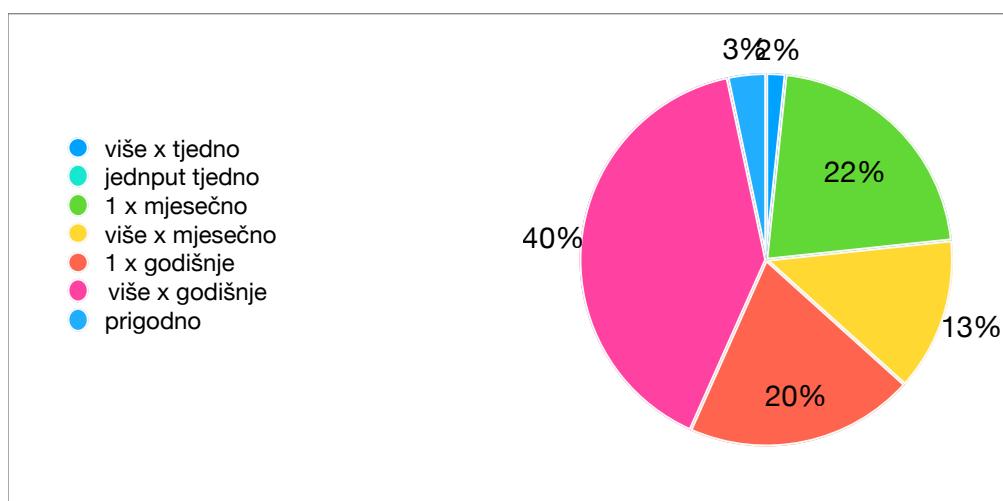
Dobne skupine formirane su prema sljedećim pretpostavkama: od 15 do 19 godina – pohađanje srednje škole i mogućnost samostalnog odlaska u kazalište, od 20 do 24 godine – doba prvih godina studija i diplomiranja (BA, prema DZS – SI – 1726), od 25 do 34 godine – doba završetka MA i prva radna iskustva, od 35 do 55 godine – najproduktivnije radne godine, od 56 i više godina – sve ostalo.

Na pitanje o stupnju obrazovanja, ispitanici su sami popunjavali odgovore, a prema dobi i

usmenim saznanjima nisu odgovarali prema završenom, nego prema stupnju koji trenutno pohađaju, izuzev osoba koje su završile diplomski studij. Tako je među ispitanicima koji su se svrstali u grupu sa srednjoškolskim stupnjem obrazovanja (38 %) svega jedna osoba napisala da pohađa srednju školu, a 22 da su studenti. U grupu dodiplomskog (BA) stupnja obrazovanja svrstalo se dvanaest osoba (20 %). Dvadeset osoba (33 %) ima dovršen diplomski studij (MA), četiri osobe (7 %) na poslijediplomskom su studiju ili imaju završen postdiplomski studij, a jedna je osoba napisala “ostalo”.

Na pitanje o radnom statusu dobiveni su odgovori: “zaposlen(a)” – 35 ili 58 %, “nezaposlen(a)” – 2 ili 3 %, “student” – 14 ili 23 %, “u mirovini” – 7 ili 12 % i “ostalo” – 2 ili 3 %. Dvije su osobe navele dvojak odgovor, tj. da su u mirovini, ali i da rade, pa je odgovor zabilježen kao da su još uvijek radno aktivne, odnosno zaposlene.

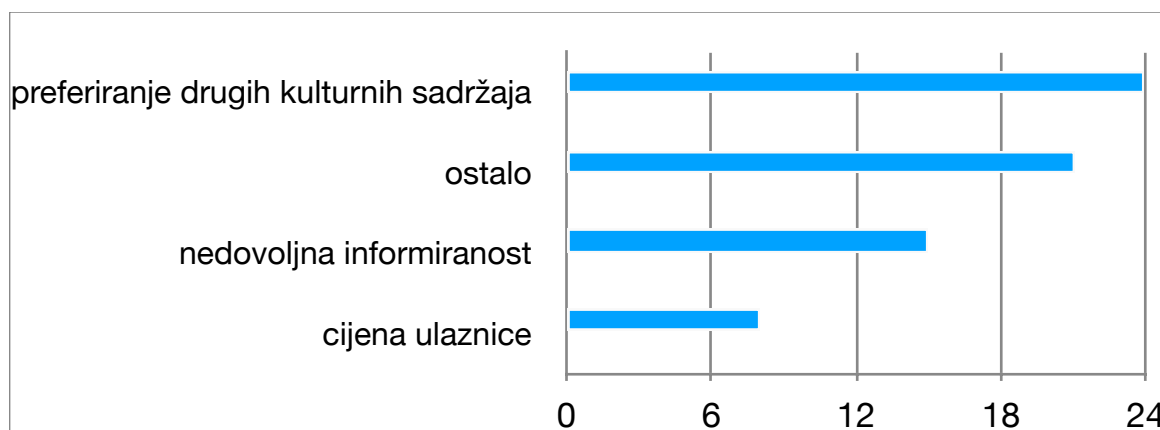
Sljedeće pitanje odnosilo se na učestalost odlazaka u kazalište. Da više puta tjedno posjećuje kazalište navela je jedna osoba. Jedanput tjedno ne ide niti jedna osoba. Jedanput mjesečno u kazalište ide trinaest ispitanika (21,67 %), a više puta mjesečno ide osam ispitanika (13,33 %). Jedanput godišnje kazališnu predstavu pogleda dvanaest (20 %) ispitanika, a više puta godišnje njih 24 (40 %). Dvije osobe ili 3,33 % u kazalište ide prigodno (Slika 11.).



Slika 11. Učestalost odlazaka u kazalište među publikom Koncertnog čitanja

Kao najčešći razlozi neodlaska u kazalište, uz mogućnost višestrukog odabira, navedeni su:

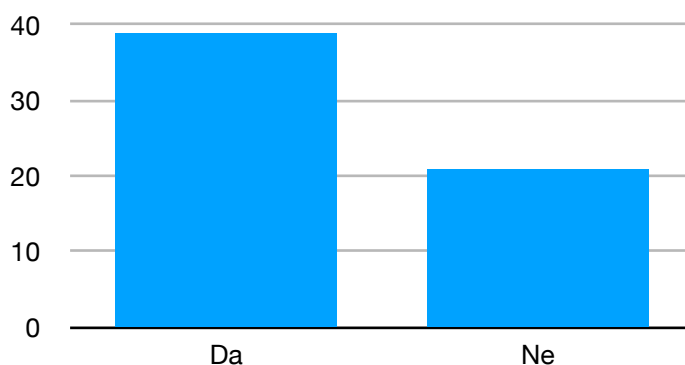
preferiranje drugih kulturnih sadržaja za 24 ispitanika (40 %), zatim slijede ostali razlozi za 21 osobu (35 %), zatim nedovoljna informiranost o kazališnoj ponudi za 15 osoba (25 %), a tek na posljednjem mjestu je, kao razlog neodlaska u kazalište, cijena ulaznice (kod osam ili 13 % ispitanika).



Slika 12. Prikaz najčešćih razloga za neodlazak u kazalište među publikom Koncertnog čitanja

Osobe koje su na ovo pitanje označile odgovor “ostalo” imale su priliku pojasniti što bi to bilo, pa je njih 15 istaknulo nedostatak vremena zbog drugih privatnih obveza ili aktivnosti, a odlazak u kino, na koncert ili izložbu – njih šest.

Na pitanje je li koncertno čitanje kao oblik kazališne izvedbe promijenilo shvaćanje literarnog djela ili kazališne umjetnosti općenito, 21 ispitanik odgovorio je niječno (35 %), a 39 ispitanika odgovorilo je potvrdno (65 %) (Slika 13.).



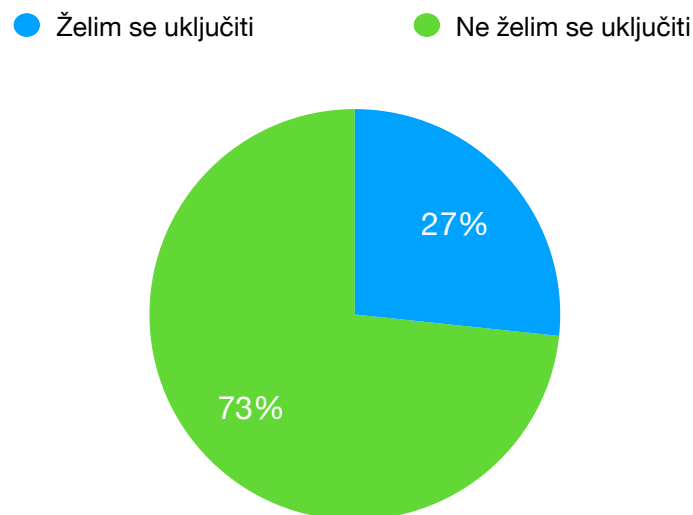
Slika 13. Utjecaj koncertnog čitanja na shvaćanje literarnog djela i kazališne umjetnosti među publikom Koncertnog čitanja

Sljedeće pitanje glasillo je: “Što utječe na to koju ćete predstavu gledati?”, a moguće je bilo odabrati više ponuđenih odgovora. Najčešći razlog, naveden 43 puta (71,67 %), preporuka je prijatelja ili obitelji. Slijede: žanr predstave 41 (68,33 %), glumci 29 (48,33 %) i autorska ekipa 26 puta (43,33 %). Kritika u medijima važna je za 18 (30 %) ispitanika, cijena ulaznice za njih 13 (21,67 %), objave na društvenim mrežama motivirat će 12 ispitanika (20 %), blizina mjesta izvedbe presudit će odabiru kod 11 anketiranih (18,33 %), mjesto održavanja (prostor) označen je devet puta (15 %), blizina javnog prijevoza ili parkirališta tri puta (5 %), a ostalo i blizina dodatnih sadržaja (poput kafića ili restorana) prevagnut će kod dva odnosno jednog ispitanika. Jedan ispitanik je, uz oznaku “ostalo”, naveo da su svi navedeni razlozi uz dodatne specifične okolnosti važni, a drugi da mu je važan autor djela (Slika 14.).



Slika 14. Razlozi za odabir kazališne predstave među publikom Koncertnog čitanja

Na pitanje jesu li voljni uključiti se u kreiranje programa i/ili predlagati tekstove za buduću kazališnu produkciju, svega 16 ispitanika odgovorilo je potvrdno (27 %), a 44 negativno (73 %).



Slika 15. Iskaz volje za uključenjem u kreiranje kazališnog programa među publikom Koncertnog čitanja

Kao načini na koje bi ispitanici koji su izrazili želju za uključivanjem u kreiranje programa ili predstave, navedene su različite aktivnosti – od vrlo konkretnih poput odabira tekstova, dramaturgije ili marketinga, do vrlo općenitih – bilo što što je potrebno u produkciji.

Ispitanicima je bilo ponuđeno da ostave svoj kontakt telefon ili mail adresu ako se žele informirati o budućim programima Teatra Erato i/ili Kulturno informativnog centra pa su 24 osobe (40 %) ostavile neke od potrebnih podataka za komunikaciju.

10. Rasprava o rezultatima istraživanja

Nezgodna je stvar ta 'publika'. Što je to zapravo? Ljudi koji na svojim mjestima čekaju početak predstave? Ili gomila koju izvođači zamišljaju dok se pripremaju za izlazak na pozornicu ... Kada je riječ o publici, doznajemo li više o publici ili o onima koji o njoj govore?

(Goran Tomka, 2016: 4, vlastiti prijevod)

Da bi se stekla što objektivnija slika rezultata istraživanja i da bi se oni stavili u realan kontekst i mogli uspoređivati s ranijim podacima i onima nakon pandemije, daje se pregled za ovaj rad relevantnih pokazatelja Državnog zavoda za statistiku.

Uspoređeni su statistički podaci koje prikuplja i objavljuje DZS-a (službene stranice: https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/08-03-02_01_2019.htm, pregledano 14. 7. 2025. uz napomenu da se neki preneseni podaci razlikuju od objavljenih u Službenom izvješću br. 1647, https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1647.pdf), a odnose se na sezonu 2018./2019., zadnju prije pandemije, zatim sezonu 2022./2023. u kojoj je zamjetan oporavak nakon posljedica pandemije i nemogućnosti izvedbi u kazalištu, te godinu 2024. kao godinu u kojoj ne bi trebali biti vidljivi znakovi pandemijskog funkcioniranja kazališta. Primjećuje se da su zadnji obrađeni i publicirani rezultati za godinu, a ne kao prijašnjih godina za sezonu jer, kako je službeno objavljeno, "U svrhu harmoniziranja službene statistike i usporedivosti podataka s drugim državama članicama Europske unije istraživanje o izvedbenim umjetnostima prebačeno je sa sezone na kalendarsku godinu." (<https://podaci.dzs.hr/2025/hr/97007>, pregledano 14. 7. 2025.)

Usporedba broja registriranih kazališta – profesionalnih, amaterskih i profesionalnih kazališta za djecu (u daljnjem tekstu: kazališta za djecu), govori o neznatnom ukupnom smanjenju aktivnih kazališnih subjekata u kulturi Republike Hrvatske, što je rezultat smanjenja broja kazališta za djecu i amaterskih kazališta. Nakon osjetnijeg pada broja amaterskih kazališta u sezoni 2022./2023., što je rezultiralo padom ukupnog broja kazališta od gotovo 9 %, u godini 2024. bilježi se lagani porast, najviše zahvaljujući porastu broja profesionalnih kazališta čak i u odnosu na posljednju predpandemijsku sezonu (8,4 %). Broj kazališta za djecu u kontinuiranom je padu,

ali je broj predstava za djecu kod profesionalnih kazališta (koja nisu registrirana kao kazališta za djecu) gotovo udvostručen (povećanje za 77,68 %). Izdvojeni podatci nalaze se u Tablici 2.

	sezona 2018./2019.	sezona 2022./2023.	godina 2024.
ukupan broj kazališta	176	155	159
profesionalna kazališta	95	90	103
profesionalna kazališta za djecu	30	31	21
amaterska kazališta	51	34	35

Tablica 6. Usporedba broja kazališta

Podatci koji su dalje obrađeni odnose se isključivo na profesionalna kazališta, uzimajući u obzir podatke za kazališta za djecu ili amaterska kazališta samo u slučajevima komparacije zbrojnih podataka. Evidentna je izmjena u vrsti obrade informacija pa je tako podjela izvedenih djela zaključno sa sezonom 2021./2022. sadržavala sljedeće vrste: dramu, komediju, operu, operetu, mjuzikl, balet, predstavu za djecu, lutkarsku predstavu i ostalo. Podatci izneseni u statističkom izvješću za sezonu 2022./2023. obuhvaćaju sljedeće kategorije predstava: dramu, komediju, operu – operetu – mjuzikl, balet, suvremeni cirkus, predstavu za djecu, lutkarsku predstavu, multimedijско-kombiniranu i ostalo.

Za potrebe ovoga rada analizirani su podatci prema kategorijama: drama, komedija, opera – opereta – mjuzikl – balet, predstava za djecu, lutkarska predstava i ostalo. *Opera, opereta, musical i balet* grupirani su u jednu kategoriju (za razliku od službene klasifikacije Državnog zavoda za statistiku u kojoj je balet zasebno naveden), a ovdje su navedeni samo kao pokazatelj kako su gledatelji visoke ili takozvane elitne kulture u kontinuiranom padu.

Zahvaljujući predstavama za djecu, lutkarskim predstavama, komedijama te *ostalim (kurziv je naš)* vrstama djela, broj izvedenih djela premašio je predpandemijsku sezonu za 18,4 %. Broj izvedenih drama se u 2024. godini lagano penje prema njihovu broju u sezoni 2018./2019., ali se broj djela u kategoriji opera, opereta, mjuzikl i balet gotovo prepolovio. Pokazatelji za izvedene

ili odigrane predstave slični su prethodnima, s izuzetkom manjega broja odigranih komedija u godini 2024. nego u sezoni 2018./2019.

Broj posjetitelja također bilježi rast, izuzev posjetitelja *ostalih (kurziv je naš)* predstava u odnosu na sezonu 2022./2023., no nije dosegao broj predpandemijske sezone, osim opet u kategoriji predstava za djecu i lutkarskih predstava.

Komparativni podatci, s izdvojenim podacima o broju izvedenih djela, predstava i posjetitelja za profesionalna kazališta, sublimirani su u Tablici 7.

profesionalna kazališta	sezona 2018./2019.	sezona 2022./2023.	godina 2024.
izvedena djela ukupno	1198	928	1419
drama	315	235	279
komedija	192	175	215
opera, opereta, musical, balet	133	82	70
predstava za djecu	224	151	398
lutkarska predstava	121	53	134
ostalo	213	232	323
predstave ukupno	7578	6 309	7417
drama	1794	1 198	1 445
komedija	2009	1 877	1 932
opera, opereta, musical, balet	577	388	371
predstava za djecu	1735	1 410	2 037
lutkarska predstava	685	711	939
ostalo	778	725	693

profesionalna kazališta	sezona 2018./2019.	sezona 2022./2023.	godina 2024.
posjetitelji ukupno	1 560 700	1 206 144	1 413 691
drama	332 225	204 694	256 148
komedija	550 492	444 006	491 585
opera, opereta, musical, balet	226 602	214 639	194 247
predstava za djecu	244 645	205 202	295 180
lutkarska predstava	71 234	59 390	110 294
ostalo	135 502	78213	66 237

Tablica 7. Usporedni podatci za broj i vrstu izvedenih djela te posjetitelja u profesionalnim kazalištima

Izvori:

https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/08-03-02_01_2019.htm, pregledano 12. 3. 2024.

<https://podaci.dzs.hr/2025/hr/97007>, pregledano 12. 7. 2025.

<https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58155>, pregledano 12. 3. 2024.

Iz evidentiranih pokazatelja vidljivo je da je živa, izvedbena umjetnička forma u obliku predstave i dalje u interesu, odnosno porastu interesa publike, mada još u svim izričajima nije dosegnuta razina od prije pandemije, s iznimkom predstava za djecu i lutkarskih predstava, bez obzira radi li se o izvedbi profesionalnog kazališta ili kazališta za djecu, odnosno lutkarskog kazališta.

Kao što je vidljivo u Tablici 7, profesionalna se kazališta nisu orijentirala na, kolokvijalno rečeno, podilaženje publici, jer je broj dramskih djela još uvijek veći od broja komedija, iako je broj naslova u potonjoj kategoriji veći od broja naslova prije pandemije za 12 %. Ovaj podatak posebno se navodi jer je broj publike na komedijama gotovo dvostruko veći nego na dramskim predstavama, što je znakovit indikator preferencija gledatelja. Ovi pokazatelji nastavak su trenda uočenog u pokazateljima prikupljenima u istraživanjima navedenim u prethodnim poglavljima.

Diversifikacija izvedbene ponude evidentna je u povećanju broja *ostalih (kurziv je naš)* djela. Najmanje negativne razlike u broju posjetitelja imale su izvedbe u kategoriji djela opera, opereta, mjuzikl i balet (-4,98 %), iako je taj negativni indeks kontinuiran i u 2024. godini. Najveći pad broja gledatelja u sezoni 2022./2023. imale su *ostale (kurziv je naš)* predstave (42,28 %), uz napomenu da to smanjenje u 2024. godini iznosi preko 51 %. Negativni rast u sezoni 2022./2023. u odnosu na sezonu prije pandemije imale su dramske predstave (-38,39 %), zatim komedije (-19,34 %), lutkarske (-16,62 %) i predstave za djecu (-16,12 %). No, kao možda najveći doprinos razvoju publike važno je istaknuti odgoj kazališne publike od najranije dobi, što se ovdje vidi u povećanju broja produciranih naslova za djecu (uključujući i lutkarska djela) od 345 prije pandemije na 532 u 2024. godini, što pokazuje rast od 54 %. U odnosu na rezultate prije pandemije, u porastu su i broj izvedbi (22,97 %) i broj posjetitelja na predstavama za djecu i lutkarskim predstavama (28,36 %).

Podatci prikupljeni u istraživanjima provedenim tijekom produkcije i distribucije predstave *Kad svijeeće dogore* mogu se razmatrati dvostrano; s jedne su strane razmatranja *oni koji o publici govore (kurziv je naš)* – autorski i izvođački tim uključen u produkciju predstave, zatim mali, ali reprezentativan uzorak producenata neovisne kazališne scene i, na kraju, fokus grupa na kojoj su provedeni dubinski intervjui. S druge su pak strane publike različitih uzoraka.

Iz dobivenih rezultata na istraživanjima provedenim na izvedbi predestave *Kad svijeeće dogore* u sklopu Festivala *Teatar uz more* te na grupi studenata, razvidno je da je razvoj publike *odgojem ukusa* moguć (i uspješan) kod publike koja po navici konzumira određeni umjetnički sadržaj. Iako je organizator (Festival *Teatar uz more*) pretpostavljao da će isticanje *Hrvatskog narodnog kazališta* kao producenta predstave biti glavni motiv za dolazak publike, to se nije pokazalo točnim (samo 4 % ispitanika to je navelo kao glavni motiv dolaska). Za organizatora (festival) je odmak od uobičajenog zabavnog i komičnog sadržaja te uvrštavanje dramske predstave u program predstavljalo određeni, ponajprije financijski rizik, no kao i za producenta – umjetničku organizaciju Teatar Erato, ova je suradnja polučila višestruke benefite: umjetničke i izvedbene mogućnosti, razvoj organizacije, diversifikacija publike i produbljivanje odnosa s postojećom publikom te financijsku dobit.

Iako je većina slučajne grupe ispitanika u Splitu bila približna po stupnju obrazovanja studentskoj grupi ispitanika, te je u obje grupe veći dio ženske populacije, motivi i učestalost

odlazaka u kazalište uopće se ne poklapaju. Publika na izvedbi predstave na festivalu velikom je većinom (83 %) kao glavni motiv navela glumačku postavu. Za ispitanike – studente u Zagrebu, glavni motiv odlaska u kazalište je roman, odnosno predložak. Analizirajući studentske odgovore detaljnije, cijena predstave i preporuka također su bitni u odabiru konzumiranog kulturnog sadržaja.

Rezultati koji se mogu potvrditi, a vezani su uz realizaciju i uspješnost projekta *Kad svijeće dogore*:

- broj izvedbi do svibnja 2024. je 45, od toga u vrijeme pandemije, uz maksimalan broj posjetitelja, po dva puta u Šibeniku i Dubrovniku te 11 puta u nepuna dva mjeseca nakon premijere u HNK Zagreb
- u 2021. godini, godini *lock downa* i ograničenog broja publike, predstavu je pogledalo 3717 gledatelja u 23 izvedbe
- sudjelovanje na 67. Splitskom ljetu 2021. godine
- sudjelovanje na festivalu Teatar uz more i hvarskoj Venerandi 2021. godine
- u 2022. godini bilo je sedam izvedbi, niti jedna u Zagrebu, ali zato je ostvareno jedno gostovanje u Crnoj Gori, na festivalu Barski ljetopis
- izvedba na Kazališnoj olimpijadi u Budimpešti 2023.
- u prvih pet mjeseci 2024. godine predstava je izvedena 9 puta, što dovodi do preko 9000 ukupnog broja gledatelja
- Nagrade:
 - Nagrada Vladimir Nazor – Siniša Popović za ulogu Henrika,
 - dvije Nagrade hrvatskog glumišta za najbolja dramska umjetnička ostvarenja – Siniša Popović za najbolju mušku ulogu i Zrinka Cvitešić za najbolju sporednu žensku ulogu,
 - nagrada Fabijan Šovagović – Siniša Popović,
 - finale nagrade Zlatni studio – Goran Grgić
- poziv na Kazališnu olimpijadu u Budimpešti
- reakcije publike (video i pismeno)
- novi sponzori za buduće projekte Teatra Erato
- diseminacija i nova javno-privatna partnerstva (HNK Šibenik, Kazalište na Peščenici, Kazalište Virovitica, KMD Dubrovnik, Centar za kulturu Vojvodine, Gradski muzej Korčula, Zorin dom Karlovac)

U trenutku ograničenog ukupnog broja osoba na pozornici, za HNK Zagreb navedeno je partnerstvo s Eratom bio jedini način da nastavi s radom dok se ne redefiniraju planirani programi, odnosno dok se kazalište ne prilagodi mjerama Stožera. No unatoč rasprodanim izvedbama i osvojenim nagradama, predstava je službeno skinuta s repertoara HNK bez objašnjenja. U međuvremenu su istekla i autorska prava za dramatizaciju pa je, u dogovoru s glumcima, zbog obveza i ritma izvedbi, odlučeno da se predstava do daljnjega ne izvodi.

Iz podataka HNK o gostovanjima dramskih predstava izvan matičnog kazališta, a koji je autorica u svrhu izrade ovoga rada dobila na uvid (i složila tablični prikaz zbog lakše preglednosti, vidjeti Prilog 5) razvidno je da predstava *Kad svijeće dogore* daleko prednjači po gostovanjima (uz napomenu da neznatno veći broj izvedbi ima jedino koprodukcija HNK u Zagrebu, HNK I. pl. Zajca i Talijanske drame u Rijeci, ali ta je predstava izvedena jedanput u dvorani Lado u Zagrebu, a sve ostale izvedbe bile su u prostoru Exportdrva u Rijeci, odnosno u sjedištu partnera. Prema broju osvojenih nagrada u dramskoj produkciji HNK u Zagrebu, predstava *Kad svijeće dogore* nalazi se na drugom mjestu, odmah nakon predstave *U agoniji*.

Odnos HNK prema koprodukciji s nezavisnim teatrom Erato očitovao se i u komuniciranju s javnosti – prilikom objave nominacija i dobivenih Nagrada hrvatskog glumišta 2021. godine, obavijesti vezane uz ansambl i predstavu *Kad svijeće dogore* na službenim stranicama HNK objavljene su, tj. dodane u jednoj rečenici na već prethodnu obavijest, tek nakon opetovanog upita članova ansambla (koji su članovi i matičnog ansambla HNK) i producentice Erata, a neke nisu niti objavljene na profilima članova ansambla (<https://www.hnk.hr/hr/biografija/zrinka-cvitesic/>, pregledano 12. 9. 2025.).

HNK u Zagrebu nije prijavio predstavu *Kad svijeće dogore* niti na jedan festival u zemlji ili inozemstvu, a svi upiti koji su došli na adresu javnog kazališta proslijeđeni su na adresu Erata.

Pitanja koja su postavljena suradnicima u produkciji u nekoliko su navrata upućena i tadašnjoj intendantici i ravnatelju drame, no odgovori nisu dobiveni. Time su potvrđene prijetnje navedene u SWOT analizama, ali i stavovi o nezainteresiranosti institucija za partnerstva, a koji su iskazani u istraživanju među članovima nezavisne kazališne scene.

Međutim, Erato je nastavio s javno-privatnim suradničkim projektima gdje prevladavaju vrlo pozitivna iskustva. Jedina “negativnost” koja se ponavlja je ograničen broj izvedbi, ali to je rezultat ili malih sredina, a time i nedovoljnog broja zainteresirane publike u mjestima partnera, ili zauzetosti glumačkog ansambla drugim projektima. No, rješavanje potonje situacije u opisu je

redovitog, svakodnevnog posla producenta ili organizatora, osobito ako su u projektu angažirani vrhunski glumci.

Usporedimo li dosad objavljene rezultate (u ranijim istraživanjima) s istraživanjima provedenim za ovaj rad, dolazi se do zaključka da nakon dječje dobi prestaje interes mladih (do 20 godina) za kazalište. To se može pripisati ponajprije odrastanju jer djeca postaju samostalnija i u odabiru načina na koje će provesti slobodno vrijeme, a zatim digitalnom okruženju i njegovom utjecaju na ponašanje i stavove mladih. Sve su brojnije znanstvene studije koje upozoravaju da prekomjerno korištenje mobitela, gledanje televizije, igranje kompjutorskih igrica i sl. negativno utječu na empatiju, socijalnu i emotivnu inteligenciju te da izazivaju brojne kognitivne, konativne i druge devijantne promjene, osobito kod djece i mladih. No, postoje i studije o mnogim uspješnim art terapijama kojima se liječe ili umanjuju posljedice različitih bolesti i smetnji. Neke od njih navedene su u prethodnim poglavljima ovoga rada. Autorica ovoga rada zastupa mišljenje da je dobra kazališna predstava ili bilo koji drugi dobar kulturni proizvod (bez ulaženja u raspravu ili definiranja oznake "dobro", jer svaki je kulturni proizvod u konačnici podlozan kvantitativnom mjerilu pojedinca u ulozi publike ili izvan nje) izvrsna i financijski (relativno) dostupna terapija. Nedavne inicijative zabrane korištenja mobitela u osnovnoškolskim obrazovnim ustanovama tek trebaju polučiti pozitivne rezultate u općem razvoju i zdravlju djece i mladih.

Istraživanje provedeno među srednjoškolcima i studentima u Zadru indikativno je ponajviše zbog činjenica da gotovo tri četvrtine ispitanika smatra da je repertoar u kazalištu nedovoljno raznovrstan, a više od polovice anketiranih ide u to isto kazalište jedanput godišnje ili zbog školske, odnosno studentske obveze. Tu se očito vidi s jedne strane manjak informiranosti kod publika, odnosno da kazališta ne komuniciraju sa svim publikama na dovoljno jasan način. Iz iskustva suradnje Erata s HNK-om i Koncertnim uredom u Zadru, može se potvrditi da je kazališni program vrlo raznovrstan, no očito ili nedovoljan ili neadekvatno iskomuniciran s mladima. Razvidno je nadalje da se kod studentske populacije povećava interes za odlazak u kazalište te da je ukupan broj kazališne publike u porastu, ali i dalje je glavni motiv za neodlazak u kazalište nedostatak interesa. Stoga se ovime ističe važnost pristupa publici kulturnom inkluzijom i proširenim marketingom, posebice kanalima društvenih mreža. Marketing kulturnog proizvoda, u ovom slučaju kazališne predstave, i njegova analiza (statistika broja pratitelja, broja

viđenih objava, broja reakcija na osnovi objave i sl.) danas je prihvatljivo većini ciljanih publika upravo putem društvenih mreža, a što se u istraživanju pokazalo kao najučestaliji način komuniciranja s javnosti.

Iako pitanja Domšić, Franić i Marjanović (2021: 468) nisu bila upućena s ciljem definiranja najuspješnijih marketinških strategija na društvenim mrežama, dobiveni su zanimljivi odgovori što bi mlade privuklo ili potaknulo na gledanje (internetske izvedbe) koncerta ili predstave: pogled iza scene, virtualna interakcija s umjetnicima i upoznavanje tima (snimke proba, ture po studiju itd), upotreba suvremene digitalne tehnologije za specifično kreirane virtualne doživljaje i tome slično, no polovicu studenata ništa ne bi potaknulo na plaćanje takvih izvedbi. To potvrđuje tezu da je živa izvedba i u digitalno doba važnija od snimljenih.

Istraživanja su pokazala i važnost educiranja mlade publike, odnosno da fokus razvoja publike treba biti na mladoj publici i njihovu praćenju u umjetničkom svijetu. Pohvalna je inicijativa Ministarstva kulture i medija o uključivanju mladih koji tek izlaze iz obveznog obrazovnog sustava u projekt “Kulturna iskaznica”, no tek će vrijeme pokazati rezultate njegove uspješnosti (projekt kreće 1. 1. 2026., Mrežne stranice Ministarstva kulture i medija, <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/predstavljena-kulturna-iskaznica-projekt-kojim-mlade-nastojimo-privuci-kulturi-i-uciniti-ju-dostupnijom-u-svim-dijelovima-hrvatske/28840>, pregledano 14. 11. 2025.)

Iako statistika pokazuje da je još uvijek veći broj dramskih djela na repertoarima hrvatskih kazališta, broj publike na komedijama, kao i svi navedeni podatci različitih istraživanja, očiti su pokazatelj što većina publika posljednjih dvadesetak godina želi u kazalištu i od kazališta, a to je – zabava. Za autoricu ovoga rada to ne znači da bi se svi trebali prilagoditi trenutnom trendu i potražnji tržišta te proizvoditi samo komedije, nego da publiku treba odgajati tako da izvrsnost teksta, jedinstvenost osjećaja žive izvedbe i interakcije, edukacija, emocija i sl. budu također među vodećim motivima za odlazak na predstavu, a ne (isključivo komediografski) žanr. Time se ni u kom slučaju ne negira i ne želi umanjiti kvaliteta bilo kojeg segmenta bilo kojeg kazališnog ili umjetničkog izričaja, kulturnog proizvoda ili bilo kojih umjetničkih afiniteta. Zapravo, razvoj publike trebao bi minimalizirati razlike i razvijati prožimanje između *eskapist*a, *moralista* i *ljubitelja umjetnosti* (Lopez 2000:229), naravno ne u korist jedne skupine. Odnosno, slijedeći Kawashimino segmentiranje (2000: 8), publiku bi trebalo educirati i razvijati njezine ukuse i sklonosti.

U upitnicima među anketiranim kreatorima kulturnih proizvoda nisu se postavljala pitanja o vrsti ili uspješnosti postavljenih ciljeva i planova projekata, pa se rezultati rada nezavisne scene drukčije ne mogu iskazati nego kvantitativnim pokazateljima sumiranim u ukupnim rezultatima profesionalnih kazališta. Ranjivost nezavisnog kulturnog sektora se, nažalost, pokazala na najdrastičniji način – ukidanjem odnosno prestankom rada nekih neovisnih kazališta uslijed krize uvjetovane pandemijom. No, pokazalo se i da su oni koji su opstali doprinijeli diversifikaciji izvedbenih umjetnosti i povećanju ukupnog broja gledatelja u kazalištima.

Više anketiranih kolega izjavilo je da postoji problem nedovoljne potpore javnih izvora financiranja i da je to jedan od razloga zašto su nezavisna kazališta u nepovoljnijem položaju od javnih. Jedno od rješenja koje se protežira kulturnim politikama i natječajima za javne potpore suradnja je među profesionalnim kazalištima, no i dalje su institucije u povoljnijem položaju. Tako je povećanje financijske potpore od čak 87 % dobila suradnička mreža nacionalnih kuća u RH, Konzorcij HNK-ova (K – HNK) za zajedničke projekte unutar konzorcija u 2024. godini (mrežne stranice, <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/objava-rezultata-za-dramske-plesne-i-izvedbene-umjetnosti-te-financiranja-redovitog-programa-hrvatskih-narodnih-kazalista-te-nacionalnih-festivala/25025>, pregledano 13. 1. 2024.).

Iz objavljenih rezultata Ministarstva kulture i medija, osim za konzorcij nacionalnih kazališta (K – HNK), nije vidljivo koliko je u odobrenim programima zastupljeno suradničkih projekata te koliko, u procesu odlučivanja o potpori, suradnja doprinosi pozitivnoj ocjeni ili iznosu odobrenih sredstava.

Netransparentnost pri dodjeli javne potpore te različiti pristupi u obavljanju obveza odnosno realizaciji prijavljenih i odobrenih programa javnih kazališta mogu se vrlo jasno iščitati u istraživanju i analizama kojih je autorica Nora Krstulović, a objavljenih u časopisu Kazalište (br. 40/50, 2012, <https://hrcak.srce.hr/file/275255>, pregledano 14. 10. 2023.).

Iz rezultata koje je objavilo Ministarstvo kulture i medija vidljiva je disproporcija u radu i poslovanju javnih i nezavisnih kazališta, posebice u dijelu financiranja. Za 81 program privatnih profesionalnih kazališta (premijere te izvedbe premijernih i repriznih naslova) odobrena su sredstva u iznosu od 465.100,00 EUR, a za isti takav program 19 javnih kazališta (ne računajući programe nacionalnih kazališta te programe mreže K – HNK) izdvojeno je 477.800,00 EUR, uz važnu napomenu da javna kazališta izdvajanja za plaće i ostale troškove hladnog pogona imaju

osigurana iz javnih izvora financiranja po drugoj osnovi, ako ne u potpunosti, onda barem u većem dijelu (vidjeti službene stranice Ministarstva kulture i medija:

<https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImagesdokumenti2025%20Dokumentifinanc25/Odobreni%20programi%20dramske%20i%20plesne%20umjetnosti%20te%20izvedbenih%20umjetnosti%20u%202025.%202.pdf>, pregledano 14. 10. 2025.).

Disproporcija financijske potpore za javnu i nezavisnu scenu evidentna je i kontinuirana od samih početaka postojanja umjetničkih organizacija, udruga i umjetnika koji obavljaju profesionalnu kazališnu djelatnost na teritoriju RH (usporediti Lončar 2013: 212).

Nastavno na odgovore o sličnosti i razlikama u kreativnim i umjetničkim ciljevima na nezavisnoj sceni i u javnim kazalištima, evidentno je da se ti ciljevi ne razlikuju ili se ne bi trebali razlikovati. Ako je u kazališnoj produkciji angažiran isti broj autora, izvođača i drugih suradnika, ako su (i trebale bi biti) naknade za suradnju iste ili barem približne, postavljaju se pitanja: po kojim se kriterijima u javnim pozivima za potrebe u kulturi valorizira rad na nezavisnoj sceni, zašto taj rad u javnoj instituciji vrijedi više odnosno prema kojim se kriterijima raspoređuju i dodjeljuju sredstva za pojedinu kazališnu produkciju bez obzira na to tko je nositelj produkcije, privatno ili javno kazalište.

Pridodamo li tomu činjenicu da za probe i izvedbe u Zagrebu većina neovisnih organizacija plaća najam za rezerviranu dvoranu za probe i izvedbe bez obzira je li došlo do otkaza termina zbog bolesti glumca i sl., vidljivo je koliko poduzetničkih vještina menadžment privatnih kazališta treba posjedovati da bi odgovorio na unutarnju i vanjsku dinamiku poslovanja – od diversificiranja prihoda, preko osiguranja kontinuiteta poslovanja, do kreiranja rezervnih, takozvanih *B* planova i/ili angažiranja alternacija (što opet povisuje troškove produkcije).

U prilog nejednakostima treba istaknuti i različite percepcije u javnosti između predstava neovisnih kazališta i institucija. Uvriježeno je, autorica iz iskustva dogovaranja gostovanja tvrdi, da: neovisne predstave imaju manju ili vrlo jednostavnu scenografiju, manje vrijede na tržištu i sl. Stoga treba raditi i na promjeni paradigme da su predstave privatnih kazališta produkcijski jednostavnije i manjeg umjetničkog dosega, odnosno da su manje kvalitetne. Najčešća pitanja lokalnih organizatora, također iz višegodišnjeg iskustva producentice i suradnika Erata u

marketingu predstava, su: Je li to komedija?, Igra li netko iz sapunice?, Može li što jeftinije? Nažalost, rijetki su voditelji kulturnih ustanova u manjim sredinama koji imaju adekvatnu potporu lokalne vlasti i žele svojoj publici ponuditi nešto drugo izuzev popularne masovne kulture (stand-up i komedije).

Promjene treba napraviti u percepciji publika, kulturnih menadžera i donositelja odluka u upravljanju u kulturi na nacionalnoj i lokalnoj razini, ali i podizanjem razine izvrsnosti u svim segmentima produkcije te uspostavi zajedničkog sustava vrednovanja privatnih kazališta, odnosno naknada za članove Hrvatskog društva dramskih umjetnika (vidjeti primjere minimalnih ili preporučenih naknada različitih strukovnih udruženja na <https://kulturanova.hr/pravedne-prakse/resursi-materijali-umjetnickih-strukovnih-udruga-i-drugih-organizacija>, pregledano 29. 9. 2025.).

Neke jedinice lokalne uprave, poput Grada Zagreba, za izvedbe odobravaju najam javnih gradskih prostora nezavisnim umjetničkim organizacijama po povlaštenim, odnosno umanjenim tržišnim cijenama, što je pohvalna praksa, no na taj se način ionako vrlo ograničena sredstva javnih izvora financiranja za nezavisnu scenu ponovno vraćaju u gradski proračun. Za vrijeme pandemije, Vlada RH osigurala je privatnim kazalištima (za zaposlene članove) minimalnu fiksnu potporu za dva mjeseca, dok su sva javna kazališta redovito isplaćivala plaće, bez obzira na *lock down* i prazna gledališta. Rijetke su lokalne zajednice koje su podržale nezavisni kulturni sektor u pandemijskoj krizi (Primorac 2021: 232).

Dobra je praksa da postoji nekoliko različitih poticaja kojima se podupiru gostovanja svih kazališta, pa tako i onih na nezavisnoj sceni, no privatna kazališta, kao i druge neprofitne organizacije, ne mogu suradnicima isplaćivati dnevnice koje, prema važećoj legislativi, pripadaju zaposlenicima drugih poslodavaca (Zakon o radu, NN [93/14](#), [127/17](#), [98/19](#), [151/22](#), [46/23](#), 64/23), odnosno mogu biti uključene u autorski ili izvođački honorar, ali se na njih obračunavaju svi važeći doprinosi.

Neadekvatnost institucionalnog okvira u državnoj i lokalnoj upravi, nepotpuna kulturna legislativa, izostanak fiskalnih poticaja, nedovoljna financijska potpora razlozi su zbog kojih

nezavisne kulturne organizacije ne mogu osigurati odgovarajuće stručne mehanizme evaluacije, vrednovanja i financiranja. Unutarnje razvojne dinamike organizacija, kao i trendovi u razvoju okolina u kojima djeluju, zahtijevaju od nezavisnih kulturnih aktera stalnu edukaciju i usavršavanje te prilagodbe u menadžmentu, komunikaciji s publikama i modelima financiranja (Višnić u Vidović, ur. 2007: 41-42).

Iz niza gore navedenih podataka vidljiva je ranjivost i nepovoljniji položaj aktera na nezavisnoj kulturnoj sceni.

Partnerstva nezavisnih s javnim institucijama nisu tako česta, a s nacionalnim kazališnim kućama vrlo su rijetka, što pokazuje i istraživanje provedeno za ovaj rad. Zajedničko svim navedenim iskustvima nedovoljni su termini za probe i izvedbe koje su kazališne kuće planirale za partnerske projekte. To se djelomično može opravdati činjenicom da sve javne kazališne kuće u Republici Hrvatskoj imaju manjak adekvatnog prostora za rad, no barem posluju u vlastitom prostoru, dok je, iz istraživanja dobivenih dubinskim intervjuima o uvjetima rada, vidljivo da svega jedno nezavisno kazalište djeluje u vlastitom prostoru. Teatar Erato nema negativna iskustva s terminima za probe s javnim partnerskim kazalištima, uključujući i HNK u Zagrebu, s napomenom da je prostor HNK korišten samo za tehničke i generalnu probu pa je to iskustvo vjerojatno nepotpuno. Dogovaranje termina za izvedbe malo je dulji i složeniji proces. Nezavisni teatar ni u kom slučaju ne može utjecati na raspored i učestalost izvedbi partnerske predstave u matičnom javnom kazalištu, no ako se dovoljno unaprijed najave gostovanja (u organizaciji nezavisnog), onda se lakše postiže dogovor. Ovo potvrđuje iskustvo iz studije slučaja, ali i iz drugih partnerskih projekata koje je Erato do sada suproducirao.

Nadalje, iz anketnih odgovora razvidno je da većina nezavisnih kazališta posluje dulje od 15 godina i kod većine se u odgovorima prepoznaje dio ključnih čimbenika uspjeha do kojih su Baker i Maitland (2024) došli u svojim istraživanjima: ciljevi i planovi jasno se postavljaju, rade se različite evaluacije projekata, ne samo financijske, postoji podudaranje potreba i interesa različitih ciljnih skupina s onima koje postavlja umjetnička organizacija i koje umjetnički proizvod organizacije može ponuditi, elementi marketinškog miksa prilagođavaju se potrebama, iskustvima i osobnim okolnostima ciljne skupine ili skupina, a obzirom na to da većina ima i

stalnu publiku, može se zaključiti i da većina organizacija održava dugoročni odnos sa svojom publikom odnosno ciljanom skupinom ili skupinama.

Također je važno napomenuti da svih deset razmatranih nezavisnih kazališta i umjetničkih organizacija (uzorak prema kriteriju najviše izvedbi u sezoni 2019./2020. i podacima iz DZS-a) produciraju uglavnom ili isključivo komedije. Kako je pokazano u istraživanju, najčešći oblik komunikacije s publikom je putem društvenih mreža. Kazališta koja su bila fokus grupa za dubinske intervju imaju broj pratitelja na profilima na društvenoj mreži (Facebook) kako slijedi: Kerekesh Teatar – 151.032, Teatar Exit – 28.803, Kazalište Mala scena – 19.336, Glumačka družina Histron – 10.832, Kazalište Planet Art – 9.354, Gavran Teatar – 5.935, Play Drama – 4.995, Kazalište Moruzgva – 3.811, Triko Cirkus Teatar – 2.974, B GLAD Produkcija – 2.842, Hit Teatar – 2.700, GALA teatar – 1262, dok primjerice Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu ima 40.216 pratitelja (pregledani službeni profili na Facebook platformi, 31. 10. 2025.). Samo prva četiri kazališta u navedenom nizu privatnih imaju stalne dvorane, vlastite ili u dugoročnom najmu, za rad i izvedbe u Gradu Zagrebu.

Ono što ukazuje na moguće neslaganje s rezultatima niza provedenih istraživanja na razini Europske unije i modelom ACED (Audience Centred Experience Design) za razvoj publike koji se predlaže, podatak je da niti jedna od sedam anketiranih najizvođenijih i po broju gledatelja najuspješnijih nezavisnih kazališnih organizacija u sezoni 2019./2020. u Hrvatskoj ne vidi da bi izravno uključivanje publike u kreiranje programa pridonijelo razvoju publike. No, praćenjem onoga “što kod publike prolazi” (kako je naglašeno u jednom od odgovora, vidjeti Prilog 3) očito je da je publika indirektno uključena u kreiranje programa.

Ako usporedimo ove podatke s istraživanjima među publikama, dolazimo također do poraznog podatka da manji dio publike ima želju za sudjelovanjem u kreiranju programa, odnosno da je posjet nekom kulturnom sadržaju motiviran konkretnim aktivnostima vezanim za nastanak kulturnog sadržaja. Različite manifestacije i institucije imaju široki raspon alata i mogućnosti za uključenje publike u interakciju s njihovim programima, počevši od prostora, preko financijskih sredstava, pa do većeg broja djelatnika, i tu su također u organizacijskim i produkcijskim prednostima u odnosu na nezavisnu scenu. Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske, Zaklada Kultura nova te Kreativna Europa posljednjih godina nastoje umanjiti ove nedostatke pa

se javnim pozivima (izvan onih za predlaganje programa javnih potreba u kulturi) raspisuju natječaji za potporu programima razvoja publike.

U provedenom istraživanju ističe se i podatak da samo dvije organizacije edukaciju suradnika i promjene aktivnosti organizacije vide kao načine na koje se mogu povećati vidljivost i zastupljenost programa nezavisne scene.

Autorica ovog rada smatra da su kulturni djelatnici, umjetnici i svi ostali koji su na bilo koji način povezani s kulturom, propustili povećati Holdenovu (Holden 2009: 454) instrumentalnu i intrinzičnu komponentu kulture, odnosno osvijestiti cjelokupnu javnost, a poglavito političare kao donositelje odluka važnih za razvoj društva i nositelje kulturnih politika, da je jedino zahvaljujući kulturi bilo moguće preživjeti nedavnu COVID pandemiju. Nažalost, umjesto da se u kriznim vremenima povećaju izdvajanja za kulturu ili da se radi na uvođenju legislative koja bi potpomogla razvitak sponzorske i donatorske kulture, tj. Omogućila veće porezne olakšice za ulaganja (sponzorstva i donacije) u kulturi, vladajući kulturu promatraju kao dokoličarstvo bez kojeg se može te, u cilju štednje, prvo smanjuju potpore kulturnim projektima, institucijama i umjetnicima, zanemarujući rast i potencijal kulturne industrije u ekonomskom smislu i ne percipirajući nematerijalnu korist koju društvo dobiva od kulture. Neprofitne organizacije prisiljene su financijsku konstrukciju zatvarati iz maštovitog miksa različitih izvora, javnih i privatnih, a to dodatno iscrpljuje ionako ograničene kapacitete. Jedan od dokaza kako vladajući (u RH) ne prepoznaju važnost kulturnog razvoja je i najava poreznih olakšica za ulaganje u sport te povećanje Vladinih ulaganja u sustav sporta. Ovim se činom kulturu, a osobito male neprofitne organizacije, stavlja u još nepovoljniji položaj jer dosadašnje rasterećenje porezne osnovice od 2 % za kulturu i sport mijenja, tj. povećava u korist sporta. Naime, povećava se iznos priznatih troškova od najviše 10 % prihoda (tekućeg ili prethodnog obračunskog razdoblja) za nematerijalna i materijalna ulaganja u sport sponzorstvima i donacijama. (<https://vlada.gov.hr/vijesti/nove-porezne-izmjene-dodatna-su-vladina-injekcija-hrvatskom-ponajvise-klupskom-sportu/45104>, pregledano 10. 10. 2025.)

Federico Garcia Lorca (Sabljak ur. 1971: 190) daje nekoliko zanimljivih opaski: “Teatar je jedan od najizraženijih i najkorisnijih instrumenata za oblikovanje jedne zemlje i barometar koji pokazuje njezinu veličinu ili opadanje... Narod koji ne pomaže i ne promiče svoj teatar, ako nije mrtav, na umoru je...”. Lukić (2006: 71) tvrdi da je za opstanak i razvoj kazališta i kazališne

umjetnosti nužno postojanje istraživačkih, eksperimentalnih i drugih manje komercijalnih kazališta, tj. onih čiji program nema zajamčen tržišni uspjeh i isplativost, a da su teatri koji njeguju klasični, dramski repertoar i rade na očuvanju kulturne baštine – kulturna potreba.

Vrijedi podsjetiti na neke moguće strategije kulturnog planiranja koje je Lončar (2013: 312-318) predložila u smjeru izmjena koje bi poticale kvalitativne promjene u sustavu: postizanje izvrsnosti i kvalitete, educiranje, prenošenje znanja, povezivanje i javno djelovanje lobiranjem i zagovaranjem. Ove strategije navode se prema autorima Dragojević i Dragičević-Šešić (2008), a Lončar još preporuča izmjene i dopune Zakona o kazalištu te ostale promjene koje uključuju revidiranje Očevidnika kazališta i registra neprofitnih organizacija, organiziranje poslodavaca u kulturi i kazalištima, suradnju s izvršnom vlasti, npr. na poljima poreznih olakšica za sponzorstva i donacije te jačanje dvosmjerne komunikacije i suradnje, uvođenje evaluacije i dr. (Lončar 2013: 319-327). Ana Letunić, u predgovoru hrvatskom izdanju knjige *Budućnost kulturne vrijednosti*, Johna Holdena, povodom istraživačkog projekta *Akademije dramske umjetnosti u Zagrebu*, voditeljice dr.sc.red.prof.art. Snježane Banović, ističe da instrumentalizacija u kulturnim politikama nije dugoročno održiva i da mjerenje rezultata utjecaja ne mogu biti zamjena za *konstruktivnu artikulaciju vrijednosti* (kurziv je naš). Autorica dalje navodi da je jedino institucionalna umjetnička produkcija moguća “pod neoliberalnim populističkim pritiskom”, zahvaljujući materijalnoj infrastrukturi čija se javna namjena ne dovodi u pitanje, te nužnim smatra participativne kulturne politike i suradnju između javnog i civilnog sektora. (Letunić u Holden 2016: 6-7)

Pohvalna je inicijativa razmjene programa, a time i razvoja publike kroz konzorcij nacionalnih kazališta K – HNK te prioriteta koje nadležna tijela postavljaju poticanjem na suradnju različitih organizacija i civilno-javna partnerstva, no u istraživanjima je vidljivo nezadovoljstvo transparentnošću kriterija i procesa odlučivanja u odobravanju programa i dodjeljivanju potpora. Za istaknuti je i natječaje poput Javnog poziva za financiranje višegodišnjih programa institucionalne potpore civilnim udrugama u lokalnim zajednicama ili natječaj za poduzetnike u kulturi Ministarstva kulture i medija, odnosno za digitalnu transformaciju kreativne industrije, ali te povremene potpore ne mogu podržati kontinuitet u dugoročnom i stabilnom planiranju rada na nezavisnoj sceni, kao što se događa s institucijama u kulturi.

Ciljevi istraživačkog projekta u ovome radu bili su diseminacija i razvoj publika te suradničkih praksi putem javne distribucije predstave, novih projekata Erata s javnim kazalištima te edukacije i razvoja publike kroz interakciju s autorima i izvođačima kazališnog umjetničkog djela. Postavljeni ciljevi ostvareni su i vidljivi kao:

- razvoj i realizacija novih sedam javno-privatnih suradničkih projekata Teatra Erato i javnih institucija, zaključno s 2025. godinom
- u 2024. godini realizirano je 49 gostovanja, odnosno predstave Erata distribuirane su u 47 gradova diljem Republike Hrvatske i dva u inozemstvu
- dvije različite suradnje s klubovima studenata KSET i PSIHOMEA
- povećanje broja pratitelja na društvenim mrežama

U praksi Erata pokazalo se da privatno-javno partnerstvo najčešće nastaje inicijativom koja dolazi od nezavisne scene. Privatno kazalište obično preporučuje tekst ili više njih pa se, zajedničkim razmatranjima kapaciteta i usklađivanjem planiranih kratkoročnih i dugoročnih ciljeva, donosi odluka o produkciji. Autorski tim i suradnike koji nisu djelatnici javne institucije obično predlaže nezavisno kazalište, no odluke se u konačnici donose konsenzusom. Vanjski suradnici u pravilu ugovaraju suradnju u produkciji s nezavisnim kazalištem, no nije neobično i da javno kazalište preuzme obveze svih naknada za pripreme i izvedbe, osobito u vlastitom, matičnom kazalištu. Raspored izvedbi u mjestu javnog partnera u njegovoj je nadležnosti, a gostovanja se dogovaraju prema raspoloživim terminima i obvezama javnog kazališta i cjelokupnog ansambla predstave. Tehnička podrška institucije veliko je olakšanje za produkciju (osobito s pozicije privatnog kazališta i ograničenih resursa i kapaciteta), no to povećava uobičajene troškove gostovanja.

Temeljem stečenih znanja i iskustava može se predložiti jedan od (optimalnih) modela javno-privatne suradnje u kazališnoj produkciji. Ovaj je model samo podloga za jačanje kapaciteta svih dionika i zajedničku vježbu za razumijevanje izloženih pojmova i procesa, a uključuje sljedeće sastojnice:

- pravodobno umjetničko i formalno postavljanje i usuglašavanje svih ciljeva (svrha i ciljevi suradnje, odabir teksta, autorski tim, datum premijere, ritam izvedbi, podjela predprodukcijских aktivnosti itd.)

- pravodobno planiranje produkcije, uključujući plan financiranja, dobiti i osnovnih elemenata ugovora
- sklapanje ugovora *bona fide* (obostrano maksimalno ulaganje kapaciteta i resursa)
- transparentnost u dogovorima i međusobno poštivanje
- partnerska i jasna podjela zadataka, prava i obveza
- dijeljenje informacija, nesmetani kanali komunikacije među sektorima i razinama odlučivanja
- posvećenost zajedničkom projektu i cilju kod svih suradnika s obje strane partnerstva
- marketinške aktivnosti, zajedničke i od svake strane posebno, usmjerene istom cilju
- partnersko kreiranje aktivnosti u odnosima s javnošću i njihova realizacija
- istraživanje i segmentiranje publika te, sukladno tomu, načina komunikacije

Ovime su istaknute i neke funkcionalne značajke za razvoj publike kroz javno-privatno partnerstvo, odnosno koprodukcije.

Kako je ranije izloženo, sve preporučene aktivnosti koje Lukić predlaže u izlaganju u rujnu 2025. mogu provoditi javne kazališne institucije zbog vlastitih infrastrukturnih, kadrovskih i financijskih kapaciteta, no nezavisna bi kazališta, i zbog rezultata provedenih u okviru istraživanja za ovaj rad, prvenstveno trebala poraditi na jačanju vlastitih ljudskih resursa, edukaciji djelatnika i suradnika u organizaciji i stjecanjima novih znanja i vještina. Za angažman međunarodne stručne potpore i kvalificiranih eksperata preporučuje se javiti za potporu javnih izvora financiranja, ali autorica ovoga rada iz nekoliko različitih, neodobrenih programa ne može razlučiti koji su kriteriji prevagnuli za takve odluke pa se opet treba vratiti na potrebu edukacije.

Nezavisna scena je, i zbog nestalnosti mjesta izvedbe, odnosno zbog ograničenog trajanja i/ili povremenog najma prostora, u puno težoj poziciji dugoročnog planiranja izgradnje odnosa s lokalnom zajednicom, odnosno uključivanja lokalne zajednice u kreiranje programa ili, prema preporukama, izgradnje ACED modela. Iznimka su nezavisna privatna kazališta koja su se većinski opredijelila za produkcije komediografskoga sadržaja (jer, prema istraživanjima,

publika preferira takve sadržaje, a među motivima za odlazak u kazalište prednjači zabava, odnosno žanr komedije, dok su manje važni dramski predložak, autor, glumci itd.) i ona privatna kazališta koja imaju stalne dvorane za izvedbe.

Iz iskustava dobivenih dubinskim intervjuima i rezultata koje postižu, može se zaključiti da (te) umjetničke organizacije izbjegavaju većinu najčešćih pogrešaka koje Kawashima (2000: 7) ističe. Moguća poboljšanja i razvoj nezavisne scene potencijal imaju i u diseminaciji informacija, izgradnji međusobnog povjerenja i stvaranju suradnji.

Zaključak

Ciljevi ovoga rada bili su istražiti glavne značajke o razvoju publike na nezavisnoj sceni kroz javno-privatne suradničke projekte te identificirati ključne parametre javno-civilnog partnerstva i njegov doprinos jačanju kapaciteta i konkurentnosti, istražiti glavne motive publike za dolazak na konkretnu kazališnu predstavu te usporediti na koji se način i u kojoj mjeri teorijska istraživanja za razvoj publike podudaraju s potrebama i navikama anketiranih za ovaj rad. Iz gore navedenih rezultata dobivenih u teorijskim i empirijskim istraživanjima identificirani su sljedeći ključni parametri privatno-javnog partnerstva u Republici Hrvatskoj iz pozicije nezavisne kazališne scene:

- javno-privatna suradnja između javnih kazališta i nezavisne scene vrlo je rijetka, osobito između nacionalnih kazališnih kuća i nezavisnih umjetničkih organizacija i družina
- prednosti suradnje: prostor za probe i izvedbe, logistička i tehnička podrška, stalna publika (po navici)
- nedostaci suradnje: limitirani broj termina za probe i izvedbe, loš marketing i organizacija posla
- kreativni i umjetnički ciljevi trebali bi biti ili jesu podudarni, no financijski se ciljevi razlikuju
- javna kazališta ne ovise u velikoj mjeri o broju izvedbi i gledatelja, a nezavisna potpuno suprotno
- kreativni proces na nezavisnoj sceni nužno se ne razlikuje od kreativnog procesa u javnom kazalištu pa time suradnja ne bi trebala biti opterećena ili ograničena estetskom konvencijom javnog ili nacionalnog kazališta
- javno-privatno partnerstvo moguće je i poželjno uz nekoliko uvjeta: da se povećaju potpore nezavisnim kazalištima kako bi se postigla ravnopravnost u pregovorima, da se poveća zainteresiranost institucija za suradnju, da se promijeni ustroj javnih institucija (promjena legislative i ugovora o angažmanu) i time poveća motiviranost za svaki projekt

- potrebna je edukacija menadžerskog kadra i na nezavisnoj sceni i u javnim kazalištima o prednostima međusobne suradnje, načinima na koje ta suradnja doprinosi jačanju kapaciteta i povećanju konkurentnosti te kako ta suradnja može biti ravnopravna i na obostranu korist.

Hipoteze koje su postavljene mogu se potvrditi provedenim istraživanjima, kako u empirijskom, tako i u teorijskom okviru.

Prvu hipotezu kako „javno-privatna suradnja doprinosi razvoju, jačanju kapaciteta i konkurentnosti“ potvrđuju kulturne politike i različiti sustavi financiranja i potpore na razini Europske unije te nacionalnih i lokalnih tijela koja upravljaju kulturom. Neovisne i neprofitne organizacije i umjetnici prepoznati su kao vodeći partneri u većini aktivnosti i programa kojima se želi preokrenuti trend opadanja publike u kulturnom sektoru. Tako se među brojnim javnim pozivima za programe u kulturi među prioritetima i ciljevima ističe razvijanje dugoročnih partnerskih suradnji jer se pokazalo da takve suradnje potiču postojeću održivost kulturnih organizacija, doprinose razvoju lokalnih zajednica i, posebice u suvremeno, digitalno vrijeme, pozitivno utječu na mentalno zdravlje i/ili dobrobit djece i mladih.

U anketi provedenoj među producentima/kazalištima na nezavisnoj sceni, iako su rijetka iskustva suradnji (devet nezavisnih kazališta koproducira je predstave s nekim javnim kazalištem ili institucijom, od čega svega tri s nacionalnim kazališnim kućama), i bez obzira na to što većina odgovora ukazuje na sumnju uspješnih javno-privatnih partnerstava, značajan dio ispitanika smatra da će takve suradnje u budućnosti biti nužne za obje strane, i institucije i umjetničke organizacije. Prednosti koje su istaknute u svim odgovorima u vezi suradnji (nezavisnih i nacionalnih kazališta) su prostor za rad – probe i izvedbe, te logistička podrška – tehnika i radionice, iako u nedovoljnom broju i opsegu. Iz iskustva na studiji slučaja, Erato je također dobio pojačanje kapaciteta u obliku prostora za izvedbe, hladnog pogona i tehničke opremljenosti.

Teatar Erato povećao je konkurentnost konkretnim partnerstvom, kako izvedbama u Zagrebu u trenutku kad su izvedbe bile ili nemoguće ili u vrlo ograničenim uvjetima, tako i, kod nekih

publika, u izgradnji imidža poslovnog subjekta koji je sposoban realizirati partnerstva i s najznačajnijom i najvećom kazališnom kućom u Republici Hrvatskoj.

Druga hipoteza da “nezavisna kazališta imaju veću kreativnu slobodu od javnih” potvrđena je u većini iskaza zaposlenika HNK, ali i istraživanjima među akterima nezavisne scene. Iz objavljenih statističkih podataka DZS-a vidljivo je diversificiranje kreativnih izričaja u novim kategorijama izvedbenih umjetnosti: suvremenom cirkusu te multimedijско-kombiniranim predstavama, no ne može se zaključiti je li nositelj produkcije javno ili nezavisno kazalište. Ono što se može zaključiti iz objavljenih rezultata Ministarstva kulture i medija o dodjeli financijske potpore za programe u kulturi za 2025. godinu te planiranim brojem premijernih naslova, sigurno je kreativnost nezavisne scene u poslovanju.

Slijedom navedenih rezultata i analizom ranije objavljenih istraživanja, potvrđuje se i treća hipoteza da su “javna kazališta u produkcijskoj i organizacijskoj prednosti u odnosu na nezavisnu scenu”. U istraživanjima na nezavisnoj sceni vidljivo je da svega jedno kazalište radi u vlastitom prostoru, dok ostala kazališta uglavnom unajmljuju prostore za rad ili se dogovaraju s lokalnom zajednicom i institucijama. Javna kazališta, koliko god bila usporena zbog protokola u odlučivanju i administraciji te striktnog držanja podjele poslova, toliko su u prednosti zahvaljujući vlastitoj infrastrukturi, većim financijskim sredstvima iz javnih izvora financiranja, pokrivenim osnovnim troškovima rada (za tzv. hladni pogon), snazi institucije kao brenda, većem broju zaposlenih djelatnika, većim subvencijama i mogućnosti angažiranja većih broja stručnih suradnika (koji nisu nužno na plaći) itd... Za nezavisnu je scenu karakteristično, zbog ograničenih sredstava, da jedna osoba obavlja više funkcija i odraduje više poslova. U procesu odlučivanja to je prednost, ali u svemu ostalom to opterećuje redovito mali broj zaposlenika. Važno je napomenuti da privatna kazališta imaju veću financijsku i osobnu odgovornost jer se *brand* kazališta veže uz osobu i ime vlasnika, kao i rezultati poslovanja. Javna kazališta znatno su manje ovisna o broju izvedbi i vlastitim prihodima od nezavisnih.

Autorica ovoga rada, na osnovi dosadašnjih iskustava na šest projekata s javnim kazalištima, smatra da su u javno-privatnim suradničkim projektima nezavisna kazališta u nepovoljnijoj situaciji jedino zbog nemogućnosti odlučivanja o terminima izvedbi u matičnom kazalištu koproducenta, a da sve ostalo ovisi o partneru s kojim se ulazi u koprodukciju i odnosu koji se suradnjom, odnosno ugovorom regulira i uspostavi.

Na projektima s drugim javnim institucijama (poput centara za kulturu, pučkih otvorenih učilišta ili koncertnih dvorana u nekim mjestima), ako ulaze u koprodukciju i ako je koprodukcija zasnovana na prostoru koji javna institucija “ulaže”, a to je ujedno i najčešći oblik suradnji s ovim tipom javnih institucija u kulturi, onda je redoviti problem u percepciji (na obje strane partnerstva) da institucija taj projekt ne doživljava i ne tretira kao vlastiti, nego kao da nezavisnom kazalištu čini uslugu. Zbog takvih stavova i ponašanja, koji se polako ipak mijenjaju s novim generacijama ravnatelja i ravnateljica, velik broj kolega i kolegica s nezavisne scene rezolutan je u odluci da se u koprodukcije s javnim institucijama ne želi upuštati. No, zbog trajnog nedostatka prostora za rad nezavisne scene, nerijetko su prisiljeni na spomenute, nepovoljne aranžmane. Ovime se potvrđuje četvrta hipoteza da su nezavisna kazališta su u nepovoljnijoj poziciji prilikom pregovaranja i odlučivanja u odnosu na javna kazališta i institucije.

U istraživanjima provedenima za ovaj rad, kao i istraživanjima različitih europskih agencija i tijela te prema preporukama za razvoj publike, dokazano je da javno-privatna suradnja doprinosi povećanju vidljivosti kazališta i razvoju publike. Na primjeru studije slučaja odnosno predstave *Kad svijeće dogore*, i HNK u Zagrebu kao javni partner i Teatar Erato kao privatni ili civilni partner mogu potvrditi povećanje broja gostovanja, povećanje vidljivosti različitim publikama u Zagrebu i onima koje nisu zbog bilo kojeg ograničenja bile u mogućnosti vidjeti predstave u Zagrebu (osobita prednost za vidljivost HNK u Zagrebu) i razvoj nekih novih odnosa s različitim publikama, upravo zahvaljujući tom partnerstvu.

Umjetnički doprinos ovog rada vidljiv je iz rezultata i nagrada koje je predstava *Kad svijeće dogore* postigla i nagrada koje su članovi ansambla od struke i publike više nego zaslužno dobili. Rasprodane dvorane na gotovo svakoj izvedbi dokaz su da dio publika još uvijek podržava repertoar utemeljen na klasičnoj kazališnoj dramskoj baštini i predstave u kojima dominiraju izvrsnost glumca, teksta i cjelokupnog umjetničkog stvaralaštva. Iz realiziranih i planiranih budućih javno-privatnih projekata Erata s novim javnim partnerima, evidentna je diseminacija ovakvih umjetničkih suradnji.

Razvoj svake organizacije, a time i razvoja publike uz već obrazložene raznolike suvremene strategije, trebao bi se temeljiti na dvije podjednako važne komponente – diseminaciji tržišta i povećanju prihoda (kvantitativni rezultati), te razvoju vlastitih kapaciteta i osnaživanju

umjetničkih i stručnih kompetencija (kvalitativni rezultati). Ova promjena treba doći “odozdo”, od kulturnih aktera, osobito na nezavisnoj sceni, povećavajući participativne kulturne aktivnosti. No, i nadležna tijela i kreatori kulturnih politika, uz usvajanje adekvatnog sustava valorizacije, a ne samo instrumentalizacije kulture, trebali bi diversificirati ciljeve i kriterije potpore u skladu s ciljevima razvoja kulture, a time i društva, uvažavajući i iskorištavajući potencijal koji cjelokupna kulturna i kreativna industrija nudi.

Predlaganjem jednog od modela javno-privatne suradnje, definiranjem nekih funkcionalnih značajki u koprodukciji između nezavisne scene i javnih kazališta, dijeljenjem iskustava kolegicama i kolegama, zatim objava dijelova ili cjelovitog istraživanja zainteresiranoj javnosti i povećanjem vidljivosti nezavisne scene u teoretskim razmatranjima, načini su na koji će se postići znanstveni doprinos ovog doktorskog rada. U prilogima su dostavljeni puni odgovori pa se pruža mogućnost novih uvida i tumačenja dobivenih podataka.

Literatura

Abercrombie, N., Longhurst, B. (1998.): *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi

Adorno, T (1991): *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, Routledge, London u: Tomašević, N. (2015)

Ang, I. (1991). *Desperately seeking the audience*. London and New York: Routledge u: Tomka, G. (2021)

Barthes, R. (1979c): Theatre and Signification, Barthes on Theatre, str. 29-30 u Bennett, S. (1997): *Theatre Audiences, A theory of Production and reception*, Routledge, London

Banović, S. (2013): *Kazalište krize*, Durieux, Zagreb

Batušić, N. (1991): *Uvod u teatrologiju*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb

Batušić, N. (1992): Istraživanje publike: zapostavljeno poglavlje hrvatske teatrologije u Hećimović, B., ur.: *Krležini dani u Osijeku: 1987-1990-1991*, Krležino kazalište danas - Zadaci i dostignuća suvremene hrvatske teatrologije, Hrvatsko narodno kazalište u Osijeku, str. 259-269

BBC Media Action, preuzeto s https://www.developmentmedia.net/app/uploads/2022/06/Eliminating-leprosy-in-India-Leprosy-Media-campaigns-1999-2001_Booklet.pdf, 27. 3. 2014.

Bennett, S. (1997): *Theatre Audiences, A theory of Production and reception*, Routledge, London

Bennett, A. and Checkel, J. T. (2012) Process Tracing: From Philosophical Roots to Best Practice. *Simons Papers in Security and Development*, No. 21/2012, School for International Studies, Simon Fraser University: Vancouver

Bishop, C. (2006): Introduction//Viewers as Producers u *Participation, Critical and Curatorial Positions*, Whitechapel London i The MIT Press Cambridge, Massachusetts, str. 10-17

Bollo, A., Da Milano, C., Gariboldi, A. And Torch, C. (2017.): *Study on Audience Development. How to place audiences at the centre of cultural organizations*. Executive Summary (Fondazione Fitzcarraldo, Culture Action Europe, ECCOM Progetti s.r.l., Intercult_ <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cc36509d-19c6-11e7-808e-01aa75ed71a1> (17.svibnja 2018)

Bonet, L. i Negrier, E. (2018): *The participative turn in cultural policy: Paradigms, models, contexts*, Poetics 66. Str. 64-73

Bourdieu, Pierre (1984) *Distinction - A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge, MA, Harvard University Press, str. 99-114, 230-256, 397-425

Brgles, M. M. (2020): *Borba za moć: politika, umjetnici i publika, Društveni aspekti razvoja Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu*, Citadela libri, Zagreb

Brook, P. (1972): *Prazni prostor*, Nakladni zavod "Marko Marulić", prevela G. Gračan, Split

Burkert, W. (1998): *Creation of the Sacred - tracks of biology in early religions*, Harvard University Press, Cambridge, MA u Lukić, D. (2013)

Butsch, R. (2010): *Crowds, Publics and Consumers: Representing English Theatre Audiences from the Globe to the OP Riots*, u *Participation, Journal of Audience & Reception Studies*, Rider University, New Jersey, USA, Volume 7, Issue 1 (May 2010), str. 31-48

De Marinis, M. (2006): *Razumijevanje kazališta, Obris nove teatrologije*, AGM, Zagreb

Domšić, Lana; Franić, Barbara; Marjanović, Lucija (2021): *Internetske izvedbene umjetnosti u doba pandemije: nužno zlo ili nova kulturna praksa?*. Sociologija i prostor. Zagreb, g. 59, br. 222, str. 453-472

Dragojević, S. i Dragičević-Šešić (2008): *Menadžment umjetnosti u turbulentnim vremenima*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb u Lončar, V. (2013): *Kazališna tranzicija u Hrvatskoj - kulturni, zakonodavni i organizacijski aspekti*, Meandarmedia, Zagreb

Državni zavod za statistiku (2019.): Statističke informacije 2019, preuzeto s https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/StatInfo/pdf/StatInfo2019.pdf (27. listopada 2021.)

Državni zavod za statistiku, preuzeto s https://podaci.dzs.hr/media/arac4gkx/si-1726_studenti-u-akademskoj-godini-2022_2023.pdf, 14. 11. 2024.

Državni zavod za statistiku: Statističke informacije, preuzeto s https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/08-03-02_01_2019.htm, 12. 3. 2024.

Državni zavod za statistiku: Statističke informacije, preuzeto s <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58155>, 12. 3. 2024.

Državni zavod za statistiku: Statističke informacije, preuzeto s <https://podaci.dzs.hr/2025/hr/97007>, 12. 7. 2025.

Duda, D. (2002): *Kulturalni studiji*, ishodišta i problemi, AGM, Zagreb

Duvignaud, J. (1978): *Sociologija pozorišta*, Beograd u Lukić, D. (2010): *Kazalište u svom okruženju. Kazališni identiteti*, Leykam International, Zagreb

European Commission (2013): Special Eurobarometer 399 – Cultural Access and Participation, Report

European Commission (2025): Special Eurobarometer 562, Europeans' attitudes towards culture, pregledano 4. 9. 2025.

Frontier Economics (2024): Culture and heritage capital: Monetising the impact of culture and heritage on health and wellbeing, A report prepared for the Department for Culture, Media and Sport, <https://www.frontier-economics.com/media/2lbntjtz/monetising-the-impact-of-culture-and-heritage-on-health-and-wellbeing.pdf>

Gardner, C. (1979): *Media, Politics and Culture: A Socialist View*, Macmillan Press, London u Bennet, S. (1997)

Gavella, B. (1982): *Hrvatsko glumište, analiza nastajanja njegovog stila*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb

Govedić, N. (2022): Oscar Wilde izlazi iz zatvora ili vaša omiljena umjetnost zove se kritika, Hrvatsko društvo kazalinskih kritičara i teatrologa, Zagreb

Grad Zagreb, Program razvoja kulture Grada Zagreba, 2024-2030, preuzeto s <https://www.zagreb.hr/program-razvoja-kulture-grada-zagreba-2024-2030/194542>, 11.01.2024.

Grotowski, J. (1971): Načela u Teatar XX. Stoljeća, Sabljak, T., ur., Matica Hrvatska Split - Zagreb, 1971, str. 443-449, prevela Gračan, G.

Gurvitch, G. (1955.): The Sociology of the Theatre u: Abercrombie, N. i Longhurst, B. (1998.) *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. SAGE Publications. London. Thousand Oaks. New Delhi

Hadley, S. (2021): Audience (New Directions in Cultural Policy Research), Springer International Publishing, New York (Kindle Edition)

Hall, S. (1980): *Culture, Media, Language. Working papers in Cultural Studies*, 1972-79, prir. Hobson, D., Lowe, A. & Willis, P., Hutchinson & CCCS, London, u Duda, D. (2002)

Hanckock, D.R., Algozzine, B. i Lim, J.H.: *DOING CASE STUDY RESESRCH: A PRACTICAL GUIDE FOR BEGIN NING RESEARCHERS*, Theachers College Press, New York 2021, https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/08-03-02_01_2020.htm, pregledano 12.03.2024.

Hannula, M., Suoranta, J. I Vaden, T. (2010): *Artistic Research Methodology. Narative, Power and the Public*, Peter Lang Group AG, Lausanne

Holden, J. (2009): *How We Value Arts and Culture*, Asia Pacific Journal of Arts and Cultural Management Vol. 6, Issue 2, December 2009, str. 447-456, University of South Australia ISSN 1449-1184

Holden, J. (2016): *Budućnost kulturne vrijednosti*, Akademija dramske umjetnosti u Zagrebu, prevela Sanja Đurić, Zagreb

Howkins, J. (2003): *Kreativna ekonomija: kako ljudi zarađuju na idejama*, Binoza Press, Zagreb u: Tomašević, N. (2015)

Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu, preuzeto s <https://www.hnk.hr/hr/novosti/> (25.09.2021.)

Kardov, K. i Pavić, I. (2007): *Clubture: Profil organizacija i suradničke prakse*, u Vidović, D. Ur. (2007)

Kawashima, N. (2000): *Beyond the Division of Attenders vs Non-attenders: A Study into Audience Development in Policy and Practice*. University of Warwick Centre for Cultural Policy StudiesResearch Papers 6 (2000): 3-25. University of Warwick, http://wrap.warwick.ac.uk/35926/1/WRAP_Kawashima_ccps_paper_6.pdf (23. listopada 2021.)

Krstulović, N. (2012): *Laži, proklete laži i statistika*, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/275255>, pregledano 14. 10. 2023.

Langley, S. (1980): *Theatre Management in America, Principle and Practice*, Drama Book Publishers, New York

Lederer, A. (2023): *Zakulisje, Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu 2005.-2013.*, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Zagreb

Letinić, A. ur. (2022): *Izvana i iznutra - Metode i prakse organizacijske transformacije prema sudjelovanju u kulturi*, Zaklada Kultura nova, Zagreb

Letunić, A. (2016): Riječ urednice u Holden, J., *Budućnost kulturne vrijednosti*, ADU Zagreb, str. 5-7

Lončar, V. (2008): Kazalište u Hrvatskoj i mladi (1950. – 2007.), *Kazalište : časopis za kazališnu umjetnost*, Vol. XI No. 33/34, 2008. str. 108-124

Lončar, V. (2013): *Kazališna tranzicija u Hrvatskoj - kulturni, zakonodavni i organizacijski aspekti*, Meandarmedia, Zagreb

Lopez, J.L. (2000): *Teatro & Publicos - el lado oscuro de la sala*, Escenologia, Mexico u Lukić, D. (2010): *Kazalište u svom okruženju. Kazališni identiteti*, Leykam International, Zagreb

Lorca, F.G. (1971): Riječ o teatru u Teatar XX. Stoljeća, Sabljak, T. ur., Matica Hrvatska Split - Zagreb, str. 189-192, preveo Ivanišević, D.

Lorimer, R. (1998.): Masovne komunikacije u: Lukić, Darko (2010) *Kazalište u svom okruženju - Kazališni identiteti*. Zagreb. Leykam international

Lukić, D. (2009): Cijeli svijet su publike. Stanje istraživanja publika u suvremenoj zapadnjačkoj teatrologiji, *Kazalište: časopis za kazališnu umjetnost*, XII, 39/40, str. 24-45.

Lukić, D. (2010): *Kazalište u svom okruženju. Kazališni identiteti*, Leykam International, Zagreb

Lukić, D. (2011): *Kazalište u svom okruženju, Knjiga 2*, Kazališna intermedijalnost i interkulturalnost, Zagreb, Leykam International

Lukić, D. (2013): *Uvod u antropologiju izvedbe*, Zagreb, Leykam International

Lukić, D. (2022): Ususret izazovima - promjena paradigme u odnosima s publikom u Letinić, A. ur. (2022), str. 150-153

Lukić, D. i Gigović, M. (2025): Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu i njegove publike u *Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu, 130 godina zgrade*, Petranović, M., ur., Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu i Školska knjiga, Zagreb, str. 557-575

Ljubić, L. (2016): Kritika i publika u suvremenom hrvatskom kazalištu. *Dani Hvarskog kazališta: eseji i građa o hrvatskoj drami i teatru*. 42, Publika i kritika, Senker, B. i Glunčić-Bužančić, V., ur., str. 302-315

Maitland, H. (2019): Who is developing who? u Hagerius, J., Wiklander, N., Abrahamson, A., Rosenqvist, D., Enberg, M., ur.: *Audience - An Anthology on Art, Culture and Development*. Kultur i Vast, Goteborg, preuzeto s <https://mellanarkiv-offentlig.vgregion.se/alfresco/s/archive/stream/public/v1/source/available/sofia/ku3231-1304641699-95/native/Publikation%20AUDIENCE%20e2%80%93%20An%20Anthology%20on%20Art%2c%20Culture%20and%20Development.pdf>, str. 14-23, 05.07.2023.

Maitland, H. (2024): Audience development handout, preuzeto s <https://www.scribd.com/document/597267699/Audience-Development-Handout-Heather-Maitland.pdf>

McConnachie, Bruce (2008): *Engaging Audiences*, New York, Palgrave Macmillan, str. 65-120

Ministarstvo kulture i medija, Strateški plan 2020-2022 <https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/dokument/Strateški%20plan%20Ministarstva%20kulture%202020.%20-2022..pdf>

Ministarstvo kulture i medija, Javni pozivi za predlaganje javnih potreba u kulturi za 2023 godinu, preuzeto s <https://min-kulture.gov.hr/natjecaji-16274/javni-pozivi-404/javni-poziv-za-predlaganje-javnih-potreba-u-kulturi-republike-hrvatske-za-2024-godinu-rok-5-listopada-2023/24247>, 19.09.2024.

Ministarstvo kulture i medija, Javni pozivi za predlaganje javnih potreba u kulturi za 2024 godinu, preuzeto s <https://min-kulture.gov.hr/natjecaji-16274/javni-pozivi-404/arhiva-2632/javni-pozivi-u-2023-godini/23579>, 19.09.2024.

Ministarstvo kulture i medija, preuzeto s <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/predstavljena-kulturna-iskaznica-projekt-kojim-mlade-nastojimo-privuci-kulturi-i-uciniti-ju-dostupnijom-u-svim-dijelovima-hrvatske/28840>, 14. 11. 2025.)

Ministarstvo kulture i medija, Objava rezultata za 2025. godinu, preuzeto s <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/objava-rezultata-za-dramske-plesne-i-izvedbene-umjetnosti-te-financiranja-redovitog-programa-hrvatskih-narodnih-kazalista-te-nacionalnih-festivala/25025>, pregledano 13. 1. 2024.).

Ministarstvo kulture i medija, Objava rezultata za 2025., preuzeto s <https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImagesdokumenti2025%20Dokumentifinanc25Odobreni%20programi%20dramske%20i%20plesne%20umjetnosti%20te%20izvedbenih%20umjetnosti%20u%202025.%202.pdf>, 14.10.2025.

Mišković, D. (2013): *Istraživanja u kulturi*, Jesenski i Turk, Zagreb

Morley, D. (1980): The 'Nationwide' Audience. Structure and Decoding u Duda, D. (2002)

Nikčević, S. (2016): Suvremeno kazalište i publika ili od prezira publike do pravdanja njezinog bijega, u *Dani Hvarškoga kazališta*, 42, *Publika i kritika*, Senker, B. I Glunčić-Bužančić, V., ur., str. 149-173

Orešković, M. (2021): Istraživanje kazališne publike i uloga kazališta kod mlađe populacije, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru, Odjel za kroatistiku, Diplomski sveučilišni studij Hrvatskoga jezika i književnosti, Zadar

Pauleta, D., Lekić, L. I Dabo, K. (2002): Dobra praksa razvoja publike u Hrvatskoj i uspješnosti kulturnih manifestacija. *Studia Polensia*, 11, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Filozofski fakultet u Puli, Pula

Pizzato, M. (2011): *Inner Theatres of Good and Evil* (Kindle Edition) u Lukić, D. (2013)

Primorac, Jaka (2021), Izgubljeni prihodi i pronadena solidarnost: utjecaj prvog vala pandemije bolesti COVID-19 na kulturni sektor u jugoistočnoj Europi. *Sociologija i prostor*. Zagreb, g. 59, br. 219, str. 219-240

Rancière, J. (2004): Problems and Transformations in Critical Art', in Rancière, *Malaise dans l'esthétique*, Éditions Galilée, Paris u Bishop, C., ur. (2006)

Ranciere, J. (2009): *The Emancipated Spectator*, London/New York, Verso u: Bennet, S. (1997)

Rocco, F. (1998): *Poslovni marketing: business to business*, Školska knjiga, Zagreb u Tomašević, N. (2015)

Sauter, W. (2000): *The Theatrical Event - Dynamics of Performance and Reception*, University of Iowa Press, Iowa City u Lukić, D. (2010): *Kazalište u svom okruženju. Kazališni identiteti*, Leykam International, Zagreb

Sharrock, L. I Palmer, H. (2015): Why audiences attend, preuzeto s <https://www.artsprofessional.co.uk/magazine/286/article/why-audiences-attend>, 27.09.2015.

Schecner, R. (1971): 6 aksioma za teatar ambijenta u *Teatar XX. Stoljeća*, Sabljak, T., ur., str. 555-575, preveo Sabljak, T.

Schechner, R. (1977): *Essays on performance Theory 1970-1976*, New Drama Book Specialists, New York u: Bennet, S. (1997)

Shrum, W.M.jr (1991): Critics and Publics: Cultural mediation in Highbrow and Popular Performing Arts, *American Journal of Sociology*, t. 97. Vol. 2, 347-375 u Lukić, D. (2010): *Kazalište u svom okruženju. Kazališni identiteti*, Leykam International, Zagreb

Smith, H., Dean, R.T. (2009): *Practice-led Research, Research-led Practice in the Creative Arts*, Edinburgh Univeristy Press, Edinburgh

Šola, T. (2014): *Javno pamćenje: čuvanje različitosti i mogući projekti*, Filozofski fakultet, Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti, Zavod za informacijske studije, Zagreb

Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D. i Pološki Vokić, N. (2010): *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada*, M. E. P. d.o.o., Zagreb

Tomašević, N. (2015): *Kreativna industrija i nakladništvo*, Naklada Ljevak, Zagreb

Tomka, G. (2021): *Producenti i njihove publike*, Diskurzivna proizvodnja publike u oblasti kulture i medija, Fakultet za sport i turizam TIMS, Novi Sad

Varto, J. (2010) u Hannula, M., Suoranta, J. I Vaden, T. (2010): *Artistic Research Methodology. Narative, Power and the Public*, Peter Lang Group AG, Lausanne, str. vii

Vestheim, G. (2015): *Cultural policy-making: negotiations in an overlapping zone between culture, politics and money*, u: Vestheim, G. (ur.) *Cultural Policy and Democracy*. London i New York: Routledge, str. 38 – 52 u Letinić, A. (2022)

Vidović, D. (2007): *Clubture, kultura kao proces razmjene 2002-2007*, Savez udruga Klubtura/Clubture, Zagreb

Vidović, D., ur. (2021): *Utjecaj pandemije COVID-19 i potresa na kulturni sektor u Republici Hrvatskoj, Izvještaj o rezultatima istraživanja*, Zaklada kultura nova, https://kulturanova.hr/istrazivanje_covid_potres_2_faza/ (pregledano 30. listopada 2021.)

Višnić, E. (2007): Mreža Clubture u Vidović, ur. (2007)

Vlada Republike Hrvatske, vijesti, preuzeto s <https://vlada.gov.hr/vijesti/nove-porezne-izmjene-dodatna-su-vladina-injekcija-hrvatskom-ponajvise-klupskom-sportu/45104>, 10.10.2025.

Zaklada kultura nova - službena mrežna stranica = <https://kulturanova.hr/aktualno/pozivi/poziv-na-radionicu-quotrazvoj-publikequot> (pregledano 25. siječnja 2019.)

Zaklada kultura nova - službena mrežna stranica =<https://kulturanova.hr/program-podrske/pp6> (pregledano 27. kolovoza 2021.)

Zaklada kultura nova - službena mrežna stranica, preuzeto s <https://kulturanova.hr/pravedne-prakse/resursi-materijali-umjetnickih-strukovnih-udruga-i-drugih-organizacija>, 29.09.2025.

Zakon o radu, NN [93/14](#), [127/17](#), [98/19](#), [151/22](#), [46/23](#), 64/23

Zakon o udrugama, NN 88/01, 11/02, 74/2014

White, G. (2013): *Audience Participation in Theatre, Aesthetics of the Invitation*, Palgrave Macmillan, London (Kindle Edition)

Wolcott, H.F. (2009): *Writing Up Qualitative Research*, Third edition, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi

Popis tablica

Tablica 1. SWOT analiza 1 - organizacijski okvir (produkcije predstave *Kad svijeće dogore*)

Tablica 2. SWOT analiza 2 - administrativno-pravni okvir (produkcije predstave *Kad svijeće dogore*)

Tablica 3. SWOT analiza 3 - finansijski okvir (produkcije predstave *Kad svijeće dogore*)

Tablica 4. SWOT analiza 4 - produkcijski okvir (predstave *Kad svijeće dogore*)

Tablica 5. Struktura studentskog statusa ispitanika – grupe studenata

Tablica 6. Usporedba broja kazališta

Tablica 7. Usporedni podatci za broj i vrstu izvedenih djela te posjetitelja u profesionalnim kazalištima

Popis slika

Slika 1. Vizual predstave *Kad svijeće dogore*

Slika 2. Učestalost suradnje nezavisnih kazališta s institucionalnim kazalištima

Slika 3. Struktura stupnja obrazovanja kod ispitanika na predstavi *Kad svijeće dogore*

Slika 4. Učestalost odlazaka u kazalište među ispitanicima na predstavi *Kad svijeće dogore*

Slika 5. Motiv dolaska na predstavu *Kad svijeće dogore*

Slika 6. Najčešći među više motiva za odlazak na predstavu *Kad svijeće dogore*

Slika 7. Dobna struktura ispitanika – grupa studenata

Slika 8. Grafički prikaz učestalosti odlazaka u kazalište – grupa studenata

Slika 9. Motivi odlaska u kazalište – grupa studenata

Slika 10. Pojašnjenje motiva za odlazak u kazalište navedenih pod „ostalo“ unutar odgovora grupe studenata

Slika 11. Učestalost odlazaka u kazalište među publikom Koncertnog čitanja

Slika 12. Prikaz najčešćih razloga za neodlazak u kazalište među publikom Koncertnog čitanja

Slika 13. Utjecaj koncertnog čitanja na shvaćanje literarnog djela i kazališne umjetnosti među publikom Koncertnog čitanja

Slika 14. Razlozi za odabir kazališne predstave među publikom Koncertnog čitanja

Slika 15. Iskaz volje za uključenjem u kreiranje kazališnog programa među publikom Koncertnog čitanja

Prilog 1 - Praktični vodič za istraživače početnike

Prema Dawson R. Hancock, Bob Algozzine i Jae Hoon Lim: DOING CASE STUDY RESESRCH: A PRACTICAL GUIDE FOR BEGINNING RESEARCHERS, Theachers College Press, New York 2021

1. Što se želi proučiti (postavljanje okvira)?
2. Zašto je to važno za proučavanje (određivanje poznatih znanja)?
3. Kako to proučavati (odabir kreativnog oblika)?
4. Kako najbolje prikupiti informacije (skupljanje informacija putem intervjua, observacija, dokumenata)?
5. Kako najbolje analizirati ili interpretirati prikupljene informacije (sumiranje i interpretiranje informacija)?
6. Kako i s kim dijeliti spoznaje (izvješće o zaključcima)?
7. Kako verificirati zaključke (potvrda zaključaka)?

Prilog 2 - Pitanja za autorsku i izvođačku ekipu predstave *Kad svijeće dogore*

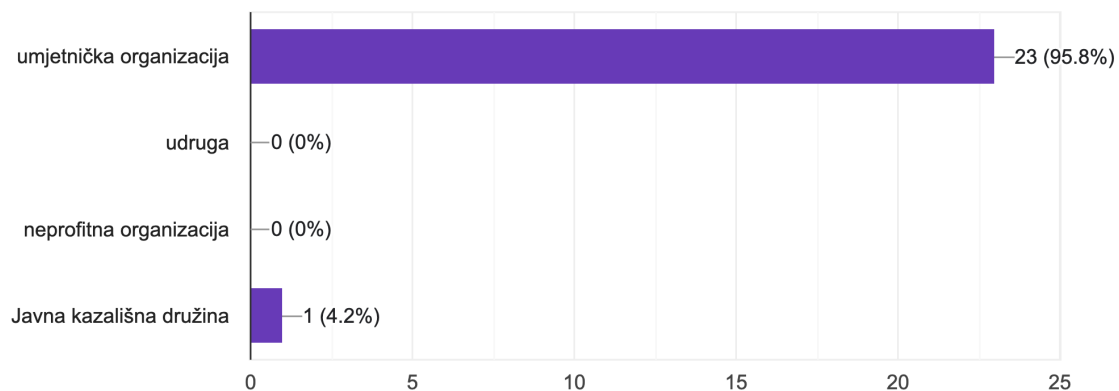
1. Mislite li da su umjetnički, kreativni, estetski, izvođački ili bilo koji drugi ciljevi različiti ovisno o produkciji u HNK ili produkciji na nezavisnoj sceni? Ako da, pojasnite.
2. Smatrate li da institucionalni okvir te estetska konvencija koja dolazi uz HNK olakšava ili ograničava kreativni proces u odnosu na onaj kreativni na nezavisnoj sceni?
3. Poučeni iskustvom koprodukcije HNK – nezavisno kazalište (na predstavi *Kad svijeće dogore*), možete li istaknuti neke prednosti vezane uz Vaš rad, a koje je takva suradnja omogućila?
4. Možete li navesti nedostatke ili prepreke koje su Vas ometale u radu na koprodukcijskom projektu *Kad svijeće dogore*?
5. Kako procjenjujete mogućnost razvoja suradničkih projekata između institucionalnog kazališta i nezavisne scene?

Napomena: Odgovori su navedeni unutar doktorskog rada.

Prilog 3 - Istraživanje unutar neovisne mreže

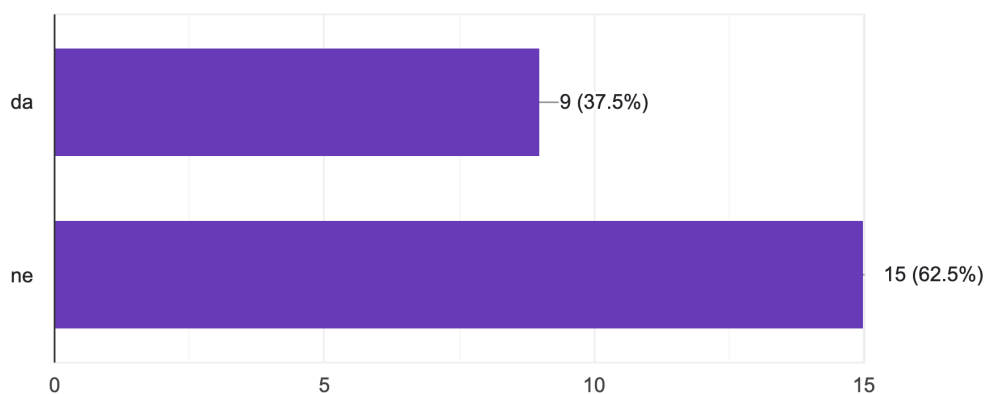
1. Molim navedite pravni oblik organizacije / teatra

24 responses



2. Jeste li surađivali s nekom od javnih kazališta/institucija u produkciji predstave?

24 responses



3. Ako ste surađivali s nekom od nacionalnih kazališnih kuća, molim da navedete s kojom (ili kojima).

Teatar ITD, ZKM

ne

Gradsko kazalište lutaka Rijeka

-

Hrvatsko narodno kazalište u Osijeku

HNK Split, HNK Zagreb, HNK I. pl. Zajca Rijeka

HNK U VARAŽDINU

-

kazalište Komedija, kazalište INK

4. Ako ste surađivali s nekom od nacionalnih kuća, molim da navedete neke nedostatke i neke prednosti koje su bile važne za suradnju.

Nedovoljan broj termina za igranje na vodim kao nedostatak. Prednost je osiguran prostor za rad, osigurana tehnička potpora i publika.

-

Nedostaci organizacija posla, prednosti ansambl, radionice.

4. Ako ste surađivali s nekom od nacionalnih kuća, molim da navedete neke nedostatke i neke prednosti koje su bile važne za suradnju.

Nedovoljan broj termina za igranje na vodim kao nedostatak. Prednost je osiguran prostor za rad, osigurana tehnička potpora i publika.

-

Nedostaci organizacija posla, prednosti ansambl, radionice.

4. Ako ste surađivali s nekom od nacionalnih kuća, molim da navedete neke nedostatke i neke prednosti koje su bile važne za suradnju.

5. Mislite li da su umjetnički, kreativni ili bilo koji drugi ciljevi različiti ovisno o produkciji u javnim kazalištima ili nezavisnoj sceni?

Da

NE, nebi trebali biti

DA

Ne

Da naravno. Potpuno su različiti. Umjetnici na nezavisnoj sceni su autorski nezavisni dok umjetnici u institucijama odrađuju programe i repertoare koje donosi intendant.

Ne

Ovisno o projektima. No, kako nemam tog iskustva u produkcijskom smislu, nisam mjerodavna.

Nismo razmišljali o tome

Apsolutno.

Nisu .

Ne

Da, smatram da su različitosti velike.

Da!

Da. Dok se nezavisna scena bori za svakog čovjeka u publici i za svaku kupljenu ulaznicu, većina javnih kazališta uživa u svojim produkcijama bez publike, bez dvoznamenkastog broja izvedbi nove predstave niti ne pokušavajući privući novu, mladu kazališnu publiku. Javna kazališta često se bave umjetnošću. Umjetnost je sve što ne razumijemo. Jer očito predstave koje privlače publiku nisu kvalitetne i u njima nema umjetnosti. Produkcije u javnim kazalištima u 90% slučajeva imaju veće troškove nego prihode, što nikako nije u skladu s vremenima u kojima trenutno stvaramo.

Naravno

Apsolutno

Nažalost, u dosadašnjoj praksi umjetničkog rada u javnim i nezavisnim kazalištima, rekao bih da da. Prioriteti su često puno drugačije posloženi.

Mislim da bi trebali biti, ali da je u Hrvatskoj situacija izvrnuta. Nezavisna scena je uglavnom ta koja donosi nove trendove, inovativna je, isprobava nove stvari dok su javna kazališta komercijalna. Praktično gledano, u usporedbi i sa drugim zemljama, trebalo bi biti obrnuto s obzirom da su nezavisna kazališta ta koja ovise o profitu dok su javna kazališta zbrinuta ekonomski i mogu si dopustiti rizik te donositi odluke neovisno o isplativosti projekata. Također, vrlo je očito iz prakse kako produkcija u javnim kazalištima ide na veći broj premijernih naslova, no malo repriza, za razliku od neovisne scene.

Mislim da su različiti od osobe do osobe

Ne, ali mogućnost realizacije istih svakako da.

Sigurno

Da.

Da

jesu, moramo preživjeti za razliku od javnih, paziti na repertoar - birati prema vlastitim mogućnostima, udovoljiti ukusima većeg dijela publike; hnk ili zkm biraju različite žanrove, tekstove

6. Smatrate li da institucionalni okvir te estetska konvencija koja "dolazi" uz nacionalnu kuću olakšava ili ograničava kreativni proces u odnosu na kreativni proces na nezavisnoj sceni?

Otežava

Ograničava

OLAKŠAVA

Ne

Umjetnička sloboda na nezavisnoj sceni je veća nego u instituciji, ali je kreativni proces puno zahtjevniji za umjetnika na nezavisnoj sceni jer on/a nije samo kreativac nego najčešće i producent svojega rada.

Da.

Ne smatram.

Nismo razmišljali o tome

Institucionalni okvir, u hrvatskim prilikama, nažalost vrlo ograničava kreativni proces.

Sve ovisi o ljudima koji vode te kuće i repertoaru. Nezavisna scena je inventivnija u snalaženju rješenja s manje novca.

Donekle da.

oboje. To ovisi o cilju onih koji kreiraju predstavu.

Ogranicava

U nacionalnim kućama mnogo toga se stavlja u "okvir", što jako brzo stvori monotoniju koja je kasnije vidljiva na sceni. Repertoari nacionalnih kuća nisu dovoljno kreativni u pronalasku komunikacije s publikom. Kod nacionalnih kuća često predstave "ne prelaze rampu", ostavljaju dojam kao da me se ne tiču.

Ovisno o autorskom timu koji ulazi u proces

Otežava. Kreativni proces je uokviren i uvjetovan mnogim varijablama i mnogostrukim mišljenjima.

Kao navedeno gore, smatram da bi trebala olakšavati, no praksa nam pokazuje da institucionalni okvir ne znači i umjetničku slobodu i rad na estetici ili odgoju publike već upravo propagira nastavak već postojećeg stanja. Institucionalni okvir trebao bi poticati nove trendove no u Hrvatskoj institucije su upravo one koje se zadnje priključe bilo kojem trendu.

Možda ograničava u smislu izbora projekta, uloge i sl. ali ne u smislu kreativnog procesa

Kako kada. Nezavisno kazalište svakako nudi veću mogućnost kreativne slobode, ali isto tako često ta sloboda biva obuzdana financijskom strukturom, tako da je kreativna sloboda očito na neki način uvjetovana u oba slučaja.

Ponekad olakšava, ponekad otežava

Olakšava kroz stabilnost financiranja, ljudske resurse i osnovne tehničke preduvjete. Sve navedeno jest i ograničavajući faktor.

Uglavnom ograničava, al nije pravilo

ne ograničava, neovisno ima veću slobodu biranja suradnika i tekstova (od autora, tekstova do izvođača i drugih suradnika); institucije imaju veći budget koji olakšava poslovanje, no neovisni imaju veću slobodu izbora

7. Kako procjenjujete mogućnost razvoja suradničkih projekata između institucionalnih kazališta i nezavisne scene?

Mogući su

Treba bi surađivati što više

MALO VJEROJATNIM

Rijedak

Meni su to dva različita svijeta.

Ne znam.

Podržavam u svakom slučaju.

Nismo razmišljali o tome

Institucije nažalost nisu zainteresirane za suradnju sa nezavisnom scenom.

Projekata bi trebalo biti, naročito u vremenima potpune erozije društva, zajednice, pojedinca.

To je jedan od putava da se dođe do šire publike radi corone i pada gledanosti.

Smatram da je nužna, za dobrobit svih.

Mislim da je to za sada nemoguće.

Sve ovisi o vodstvu institucionalnih kazalista.

Razlike u financiranju bi za početak trebale biti puno manje. S time bi se i odnosi u suradnjama sigurno poboljšali. Institucionalna kazališta trebaju nezavisnu scenu da ih vrati srce, publiku i ljubav prema samom kazalištu. Ne zgradi nego svemu ostalom.

Mislim da je potencijal velik, ali je interes mali.

Naše je iskustvo da su institucionalna kazališta prilično zatvorena za suradnju.

Mislim da će takvi projekti sve češće biti nužni. No, da bi takve suradnje bile uspješne, javna kazališta će morati mijenjati zastarjeli oblik rada koji ih prožima, a koji dobrim dijelom proizlazi iz dosadašnje sigurnosti proračunskih prihoda i neupitnosti plaća zaposlenika.

Slabo. Smatram da imamo potpuno različite vizije, pandemija je ukazala i koliko zaposleni u institucijama imaju potpuno drugačiju perspektivu rada i života od samostalnih umjetnika te je način rada, estetika i kulturna politika potpuno drugačija.

Zasad nemam dojam da se to često događa ali sigurna sam da bi to donijelo samo velike prednosti

Planiram suradničke projekte i veselim im se.

Moguće da će se povećati broj, ali je upitno koliko će biti pošten ili legitiman odabir suradnje

Moguće. Ipak, tendencija bi morala biti da jasna granica između nezavisne i institucionalne scene jednostavno - ne postoji. To podrazumijeva da kreativni, umjetnički kadar mora biti mobilniji.

nije loše za neovisni teatar da ostvari suradnju s institucionalnim, jer ima osigurano mjesto za izvedbu, a sve drugo može planirati prema vlastitom nahođenju

Prilog 4 - Anketni upitnik za istraživanje uz izvedbu predstave *Kad svijeće dogore*

Poštovana / poštovani,

Zahvaljujemo na dolasku u *Teatar uz more* i na predstavu *Kad svijetle dogore*, nastalu u koprodukciji HNK u Zagrebu i Teatra Erato. Molimo Vas da sudjelujete u našoj anketi i po želji, nakon predstave, na poledini ovog lista napišete svoj komentar ili ocjenu predstave. Anketa je neobavezna i potpuno anonimna, a podaci će se koristiti u svrhu našeg istraživanja.

Molimo Vas da zaokružite:

1. SPOL Ž M

2. DOB

- a) do 25 godina
b) 25 - 40 godina
c) 41 - 54 godine
d) 55 i više

3. STUPANJ OBRAZOVANJA

- a) srednja stručna sprema
- b) preddiplomski ili diplomski studij (BA, MA)
- c) magisterij ili doktorat
- d) ostalo

4. OSIM FESTIVALA TEATAR UZ MORE, KOLIKO ČESTO IDETE U KAZALIŠTE:

- a) jedanput tjedno
- b) jedanput mjesečno
- c) jedanput godišnje
- d) ostalo

5. MOTIV DOLASKA NA PREDSTAVU (molimo zaokružite ili napišite najvažniji)

- a) mjesto i ambijent izvedbe / Teatar uz more
 - b) HNK Zagreb
 - c) izvođači / glumci / redatelj
 - d) roman/predložak / pisac
 - e) ostalo (molimo napišite što) _____
-

H V A L A ☺

Teatar uz more & Teatar Erato

14.09.2021.

Prilog 5 - HNK - drama, podaci o broju gostovanja 2021-2024

HNK - drama - podaci o broju gostovanja

	Sezona	2021/2022	2022/2023	2023/2024		
	Naziv predstave	Broj gostovanja	Broj gostovanja	Broj gostovanja	UKUPNO	Napomena
1	Don Juan		1		1	K-HNK Rijeka
2	Enigmatske varijacije	7		18	25	Sve u Rijeci, mjestu koproducenta (uklj. Premijera u Rijeci, Exportdrvo) + 1 Lado Zg
3	Fafrikul			1	1	
4	Gdje se kupuju nježnosti	1			1	
5	Genijalna prijateljica	1	1	1	3	
6	Gospoda Glembajevi	1			1	
7	Idiot	1			1	
8	Kad svijeće dogore	12	3	7	22	
9	Leda		1	1	2	K-HNK Rijeka
10	Plodna voda		1		1	
11	Revizor	1			1	
12	Sorry		6	3	9	
13	Tko pjeva zlo ne misli	1			1	
14	U agoniji	5	3		8	
15	Zagrljaji	2	1	1	4	
16	Zbilja			4	4	
17	Zločin na kozjem otoku		3		3	Siget Zg

Prilog 6 - Istraživanje među publikom Koncertnog čitanja u KIC-u

1. Molimo Vas upišite dob i spol:	2. Molimo Vas označite stupanj obrazovanja:	3. Molimo upišite Vaše zanimanje	4. Označite radni status
56, žensko	postdiplomski studij	Menadžerica	zaposlen(a)
21 M	srednja stručna sprema	Student	student
51, ženski	BA (dodiplomski studij)	Prvostupnica sestrinstva	zaposlen(a)
24, žensko	diplomski studij (MA)	Doktor medicine	zaposlen(a)
Zenski, 53	diplomski studij (MA)	Prof	zaposlen(a)
64 žena	srednja stručna sprema	Ekonomista	u mirovini
22, žensko	srednja stručna sprema	Frizer	zaposlen(a)
63 g. M	srednja stručna sprema	Ekonomski teh.	zaposlen(a)
20 Ž	diplomski studij (MA)	student	student
Žena, 31 godinu	diplomski studij (MA)	Novinarka, književnica	zaposlen(a)
48 godina M	diplomski studij (MA)	VSS ing TK prometa	zaposlen(a)
55, Ž	srednja stručna sprema	Suradnik u INDOK djelatnostima	zaposlen(a)
zenski, 22	BA (dodiplomski studij)	student	student
60, žensko	srednja stručna sprema	Kozmetičar vizažist	zaposlen(a)
35, žensko	srednja stručna sprema	Kozmetičar	zaposlen(a)
55 žensko	diplomski studij (MA)	Magistar ekonomije	zaposlen(a)
55 godina, M	diplomski studij (MA)	Menadžer u informatici	zaposlen(a)
54godine, žensko	postdiplomski studij	Prof.kemije	zaposlen(a)
58 godina, M	srednja stručna sprema	Knjigovođa	zaposlen(a)
20, žensko	BA (dodiplomski studij)	Student	student

40, žensko	BA (dodiplomski studij)	Prvostupnik fizioterapije	u mirovini
56 žensko	srednja stručna sprema	Turistički djelatnik	zaposlen(a)
61 žensko	srednja stručna sprema	Informator	ostalo
69 godina / Ž	postdiplomski studij	Dizajner	zaposlen(a), u mirovini
55 ženski	diplomski studij (MA)	Stručni učitelj	zaposlen(a)
33, žensko	diplomski studij (MA)	Profesor eng. jezika	zaposlen(a)
56, zenski	diplomski studij (MA)	Odvjetnica	zaposlen(a)
22. God , žena	srednja stručna sprema	Student	student
67 Ž	diplomski studij (MA)	Dipl. ekonomist	zaposlen(a), u mirovini
63g. Ž	diplomski studij (MA)	Liječnik	zaposlen(a)
77 godina, zenski spol	diplomski studij (MA)	Professor hrvatskog jezika I književnosti	u mirovini
1941. Muško	diplomski studij (MA)	Redatelj / sveučilišni profesor	u mirovini
56 godina, ženski spol	diplomski studij (MA)	Dipl.oec	zaposlen(a)
15 žensko	srednja stručna sprema	Hotelijsko turistički tehničar	ostalo
63 godine, Ž	BA (dodiplomski studij)	Računovođa	zaposlen(a)
22 godine, Ž	BA (dodiplomski studij)	Politolog	student
60 god ž	srednja stručna sprema	Adminisrator trgovina	zaposlen(a)
Ž,46	srednja stručna sprema	Frizer	zaposlen(a)
Žensko 58	srednja stručna sprema	Ekonomist	zaposlen(a)
65	diplomski studij (MA)	Ak. Glszbenica	u mirovini
85 muski	srednja stručna sprema	Graficar	u mirovini
50 žensko	postdiplomski studij	Kustos	zaposlen(a)
76 g. muško	diplomski studij (MA)	književnik	u mirovini

žensko, 21	srednja stručna sprema	student	student
23, muško	srednja stručna sprema	Nogometaš	zaposlen(a)
22, Ž	BA (dodiplomski studij)	Studentica novinarstva	student
23 muškarac	srednja stručna sprema	student	student
57, žensko	ostalo	redatelj	zaposlen(a)
46 Ž	diplomski studij (MA)	Novinarka i filmašica	zaposlen(a)
55 žena	srednja stručna sprema	referent platnog prometa	zaposlen(a)
22, ženski	srednja stručna sprema	Violistica	student

5. Koliko često idete u kazalište?	6. Što od ponuđenoga najtočnije opisuje razlog(e) odgovora na prethodno pitanje:
više puta mjesečno	ostalo
više puta godišnje	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima, preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	ostalo
godišnje (1X)	ostalo
više puta godišnje	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima
mjesečno (1X)	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
godišnje (1X)	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima
mjesečno (1X)	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima
godišnje (1X)	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta mjesečno	cijena ulaznice za kazališnu predstavu
godišnje (1X)	ostalo
mjesečno (1X)	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima, preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima

više puta mjesečno	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
godišnje (1X)	cijena ulaznice za kazališnu predstavu
mjesečno (1X)	cijena ulaznice za kazališnu predstavu
godišnje (1X)	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	ostalo
više puta godišnje	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima, preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
godišnje (1X)	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima
više puta godišnje	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	ostalo
više puta godišnje	cijena ulaznice za kazališnu predstavu, preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	ostalo
godišnje (1X)	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	ostalo
mjesečno (1X)	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	ostalo
mjesečno (1X)	ostalo
mjesečno (1X)	ostalo
mjesečno (1X)	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima
više puta godišnje	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima
mjesečno (1X)	ostalo
više puta mjesečno	ostalo
više puta godišnje	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima
više puta godišnje	ostalo

više puta godišnje	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta mjesečno	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
mjesečno (1X)	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
mjesečno (1X)	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima
godišnje (1X)	ostalo
više puta godišnje	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima
godišnje (1X)	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta godišnje	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima, preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
godišnje (1X)	preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
mjesečno (1X)	nedovoljna informiranost o ponuđenim programima, preferiranje drugih kulturnih sadržaja (glazba, film, izložba...)
više puta tjedno	ostalo

7. Ako ste na prethodnom pitanju označili "ostalo" ili "preferiranje drugih kulturnih sadržaja" molimo pojasnite što bi to bilo.	8. Je li Vam ovakav način kazališne izvedbe promijenio shvaćanje literarnog djela ili kazališne umjetnosti općenito?
Nedostatak vremena, druge obveze	ne
	da
Nedostatak vremena	ne
Manjak vremena	ne
	da
	ne
	ne
	da
	ne

	da, ne
Nemamo kazaliste u našem gradu	da
	ne
	da
Redoviti odlazak u kino i na koncerte	da
	da
film, glazba	da
Koncerti	da
	da
	ne
	da
Druženje s prijateljima i obaveze	ne
Ne preferiram. Posjećujem i druge kulturne sadržaje prema mogućnosti. Izložbe, koncerte.	da
Nedostatak slobodnog vremena	da
Koncerti, festivali, izložbe, muzeji	ne
Izložbe, koncerti, kino predstave	ne
Nedostatak vremena	da
Kino, koncerti	da
Cuvanje unuka i psa	da
Korona	da
Literatura / praćenje i čitanje	ne
	ne
	da
Nedostatak vremena	da
Nedostatak vremena	da
	da
Nedostatak vremena	da

	da
Konceri, izložbe, kino predstave	da
	da
	ne
	ne
	da
Ne idem u kazalište jer nisam okružen društvom koje to preferira	da
	da
	ne
	da
	da
	da
Radim u HNK	da

9. Što utječe na to koju ćete predstavu gledati (možete zaokružiti više odgovora):

najava na društvenim mrežama

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...), cijena ulaznice, najava na društvenim mrežama

preporuka (prijatelja, poznanika,...), glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...), prostor održavanja (javni otvoreni prostor, kazališna ili druga dvorana, klub,...), blizina mjesta održavanja

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...), prostor održavanja (javni otvoreni prostor, kazališna ili druga dvorana, klub,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), najava na društvenim mrežama

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...), prostor održavanja (javni otvoreni prostor, kazališna ili druga dvorana, klub,...), blizina mjesta održavanja, najava na društvenim mrežama

kritika u medijima, žanr (drama, komedija,...), autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

blizina mjesta održavanja

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, žanr (drama, komedija,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, autorska ekipa (redatelj, pisac,...), najava na društvenim mrežama

preporuka (prijatelja, poznanika,...), glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

kritika u medijima, žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), cijena ulaznice

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), cijena ulaznice

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, žanr (drama, komedija,...), blizina javnog prijevoza/parkinga

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), autorska ekipa (redatelj, pisac,...), blizina mjesta održavanja

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači)

žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), blizina mjesta održavanja

ostalo

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, glumci (izvođači), cijena ulaznice, najava na društvenim mrežama

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, žanr (drama, komedija,...), najava na društvenim mrežama

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...), prostor održavanja (javni otvoreni prostor, kazališna ili druga dvorana, klub,...), blizina mjesta održavanja

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), cijena ulaznice

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...), prostor održavanja (javni otvoreni prostor, kazališna ili druga dvorana, klub,...), blizina mjesta održavanja, blizina javnog prijevoza/parkinga

autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, prostor održavanja (javni otvoreni prostor, kazališna ili druga dvorana, klub,...), najava na društvenim mrežama

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, žanr (drama, komedija,...), autorska ekipa (redatelj, pisac,...), prostor održavanja (javni otvoreni prostor, kazališna ili druga dvorana, klub,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, blizina mjesta održavanja

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači)

žanr (drama, komedija,...)

žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...)

autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), cijena ulaznice, blizina mjesta održavanja, najava na društvenim mrežama

preporuka (prijatelja, poznanika,...), kritika u medijima, žanr (drama, komedija,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), prostor održavanja (javni otvoreni prostor, kazališna ili druga dvorana, klub,...), najava na društvenim mrežama

žanr (drama, komedija,...), glumci (izvođači), najava na društvenim mrežama

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...)

glumci (izvođači), autorska ekipa (redatelj, pisac,...)

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), cijena ulaznice, prostor održavanja (javni otvoreni prostor, kazališna ili druga dvorana, klub,...), blizina javnog prijevoza/parkinga

preporuka (prijatelja, poznanika,...), žanr (drama, komedija,...), cijena ulaznice, najava na društvenim mrežama

10. Ako ste na prethodno pitanje označili i/ili ostalo, molimo navedite to bi to bilo.

Autor kazališnog djela

11. Biste li bili voljni uključiti se u kreiranje programa i/ili predlagati tekstove za buduću kazališnu produkciju?	12. Ako se želite uključiti u pripremu i/ili realizaciju programa, molimo napišite na koji način.
da	marketing, produkcija
da	Rezija
Ne	
Ne	
Ne	
da	Prema potrebama produkcije
Ne	
Ne	
Ne	
da	Dramski tekst, promocija predstave
da	Pomoci da kazaliste dodje u moj grad!
Ne	
Ne	
da	Postavljanje šminke
Ne	
Ne	
Ne	
Ne	
Ne	
Ne	
da	Pismeno...pošto zivim u Ogulinu
Ne	
Ne	

Prilog 7 - Dubinski intervjui

19/12/2023, 10:27

Istraživanje nezavisne scene

Istraživanje nezavisne scene

Dubinski intervju - deset naizvođenijih nezavisnih kazališta

The respondent's email (**tadija@bgladprod.com**) was recorded on submission of this form.

Email *

tadija@bgladprod.com

Koliko godina poslužete?

12

Definirate li svrhu projekata?

Da

Definirate li jasne ciljeve projekata?

Da

Radite li evaluaciju edukativnih, marketinških ili nekih drugih ciljeva i aktivnosti vezanih uz projekt (osim financijskih)?

Da

Jeste li ikad proveli ili provodite istraživanja publike?

Da

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li izdvojiti neke najvažnije značajke istraživanja?

Poboljšanje pristupa i odnosa prema gledateljima, unapređenje budućih projekata i marketinga

Jeste li ikad uključili publiku/lokalnu zajednicu u osmišljavanje programa/repertoara vaše organizacije?

Ne

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li ukratko opisati na koji način?

Imate li stalnu publiku ili formiranu mailing listu (izuzimajući listu uzvanika za premijernu izvedbu)?

Da, ali se više trudimo dobiti novu

Na koji način komunicirate s publikom (moguće više odgovora):

- ☒ putem news lettera
- ☒ preko vlastite mrežne stranice
- ☒ putem medija
- ☒ koristeći društvene mreže
- ☐ direktnom prodajom (telefonski pozivi tvrtkama i tsl)

Koji su najčešći vizuali pomoću kojih komunicirate s publikom:

- ☒ plakat
- ☐ letak
- ☒ fotografije iz predstave
- ☒ trailer/video clips
- ☒ Other: Jumbo plakati

Biste li program prilagodili nekim specifičnim zahtjevima publike (žanr, tekst, glumci...)?

Pratimo što prolazi kod publike

Pripreme za produkciju / probe održavate u vlastitom prostoru ili ne?

Ne

Ako je prethodno pitanje bio odgovor "ne" molimo odgovorite pod kojim uvjetima ste u drugom prostoru:

- ☒ iznajmljeni prostor (uz plaćanje tržišne cijene)
- ☐ Iznajmljeni prostor uz povlaštenu najamninu (gradski termini i tsl)
- ☒ prostor dobiven na korištenje od lokalne zajednice (grada/županije, MKIM i dr.)
- ☒ koprodukcijski ugovor s nekom od institucija
- ☐ Other:

Kako najčešće dogovarate prostor za izvedbe:

- ☒ ugovor o najmu
- ☐ povlašteni ugovor o najmu prema ugovoru s lokalnom zajednicom
- ☒ koprodukcijski ugovor
- ☒ prostor osigurava ugovaratelj/naručilac izvedbe
- ☐ posjedujemo vlastiti prostor za probe i izvedbe
- ☐ Other:

Ako ste imali koprodukcijski ugovor s nekom institucijom (kazalištem, centrom za kulturu i tsl), možete li navesti osnovne prednosti i nedostatke suradnje?

Tehnička opremljenost i osoblje, lakše se dolazi do gledatelja, manji rizik u prodaji
.....

Koji je vaš prijedlog za veću vidljivost i zastupljenost programa nezavisne kazališne scene, a time i razvoj publike (moguće više odgovora):

- ☒ više prostora (za produkciju i izvedbu) koji bi bili na raspolaganju nezavisnim kazalištima
- ☐ podizanje umjetničke kvalitete programa
- ☐ uključivanje publike u kreiranje programa
- ☒ osiguranje većih prihoda iz javnih izvora financiranja
- ☒ veća transparentnost u odlučivanju o raspodjeli javnih sredstava
- ☐ edukacija publike kroz veću prisutnost dramske umjetnosti u obrazovnom sustavu
- ☒ povećavanje broja subvencioniranih ulaznica / izvedbi
- ☒ promjena legislative prema kojoj bi se poticala sponzorska i donatorska ulaganja u kulturu
- ☐ edukacija suradnika i promjena aktivnosti organizacije
- ☒ povećanje marketinških aktivnosti
- ☒ veća suradnja s javnim institucijama (javno - privatno partnerstvo)
- ☐ Other:

This form was created inside of Ars Septima d.o.o..

Google Forms

Istraživanje nezavisne scene

Dubinski intervju - deset naizvođenijih nezavisnih kazališta

The respondent's email (**hit.teatar@yahoo.com**) was recorded on submission of this form.

Email *

hit.teatar@yahoo.com

Koliko godina poslužete?

13

Definirate li svrhu projekata?

Da

Definirate li jasne ciljeve projekata?

Da

Radite li evaluaciju edukativnih, marketinških ili nekih drugih ciljeva i aktivnosti vezanih uz projekt (osim financijskih)?

Da

Jeste li ikad proveli ili provodite istraživanja publike?

Ne

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li izdvojiti neke najvažnije značajke istraživanja?

.....

Jeste li ikad uključili publiku/lokalnu zajednicu u osmišljavanje programa/repertoara vaše organizacije?

Ne

.....

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li ukratko opisati na koji način?

.....

Imate li stalnu publiku ili formiranu mailing listu (izuzimajući listu uzvanika za premijernu izvedbu)?

Ne

.....

Na koji način komunicirate s publikom (moguće više odgovora):

- ☐ putem news lettera
- ☒ preko vlastite mrežne stranice
- ☒ putem medija
- ☒ koristeći društvene mreže
- ☒ direktnom prodajom (telefonski pozivi tvrtkama i tsl)

Koji su najčešći vizuali pomoću kojih komunicirate s publikom:

☒ plakat

☐ letak

☐ fotografije iz predstave

☐ trailer/video clips

☐ Other:

Biste li program prilagodili nekim specifičnim zahtjevima publike (žanr, tekst, glumci...)?

DA

Pripreme za produkciju / probe održavate u vlastitom prostoru ili ne?

Ne

Ako je prethodno pitanje bio odgovor "ne" molimo odgovorite pod kojim uvjetima ste u drugom prostoru:

☐ iznajmljeni prostor (uz plaćanje tržišne cijene)

☐ Iznajmljeni prostor uz povlaštenu najamninu (gradski termini i tsl)

☒ prostor dobiven na korištenje od lokalne zajednice (grada/županije, MKIM i dr.)

☐ koprodukcijski ugovor s nekom od institucija

☐ Other:

Kako najčešće dogovarate prostor za izvedbe:

- ☐ ugovor o najmu
- ☐ povlašteni ugovor o najmu prema ugovoru s lokalnom zajednicom
- ☐ koprodukcijski ugovor
- ☒ prostor osigurava ugovaratelj/naručilj izvedbe
- ☐ posjedujemo vlastiti prostor za probe i izvedbe
- ☐ Other:

Ako ste imali koprodukcijski ugovor s nekom institucijom (kazalištem, centrom za kulturu i tsl), možete li navesti osnovne prednosti i nedostatke suradnje?

.....

Koji je vaš prijedlog za veću vidljivost i zastupljenost programa neavisne kazališne scene, a time i razvoj publike (moguće više odgovora):

- ☒ više prostora (za produkciju i izvedbu) koji bi bili na raspolaganju nezavisnim kazalištima
- ☐ podizanje umjetničke kvaitete programa
- ☐ uključivanje publike u kreiranje programa
- ☒ osiguranje većih prihoda iz javnih izvora financiranja
- ☒ veća transparentnost u odlučivanju o raspodjeli javnih sredstava
- ☐ edukacija publike kroz veću prisutnost dramske umjetnosti u obrazovnom sustavu
- ☒ povećavanje broja subvencioniranih ulaznica / izvedbi
- ☐ promjena legislative prema kojoj bi se poticala sponzorska i donatorska ulaganja u kulturu
- ☐ edukacija suradnika i promjena aktivnosti organizacije
- ☐ povećanje marketinških aktivnosti
- ☐ veća suradnja s javnim institucijama (javno - privatno partnerstvo)
- ☐ Other:

This form was created inside of Ars Septima d.o.o..

Google Forms

Istraživanje nezavisne scene

Dubinski intervju - deset naizvođenijih nezavisnih kazališta

The respondent's email (**m.torjanac@planet-art.hr**) was recorded on submission of this form.

Email *

m.torjanac@planet-art.hr

Koliko godina poslužete?

18

Definirate li svrhu projekata?

Da.

Definirate li jasne ciljeve projekata?

Da.

Radite li evaluaciju edukativnih, marketinških ili nekih drugih ciljeva i aktivnosti vezanih uz projekt (osim financijskih)?

Da.

Jeste li ikad proveli ili provodite istraživanja publike?

Jednom.

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li izdvojiti neke najvažnije značajke istraživanja?

Dobili smo važnu informaciju kojim kanalima publika saznaje za predstave. Istraživanje smo radili 2009./10. dok još nije bilo društvenih mreža i kada su informacije o kazalištu bile prisutnije u medijima pa ono nije relevantno za današnje vrijeme. U doba istraživanja, bilo je korisno.

Jeste li ikad uključili publiku/lokalnu zajednicu u osmišljavanje programa/repertoara vaše organizacije?

Da.

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li ukratko opisati na koji način?

Za edukativni projekt za osnovne škole. U projektu su sudjelovali Srednja škola "Katarina Zrinski" i Ministarstvo gospodarstva te je projekt potom bio dio međunarodnog EU projekta.

Imate li stalnu publiku ili formiranu mailing listu (izuzimajući listu uzvanika za premijernu izvedbu)?

Da.

Na koji način komunicirate s publikom (moguće više odgovora):

- ☒ putem news lettera
- ☒ preko vlastite mrežne stranice
- ☒ putem medija
- ☒ koristeći društvene mreže
- ☐ direktnom prodajom (telefonski pozivi tvrtkama i tsl)

Koji su najčešći vizuali pomoću kojih komunicirate s publikom:

☒ plakat

☐ letak

☒ fotografije iz predstave

☒ trailer/video clips

☒ Other: benneri

Biste li program prilagodili nekim specifičnim zahtjevima publike (žanr, tekst, glumci...)?

Program je već je djelomično repertoarno prilagođen zbog zahtjeva za žanrom komedije, no Planet Art je oduvijek producirao i komedije koje su se uklapale u misiju kazališta pa stoga to nije novina. Zadnjih par sezona razmišljamo više o komedijama, također koje odgovaraju problemskom profilu repertoara. No, prošle smo godine producirali dramu. Dakle, ne prilagođavamo program u smislu odstupanja od misije niti prakse, već smo usmjereniji na traženje kvalitetnih komedija ili dramedija.

Pripreme za produkciju / probe održavate u vlastitom prostoru ili ne?

Ne.

Ako je prethodno pitanje bio odgovor "ne" molimo odgovorite pod kojim uvjetima ste u drugom prostoru:

☐ iznajmljeni prostor (uz plaćanje tržišne cijene)

☐ Iznajmljeni prostor uz povlaštenu najamninu (gradski termini i tsl)

☒ prostor dobiven na korištenje od lokalne zajednice (grada/županije, MKIM i dr.)

☒ koprodukcijski ugovor s nekom od institucija

☐ Other: _____

Kako najčešće dogovarate prostor za izvedbe:

- ☐ ugovor o najmu
- ☐ povlašteni ugovor o najmu prema ugovoru s lokalnom zajednicom
- ☒ koprodukcijски ugovor
- ☒ prostor osigurava ugovaratelj/naručitelj izvedbe
- ☐ posjedujemo vlastiti prostor za probe i izvedbe
- ☐ Other:

Ako ste imali koprodukcijски ugovor s nekom institucijom (kazalištem, centrom za kulturu i tsl), možete li navesti osnovne prednosti i nedostatke suradnje?

Koprodukcija s drugim kazalištem korisna je u smislu podjele troškova, no u konačnici je neisplativa budući da se prihod dijeli na pola, a Hrvatska nema toliko veliko tržište da bi takav omjer bio dovoljan kazalištu za troškove poslovanja za 12 mjeseci (produciramo jednu predstavu godišnje). Nedostaci tako znatno premašuju prednosti. Koprodukcije bi bile moguće kad bi financiranje novisne scene bilo veće tako da neovisna kazališta mogu producirati bar dva naslova.

Koji je vaš prijedlog za veću vidljivost i zastupljenost programa neavisne kazališne scene, a time i razvoj publike (moguće više odgovora):

- ☒ više prostora (za produkciju i izvedbu) koji bi bili na raspolaganju nezavisnim kazalištima
- ☒ podizanje umjetničke kvaitete programa
- ☐ uključivanje publike u kreiranje programa
- ☒ osiguranje većih prihoda iz javnih izvora financiranja
- ☒ veća transparentnost u odlučivanju o raspodjeli javnih sredstava
- ☒ edukacija publike kroz veću prisutnost dramske umjetnosti u obrazovnom sustavu
- ☒ povećavanje broja subvencioniranih ulaznica / izvedbi
- ☒ promjena legislative prema kojoj bi se poticala sponzorska i donatorska ulaganja u kulturu
- ☐ edukacija suradnika i promjena aktivnosti organizacije
- ☒ povećanje marketinških aktivnosti
- ☒ veća suradnja s javnim institucijama (javno - privatno partnerstvo)
- ☒ Other: edukacija suradnika u kazalištu

This form was created inside of Ars Septima d.o.o..

Google Forms

Istraživanje nezavisne scene

Dubinski intervju - deset naizvođenijih nezavisnih kazališta

The respondent's email (**moruzgvakazaliste@gmail.com**) was recorded on submission of this form.

Email *

moruzgvakazaliste@gmail.com

Koliko godina poslužete?

13

Definirate li svrhu projekata?

Da

Definirate li jasne ciljeve projekata?

Da

Radite li evaluaciju edukativnih, marketinških ili nekih drugih ciljeva i aktivnosti vezanih uz projekt (osim financijskih)?

Da

Jeste li ikad proveli ili provodite istraživanja publike?

Ne

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li izdvojiti neke najvažnije značajke istraživanja?

.....

Jeste li ikad uključili publiku/lokalnu zajednicu u osmišljavanje programa/repertoara vaše organizacije?

Ne

.....

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li ukratko opisati na koji način?

.....

Imate li stalnu publiku ili formiranu mailing listu (izuzimajući listu uzvanika za premijernu izvedbu)?

Da

.....

Na koji način komunicirate s publikom (moguće više odgovora):

- ☒ putem news lettera
- ☒ preko vlastite mrežne stranice
- ☒ putem medija
- ☒ koristeći društvene mreže
- ☒ direktnom prodajom (telefonski pozivi tvrtkama i tsl)

Koji su najčešći vizuali pomoću kojih komunicirate s publikom:

☒ plakat

☐ letak

☒ fotografije iz predstave

☐ trailer/video clips

☐ Other:

Biste li program prilagodili nekim specifičnim zahtjevima publike (žanr, tekst, glumci...)?

Da

Pripreme za produkciju / probe održavate u vlastitom prostoru ili ne?

Ne

Ako je prethodno pitanje bio odgovor "ne" molimo odgovorite pod kojim uvjetima ste u drugom prostoru:

☒ iznajmljeni prostor (uz plaćanje tržišne cijene)

☐ Iznajmljeni prostor uz povlaštenu najamninu (gradski termini i tsl)

☐ prostor dobiven na korištenje od lokalne zajednice (grada/županije, MKIM i dr.)

☐ koprodukcijski ugovor s nekom od institucija

☐ Other:

Kako najčešće dogovarate prostor za izvedbe:

- ☒ ugovor o najmu
- ☐ povlašteni ugovor o najmu prema ugovoru s lokalnom zajednicom
- ☐ koprodukcijски ugovor
- ☒ prostor osigurava ugovaratelj/naručitelj izvedbe
- ☐ posjedujemo vlastiti prostor za probe i izvedbe
- ☐ Other:

Ako ste imali koprodukcijски ugovor s nekom institucijom (kazalištem, centrom za kulturu i tsl), možete li navesti osnovne prednosti i nedostatke suradnje?

.....

Koji je vaš prijedlog za veću vidljivost i zastupljenost programa neavisne kazališne scene, a time i razvoj publike (moguće više odgovora):

- ☒ više prostora (za produkciju i izvedbu) koji bi bili na raspolaganju nezavisnim kazalištima
- ☐ podizanje umjetničke kvaitete programa
- ☐ uključivanje publike u kreiranje programa
- ☒ osiguranje većih prihoda iz javnih izvora financiranja
- ☒ veća transparentnost u odlučivanju o raspodjeli javnih sredstava
- ☐ edukacija publike kroz veću prisutnost dramske umjetnosti u obrazovnom sustavu
- ☐ povećavanje broja subvencioniranih ulaznica / izvedbi
- ☒ promjena legislative prema kojoj bi se poticala sponzorska i donatorska ulaganja u kulturu
- ☐ edukacija suradnika i promjena aktivnosti organizacije
- ☒ povećanje marketinških aktivnosti
- ☐ veća suradnja s javnim institucijama (javno - privatno partnerstvo)
- ☐ Other:

This form was created inside of Ars Septima d.o.o..

Google Forms

Istraživanje nezavisne scene

Dubinski intervju - deset naizvođenijih nezavisnih kazališta

The respondent's email (**ankica@playdrama.hr**) was recorded on submission of this form.

Email *

ankica@playdrama.hr

Koliko godina poslužete?

14

Definirate li svrhu projekata?

DA

Definirate li jasne ciljeve projekata?

DA

Radite li evaluaciju edukativnih, marketinških ili nekih drugih ciljeva i aktivnosti vezanih uz projekt (osim financijskih)?

NE

Jeste li ikad proveli ili provodite istraživanja publike?

NE

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li izdvojiti neke najvažnije značajke istraživanja?

.....

Jeste li ikad uključili publiku/lokalnu zajednicu u osmišljavanje programa/repertoara vaše organizacije?

NE

.....

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li ukratko opisati na koji način?

.....

Imate li stalnu publiku ili formiranu mailing listu (izuzimajući listu uzvanika za premijernu izvedbu)?

NE

.....

Na koji način komunicirate s publikom (moguće više odgovora):

- ☐ putem news lettera
- ☒ preko vlastite mrežne stranice
- ☒ putem medija
- ☒ koristeći društvene mreže
- ☐ direktnom prodajom (telefonski pozivi tvrtkama i tsl)

Koji su najčešći vizuali pomoću kojih komunicirate s publikom:

☒ plakat

☐ letak

☒ fotografije iz predstave

☒ trailer/video clips

☐ Other:

Biste li program prilagodili nekim specifičnim zahtjevima publike (žanr, tekst, glumci...)?

NE

Pripreme za produkciju / probe održavate u vlastitom prostoru ili ne?

NE

Ako je prethodno pitanje bio odgovor "ne" molimo odgovorite pod kojim uvjetima ste u drugom prostoru:

☐ iznajmljeni prostor (uz plaćanje tržišne cijene)

☒ Iznajmljeni prostor uz povlaštenu najamninu (gradski termini i tsl)

☐ prostor dobiven na korištenje od lokalne zajednice (grada/županije, MKIM i dr.)

☐ koprodukcijski ugovor s nekom od institucija

☐ Other:

Kako najčešće dogovarate prostor za izvedbe:

- ☒ ugovor o najmu
- ☐ povlašteni ugovor o najmu prema ugovoru s lokalnom zajednicom
- ☐ koprodukcijski ugovor
- ☐ prostor osigurava ugovaratelj/naručilac izvedbe
- ☐ posjedujemo vlastiti prostor za probe i izvedbe
- ☐ Other:

Ako ste imali koprodukcijski ugovor s nekom institucijom (kazalištem, centrom za kulturu i tsl), možete li navesti osnovne prednosti i nedostatke suradnje?

prividno, prednost - podjela finansijskih troškova produkcije; realno, nedostataka je više - podjela poslova oko organizacije, uglavnom na teret nezavisnog kazališta kojem je više stalo do produkcije i koje ima jednu ili dvije osobe koje sve to rade, uglavnom honorarno, gušenje predstave nakon prve sezone izvođenja (ako i toliko izdrži) jer institucija nakon par izvedbi ne osigurava više termine ni vlastiti prostor za nove izvedbe, kompletan trud i interes oko svakog gostovanja predstave je isključivo na nama itd...dakle, koprodukcija je ulaganje u predstavu koja se neće izvoditi, pogotovo u prostoru koproducenta - institucije.

.....

Koji je vaš prijedlog za veću vidljivost i zastupljenost programa neavisne kazališne scene, a time i razvoj publike (moguće više odgovora):

- ☒ više prostora (za produkciju i izvedbu) koji bi bili na raspolaganju nezavisnim kazalištima
- ☒ podizanje umjetničke kvaitete programa
- ☐ uključivanje publike u kreiranje programa
- ☒ osiguranje većih prihoda iz javnih izvora financiranja
- ☐ veća transparentnost u odlučivanju o raspodjeli javnih sredstava
- ☒ edukacija publike kroz veću prisutnost dramske umjetnosti u obrazovnom sustavu
- ☒ povećavanje broja subvencioniranih ulaznica / izvedbi
- ☐ promjena legislative prema kojoj bi se poticala sponzorska i donatorska ulaganja u kulturu
- ☐ edukacija suradnika i promjena aktivnosti organizacije
- ☐ povećanje marketinških aktivnosti
- ☐ veća suradnja s javnim institucijama (javno - privatno partnerstvo)
- ☐ Other:

This form was created inside of Ars Septima d.o.o..

Google Forms

Istraživanje nezavisne scene

Dubinski intervju - deset naizvođenijih nezavisnih kazališta

The respondent's email (**bugamarija@gmail.com**) was recorded on submission of this form.

Email *

bugamarija@gmail.com

Koliko godina poslužete?

38

Definirate li svrhu projekata?

Da

Definirate li jasne ciljeve projekata?

da

Radite li evaluaciju edukativnih, marketinških ili nekih drugih ciljeva i aktivnosti vezanih uz projekt (osim financijskih)?

Da

Jeste li ikad proveli ili provodite istraživanja publike?

Da

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li izdvojiti neke najvažnije značajke istraživanja?

Za to preporučam kontaktirati Vitomiru Lončar na vjloncar@me.com koja je istraživanje provodila

Jeste li ikad uključili publiku/lokalnu zajednicu u osmišljavanje programa/repertoara vaše organizacije?

Da

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, možete li ukratko opisati na koji način?

svakoj školi i vrtiću s kojom surađujemo šaljemo evaluacijski listić koji sadrži i pitanje "koju tematiku/priču biste voljeli da obradimo kroz kazališnu predstavu", a u 2023. godini planiramo premijeru kojoj će naziv smisliti naša publika kroz natječaj na društvenim mrežama.

Imate li stalnu publiku ili formiranu mailing listu (izuzimajući listu uzvanika za premijernu izvedbu)?

Imamo

Na koji način komunicirate s publikom (moguće više odgovora):

- ☐ putem news lettera
- ☒ preko vlastite mrežne stranice
- ☐ putem medija
- ☒ koristeći društvene mreže
- ☒ direktnom prodajom (telefonski pozivi tvrtkama i tsl)

Koji su najčešći vizuali pomoću kojih komunicirate s publikom:

- ☐ plakat
- ☐ letak
- ☒ fotografije iz predstave
- ☐ trailer/video clips
- ☐ Other:

Biste li program prilagodili nekim specifičnim zahtjevima publike (žanr, tekst, glumci...)?

Ovisi do koje mjere, uvijek se držimo svojih estetičkih načela
.....

Pripreme za produkciju / probe održavate u vlastitom prostoru ili ne?

da
.....

Ako je prethodno pitanje bio odgovor "ne" molimo odgovorite pod kojim uvjetima ste u drugom prostoru:

- ☐ iznajmljeni prostor (uz plaćanje tržišne cijene)
- ☐ Iznajmljeni prostor uz povlaštenu najamninu (gradski termini i tsl)
- ☐ prostor dobiven na korištenje od lokalne zajednice (grada/županije, MKIM i dr.)
- ☐ koprodukcijski ugovor s nekom od institucija
- ☐ Other:

Kako najčešće dogovarate prostor za izvedbe:

- ☐ ugovor o najmu
- ☐ povlašteni ugovor o najmu prema ugovoru s lokalnom zajednicom
- ☐ koprodukcijski ugovor
- ☐ prostor osigurava ugovaratelj/naručilj izvedbe
- ☒ posjedujemo vlastiti prostor za probe i izvedbe
- ☐ Other:

Ako ste imali koprodukcijski ugovor s nekom institucijom (kazalištem, centrom za kulturu i tsl), možete li navesti osnovne prednosti i nedostatke suradnje?

Prednosti su veća mogućnost financiranja i širi spektar resursa, nedostatak je što obično postproduksijska faza spadne na samo jednu producersku stranu. Također nastaju problemi pri suradnji sa javnim sektorom koji ne razumije način funkcioniranja privatnog sektora.

Koji je vaš prijedlog za veću vidljivost i zastupljenost programa neavisne kazališne scene, a time i razvoj publike (moguće više odgovora):

- ☐ više prostora (za produkciju i izvedbu) koji bi bili na raspolaganju nezavisnim kazalištima
- ☒ podizanje umjetničke kvaitete programa
- ☐ uključivanje publike u kreiranje programa
- ☐ osiguranje većih prihoda iz javnih izvora financiranja
- ☐ veća transparentnost u odlučivanju o raspodjeli javnih sredstava
- ☐ edukacija publike kroz veću prisutnost dramske umjetnosti u obrazovnom sustavu
- ☐ povećavanje broja subvencioniranih ulaznica / izvedbi
- ☒ promjena legislative prema kojoj bi se poticala sponzorska i donatorska ulaganja u kulturu
- ☐ edukacija suradnika i promjena aktivnosti organizacije
- ☒ povećanje marketinških aktivnosti
- ☐ veća suradnja s javnim institucijama (javno - privatno partnerstvo)
- ☒ Other: obrazovanje umjetnika u polju poduzetništva, marketinga i menadžmenta

This form was created inside of Ars Septima d.o.o..

Google Forms

Prilog 8 - istraživanje unutar grupe studenata

Molimo Vas da označite spol:	Molimo da napišete godinu rođenja.	Molimo da napišete naziv studija i godinu koju ste upisali.
Ž	1993	Doktorska škola
Ž	2000	Filozofski Lingvistika i talijanistika 3. Godina
Ž	1993	Poslijediplomski specijalistički studij dramske pedagogije, 1.
Ž	20.12.1994.	Pedagogija
Ž	1999	druga godina diplomskog studija anglistike i švedskog jezika i kulture
M	2001	prva godina preddiplomskog sveučilišnog studija etnologije i kulturne antropologije te dvopredmetne antropologije
Ž	2003	1. godina, filozofski fakultet
Ž	2002	EFZG, 2.
M	2001	Fer elektrotehnika, 2. godina
M	1997	Farmacija, 5.
M	2001	Racunarstvo, 2. god
M	2001	Fakultet elektrotehnike i računarstva, 2
M	1997	Filozofsko teološki studij
Ž	1996	Multimedija, oblikovanje i primjena 3.
Ž	1993	Komunikologija, 2012.
M	2000	Strojarstvo, 3. godina
M	1999	Računarsstvo, 3
M	2000	Grafički fakultet, III. godina preddiplomskog studija
M	1996	Doktorski studij elektrotehnike, prva godina
Ž	2000	FER, 3.
Ž	1998	psihologija, 5. godina

Ž	1998	Glazbena pedagogija, 3.godina
Ž	2000	Farmaceutsko-biokemijski fakultet, 3. godina
Ž	2002	FER, 2. godina preddiplomskog elektrotehnike
Ž	2000	Psihologija, 2.
M	1998	FER, 2017
Ž	2001	Informatika, 1. god
Ž	2000	Knjizevnost i lingvistika, 2019.
Ž	1998	Računarstvo i matematika PMF, 4.
Ž	2001	Računarstvo, 2. Godina
M	2003	Ekonomski 1.god
Ž	2001	FER 2. godina
Ž	2002	FER, 2. godina
M	1992	FER, sve godine
Ž	1994	PMF MO - računarstvo i matematika, 2. god (dipl)
Ž	2001	Farmacija 2
M	1997	Komparativna književnost/Ruski jezik i književnost, 5. godina
M	1998	Računarstvo, 4
M	1999	Digitalni Marketing i 1.
Ž	2000	FER, 4. godina
Ž	2000	Novinarstvo, 2.

Koliko često idete u kazalište? Molimo	Koji Vam je najčešći motiv za odlazak u
jedanput tjedno	izvođači / glumci
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
jedanput mjesečno	redatelj ili neki drugi autor
jedanput mjesečno	HNK ili neko drugo javno kazalište
jedanput mjesečno	ostalo
više puta mjesečno, jedanput godišnje	ostalo
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
nekoliko puta godišnje	HNK ili neko drugo javno kazalište
jedanput mjesečno	ostalo
jedanput mjesečno	ostalo
jedanput mjesečno	HNK ili neko drugo javno kazalište
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
jedanput godišnje	roman / predložak / pisac
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
nekoliko puta godišnje	mjesto izvedbe (festival ili scena na
nekoliko puta godišnje	ostalo
jedanput godišnje	ostalo
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
više puta mjesečno	ostalo
nekoliko puta godišnje	ostalo
jedanput godišnje	roman / predložak / pisac
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
jedanput godišnje	ostalo
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
jedanput godišnje	ostalo

nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
jedanput godišnje	mjesto izvedbe (festival ili scena na
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
jedanput godišnje	HNK ili neko drugo javno kazalište
nekoliko puta godišnje	ostalo
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
jedanput godišnje	roman / predložak / pisac
nekoliko puta godišnje	roman / predložak / pisac
jedanput godišnje	izvođači / glumci
jedanput mjesečno	roman / predložak / pisac
jedanput godišnje	HNK ili neko drugo javno kazalište
jedanput godišnje	ostalo

Ako ste na prethodno pitanje označili 'ostalo', molimo napišite što je to.	Jeste li gledali predstavu "Kad svijeće dogore"?
	da
	da
	Ne
	da
Više je motiva: glumačka postava, redatelj i informacije o predstavi dostupne na letku/objavi događaja. Svakako je plus i ako je predstava već izvođena i pozitivno ocijenjena te ako	Ne
Želja da vidim nove stvari, gledanje glumaca kako igraju, empatiziranje sa likovima, širenje perspektive na život,	da
	da
	Ne
	Ne
sve navedeno, ovisno o okolnostima	da
Jednostavno volim ici u kazaliste pa mi ne treba dodatni motiv.	Ne
	Ne
	Ne
	Ne
	Ne
	Ne
	Ne
Motivacija varira.	Ne
Idu prijatelji pa me pozovu	Ne
	Ne

Ostalo se odnosi da jako ovisi. Nekad je to komad koji volim pa želim pogledati, nekad su mi dobri glumci ili redatelj, nekad mi netko preporučiti, a često i idem zato što me netko pozvao (društvo

Ne

Preporuka prijatelja ili člana obitelji, povoljna ponuda ulaznica za studente,

Ne

Ne

Ne

Prijatelji ili obitelj idu

Ne

Ne

Cijena ulaznice, npr. ako je nađem na nekom popustu

Ne

Ako ste na prethodno pitanje označili 'ostalo', molimo napišite što je to.	Jeste li gledali predstavu "Kad svijeće dogore"?
	da
	da
	Ne
	da
Više je motiva: glumačka postava, redatelj i informacije o predstavi dostupne na letku/objavi događaja. Svakako je plus i ako je predstava već izvođena i pozitivno ocijenjena te ako	Ne
Želja da vidim nove stvari, gledanje glumaca kako igraju, empatiziranje sa likovima, širenje perspektive na život,	da
	da
	Ne
	Ne
sve navedeno, ovisno o okolnostima	da
Jednostavno volim ici u kazaliste pa mi ne treba dodatni motiv.	Ne
	Ne
	Ne
	Ne
	Ne
	Ne
	Ne
Motivacija varira.	Ne
Idu prijatelji pa me pozovu	Ne
	Ne

Ostalo se odnosi da jako ovisi. Nekad je to komad koji volim pa želim pogledati, nekad su mi dobri glumci ili redatelj, nekad mi netko preporučiti, a često i idem zato što me netko pozvao (društvo

Ne

Preporuka prijatelja ili člana obitelji, povoljna ponuda ulaznica za studente,

Ne

Ne

Ne

Prijatelji ili obitelj idu

Ne

Ne

Cijena ulaznice, npr. ako je nađem na nekom popustu

Ne

Ako ste na prethodno pitanje odgovorili potvrdno, molimo da napišete motiv i kratko komentirate (ocijenite) predstavu.

Jer je Branko Ivanda bio redatelj. Jako mi se svidjela 8/10

Često pogledam rasporede predstava po kazalištima te pogledam naslove i procitam opise predstava pa mi neka "zapne za oko" te rado odem pogledati. Tako je bilo i za ovu predstavu. Osim toga, prijateljica mi je preporučila predstavu. Predstava je bila bolja nego sam očekivala, nisam bila sigurna hoće li biti monotona, ali iznendila me ugodno. Preporučila bi svakome da pogleda :)!

Iskreno, tu večer je HNK objavio da je za studente slobodan ulaz, a kako inače volim ići u kazalište htio sam iskoristiti priliku. Od kazališta, HNK ne volim pa nisam imao visoka očekivanja, ali sam stvarno bio najugodnije moguće iznenađen. Mali broj likova i nepretjerana scenografija, njihov odnos i međuihra koji je tako miran (uglavnom) ali opet tako nabijen emocijama, pištolj za koji sam mislio da je Čehovljev i samo sam čekao da opali (odličan katalizator tenzije), glas Gorana Popovića, minimalističko ali s ukusom izvedeno uključivanje Zrinke Cvitešić u predstavu kao prisutnog duha prošlosti, kako me to sve potaklo na razmišljanje o muško-ženskim odnosima i generalno o prijateljstvu i izdaji. Predstava se ne trudi biti grandiozna kako to biva u HNK (iz mog iskustva) te ne nastoji svoje nedostatke i manjak inspiracije zakopati u neku "raskoš". Nije nametljiva, suptilna je, lagano vas uvuče i onda udari po emocijama, ali svi likovi su tako duboko humani da je barem meni tesko u potpunosti zauzeti jednu stranu i podijeliti dobro i zlo, empatizirati sa svima.

Tema bliska tadašnjoj situaciji, 9/10

Blagoslovio vas svemogući Bog, Otac, Sin i Duh Sveti, Amen

Najbolja predstava ikad najbolji glumci redatelji postava cijela radnja
pocetak kraj frabula 11/10

Životopis autorice

Lidija Ivanda voditeljica je Umjetničke organizacije Teatar Erato i direktorica produkcijske kuće Ars septima doo. Producira filmove i kazališne predstave, povremeno predaje na dodiplomskim i diplomskim studijima, organizira edukativne radionice, festivale i ljetne interdisciplinarne škole u Grožnjanu (Erato Summer CAMP). Diplomirala je na Akademiji dramskih umjetnosti u Zagrebu, na odsjeku Produkcije za film, tv i kazalište te stekla zvanje akademskog producenta. Dugo je godina bila vanjska suradnica *Hrvatske radiotelevizije*. Članica je *Hrvatske udruge producenata*, *Hrvatskog društva dramskih umjetnika* i *U.S. Alumni* zajednice Hrvatska.

Potpisuje produkciju šest igranih i dokumentarnih filmova, od kojih izdvaja višestruko nagrađene: *Lea i Darija* (r. B. Ivanda), *Srećen za umret* (r. M. Luzar) i *Opsesija Vanka* (r. B. Ivanda).

U kazalištu producira više desetaka predstava i koncertnih čitanja drama, među kojima ističe: *Kad svijeće dogore* (r. B. Ivanda), *Ča je život vengo...* (r. B. Brajčić), *Tvornica Hrvata* (r. D. Krešić), *Judith French* (r. V. Vorkapić), *Od tišine do glazbe* (r. I. Đuričić), *Veliki odlazak* (r. Z. Jelčić), *Iskrica* (r. I. Kunčević), i *Filantrop* (r. B. Ivanda).

Tiskano je pet knjiga priča i nerealiziranih filmskih scenarija hrvatskih redatelja (Z. Berković, V. Mimica, Z. Tadić i A. Peterlić, B. Ivanda i N. Ivanda), kojima je urednica ili suurednica te nakladnica.

Objavila je slijedeće članke:

Ivanda, L., Rocco, S.: Disable(d) - inclusion in cultural life of Croatia // *International Journal of Multidisciplinarity in Business and science*. 12 (2019); Vol. 5, No. 8, str. 13-20, UDK: 316.7-056.26(497.5), JEL: Z10; D78;

Ivanda, L.: Kako različite publike iščitavaju film. *U potrazi za zajedničkim nazivnikom - komunikacija, turizam, nacionalna kultura i brend*. Zbornik radova, Edward Berneys University College, Zagreb, 2020, str. 267-297, ISBN 978-953-58317-4-7