

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**

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**

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**

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 svijete 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 natjecajima, 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; civilno-javno partnerstvo, koprodukcija, nezavisna scena

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 to 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; civil - private partnership, coproduction, independent scene

SADRŽAJ

1. Uvod.....	1
1.1. Problematika i predmet istraživanja.....	1
1.2. Ciljevi istraživanja i hipoteze.....	3
1.3. Metodologija istraživanja.....	7
1.4. Struktura doktorskog rada.....	8
1.5. Očekivani znanstveni doprinos rada.....	8
2. Teorijska polazišta.....	11
2.1. Javno-privatno partnerstvo.....	14
3. Metodološki okvir.....	17
3.1. Praktični vodič za istraživače početnike.....	22
3.2. Segmentirano istraživanje.....	23
4. Fenomen kazališnih publika.....	30
5. Publika u okruženju.....	38
6. Razvoj publike – polazna određenja.....	50
7. Izdvojena dosadašnja istraživanja.....	55
8. O produkciji i distribuciji predstave Kad svijeće dogore – studija slučaja.....	63
9. Empirijska istraživanja.....	65
9.1. SWOT analiza – identifikacija vlastitih iskustava Teatra Erato.....	65
9.2. Istraživanje i identifikacija iskustava autorske i izvođačke ekipe.....	73
9.3. Istraživanje nezavisne mreže.....	83
9.4. Dubinski intervjui.....	86
9.5. Istraživanja publika.....	92
10. Rasprava o rezultatima istraživanja.....	105
Zaključak.....	124
Literatura.....	129

Popis tablica	138
Popis slika.....	139
Prilog 1 - Praktični vodič za istraživače početnike	140
Prilog 2 - Pitanja za autorsku i izvođačku ekipu predstave.....	141
Kad svijeće dogore	141
Prilog 3 - Istraživanje unutar neovisne mreže	142
Prilog 4 - Anketni upitnik za istraživanje uz izvedbu predstave Kad svijeće dogore	150
Prilog 5 - HNK - drama, podaci o broju gostovanja 2021-2024	152
Prilog 6 - Istraživanje među publikom Koncertnog čitanja u KIC-u	153
Prilog 7 - istraživanje unutar grupe studenata	164
Životopis autorice.....	173

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. Javno-suradnički kazališni projekti - koprodukcije nacionalnih s nezavisnim kazalištima, međunarodne mreže, projekti digitalizacije ili participativni programi u javnom prostoru - postaju jedno od ključnih polja istraživanja publike jer istodobno mijenjaju produkcijske modele, načine financiranja i oblike sudjelovanja publike.

1.1. Problematika i predmet istraživanja

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).

Predmet istraživanja publike u suvremenim kulturnim i kazališnim studijima obuhvaća načine na koje ljudi pristupaju, sudjeluju i ostaju u odnosu s umjetničkim organizacijama – ne samo koliko njih dolazi, nego tko su, što traže i kako se taj odnos može produbiti i proširiti (Lukić 2010:

225). U međunarodnom kontekstu istraživanja su se razvila od klasičnih kvantitativnih mjerenja posjećenosti i demografije prema složenijim modelima koji publiku promatraju kao aktivne sudionike i su-kreatore, a ne kao pasivne potrošače kulturnih sadržaja.

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). Nedostatak longitudinalnih istraživanja u Hrvatskoj ogleda se u tome što se razvoj publike često svodi na kratkoročne projekte i marketinške aktivnosti, dok dugoročno, interdisciplinarno istraživanje publika i sustavno učenje iz javno-suradničkih projekata tek uzima maha.

Što razvoj publike (za nezavisnu scenu) znači? Je li to brojčano povećanje gledatelja u kazalištu? Produbljivanje interesa postojeće publike? Odgoj mladih i razvijanje kreativnih sposobnosti? Je li to tehnološka i medijska 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 tek treba otkriti?

1.2. Ciljevi istraživanja i hipoteze

Primarni je cilj utvrditi temeljne sličnosti i razlike u poimanju kreativnih i umjetničkih ciljeva, razmimoilaženja ili podudaranja u organizacijskim, produkcijskim i drugim modusima i kulturama rada, a sve unutar suradničkih projekata javnog i privatnog kazališta (koprodukcija između javnih kazališnih institucija i nezavisnih kazališnih organizacija). Pritom se nastojalo identificirati na koji način različiti institucionalni okviri (javna i nezavisna scena) percipiraju umjetničku izvrsnost, spremnost na estetski rizik, modele upravljanja procesom rada te raspodjelu odgovornosti i moći u zajedničkim projektima.

Sekundarni je cilj istraživanja analizirati kako takvi suradnički projekti utječu na razvoj publike i transformaciju partnerskih organizacija:

- (a) u kojoj mjeri i na koji način javno-privatne koprodukcije doprinose širenju i diversifikaciji kazališne publike te produbljivanju odnosa s postojećim gledateljima;
- (b) kako javno-privatna suradnja utječe na organizacijske kapacitete, vidljivost i strateško pozicioniranje uključenih kazališta u kulturnom polju. Na taj se način istraživanje nastoji pozicionirati u širi okvir proučavanja razvoja publike i javno-suradničkih modela u kulturi, s naglaskom na specifičnosti hrvatskog institucionalnog i nezavisnog kazališnog sustava.

Ciljevi istraživanja na studiji slučaja usmjereni su na diseminaciju i razvoj publika te na razvoj suradničkih praksi, pri čemu se studija slučaja ne promatra samo kao izolirani projekt, nego kao model koji se može ponavljati i prilagođavati u drugim kontekstima. Ciljeve će se valorizirati putem sljedećih pokazatelja:

1. Javnu distribuciju predstave: izvođenje predstave *Kad svijete dogore* izvan matične pozornice HNK-a putem gostovanja, suradnje s drugim lokalnim institucijama i organizatorima te festivalima – čime se dosežu nove publike koje inače možda ne bi dolazile u nacionalno kazalište. Svako novo igranje u drugačijem okruženju (drugi grad, druga vrsta prostora, druga partnerska organizacija ili institucija) prilika je za testiranje reakcija publike, prikupljanje povratnih informacija i prilagodbu komunikacijskih i programskih strategija razvoja publike.
2. Nove projekte Erata s javnim kazalištima; na temelju ove koprodukcije cilj je potaknuti razvoj novih projekata Teatra Erato s javnim kazalištima, pri čemu se gradi dugoročniji model

civilno-javnog partnerstva, a ne jednokratna suradnja. Takvi projekti uključuju zajedničke produkcije, razmjenu ansambala i kreativnih timova, dijeljenje prostora i resursa te zajedničke programe razvoja publike, što je u skladu s kulturnim politikama koje potiču javno-civilno partnerstvo i programe razvoja publike u kulturi.

3. Edukaciju i razvoj publike u interakciji s autorima i izvođačima kazališnog djela: razgovore nakon predstave, radionice, susrete s publikom, panel-rasprave, vođene razgovore o tekstu i režiji i sl. Takve aktivnosti prekoračuju okvir „pasivnog gledanja“ i uvode publiku u proces stvaranja – publika dobiva priliku postavljati pitanja, iznositi dojmove i kritike, a autori i izvođači stječu bolji uvid u potrebe, očekivanja i prepreke s kojima se publika susreće. To je u skladu sa suvremenim shvaćanjem razvoja publike kao *rada sa publikom*, a ne samo *rada za publiku* (kurziv je naš).

Na taj način ciljevi studije slučaja povezuju tri razine: širenje dosega predstave (diseminacija), izgradnju održivih modela suradnje između nezavisne i javne scene (suradničke prakse) te produbljivanje odnosa s publikom kroz edukativne i participativne formate vezane uz konkretno kazališno djelo.

U doktorskom je radu, u svrhu istraživanja, postavljeno pet znanstvenih hipoteza:

H1: *Suradnja javnih kazališnih institucija i nezavisnih kazališnih organizacija u RH pozitivno utječe na razvoj organizacija, jačanje njihovih organizacijskih i profesionalnih kapaciteta te na njihovu konkurentnost u kulturnom polju.*

Hipoteza 1 polazi od pretpostavke da javno-privatni modeli suradnje – u ovom slučaju koprodukcije između javnih kazališnih institucija i nezavisnih kazališnih organizacija – generiraju višestruke učinke na organizacije koje u njima sudjeluju. Razvoju organizacija svakako doprinosi razmjena znanja, iskustava i radnih kultura, što potiče obje strane javno-privatnog suradničkog projekta da preispitaju vlastite rutine i standarde, uvedu nova organizacijska rješenja, drukčije pristupaju planiranju programa ili promjenama u internim komunikacijskim praksama.

***H2:** Nezavisne kazališne organizacije raspolažu većim stupnjem kreativne autonomije u odnosu na javna kazališta u RH, osobito u pogledu odabira repertoara, umjetničkih postupaka i organizacije rada.*

Hipoteza 2 pretpostavlja da institucionalna kazališta češće moraju voditi računa o očekivanjima financijera i osnivača te djelovati u okviru tradicionalno zadane društvene uloge ili kulturno-političke zadaće. U repertoarnom odlučivanju to znači da nezavisne organizacije lakše biraju provokativne, eksperimentalne ili politički „osjetljive“ naslove, imaju veću slobodu u eksperimentiranju s formom (interdisciplinarni ili *site-specific* projekti, participativni formati, radikalne redateljske koncepcije i tsl.), dok su javna kazališta više orijentirana klasičnom repertoaru. Dalje se pretpostavlja da nezavisne organizacije fleksibilnije organiziraju rad (projektni timovi, promjenjive uloge, horizontalnije odlučivanje), dok su javna kazališta često strukturirana hijerarhijski, s fiksnim ansamblom, jasno podijeljenim funkcijama i formaliziranim procedurama.

***H3:** Javna kazališta, zbog institucionalnog statusa i resursne baze, imaju produkcijsku i organizacijsku prednost u odnosu na nezavisnu kazališnu scenu.*

Ova hipoteza polazi od pretpostavke da institucionalni status javnih kazališta (javna ustanova, stabilno javno financiranje, osigurano financiranje hladnog pogona, razvijena infrastruktura) stvara strukturnu produkcijsku i organizacijsku prednost u odnosu na nezavisnu scenu. Javna kazališta raspolažu stabilnijim proračunskim sredstvima, vlastitim dvoranama, tehničkom opremom, radionicama i logističkim servisima, što omogućuje dugoročno planiranje i realizaciju složenijih, složenijih produkcija. Nezavisne organizacije fleksibilnije organiziraju rad (projektni timovi, promjenjive uloge, horizontalnije odlučivanje), dok su javna kazališta često strukturirana hijerarhijski, s fiksnim ansamblom, jasno podijeljenim funkcijama i formaliziranim procedurama.

Hipoteza pritom ne tvrdi da su javna kazališta nužno umjetnički inovativnija, nego da uživaju sistemsku prednost u uvjetima rada u odnosu na organizacijski i financijski nestabilniju nezavisnu scenu.

H4: *Nezavisna kazališta nalaze se u nepovoljnijem položaju u pregovaračkim procesima i procesima odlučivanja u odnosu na javne kazališne institucije, osobito u kontekstu koprodukcija i partnerskih suradnji.*

Javne kazališne institucije zbog formalnog statusa javnih ustanova i veće vidljivosti, na samom početku imaju veću pregovaračku moć i utjecaj u definiranju: uvjeta suradnje, raspodjele troškova i prihoda, trajanja igranja, korištenja prostora, raspoloživosti ansambla i vlastitog angažmana na realizaciji vidljivosti projekta. Nezavisna kazališta najčešće djeluju kao udruge ili umjetničke organizacije, s mogućnošću znatno manjih materijalnih ulaganja, što umanjuje njihovu pregovaračku poziciju u postavljanju zahtjeva ili uvjeta suradnje. Često to znači da u pregovorima nastupaju s pozicije potrebe (pristup sceni, tehnici, publici), a ne ravnopravnog partnerstva.

H5: *Javno-privatna suradnja kazališnih institucija i nezavisnih kazališta doprinosi povećanju njihove vidljivosti te potiče razvoj i diversifikaciju kazališne publike.*

Hipoteza 5 pretpostavlja da povezivanje javnih kazališnih institucija i nezavisnih kazališta stvara sinergiju koja jača vidljivost obje strane i otvara prostor za razvoj i raznoliku publiku. Javne institucije raspolažu simboličkim kapitalom (status, prepoznatljiv *brand*), dok nezavisna kazališta donose inovativne formate, eksperimentalne estetike i pristup novim, često mlađim ili specifično profiliranim publikama.

Takva suradnja pogoduje razvoju i diversifikaciji publike na nekoliko razina: geografski (izlazak iz središnjih institucija prema kvartovima, manjim gradovima, alternativnim prostorima), sociodemografski (mladi, marginalizirane skupine, zajednice koje rijetko posjećuju kazališta), interesno (publika zainteresirana za nove forme, društveno angažirane teme, participativne formate).

Teza implicira da javno-privatna suradnja u kazalištu nije samo financijski ili produkcijski aranžman, nego i alat kulturne politike za razvoj publike: kombiniranjem resursa i različitih umjetničkih pristupa, kazališta postaju pristupačnija, vidljivija i relevantnija širem spektru građana.

1.3. Metodologija istraživanja

Razvoj publike se u ovome radu istražuje u dostupnim teorijskim i statističkim uvidima te iskustvima iz prakse.

Različite metode znanstvenoga istraživanja čine metodologiju istraživanja provedenih u ovom radu. One su odabrane tako da omoguće cjelovit uvid u fenomen javno-privatne suradnje i razvoja publike u kazališnoj umjetnosti, kombinirajući teorijski uvid, iskustva sudionika i stavove publike. Općim znanstvenim metodama provedena je analiza sekundarnih podataka različitih javnih publikacija (zakonskih i strateških dokumenata, statističkih izvješća, stručne i znanstvene literature), čime je postavljen teorijski i kontekstualni okvir istraživanja te identificirani ključni pojmovi i trendovi na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

Empirijsko istraživanje obuhvaća prikupljanje primarnih podataka i provedeno je u pet međusobno povezanih segmenata. U prvom segmentu korištena je SWOT analiza kako bi se na sustavan način identificirale snage, slabosti, prilike i prijetnje javno-privatne suradnje u kazališnom sektoru. Rezultati SWOT analize poslužili su kao polazište za kreiranje prijedloga modela javno-privatne suradnje, odnosno za artikuliranje onih elemenata koji takvu suradnju mogu učiniti održivom i korisnom za sve uključene aktere.

Drugi i treći segment obuhvaćaju kvalitativno metodološko istraživanje usmjereno na razumijevanje iskustava i perspektiva praktičara. U drugom segmentu analizirana su iskustva autorskog i izvođačkog tima predstave *Kad svijeće dogore*, pri čemu se kroz polustrukturirane razgovore i refleksije sudionika istražuju specifičnosti produkcijskog procesa, odnosa s partnerima te načini uključivanja publike. Treći segment obuhvaća kvalitativno istraživanje iskustava 24 predstavnika nezavisne kazališne scene u Hrvatskoj, čime se mapira širi spektar praksi i modela suradnji te prepoznaju zajednički izazovi, potrebe i potencijali nezavisnih kazališnih organizacija.

U četvrtom segmentu primijenjena je metoda dubinskih intervju sa sedam voditelja nezavisnih kazališta. Dubinski intervjui omogućili su detaljno mapiranje učestalosti javno-privatnih suradnji te identificiranje njihovih glavnih značajki (oblici suradnje, trajanje, financijski i organizacijski aranžmani, percepcija koristi i rizika). Na taj se način produbljuju nalazi prethodnih segmenata i dobiva jasnija slika o stvarnim obrascima suradnje u praksi.

Peti segment odnosi se na kombinirano kvalitativno i kvantitativno istraživanje publika. Putem anketnog upitnika i dodatnih otvorenih pitanja prikupljeni su podaci o sociodemografskim obilježjima ispitanika, njihovim motivacijama i navikama posjećivanja kazališta te o percepciji dvaju izvedbenih oblika: kazališne predstave i koncertnog čitanja. Kvantitativni dio omogućuje statističku analizu učestalosti i obrazaca ponašanja, dok kvalitativni odgovori produbljuju razumijevanje razloga i značenja koje publika pridaje različitim izvedbenim formatima. Zajedno ti podaci doprinose boljem razumijevanju potencijala različitih formata za razvoj publike i za primjenu modela javno-privatne suradnje.

1.4. Struktura doktorskog rada

Doktorski rad sastoji se od jedanaest logički povezanih cjelina. U *Uvodu* se razrađuju problem i predmet istraživanja, ciljevi i hipoteze, korištene metode te ukratko opisuje struktura poglavlja i očekivani znanstveni doprinos. Drugo poglavlje, *Teorijski okvir*, daje pregled teatroloških i drugih uvida koji su poslužili kao podloga za istraživanje. *Metodološki okvir* objašnjava odabrani istraživački pristup, tip istraživanja, metode prikupljanja i obrade podataka, uz obrazloženje segmentiranog istraživanja. U poglavljima o publici i razvoju publike definiraju se pojmovi, prikazuju osnovna polazišta i neka dosadašnja teorijska istraživanja publika te kontekst. Osmo poglavlje daje kratki uvid *O produkciji i distribuciji predstave Kad svijeće dogore - studija slučaja*, kao zasebnom empirijskom dijelu rada. *Empirijska istraživanja* strukturirana su u više podcjelina: SWOT analiza vlastitih iskustava Teatra Erato, istraživanje autorske i izvođačke ekipe, istraživanje unutar nezavisne mreže, dubinski intervjui te istraživanja publika u različitim kontekstima izvedbi. Nakon toga slijedi deseto poglavlje i integrirana *Rasprava o rezultatima* u odnosu na postavljene hipoteze i teorijski okvir. Rad završava zaključkom, popisom literature, tablica i slika te nizom priloga (vodič za istraživače, upitnici, vodiči za intervjue, dodatni empirijski podaci), što omogućuje transparentnost i replikabilnost istraživanja.

1.5. Očekivani znanstveni doprinos rada

Nakon provedenih istraživanja, u raspravi su interpretirana prikupljena i zabilježena iskustva i empirijski nalazi te uspoređena s teorijskim smjernicama i kulturnim politikama. Na temelju te

usporedbe artikulirani su primjenjivi zaključci za buduće kreativno djelovanje, s posebnim naglaskom na javno-privatne koprodukcije i razvoj publike.

Verifikacija zaključaka provedena je na tri razine:

- (3) mjerljivim ishodima studije slučaja predstave *Kad svijeće dogore* (broj izvedbi, gostovanja, festivalski nastupi, nagrade);
- (4) usporedbom s postojećim kvantitativnim podacima (izvješća Državnog zavoda za statistiku i drugih izvora);
- (5) tematskom analizom podataka iz intervjua, anketa i upitnika, u kojoj su se kvalitativni uvidi u iskustva aktera doveli u vezu s teorijskim konceptima razvoja publike.

Slijedom navedenog, čekivani znanstveni doprinosi predloženog rada su:

- identificiranje ključnih parametara javno-civilnog partnerstva, odnosno koprodukcija nezavisne kazališne scene s javnim institucijama ,
- vrednovanje funkcionalnih značajki za razvoj publike, osobito na nezavisnoj kazališnoj sceni
- definiranje optimalnog modela javno-privatne suradnje temeljenog na znanju i stečenom iskustvu
- poticanje i diseminacija sličnih suradničkih projekata.

Osim što će rezultati biti objavljeni u okviru doktorskog rada, 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 sl., ali je i platforma gdje se produkcijske i produktivne dvojbe i

odluke te uvjeti rada mogu ispitati, mijenjati, aktualizirati (Hannula, Suoranta i Vaden 2010: 33-34).

Zaključno, autorica pozicionira istraživanje kao most između znanstvenog i umjetničkog polja: kreativna praksa – konkretno stvaranje i izvođenje predstave – tretira se kao relevantan izvor znanja koji može povezati teorijske modele razvoja publike, kulturne politike i kvantitativne podatke s iskustvom konkretnih kazališnih procesa i odnosa s publikom. Time se želi pokazati da *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) nije samo ilustracija teorije, nego aktivni doprinos razvoju znanstvenih i akademskih promišljanja o kazalištu, kulturi, umjetnosti i publikama.

2. Teorijska polazišta

Nikola Batušić, jedan je od prvih hrvatskih teatrologa koji je upozoravao na važnost publike i njene uloge u kazalištu. “Brojnost publike, njena sociološka struktura, njeno vladanje u gledalištu za vrijeme izvedbe, ali i njen odnos prema viđenom nakon predstave, glas u javnosti što ga upravo ona tvori prihvaćajući ili odbacujući ponuđeno i prikazano, jednako su bitni elementi u procjeni značajnosti scenskoga zbivanja, kao i književna, odnosno glazbena obilježja njegova predloška ili pak stilski obrisi kolektivne interpretacije. Sociopolitička slika publike, te važne i presudne odrednice predstave, bitno je područje teatrološkoga ispitivanja, jer će se u njemu pronaći možda najzanimljiviji podaci o promjenjivosti recepcije pojedinoga djela na pozornici i u sinkronijskom i u dijakronijskom promatranju njegova scenskoga trajanja.” (Batušić, 1991: 92).

Kazalište je još od antike jedan od ključnih medija umjetničke komunikacije, s jakim i nezamjenjivim utjecajem na društvo: sudjeluje u oblikovanju identiteta pojedinaca i kolektiva – od lokalnih zajednica do nacija – te djeluje kao njihova svojevrsna duhovna projekcija. Istodobno, razvoj novih umjetničkih formi (festivali, live koncerti, intermedijalni događaji) i širenje digitalnog okruženja stalno povećavaju broj kulturnih izbora za publike, čime kazalište dolazi u sve izraženiji položaj konkurencije. Iako se tradicionalno percipira kao prostor opuštanja i odmaka od svakodnevice, u posljednjih se dvadesetak godina suočava s ozbiljnim izazovom – dugoročnim trendom pada posjećenosti i interesa dijela publike (Yang i Lu, 2024: 121).

Superioran stav prema publici, podcjenjivanje njene sposobnosti i kompetencije pri prosudbi kvalitete, značenja ili smisla kazališnog djela odnosno stav da je se stalno treba educirati, dominira kroz cijelu kazališnu povijest (Nikčević u Senker, Bunčić-Glužančić ur., 2016: 151). Osnivanje nacionalnih kazališta u 19. stoljeću, kao i osnivanja drugih javnih kulturnih institucija zbog društvenih promjena i formiranja modernih država, imala su za cilj obrazovanje naroda i definiranje nacionalnog identiteta (isto). No, podjela na obrazovanu i neobrazovanu publiku seže još od Platona i nije se mijenjala do suvremenog doba. Takvo tretiranje kazališta i publike, tvrdi dalje autorica, uz vladavinu autorskog (redateljskog) kazališta u drugoj polovici dvadesetog stoljeća, zatim negiranje i izostanak pozitivnih vrijednosti i emocija u dramskim tekstovima i

izvedbama, dovelo je publiku do jedinog mogućeg izlaza, a to je “bijeg iz kazališta” (isto, 154-155).

Uzroke takozvane krize kazališta, Ana Lederer u knjizi *Zakulisje*, svojevrsnom dnevniku intendantke prakse, promatra iz više aspekata no ističe problem sve veće *estradijacije kulture i kazališta* i, kao zasebnu kategoriju, *krizu dramske publike* (kurziv je naš) (Lederer, 2023: 23). Autorica to smatra posljedicom “isključivo umjetničko-repertoarnih izbora” (isto). Upozorava i na izostanak relevantne kazališne kritike te medijski površni i krivi pristup kazalištu, koji nerijetko krivim objavama, unaprijed selektira publiku na kategorije poput ‘umjetničke elite’ i tako predmnijeva da ozbiljna dramska predstava, nastala prema intelektualno ozbiljnijoj i zahtjevnijoj literaturi, može imati samo malobrojnu publiku (isto, 36-37). Stabilnim i promišljenim produkcijsko-umjetničkim djelovanjem, bez podilaženja *populističkim imperativima* (kurziv je naš), a koji su zamagljeni “sintagmom tzv. *razvoja i privlačenja publike*”, autorica brojnim primjerima navedenim u knjizi dokazuje da je moguće imati vrlo visoku posjećenost dramske publike iako, kako naglašava, statistički podaci nisu nikakav pokazatelj umjetničkih ili estetskih dosega (isto: 36).

Kulturne javne institucije, osobito nacionalna kazališta u post-socijalističkim društvima, djeluju ne samo kao mjesta umjetničke izvedbe, nego i kao simbolička središta kontinuiteta i stalne reinterpretacije nacionalnog identiteta (Zelić, Glavaš i Šebo, 2025: 322). Publika je svim kazališnim upravama važna tema i cilj, neovisno o društvenoj ulozi ili kulturno-političkoj zadaći kazališta (Luković i Gigović u Petranović ur., 2025: 557), a u novije vrijeme najvažnija stvar za gotovo sva kazališta (Yang i Lu, 2024: 121).

Istraživanja pokazuju pozitivne učinke kazališta na ljude, osobito na mlađu populaciju, u pogledu njihova fizičkog, emocionalnog i društvenog odnosa prema kulturi i umjetnosti (Levy, 2007: 66–69). To dijelom objašnjava zašto su mnoge europske zemlje od 2000-ih dale veću važnost razvoju publike u sklopu svojih kulturnih politika (Kawashima, 2000: 1). Hrvatska ne zaostaje u vlastitim strateškim planovima i programima, ali i sudjelovanjem unutar planova Europske unije. Tako su izrađeni među ostalim: Strateški plan Ministarstva kulture RH (2019. – 2021.), Program Kreativna Europa (2014. – 2020.), Program razvoja kulture Grada Zagreba za 2024. – 2030. i sl.

Britansko društvo prednjači po brojnim znanstvenim istraživanjima i sustavnim praćenjima publika. Godine 2006., Arts Council England, definirao je razvoj publike kao: Aktivnost koja se poduzima upravo s ciljem zadovoljavanja potreba postojeće i potencijalne publike te kako bi se umjetničkim organizacijama pomoglo da razviju trajne odnose s publikom. Može obuhvaćati elemente marketinga, naručivanja novih djela, programiranja, edukacije, brige o korisnicima i distribucije (Barlow i Shibli, 2010: 105). Europska komisija definira razvoj publike kao: "... strateški i interaktivni proces kojim kulturne organizacije čine umjetnost široko dostupnom. Cilj mu je uključiti pojedince i zajednice u potpuno doživljavanje, uživanje, sudjelovanje i vrednovanje umjetnosti. Fokus je na dvosmjernoj razmjeni." (European Commission: European Audiences: 2020 and beyond - Conference conclusions). Ministarstvo kulture i medija RH u javnim pozivima za predlaganje programa koji potiču razvoj publike u kulturi u Republici Hrvatskoj i uputama za prijavitelje, pojašnjavaju: "Razvoj publike usmjeren je prvenstveno na kreiranje dugoročnih procesa i aktivnosti koje će učiniti programe u kulturi i umjetnosti dostupnijima, prepoznajući različitost publika i njihovih potreba. Aktivnosti razvoja publike usmjerene su na potrebe i interese postojeće publike, kao i na stvaranje nove publike." (Ministarstvo kulture i medija, službene stranice, pregledano 18.10.2024.)

Dragičević Šešić i Dragojević ističu da „razvoj publike pretpostavlja dugoročni sustavni angažman, bez obzira je li u pitanju animacija (ne)publike, razvoj mlade publike ili programsko – metodološke inovacije koje otvaraju put prema specifičnim socijalnim grupama“ (Dragičević Šešić i Dragojević, 2008: 124).

U posljednjem desetljeću pokrenut je niz istraživanja i inicijativa usmjerenih na prepoznavanje načina zaštite kulturnog i kreativnog sektora, ali i na artikuliranje uloga koje kultura može imati kao dio rješenja za lokalne i globalne izazove budućnosti i veću iskoristivost kreativnih industrija. Kako su ranija istraživanja pokazala relativnu rezistentnost kulturnog i kreativnog sektora u odnosu na prethodne ekonomske krize (Ey, 2014 u Matanovac Vučković Uzelac i Vidović ur., 2022: 20), argumentira se da taj sektor treba i dalje sustavno razvijati kao važnu sastavnicu ukupnog društvenog i gospodarskog razvoja.

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). Neke od

poticajnih mjera za razvoj publike i Programu razvoja kulture Grada Zagreba za 2024. – 2030. i poglavlju posebnih ciljeva, naveden *Posebni cilj 1. Stabilizirati i unaprijediti uvjete umjetničkog i kulturnog rada i stvaralaštva te osnažiti razvojne, eksperimentalne i inovativne stvaralačke prakse*, a kao druga stavka: “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.).

2.1. Javno-privatno partnerstvo

Javno - privatno partnerstvo (u daljnjem tekstu JPP) nema jednoznačnu definiciju niti unutar Europske unije niti u zakonodavstvu Republike Hrvatske. U širem smislu, JPP se definira kao skup zajedničkih inicijativa javnog, s jedne strane te privatnoga profitnog i neprofitnog sektora, s druge strane, u kojemu svaki subjekt ulaže određene resurse te sudjeluje u planiranju i odlučivanju (Barković i Širić, 2010: 185). U užem smislu pod pojmom JPP podrazumijevaju se kooperativni pothvati u sklopu kojih javni i privatni sektor udružuju resurse i stručna znanja kako bi kroz prikladne alokacije resursa, znanja i nagrada zadovoljili neku javnu potrebu. (Marenjak JPP definira kao model financiranja i ugovaranja javne infrastrukture (Marenjak i dr., 2007: 598); Jurčić (2008: 454) pod pojmom JPP-a podrazumijeva suradnju privatnog i javnog sektora koja kao zajednički cilj ima razvitak određenog javnog projekta (prema Barković i Širić, 2010: 186). Većina tumačenja se slaže da je to neki oblik dugoročne suradnje između javnog i privatnog sektora u cilju pružanja neke javne usluge, pri čemu privatni investitor financijskim i upravljačkim potencijalima pridonosi inovativnijem i kvalitetnijem pružanju javnih usluga, a javni pružatelj usluga odgovara za kvalitetu i ispunjenje potrebe građana. (Zakon o javno-privatnom partnerstvu, NN 78/12). Prema Marenjak i dr. (2007: 598) i *Zelenoj knjizi* Europske unije, a čije se smjernice odnose uglavnom na izgradnju javne infrastrukture, za JPP su karakteristični slijedeći temeljni elementi: dugo trajanje ugovorenog odnosa između partnera, način financiranja se uglavnom oslanja na sredstva privatnog partnera (državna sredstva nisu isključena), javni partner definira ciljeve od javnog interesa te definira zahtjeve (standardi izgradnje, održavanja i kvaliteta usluga), na privatnog se partnera prenose rizici koji bi inače bili na teret javnog (raspodjela rizika se također dogovara), javni partner plaća naknadu privatnom partneru za izgradnju i vođenje izgrađene građevine te preuzima obvezu da će se izgrađenom

građevinom koristiti za ugovorenu namjenu, izgrađena se građevina nakon ugovorenog razdoblja vraća u vlasništvo javnom sektoru.

Ove klasične, ekonomske definicije javno - privatnog partnerstva nisu u cjelosti primjenjive na područje kulture, no cilje je isti - pružanje javne usluge, odn. zadovoljavanje neke javne potrebe.

Zato se za suradnje i suradničke projekte među kulturnim akterima između javnih ustanova i institucija i organizacija civilnog društva, u koje spadaju i umjetničke organizacije, udruge i sl., a kojima su osnivači fizičke osobe, učestalo i formalno koristi termin civilno-javno partnerstvo.

Zaklada Kultura Nova, u okviru *Biblioteke Kultura Nova*, objavila je brošuru *Prema institucionalnom pluralizmu: Razvoj društveno–kulturnih centara*, koja se bavi društveno-kulturnim centrima čiji su temelji civilno-javno partnerstvo i sudioničko upravljanje. Ova brošura se još naziva i *Radna bilježnica* jer služi kao preporuka za različite “radne” definicije koncepata i pojmova koji se predlažu za daljnju razradu u ovisnosti o lokalnim okruženjima u kojima društveno-kulturni centri egzistiraju (Vidović u Vidović ur., 2015: 3). Davor Mišković tvrdi da civilno-javno partnerstvo bolje odgovara rastućim potrebama za integracijom šarolikih kulturnih, umjetničkih i društvenih praksi nego javno-privatno (Mišković u Vidović ur., 2015: 7). To obrazlaže prvenstveno činjenicom da su civilne udruge potkapacitirane u ljudskim resursima jer se projektno financiraju pa, u skladu s tim, njihov je razvoj i financiranje determinirano programom (isto).

Udruga *Operacija grad* izradila je i javno predstavila (2022. godine) svojevrsni priručnik za civilno-javno partnerstvo: *Kodeks dobre prakse uspostave i funkcioniranja civilno-javnog partnerstva*. Priručnik je nastao u sklopu projekta *Kulturna politika odozdo – Od dobrih praksi društveno-kulturnih centara do održivog okvira za sudioničko upravljanje*, financiran je u okviru EGP grantova i dostupan je na mrežnim stranicama *Mreže društveno-kulturnih centara* i *Operacije grad*. Kodeks kategoriju civilno-javnog partnerstva definira kao: “... zajedničko i suradničko djelovanje i dijalog između javnog i civilnog sektora u svrhu kvalitetnijeg, djelotvornijeg i učinkovitijeg upravljanja i korištenja javnih resursa u odnosu na konvencionalne i tradicionalne pristupe. Dijeljenjem odgovornosti u upravljanju te kvalitetnom povezanošću civilnih i javnih aktera uspostavlja se novi model strukture i procesa organizacije korištenja javnih resursa.”, a kao glavni cilj: poticanje sudjelovanja građana i zainteresirane javnosti u

upravljanju javnim dobrima. U slijedećim navodima, razvrstavaju se postojeći oblici civilno-javnog partnerstva: zajednička ustanova, tijelo pri javnoj, lokalnoj ili regionalnoj samoupravi, tijelo pri javnoj ustanovi i suradnja u upravljanju, opet s naglaskom na kratkoročne ili projektno orijentirane suradnje.

U praksi se najčešće upotrebljava kolokvijalni pojam *koprodukcija*, a koji u najjednostavnijem obliku pretpostavlja "... usluge stvorene suradnjom profesionalaca i zaposlenika u javnim ustanovama i građanima te zajednicama." (Kuljanac u Jerbović ur., 2018:32). Ovaj pojam je najrašireniji i najčešći u audiovizualnoj, odnosno filmskoj produkciji, a kako autorica djeluje i u toj grani, u ovom se radu neće raditi distinkcije između pojmova civilno-javno i javno-privatno partnerstvo ili koprodukcija jer suradnja između nezavisnih kazališta i javnih institucija podrazumijeva specifični spoj svega navedenog.

3. Metodološki okvir

Teatar je društveni fenomen *par excellence* i kao takav, 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).

Uvažavajući posebnost kazališnog fenomena, istraživanju se u ovome radu pristupilo dvojako: s jedne strane kroz teorijsko istraživanje kulturnih politika i strategija usmjerenih na razvoj publike, a s druge kroz empirijsko istraživanje među akterima stvaranja i uživanja, odnosno recepcije i konzumiranja kulturnih sadržaja. Teorijski dio obuhvaća analizu relevantnih dokumenata kulturne politike, strateških planova, zakonskog okvira i stručne literature, kako bi se utvrdilo na koji način je razvoj publike normativno i programski postavljen te koje se ciljne skupine, ciljevi i instrumenti pritom ističu. Empirijski dio usmjerava se na praktična iskustva i percepcije sudionika kazališnog polja – umjetnika, voditelja organizacija i publike – kako bi se prepoznalo u kojoj su mjeri deklarirani ciljevi kulturnih politika doista mogući i koji se ostvaruju u praksi.

Kao osnovni metodološki okvir definira se perspektiva nezavisne scene, jer upravo nezavisna kazališna produkcija često djeluje uz ograničene resurse, ali s visokim stupnjem inovativnosti, fleksibilnosti i eksperimentalnosti. Unutar takvoga okvira, uz oslanjanje na osobne kompetencije, profesionalna iskustva i refleksije većeg broja aktera, razmatra se održivost nezavisnih kazališnih organizacija i mogućnosti razvoja njihove publike. Takva perspektiva omogućuje da se razvoj publike sagledava ne samo kao rezultat marketinških aktivnosti, nego i kao proces koji je duboko povezan s organizacijskim modelima, uvjetima rada, partnerskim mrežama i načinima financiranja nezavisne scene.

Važnost istraživanja proizlazi iz uočenog nedostatka sustavnih, dugoročnih i metodološki razrađenih istraživanja publika u Hrvatskoj, osobito u području nezavisne kazališne produkcije. Dosadašnja praksa praćenja publike u velikoj se mjeri temelji na kvantitativnim, statističkim pokazateljima – broju izvedbi, žanrovskoj strukturi programa, ukupnom broju gledatelja i ostvarenom broju prodanih ulaznica – dok kvalitativni uvidi u navike, motive, očekivanja i preferencije publike ostaju u drugom planu. Ovaj rad nastoji doprinijeti popunjavanju te praznine kombiniranjem teorijske analize i empirijskih istraživanja, kako bi se razvio dublji, nijansirani

uvid u to tko je publika nezavisne kazališne scene, na koji način je se doseže i kako se njezin razvoj može dugoročno podržati.

Provedeno istraživanje je kombinacija kvantitativnog i kvalitativnog pristupa, jer se nastojalo obuhvatiti i mjerljive pokazatelje i subjektivna iskustva ispitanika. Ispitanici su odgovarali u konkretnom društvenom kontekstu, vođeni svojim trenutnim raspoloženjem, osobnošću i individualnim iskustvima, što omogućuje uvid u značenja koja oni sami pridaju kazališnoj recepciji. Istodobno su se sustavno bilježili i statistički podaci (primjerice broj gledatelja, dob, razina obrazovanja i slične sociodemografske značajke), čime se stvorila osnova za kvantitativnu analizu strukture publike i obrazaca ponašanja (Lukić 2010: 244). Prema Lorimerovoj klasifikaciji, koju prenosi dalje Lukić, istraživanja publike mogu se usmjeriti na nekoliko skupina ciljeva i tema: analizu kultivacije (način na koji mediji i kulturni sadržaji dugoročno oblikuju percepcije i stavove), istraživanje koristi i zadovoljstva (što publika traži i dobiva iz konzumacije kulturnih sadržaja), kulturalni studij (šire društveno-kulturološko tumačenje praksi gledanja i sudjelovanja) te istraživanje koje organizacije provode za vlastite potrebe (radi planiranja programa, marketinga i razvoja publike). U ovome se radu ciljevi prvenstveno odnose na potonje dvije skupine: s jedne strane na razumijevanje kazališne publike u širem kulturalno-društvenom kontekstu, a s druge na prikupljanje podataka koji mogu poslužiti kazališnim organizacijama za osmišljavanje održivijih i učinkovitijih strategija razvoja publike.

U kvalitativnim istraživanjima standardna mjerila poput valjanosti, pouzdanosti, osjetljivosti i objektivnosti nadopunjuju se specifičnim načelima vjerodostojnosti, među kojima se osobito izdvajaju načela autentičnosti i istinitosti (Lincoln i Guba, 1985.; Erlandson i dr., 1993. prema Pavić i Šundalić, 2021: 239–240). Ta se načela uvode zato što kvalitativna istraživanja ne teže samo provjeri hipoteza, nego razumijevanju značenja koja sudionici pridaju vlastitom iskustvu i kontekstu u kojem žive. Autentičnost implicira da dobiveni podaci i rezultati istraživanja doprinose dubljem i nijansiranijem razumijevanju okruženja sudionika – i od strane samih sudionika i od strane istraživača. To znači da istraživanje ne prikazuje sudionike pojednostavljeno ili stereotipno, nego da obuhvaća različite perspektive, razine moći i glasove, te da sudionicima ponekad omogućuje i refleksiju o vlastitoj situaciji (npr. kroz sudioničke provjere, povratne razgovore ili zajedničko tumačenje nalaza). Istinitost obuhvaća nekoliko međusobno povezanih dimenzija. Prvo, uključuje prepoznavanje i prihvaćanje točnosti zaključaka u društvenom kontekstu sudionika – sudionici i drugi upućeni akteri trebali bi moći

reći da su opisi i interpretacije istraživanja „vjerne“ njihovoj stvarnosti. Drugo, istinitost podrazumijeva mogućnost prenošenja teorijskih spoznaja u druge kontekste, odnosno tzv. prenosivost: iako se kvalitativni nalazi ne generaliziraju statistički, oni mogu biti relevantni i korisni za slične situacije, organizacije ili zajednice. Treće, istinitost uključuje i mogućnost validacije i nadogradnje spoznaja u drugim situacijama i budućim istraživanjima – drugi istraživači trebaju moći pratiti metodološke korake, preispitati interpretacije i eventualno doći do novih uvida. Na taj način postupno nastaje skup potvrđenih i provjerljivih znanja koja, iako ukorijenjena u konkretnim kontekstima, doprinose širem razumijevanju proučavanih pojava (isto).

Jedna od temeljnih namjera ovoga istraživanja jest što je moguće objektivnije sagledati prednosti i nedostatke javno-privatnih suradničkih projekata između javnih kazališnih kuća i nezavisne kazališne scene. Takav cilj podrazumijeva uvažavanje različitih perspektiva uključenih aktera te nastojanje da se prikaže i ono što suradnju čini uspješnom i održivom, ali i prepreke, konflikti interesa, strukturalna ograničenja i rizici koji se pritom pojavljuju. Budući da je riječ o procesu koji se odvija u specifičnim institucionalnim, organizacijskim i društvenim uvjetima, istraživanju se pristupilo fenomenološki.

Fenomenološki pristup polazi od pretpostavke da su sve analizirane situacije i iskustva kompleksna, višeslojna i u određenoj mjeri jedinstvena, jer proizlaze iz konkretnih projekata u kojima su se razvila te iz danog okruženja u kojem ti projekti nastaju (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2010: 3). Umjesto da se unaprijed nameću čvrste kategorije i tipologije, nastoji se „odozdo“ razumjeti kako sudionici sami doživljavaju i tumače suradnju: koje joj značenje pridaju, koje koristi i poteškoće prepoznaju, koje strategije razvijaju kako bi je održali te kako suradnja utječe na njihov svakodnevni rad i odnose s publikom. Na taj način dobiva se dublji uvid u iskustvenu dimenziju javno-privatnih partnerstava, koja često ostaje „iza“ statističkih pokazatelja i formalnih ugovora. Metodološki pristup koji je okosnica fenomenološke istraživačke filozofije u bitnoj je mjeri induktivan. To znači da se teorijske spoznaje i konceptualni okviri ne uzimaju kao unaprijed zadani, već se postupno razvijaju iz prikupljenih podataka. Neke od ključnih značajki takvoga pristupa, primjenjive i na ovo istraživanje, jesu: istraživač nastoji što bliže razumjeti kontekst istraživanja i svjestan je da je i sam dio istraživačkog procesa; prikupljaju se prije svega kvalitativni podatci (npr. narativi, opisi iskustava, refleksije sudionika) koji omogućuju hvatanje nijansi i dvosmislenosti; struktura

istraživanja ostaje fleksibilna i otvorena promjenama u kasnijim fazama, ovisno o tome što se pokazuje relevantnim u razgovoru sa sudionicima; te, na koncu, primarni je cilj razumijevanje određenih značenja i obrazaca iskustava, a ne statističko poopćavanje nalaza na „cijelu populaciju“ (isto). Ovakav pristup uklapa se u širi okvir naturalističke paradigme istraživanja, koji obuhvaća više bliskih pojmova: postpozitivističko, fenomenološko, kvalitativno istraživanje, studija slučaja i slično (prema Lincoln i Guba, 1995, u Wolcott, 2009: 14). Zajedničko im je polazište da se društvena stvarnost ne promatra kao nešto potpuno odvojeno od istraživača, nego kao nešto što se razumijeva u stvarnim, prirodnim uvjetima u kojima ljudi žive i djeluju. U kontekstu ovoga rada to znači da se javno-privatne suradnje promatraju „iznutra“ – kroz iskustva nezavisnih kazališnih organizacija i javnih kazališnih kuća – kako bi se što vjernije prikazalo na koji način te suradnje funkcioniraju u praksi, umjesto da se samo provjerava uklapaju li se u unaprijed postavljene modele i definicije.

Sva su istraživanja u ovome radu provedena primjenom kombinacije terenskih i *online* anketnih upitnika, u pisanoj formi, pri čemu su se nastojale zadržati jednake logike pitanja i načini ispunjavanja, bez obzira na kanal provođenja. Upitnici su bili prilagođeni dvjema glavnim skupinama sudionika te su pitanja i odgovori sustavno grupirani prema poziciji anketiranih – na one koji sudjeluju u kreiranju kazališnih programa (autori, producenti, voditelji organizacija) i na publiku kao korisnike i recipijente kulturnih sadržaja. Takvo razdvajanje omogućilo je usporedbu perspektiva „iznutra“ (kreatori) i „izvana“ (publika), ali i formuliranje pitanja primjerenih ulozi i iskustvu svake skupine. Anketni upitnici su bili pretežito strukturirani, budući da su u potpunosti ili gotovo u potpunosti sadržavali zatvorena pitanja, uz manji broj pitanja s mogućnošću višestrukog izbora (Pavić i Šundalić, 2021: 194–208). Time je omogućeno lakše kvantitativno bilježenje i uspoređivanje odgovora, kao i jasnije profiliranje ispitanika prema sociodemografskim obilježjima, navikama i stavovima. Pri konstruiranju upitnika vodilo se računa o izbjegavanju sugestivnih, dvosmislenih i neuravnoteženih pitanja, kako bi se smanjio rizik od usmjeravanja ispitanika prema *poželjnim* (kurziv je naš) odgovorima i osigurala veća neutralnost instrumenta (isto). Ondje gdje je bilo potrebno produbiti razumijevanje motiva i percepcija, uključena su pitanja s višestrukim izborom ili poluotvorena pitanja koja su ispitanicima ostavljala prostor za dodatno objašnjenje.

Za praćenje razvoja nezavisne scene i publike, putem usporedbe statističkih pokazatelja u javnim publikacijama Državnog zavoda za statistiku, odabran je vremenski okvir prije i nakon pandemije.

Temelj projektnog istraživanja i studije slučaja je produkcija kazališne predstave *Kad svijeće dogore*, realizirane u suradnji javne institucije, Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu, i nezavisne umjetničke organizacije, Teatra Erato. Ovaj koprodukcijski projekt odabran je kao polazišna točka jer konkretno utjelovljuje javno-privatno partnerstvo u kazališnom polju te omogućuje praćenje cijelog niza procesa: od inicijalne ideje i dogovora o suradnji, preko produkcije i distribucije, do komunikacije s publikom i recepcije predstave. Studija slučaja kao strategija istraživanja odabrana je zbog mogućnosti kombiniranja različitih metoda i tehnika (u ovom radu kvalitativnih i kvantitativnih), ali i zbog njene prikladnosti za dubinsko proučavanje procesa javno-privatnog partnerstva u njegovu stvarnom kontekstu (isto: 252). Praćenje procesa proizvodnje kao objekta istraživanja s pozicije istraživača-dionika tog procesa predstavlja središnju metodu ove studije slučaja. Istraživačica je, kao sudionica u projektu, imala pristup internim komunikacijama, radnim sastancima, produkcijskim odlukama i svakodnevnim praktičnim izazovima, što je omogućilo detaljniju i nijansiraniju rekonstrukciju tijekom suradnje nego što bi bilo moguće osloncem isključivo na vanjske izvore. Takav pozicijski uvid doprinosi metodološki rigoroznoj analizi i interpretaciji dokumenata, informacija, podataka i dokaza, uz istodobnu svijest o nužnosti refleksije vlastite uloge i mogućih pristranosti. Kvantitativne metode i tehnike mogu se u tom smislu promatrati kao redukcionističke, jer nastoje složenu stvarnost svesti na mjerljive varijable i numeričke pokazatelje, dok se studija slučaja poima kao holistički pristup koji teži obuhvatiti „cjelinu slučaja“ u njegovoj kompleksnosti (isto prema Veschuremu 2003). U ovom istraživanju kvantitativni podaci (poput broja izvedbi, broja gledatelja, osnovnih sociodemografskih obilježja publike) služe kao važno, ali parcijalno uporište, dok studija slučaja povezuje te brojčane pokazatelje s procesima odlučivanja, organizacijskim aranžmanima, iskustvima aktera i kontekstualnim uvjetima u kojima se suradnja odvijala. Na taj način izbjegnuto je jednostrano tumačenje javno-privatne suradnje na temelju statistike, a istodobno se osigurava bogat opis koji uvažava i „meke“ dimenzije poput povjerenja, komunikacije i profesionalnih očekivanja. Tkalac Verčić i dr. navode nekoliko ključnih prednosti studije slučaja kao istraživačke metode. Prvo, omogućuje identifikaciju međusobne povezanosti niza čimbenika istodobno – u ovom slučaju, primjerice, odnosa između institucionalnog statusa partnera,

financijskih uvjeta, umjetničkih odluka, organizacijskih kapaciteta i reakcija publike. Drugo, studija slučaja usredotočuje se na proučavanje stvarnih događaja, što značajno doprinosi vanjskoj valjanosti istraživanja jer se zaključci temelje na situacijama koje su se doista odigrale u praksi, a ne na hipotetskim scenarijima. Treće, ona omogućuje evidentiranje mnoštva detaljnih informacija o proučavanoj pojavi – od formalnih dokumenata i statističkih podataka do narativa sudionika i opažanja istraživača – čime se stvara slojevita slika javno-privatne koprodukcije kao složenog, dinamičnog procesa (Tkalac Verčić i dr., 2010: 97).

3.1. Praktični vodič za istraživače početnike

Praktični vodič za istraživače početnike Dawsona, Hanckocka, Algozzinea i Lima, poslužio je za formuliranje početnih istraživačkih pitanja. (Prilog 1)

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)?

Odgovor na pitanje *zašto je to važno za proučavanje odnosno određivanje poznatih znanja* proizlazi iz uočenog nedostatka sustavnih istraživanja publika u RH a, u postojećim, uočena je dominacija kvantitativnih, statističkih pokazatelja (broj izvedbi, žanrovska struktura, broj gledatelja) nad kvalitativnim uvidima u navike, motive i preferencije publike.

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 razmjenu 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)* ključna je činjenica ograničenih resursa (vremenskih, finansijskih, suradničkih). Kao adekvatan pristup odabire se kombinacija: (a) usporedbe dobrih praksi istraživanja razvoja publike u inozemstvu; (b) analize dostupne literature i relevantnih studija (npr. studije Europske komisije o razvoju publike, nacionalnih izvještaja i teorijskih radova); (c) kvalitativnog istraživanja u nezavisnoj kazališnoj mreži u RH putem intervjua, anketa i opservacija 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.

3.2. Segmentirano istraživanje

U svrhu razvoja ili testiranja hipoteza korišten je mješoviti pristup, koji kombinira kvantitativne i kvalitativne metode, a istraživanje je strukturirano u nekoliko jasno odvojenih, ali sadržajno povezanih segmenata. Takav nacrt omogućuje da se pojedini aspekti iste pojave – struktura publike, motivacije, iskustva suradnje i procesi produkcije – sagledaju iz više perspektiva te da se podaci prikupljeni jednom metodom nadopunjuju i tumače u svjetlu podataka dobivenih drugom metodom.

Jedan dio istraživanja odnosi se na slučajno uzorkovanu publiku, pri čemu je cilj bio dobiti uvid u opće karakteristike i obrasce ponašanja gledatelja koji posjećuju kazališne programe. U tom su okviru provedene ankete kojima su prikupljeni podaci o sociodemografskim obilježjima, navikama posjećivanja, motivacijama i percepciji različitih izvedbenih formata, a zasebno je

provedeno istraživanje zainteresiranosti publike za uključivanje u kreiranje programa – primjerice, putem prijedloga tema, sudjelovanja u popratnim sadržajima ili sudioničkim projektima. Posebna pažnja posvećena je i jednoj zainteresiranoj grupi studenata, koja je promatrana kao potencijalna buduća jezgra kazališne publike i kao specifičan segment s vlastitim obrascima sudjelovanja u kulturi.

Druga cjelina obuhvaća istraživanja iskustava u suradničkim projektima nezavisne scene s javnim institucijama. Ona je realizirana kroz fokus grupu i dubinske intervju s predstavnicima sedam nezavisnih kazališta koja su, prema podacima Državnog zavoda za statistiku, imala najveći broj izvedbi u sezoni 2019./2020., čime se osiguralo da su u uzorak uvršteni akteri s intenzivnom i raznovrsnom produkcijskom praksom. Ovaj dio istraživanja usmjeren je na mapiranje modela suradnje, prepoznavanje ključnih izazova i koristi javno-privatnih projekata, na razumijevanje kako nezavisne organizacije doživljavaju svoju poziciju u odnosu na javne kazališne kuće te u kojoj mjeri su preporuke kulturnih politika primijenjene i primjenjive u praksi (na nezavisnoj sceni).

Treći segment istraživanja odnosi se na istraživanje autorskog i izvođačkog tima konkretnog projekta unutar studije slučaja – produkcije predstave *Kad svijeće dogore*, nastale u koprodukciji Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu i Teatra Erato. Istraživanje je napravljeno s ciljem identificiranja sličnosti i razlika u radnim kulturama nezavisne scene i javnih institucija.

Zasebnu cjelinu čini SWOT analiza projekta (s pozicije Teatra Erato), a provedena je u četiri okvira: organizacijski, administrativno-pravni, financijski i produkcijski kako bi se sustavno sagledale snage i slabosti konkretne suradnje te prilike i prijetnje koje ta suradnja implicira.

Vremenski okvir istraživanja vezanog uz predstavu *Kad svijeće dogore*, obuhvaća razdoblje od siječnja 2021. do svibnja 2024. godine, što omogućuje praćenje procesa u kontinuitetu, od inicijalnih pregovora za realizaciju javno-privatnog projekta do naknadnog vrednovanja njegovih učinaka. Takav longitudinalni zahvat osobito je važan u mješovitom pristupu, jer omogućuje povezivanje kvantitativnih pokazatelja (npr. broj izvedbi, posjećenost) s kvalitativnim uvidima u iskustva aktera i promjene u percepciji partnera tijekom vremena. Niže su navedena pojašnjenja segmenata istraživanja kao i koji su se pokazatelji u tim istraživanjima namjeravali identificirati.

Segment 1: Motivi publike

Polazno istraživanje usmjereno je na motive publike za dolazak na predstavu na studiji slučaja *Kad svijeće dogore* te na povezane izvedbe u istom projektnom okviru. Istraživanje se bavi time zašto publika odlučuje doći baš na ovaj naslov i u konkretnim okolnostima (pandemija, koprodukcija javne i nezavisne scene), polazeći od pretpostavke da motivi nisu jednoznačni, nego kombiniraju estetske, društvene i praktične razloge.

Istraživanje je usmjereno na motive slučajno uzorkovane publike, pri čemu se prikupljeni odgovori nastoje povezati s postojećim teorijskim modelima razvoja publike i obrazaca kazališne recepcije koje predlažu teoretičari (npr. podjele na emocionalne, socijalne, intelektualne i praktične motive). Putem anketnih upitnika pokušalo se doći do odgovora što je za ispitanike najvažniji razlog konzumacije kazališnog kulturnog sadržaja: je li presudno mjesto izvedbe, društvo s kojim dolaze (prijatelji, partneri, obitelj), preporuka bliskih osoba ili medija, izvođači i autorski tim (poznata imena, povjerenje u kvalitetu) ili neki drugi čimbenici poput cijene ulaznice, dostupnosti termina, žanra i teme predstave.

Takav pristup omogućuje da se rezultati konkretne ankete o publici predstave *Kad svijeće dogore* usporede sa širim istraživanjima kazališne publike (koja kao glavne razloge posjeta često navode opuštanje, zabavu, druženje, obrazovanje i potrebu za kulturnim uzdizanjem) te da se ispita u kojoj mjeri ova studija slučaja potvrđuje ili nadopunjuje postojeće spoznaje.

Segment 2: Sukreatori predstave

Drugi segment istraživanja odnosi se na sukreatore kazališne predstave, a cilj mu je identificirati osnovne sličnosti i razlike u poimanju estetskih, kreativnih, izvođačkih i umjetničkih ciljeva u produkciji unutar javnog kazališta i na nezavisnoj sceni. U fokusu je pitanje kako isti projekt – ista predstava – izgleda „iznutra“ akterima koji dolaze iz različitih produkcijskih kultura: institucionalne (HNK) i nezavisne (Teatar Erato i vanjski suradnici). Na taj način istraživanje ne razmatra samo završni umjetnički proizvod, nego i razlike u radnim procesima, očekivanjima, percepciji publike i doživljaju suradnje između javnog i civilnog, odnosno privatnog sektora.

Istraživanje se provelo strukturiranim upitnikom na tri skupine ispitanika:

- dio zaposlenika HNK direktno uključenih u produkciju unutar matične kuće (scenografkinja, intendantica, ravnatelj drame), čiji odgovori odražavaju perspektivu javne institucije i njezinih procedura;
- glumci i djelatnici HNK, a koje je za ovaj projekt angažirao Teatar Erato, koji istodobno pripadaju ansamblu javne kuće i sudjeluju u nezavisnoj produkciji, pa mogu uspoređivati obje logike i kulture rada;
- vanjski suradnici projekta (redatelj, kostimografkinja, dizajnerica vizuala, dizajner svjetla) koje je također angažirao Erato, a koji najčešće djeluju pretežito na nezavisnoj sceni i u taj okvir unose vlastita iskustva i očekivanja.

Usporedbom odgovora ovih triju skupina nastojalo se utvrditi, primjerice: kako percipiraju umjetničke i kreativne ambicije i produkcijska ograničenja u institucijama i na nezavisnoj sceni, koliko im je važna estetska inovativnost u odnosu na repertoarnu stabilnost te na koji način doživljavaju odnos prema publici. Rezultati tog segmenta istraživanja doprinose razumijevanju potencijala i tenzija u civilno-javnim koprodukcijama: pokazuju gdje se stavovi i očekivanja preklapaju, a gdje je potrebno dodatno pregovaranje i usklađivanje kako bi javno-privatna suradnja bila održiva i u umjetničkom i u organizacijskom smislu.

Segment 3: SWOT analiza - studija slučaja

SWOT analiza za studiju slučaja *Kad svijeće dogore* (koprodukcija Teatra Erato i HNK-a) znači sustavno sagledavanje snaga, slabosti, prilika i prijetnji javno-privatnog partnerstva na razini ovog projekta. Ovdje se daje samo osnovnih značajki; detaljnija analiza je navedena u poglavlju 9. *Empirijska istraživanja* i potpoglavlju 9.1. *SWOT analiza – identifikacija vlastitih iskustava Teatra Erato*.

„S“ – snage

- Ujedinjuju se resursi HNK-a (*brand*, prostor, tehnička oprema, administracija) i Erata (fleksibilnost, manji tim, autorski pristup, iskustvo s publikom nezavisne scene).
- Zvučna autorska i glumačka imena (Ivanda, ansambl HNK + nezavisni suradnici) povećavaju vidljivost i privlačnost naslova za različite segmente publike.

- Koprodukcija omogućuje da predstava živi i izvan HNK-a (gostovanja, turneja), što je velika snaga za Erato u razvoju publike i reputacije.

„W“ – slabosti

- Erato kao mala umjetnička organizacija ima ograničene organizacijske i administrativne kapacitete u odnosu na obim projekta u nacionalnoj kući (puno procedura, rokova, izvještaja).
- Ovisnost o pravilima i vremenskim okvirima HNK-a (raspored proba, termini izvedbi, dostupnost scene) može ograničavati autonomiju Erata u planiranju.
- Različite organizacijske kulture (formalizirana institucija vs. agilna nezavisna scena) mogu stvarati nesporazume u komunikaciji i očekivanjima.

„O“ – prilike

- Uspješna koprodukcija otvara vrata novim zajedničkim projektima, pa Kad svijeće dogore postaje „pilot“ za dugoročne civilno-javne modele, a ne samo jednokratnu suradnju.
- Predstava se može koristiti kao platforma za razvoj publike: razgovori s publikom, edukativni programi, posebne izvedbe za studente itd., što otvara pristup specifičnim linijama financiranja (programi razvoja publike).
- Erato kroz HNK dolazi do publike koja inače ne prati nezavisnu scenu, a HNK preko Erata dolazi do publike koja preferira intimnije, ali artistički snažne formate.

„T“ – prijetnje

- Vanjski šokovi poput pandemije (ili drugih kriznih situacija) mogu dovesti do otkazivanja/odgoda, smanjenja broja izvedbi i prihoda – što je posebno rizično za manju organizaciju.
- Moguća neravnoteža moći: da se Erato svede na „dobavljača sadržaja“, a strateške odluke (termini, trajanje repertoara, promocija) budu *de facto* u rukama HNK-a.
- Ako suradnja ne ispuni očekivanja jedne strane (umjetnički, organizacijski ili financijski), to može otežati buduće koprodukcije s istom ili drugim javnim institucijama.

Segment 4: Mreža nezavisnih kazališta

Ispitivanje iskustava nezavisnih kazališta u suradnji s javnim institucijama važno je jer ne daje samo niz pojedinačnih slučajeva, nego omogućuje uvid u širu sliku stanja javno-civilnih odnosa u kazališnoj produkciji. Uspoređivanjem iskustva Teatra Erato (tijekom realizacije studije slučaja) i iskustava drugih nezavisnih kazališta, moguće je prepoznati u kojoj mjeri javno-civilna partnerstva doista funkcioniraju kao ravnopravna suradnja, a u kojoj mjeri ostaju na razini formalne, deklarativne otvorenosti prema nezavisnoj sceni. Prikupljanjem i usporedbom iskustava više nezavisnih kazališta procjenjuje se i učestalost suradnji, ali i kvaliteta i tipologija tih odnosa: utvrđuje se koji modeli suradnje prevladavaju – ad hoc projekti i jednokratne koprodukcije, dugoročna partnerstva, civilno-javne institucije ili društveno-kulturni centri utemeljeni na sudioničkom upravljanju. Time se ispituje postoji li stvarna, a ne samo deklarativna, zainteresiranost obje strane za zajednički rad, odnosno jesu li javne ustanove spremne dijeliti resurse, vidljivost i odgovornost s nezavisnim partnerima, a nezavisne organizacije prihvatiti specifične zahtjeve rada u institucionalnom okviru. Analiza ovih podataka pomaže mapirati područja na kojima suradnje dobro funkcioniraju – primjerice, kada javne institucije osiguravaju prostor, tehničku podršku i dio financiranja, a nezavisne organizacije donose nove umjetničke koncepte i dopiru do drugačijih publika. Istodobno se mogu identificirati zone u kojima najčešće nastaju nesuglasice i nerazumijevanja, poput neravnoteže moći (dominacija javne institucije u odlučivanju), administrativnih prepreka (sporost procedura, rigidni pravilnici, neusklađeni rokovi) ili nedostatka povjerenja i transparentne komunikacije. Uvid u te obrasce ne služi tek konstatiranju problema, nego otvara prostor za konkretne prijedloge kako ojačati i učiniti održivijim javno-civilna partnerstva u kazalištu: kroz jasnije definiranje uloga i odgovornosti, razvoj novih produkcijskih modela civilno-javnih kazališnih projekata, dugoročne programe sufinanciranja koprodukcija te poticanje participativnih modela upravljanja kulturnim resursima.

Segment 5: Fokus grupa nezavisnih kazališta

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.

4. Fenomen kazališnih publika

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 predstavljačkoj 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.

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)

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).

Sam kazališni prostor, bez obzira na razinu svjesnog ili nesvjesnog iščitavanja njegove naravi od strane publike, snažno djeluje kako na izvođače tako i na publike. Fizičko okruženje kazališta, počevši od pristupa i ulaska u kazališni prostor, u kojemu su impostirane scena i scenografija (kao scena u užem smislu), direktno utječe na svakovrsne i nesvakidašnje percepcije i interpretacije; može animirati gledatelje na aktivno sudjelovanje pa i transformaciju u izvođača ili ostaviti potpuno pasivnima. Autentičnost gledanja ovisi i o sociodemografski raslojenom nasljeđu (društveni status, dob, rod, obrazovanje,...) koje gledatelji sa sobom unose u kazališni čin (Petranović u Senker i Bunčić-Glužančić ur., 2016: 181)

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). Nedostatak istraživanja međusobne komunikacije predstava-publika, Petranović pronalazi djelomično u *nepismenosti* kazališnih studija, kazališnih kroničara i istraživača, no i u rasprostranjenome višegodišnjem nasljeđu nezainteresirane teatrologije za dublje proučavanje kazališnih publika (Petranović u Senker, Bunčić-Glužančić ur., 2016: 176). Posljednjih se desetljeća događaju evidentne promjene u proučavanjima publika, koje najpotpunije u hrvatskoj literaturi prikazuje Darko Lukić u poglavlju *Kazalište i publika*, u knjizi *Kazalište u svom okruženju. Kazališni identiteti* (2010). Petranović dalje citira duhovitu tvrdnju Willmara Sautera, također jednog od najznačajnijih istraživača kazališnih publika, da su istraživanja kazališta dugo bila fokusirana na

pozornicu i sotavljala “auditorij u mraku, čak i onda kad su predstave igrane na dnevnome svjetlu” (Sauter, 2013: 176 prema Petranović u Senker, Bunčić-Glužančić ur., 2016: 177).

Ana 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”, utjecaj kazališnog čina na javno okruženje, društveno istraživanje fenomena kazališta i publike te nužnost njezina smještanja u centar teatroloških i socioloških interesa, još je prije četrdesetak godina naglasio Nikola Batušić (N. Batušić: *Uvod u teatrologiju*, 1991. prema Lederer: 2023: 312, Senker i Bunčić-Glužančić, ur., 2016: 550). Važnost dubinske povezanosti izvedbenog te produkcijsko-percepcijskog procesa kazališne predstave ocrta 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). Odnos glumac-gledatelj, ili *kazališni odnos* (*kurziv je naš*) za De Marinisa je središnja, iako ne ekskluzivna tema rasprave Nove teatrologije i u tom odnosu tijelo je ravnopravno umu: mišići i osjeti jednako su važni kao misao, imaginacija i emocije, i kod glumca i kod publike, što su kazališni praktičari odavno znali, ali je to teorija tek u 20. stoljeću jasno prihvatila (Leš, 2020: 28). Naglašava se dalje činjenica da “gledatelj ni u kojoj mjeri manje nego glumac posjeduje tijelo, um i enciklopedijsku i intertekstualnu kompetenciju. Sa i u svom tijelu gledatelj doživljava izvedbu, opaža ju, živi, razumije i reagira na nju” (isto).

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).

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 (Bennet 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 kritički 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 Bennett 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 Bennett 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 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 koja se pred publike postavljaju visoko estetiziranim i zahtjevnim repertoarom (Govedić 2022: 48 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 prihvataju priželjkivano kodirano značenje, *pregovaračka*, u kojoj gledatelji s određenom rezervom prihvataju 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).

U tematu o kazalištu i kazališnoj publici, *Od kazališnog događaja do kazališne publike*, Ozana Iveković (2009) grupira postojeća (nedovoljna) istraživanja publika na: istraživanja sociokulturnog profila i recepcije, njihovu kombinaciju te funkcionalna istraživanja kulturnih politika i potreba publike. Autorica sociokulturni profil publike promatra obzirom na: a) sociodemografske karakteristike (dob, spol, zanimanje, razina obrazovanja); b) obrasce kulturne participacije (učestalost odlazaka u kazalište i uključivanje u druge kulturne aktivnosti); c) stavove prema različitim područjima umjetnosti i slobodnog vremena (kazalištu, drugim izvedbenim umjetnostima, filmu, književnosti, sportu, folkloru, zbornom pjevanju i srodnim praksama); d) žanrovske preferencije unutar kazališne ponude (sklonost pojedinim vrstama

predstava i estetskim poetikama); e) percipirane prepreke koje onemogućuju ili otežavaju sudjelovanje u aktivnostima slobodnog vremena (Iveković u XXXXX ur., 2009: 47).

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.

5. Publika u okruženju

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).

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. Produkcijski 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 međudnosa 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).

Slobodno i jednakopravno sudjelovanje te pristup svih građana kulturi i kulturnim sadržajima odraz je 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” (Letinić u Letinić, ur. 2022: 22).).

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 kuturne 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.*).

U nedavno objavljenom izvješću istraživanja za The Royal National Theatre, naslova Theatre Transformed: harnessing research, development and innovation, stoji tvrdanja da su kazalištarci još od srednjeg vijeka, poznati inovatori - širokim masama su se izvodile drame na jeziku koji su mogle razumjeti, ali i uvelo približno 1700 novih riječi u djelima Williama Shakespearea; u kazalištu su se prelamale političke promjene, ali i jednako tako danas predstavljaju suvremene impresivne i interdiciplinarne predstave (Easton i Gather, 2025:3). Među inim primjerima dobrih praksi, ističe se The Royal Shakespeare Company (RSC) kao prva i jedina organizacija za izvedbene umjetnosti koja je dobila status nezavisne istraživačke organizacije (IRO). Uz svoje istraživanje granica forme i tehnologije, RSC-ov IRO status omogućio mu je da proširi istraživačke aktivnosti prema boljem razumijevanju moći i važnosti učenja putem umjetnosti za djecu i mlade. Projekt *Time to Act (Vrijeme za djelovanje)* – veliko je istraživanje koje ispituje kakvu razliku Shakespeareovo djelo i RSC-ovi nastavni pristupi čine u jezičnom razvoju te društvenom i emocionalnom razvoju djece i mladih, a *Time to Listen* – istraživanje je koje ispituje koristi ozbiljnog shvaćanja umjetnosti i obrazovanja. Drugi ključni programi uključuju: partnerstvo s organizacijom Cultural Learning Alliance radi direktnog dobivanja rezultata o koristima drame, plesa, glazbe te likovne i dizajnerske umjetnosti u obrazovanju; suradnju s Education Endowment Foundation kao jednom od 11 istraživačkih inicijativa usmjerenih na poboljšanje dječjih vještina pisanja ili matematike, pri čemu se provodi neovisna evaluacija učinaka, s posebnim naglaskom na djecu koja žive u socioekonomski nepovoljnim područjima i pilot-program (sada u drugoj godini) u kojem se testira okvir financiranja temeljen na društvenim ishodima, kako bi se istražili novi oblici financiranja umjetnosti. Sve ove inicijative, kako ističu autori, zajednički doprinose boljem razumijevanju o tome kako se načini stvaranja sadržaja mijenjaju i kako bi se publika u budućnosti mogla uključivati u umjetnički rad.

Konkretno, smatraju da je umjetnički vođena, primijenjena istraživačka praksa ključna za budućnost kazališnog sektora (isto: 29-30). U zaključku autori navode da su potrebne sustavne promjene kako bi se u potpunosti iskoristio inovacijski potencijal kazališta. Te promjene se odnose primjerice na bolju usklađenost različitih izvora financiranja, boljeg sustava poreznih olakšica, jača partnerstva između kazališta, akademske zajednice i kreativnih industrija te zajedničko razumijevanje što razvoj izvedbenih umjetnosti znači (isto: 36) (National-Theatre-RDI-Research-Report-Dec-2025-Full-Report.pdf, pregledano 14.01.2026).

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 ugone 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)

Marinko Leš (2020), u doktorskom radu “Mogućnost primjene novih neuroznanstvenih spoznaja u analizi glume” navodi nekoliko autora koji prate poveznice znanosti i izvedbene umjetnosti: Blair i Lutterbie ističu da se ozbiljniji ulazak kognitivnih znanosti u kazalište i izvedbene studije

javlja tek krajem 1990-ih, a prekretnicom smatraju knjigu Brucea McConachiea i Elizabeth F. Hart *Performance and Cognition: Theatre Studies and the Cognitive Turn* (2006), u kojoj autori nude alternativni, kognitivno utemeljen način promišljanja izvedbenog procesa; David Saltz uređuje posebno izdanje časopisa *Theatre Journal* posvećeno temi „Performance and Cognition“, čime se kognitivni pristup dodatno institucionalizira unutar kazališnih studija; izlaze prve opsežne monografije: McConachieva *Engaging Audiences: A Cognitive Approach to Spectating in the Theatre*, koja se bavi gledateljem i procesima recepcije, te knjiga Rhonde Blair *The Actor, Image, and Action: Acting and Cognitive Neuroscience*, usmjerena na glumački proces u svjetlu spoznaja kognitivne neuroznanosti; izdavač Palgrave Macmillan pokreće seriju *Cognitive Studies in Literature and Performance*, pod uredništvom McConachiea i Blakey Vermeule, čime se kognitivni pristup trajno ugrađuje u humanističke i izvedbene studije (Leš, 2020: 12).

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.

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 neviđene 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 prioritetima 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 različita segmenta, ali i povezana procesa unutar razvoja publike: kulturna inkluzija, prošireni marketing, odgoj ukusa (sklonosti) i edukacija publike.

Razvoj publike u procesu kulturne inkluzije odnosi se na segment manjinskih ili marginaliziranih populacija, koje zbog raznih društvenih razloga (osobe nižeg socioekonomskog statusa, osobe s invaliditetom i sl.) najrjeđe ili uopće ne konzumiraju određene kulturne sadržaje. Primarni cilj u komunikaciji i razvoju ovih publika je: smanjenje nejednakosti u pristupu kulturi, poticanje sudjelovanja, jačanje društvene kohezije i osjećaja pripadnosti. Stoga se aktivnosti usmjeravaju na: održavanje programa u zajednici, besplatne ili subvencionirane ulaznice, projekte u školama, rad s lokalnim udrugama te participativne projekte u kvartovima.

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. Ciljanu publiku čine potencijalni i xxxxx posjetitelji – oni koji imaju interes ili predispozicije, ali ne dolaze redovito ili uopće. Tu spadaju primjerice: povremeni posjetitelji, oni koji „bi došli, ali ne stignu“, turisti ili novi stanovnici grada. Cilj proširenog marketinga je prije

svoga umjetnička i financijska korist organizacije: povećanje posjećenosti, širenje baze publike, bolja popunjenost programa, stabilniji prihodi. Aktivnosti koje se provode unutar ovog procesa razvoja publike su: ciljani marketing (segmentacija, posebne ponude, paketi ulaznica), prilagodba komunikacije (jezik, kanali, vizuali) i razvoj proizvoda i programa bližih navikama tih publika.

Odgoj ukusa (sklonosti) odnosi se na žanrovsko ili sadržajno proširenje interesa postojeće publike. Fokus je na oblikovanju i razvijanju sklonosti publike prema novim, zahtjevnijim ili manje poznatim umjetničkim formama (npr. suvremeni ples, eksperimentalno kazalište, nova glazba). Cilj je razvijanje estetskih kompetencija i radoznalosti: pomicanje publike iz *zone komfora* (kurziv je naš), širenje njihovih preferencija, dugoročno stvaranje publike za inovativne i manje komercijalne sadržaje. Tipične aktivnosti za razvoj ovog segmenta su: razgovori s umjetnicima, ciklusi uvođenja u značajke određenog žanra (teme, stil, tipične forme, način izražavanja), vođene rasprave ili kurirani programi koji publiku postupno uvode u kompleksnije radove.

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. Edukacija publike usmjerena je na povećanje znanja i razumijevanja umjetnosti i kulturnih procesa kod publika (kontekst, povijest, metode, društveni okvir). Cilj je jačanje kognitivne dimenzije recepcije: da publika bolje razumije što gleda, sluša i iskustveno doživljava, da razumije zašto je to važno i kako se povezuje s njihovim životom i društvom. Neke od aktivnosti su: obrazovni programi za djecu i odrasle, radionice, predavanja, publikacije, programi s nastavnicima, digitalni materijali (tekstovi, videi) koji prate programe i sl.

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 (Kawashima 2000).

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. Detaljnije pojašnjenje zaključaka SWOT analize dat će se u raspravi o rezultatima istraživanja.

9.1.1. SWOT analiza 1 – organizacijski okvir

SWOT analiza organizacijskog okvira tj. koprodukcije između HNK-a i Teatra Erato analizira prednosti i snage koje rezultiraju kombinacijom organizacijskih resursa, slabosti koje najčešće proizlaze iz strukturnih razlika partnera, pa time i iz neravnoteže moći, resursa i formalnih procedura, prilike koje se temelje na mogućnost otvaranja novog prostora za jačanje kvalitete procesa i širenja dosega predstave te prijetnje koje nastaju kao rezultat izmijenjenih početnih uvjeta suradnje te okolnosti uzrokovanih pandemijom.

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 HNK izvan najosnovnijih zadaća 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

Vlastiti prostor Teatra Erato omogućio je neograničene terminske uvjete rada do tehničkih proba u HNK, bez pritiska 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.

To je značilo da je predstava u velikoj mjeri bila „postavljena“ i umjetnički oblikovana još prije ulaska u formalni koprodukcijski odnos s HNK-om. Time je u HNK prenesen već dovršeni umjetnički proizvod, čime se smanjio pritisak na probe u institucionalnom okruženju i omogućilo učinkovitije korištenje resursa velike kuće.

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 svijete 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

U SWOT analizi administrativno-pravnog okvira suradnje HNK i Erata mapirat će se snage i slabosti koje su definirale legislatornu podlogu, zatim istaknuti prilike koje razvojem partnerske suradnje nastaju za obje strane kao i prijetnje koje samo djelomično ovise o produkcijskim akterima. U okolnostima visoke razine nepredvidljivosti i nemogućnosti planiranja, uzrokovanih pandemijom i mjerama stožera, budućnost projekta izlazi izvan kontrole produkcijskog tima, s dalekosežnim posljedicama na razvoj publike i održivost predstave.

SNAGE	SLABOSTI
- 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	- 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. U aktivnostima u kojima 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. Neiskustvo u suradničkim projektima ovakve vrte od strane administrativno-pravnog hijerarhijskog lanca i narušeni međuljudski odnosi unutar HNK, u nekoliko su navrata nepotrebno opteretili produkciju i rezultirali nizom suvišnih dopuštenja, suglasnosti, potpisa i tsl. Zbog neiskustva pak producentice Erata, u ugovor nije uključena klauzula o ritmu i minimalnom broju igranja u HNK pa je održivost predstave unutar matične kuće (HNK) dovedena u pitanje. 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

Treća SWOT analiza daje pregled produkcije u kriznim situacijama i financijskim okolnostima velike neizvjesnosti, a koje su relativno česte na nezavisnoj sceni: vrlo ograničen početni budžet za produkciju do premijere, kreativnost menadžmenta, suradnika i autorskog tima u iznalaženju rješenja koja nadomještaju materijalne nedostatke, te fleksibilnost i spremnost na prilagodbu različitim financijskim projekcijama.

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 postavljanjem 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. Ulaganja HNK u opremu predstave su bila minimalna - zbog neplanirane produkcije izravno financijsko sudjelovanje je bilo nemoguće, a vrlo siromašni fundus scenografije i kostima (neočekivano) pružio je mogućnost recikliranja tek nekoliko scenografskih elemenata. Iako ograničen, broj publike bio je dovoljan da se pokriju troškovi izvebe. Nedostatak rada drugih kazališnih kuća (u prvo vrijeme pandemijskih ograničenja) osigurao je rasprodano prvih desetak izvedbi u vrlo kratkom roku, no kvaliteta predstave jamčila je prednost pred konkurencijom u novoj kazališnoj sezoni bez obzira na pandemijske okolnosti.

Angažmaniskusnih vanjskih suradnika za doradu scenografije i kostima, opet zahvaljujući mreži prijašnjih suradnji i načinu poslovanja Erata, uz dodatnu olakotnu okolnost što je za sve uključene bio umanjen dotadašnji, uobičajeni opseg posla, pa su dogovoreni rokovi i uvjeti ispunjenja financijskih obveza (Erata) bili vrlo povoljni za cjelokupnu produkciju.

9.1.4. SWOT analiza 4 – produkcijski okvir

SWOT analiza produkcijskog okvira ističe značajke produkcije koje nastaju početnim odabirom izvrsnog predloška i tima suradnika te uspostavom koprodukcijskog odnosa, ne samo konkretnog slučaja, nego i općenito između nezavisne scene i javnih institucija. Ilustrativan primjer kako potencijal nekog projekta u suradničkom odnosu tretiraju institucije, a kako nezavisna scena.

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 - diversifikacija prihoda kroz različite (nestandardne) pakete	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

Koprodukcija se oslanjala na iznimno snažne sadržajne i umjetničke adute – rasprodani roman Sándora Máraiia, uspješnu adaptaciju Christophera Hamptona, vrhunski ansambl i logistiku nacionalne kuće – u kontekstu općeg manjka kvalitetnih klasičnih drama na repertoaru, nemogućnosti izvedbe uobičajernog repertoarnog programa, ne samo HNK nego i drugih kazališta, što ju je činilo izrazito atraktivnom za publiku i za institucije (gostovanja).

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. Prijetnje su dakle koncentrirane na repertoarne politike i djelomično pravna pitanja. Skidanje predstave s repertoara HNK-a – bilo zbog promjene vodstva, novih prioriteta ili ograničenog broja termina – značilo je prekid institucionalne podrške i gubitak glavne pozornice, čime se radikalno smanjila vidljivost i doseg naslova kod zagrebačke publike. Mogućnost diversifikacije prihoda kroz “nestandardne” pakete ulaznica, koji uključuju primjerice radionice ili razgovore s ansamblom i/ili autorima, nije iskorištena.

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 toliko 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 svojim 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 izvrsnim 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."

Kraćom analizom dobivenih odgovora vidljivo je da su ciljevi u instituciji i na nezavisnoj sceni formalno isti (napraviti izvrsnu predstavu), ali da ih bitno određuju različiti uvjeti rada. Nezavisna scena opisuje se kao prostor veće kreativne slobode, većeg rizika, i veće osobne motivacije, ali i stalne financijske nesigurnosti, organizacijske osjetljivosti, skromnih tehničkih uvjeta, ovisnosti o svakoj prodanoj karti i preopterećenosti ljudi koji „rade sve“ – od produkcije do utovara rekvizite. HNK se prepoznaje kao okruženje stabilnih uvjeta rada: plaća, ansambl i logistika „od čistačice do produkcije“, s većim budžetom, stalnom publikom i medijskim prostorom, ali i kao sustav koji lakše upada u rutinu, birokraciju i „odrađivanje“, s manjkom umjetničkog rizika i težnjom da se program prilagođava očekivanjima publike i politici kuće više nego autorskoj viziji.

Institucionalni okvir HNK-a doživljava se ambivalentno: s jedne strane olakšava rad jer nudi veliku scenu, vrhunsku tehniku, radionice, uhodane procedure i prestiž, a s druge strane ograničava kroz estetske konvencije, repertoarne politike, birokratske prepreke i suptilno nametanje „kućnog narativa“. Sam proces na nezavisnoj sceni često je doživljen kao dublji i osobniji, s više vremena za istraživanje i tješnje umjetničko povezivanje.

Iskustvo koprodukcije HNK-Teatar Erato prepoznaje se kao izrazita prednost: suradnja je omogućila korištenje velike scene, tehničkih i produkcijskih resursa HNK-a, jaču medijsku vidljivost i dug život predstave, uz očuvanje autorske slobode nezavisnog tima. Kao nedostaci navode se komplicirani administrativni hodogram, fragmentirani tehnički sustav i nekoliko situacija u kojima je rad vanjskih autora (npr. dizajn) bio loše integriran u institucionalne standarde. Unatoč tim problemima, većina ispitanika suradnju vidi kao veliki potencijal: institucionalna kazališta kroz nju dobivaju nove ideje, „slobodu“ i male, fleksibilne predstave, a nezavisna scena pristup infrastrukturi, većoj publici i dugotrajnijem životu projekata, sve uz uvjet da se suradnja odvija partnerski i ravnopravno.

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.

Zamolba za popunjavanjem upitnika za potrebe ovoga istraživanja poslana je na prikupljene važeće kontakte (na prethodno opisani način). Upitniku se (Prilog 2), na nekoliko ponovljenih poziva i zamolbi, odazvalo svega 24 kolegica i kolega, što je više od polovice kontaktiranih, odnosno 51,06 %. 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.

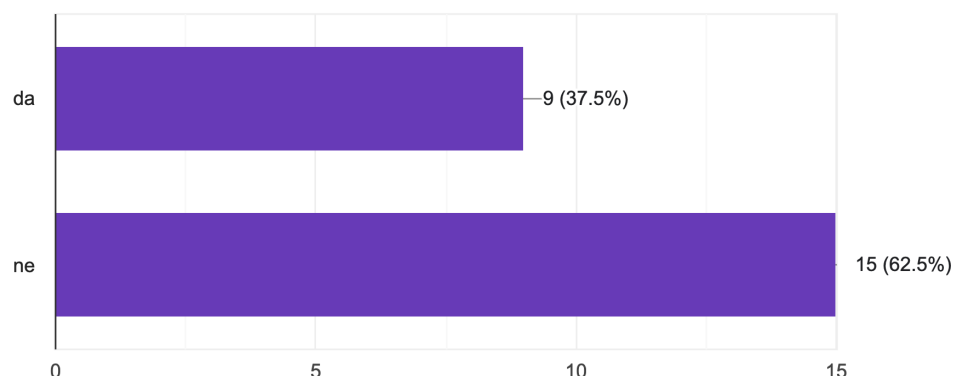
9.3.1. Rezultati

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 isplatom 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, drugom najstarijem privatnom kazalištu u RH, a koji su ujedno i 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 poslužete?
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.)
 - koprodukcijski 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
- koprodukcijski ugovor
- prostor osigurava ugovaratelj/naručitelj izvedbe
- posjedujemo vlastiti prostor za probe i izvedbe
- Drugo: _____

16. Ako ste imali koprodukcijski 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 potvrdan 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 potvrdan 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 predstavu 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 producentsku 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.¹

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).

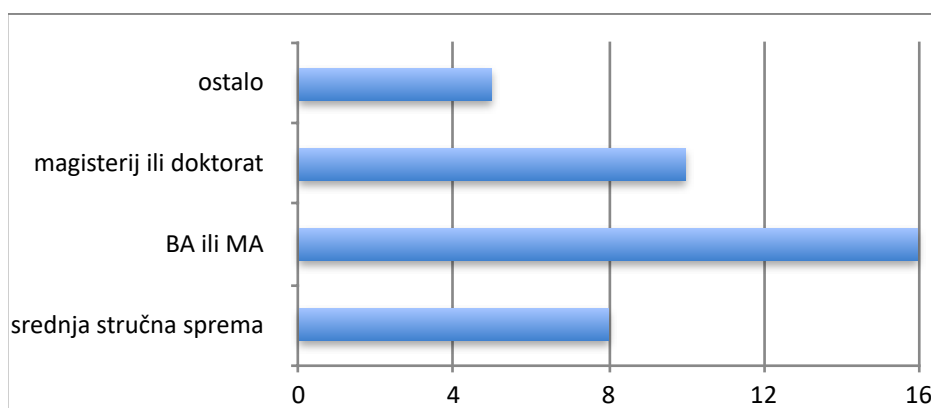
¹ Napomena: Autorica posjeduje sve odgovore u izvornom obliku, a ovdje nisu priloženi zbog zaštite podataka.

9.5.1.1. Rezultati

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

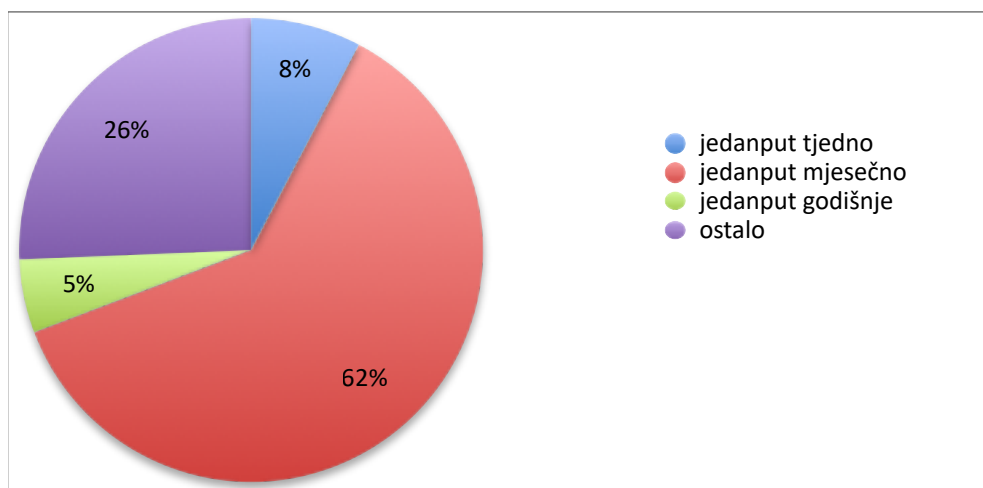
Najviše ispitanika, njih 17 (44 %), bilo je dobi od 55 i više godina, a najmanje, njih tri (8 %), mlađih od 25 godina. Šest osoba (15 %) bilo je između 25 i 40 godina, a njih 13 (33 %) u dobi između 41 i 54 godine. (Slika 2.)

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.).



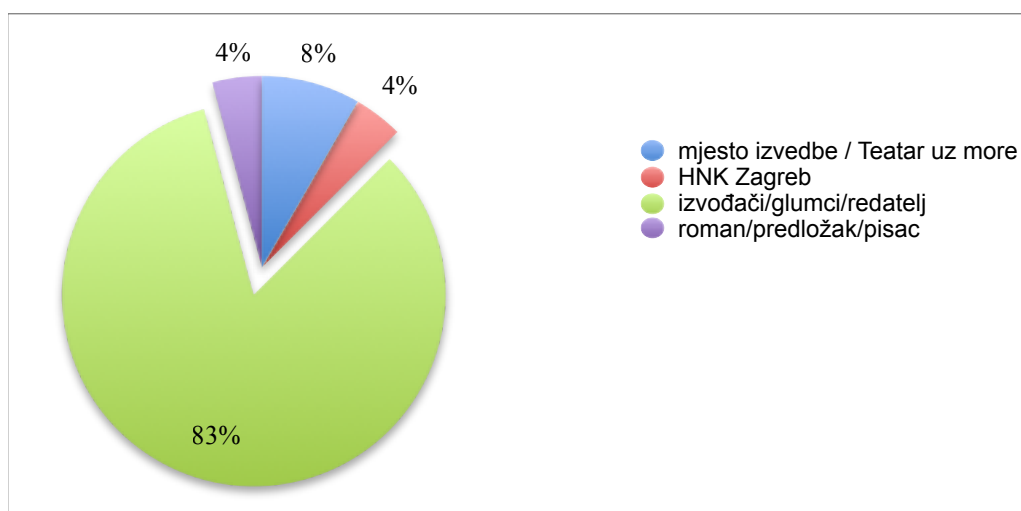
Slika 3. Struktura stupnja obrazovanja kod ispitanika na predstavi Kad svijeće dogore na festivalu Teatar uz more

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

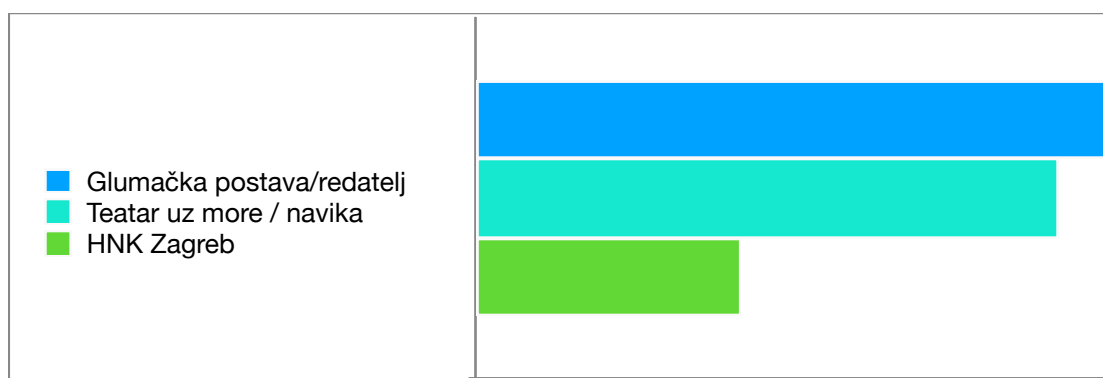
Peto i najvažnije pitanje u ovom anketnom upitniku bilo je usmjereno otkrivanju najčešćeg motiva za dolazak na kazališnu predstavu *Kad svijeće dogore*. Ispitanici su zamoljeni da zaokruže ili napišu najvažniji motiv, no jednoznačan odgovor dalo je njih 24 (61 %). Od toga je najviše ispitanika, njih 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

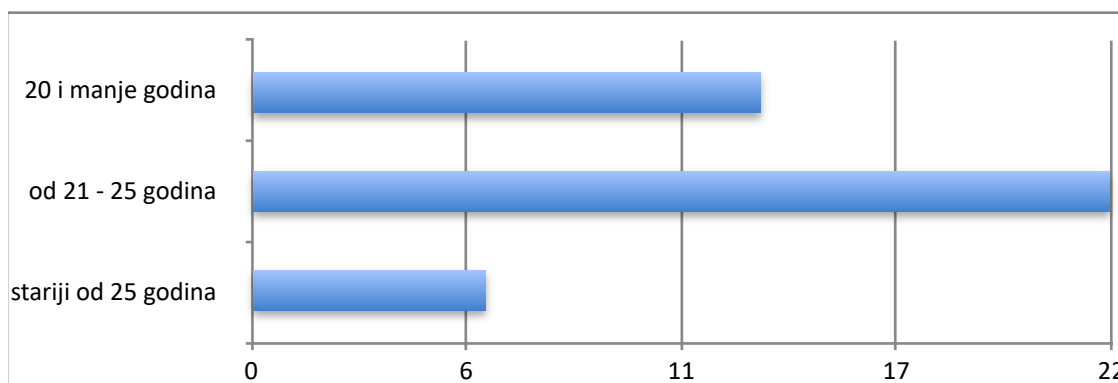
neke umjetničke akademije, bilo je zanimljivo istražiti što ih u današnje, digitalno doba, privlači kazalištu i u kazalište.

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

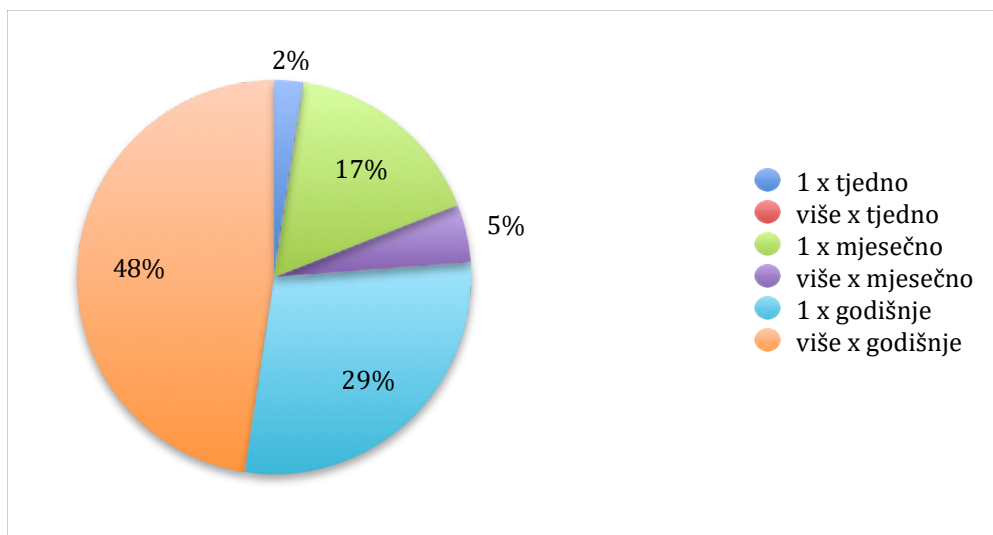
Treće pitanje odnosilo se na studij i upisanu godinu studija.

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

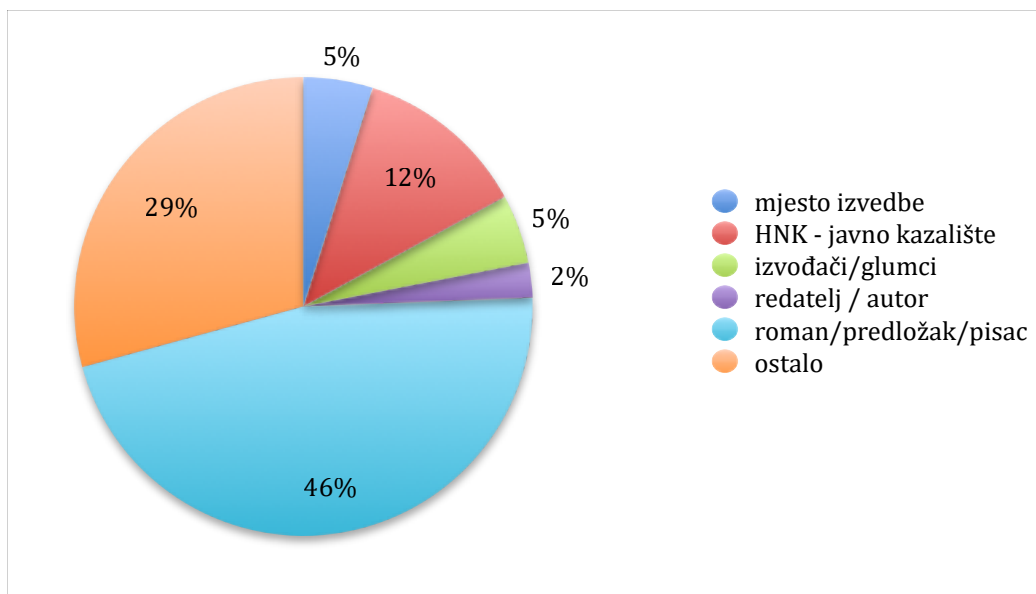
Četvrto pitanje bilo je: “Koliko često idete u kazalište?”. Ponuđeni su odgovori od “jedanput tjedno” do “više puta godišnje”.



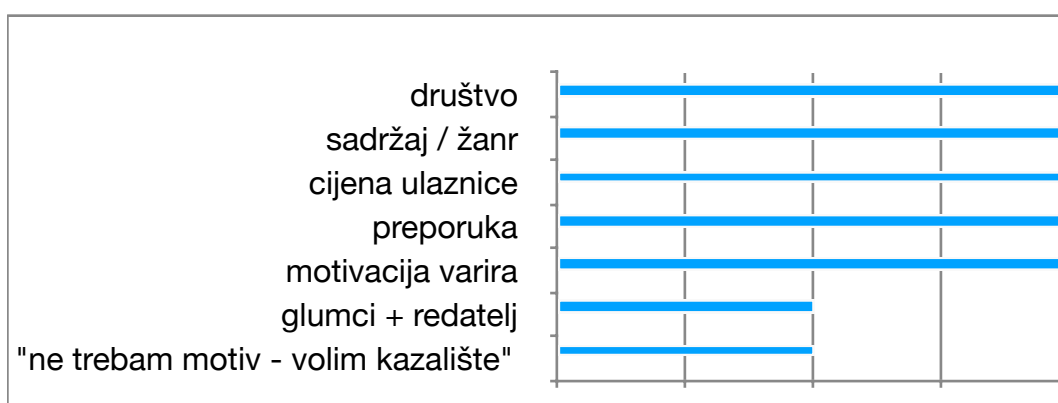
Slika 8. Grafički prikaz učestalosti odlazaka u kazalište – grupa studenata

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.

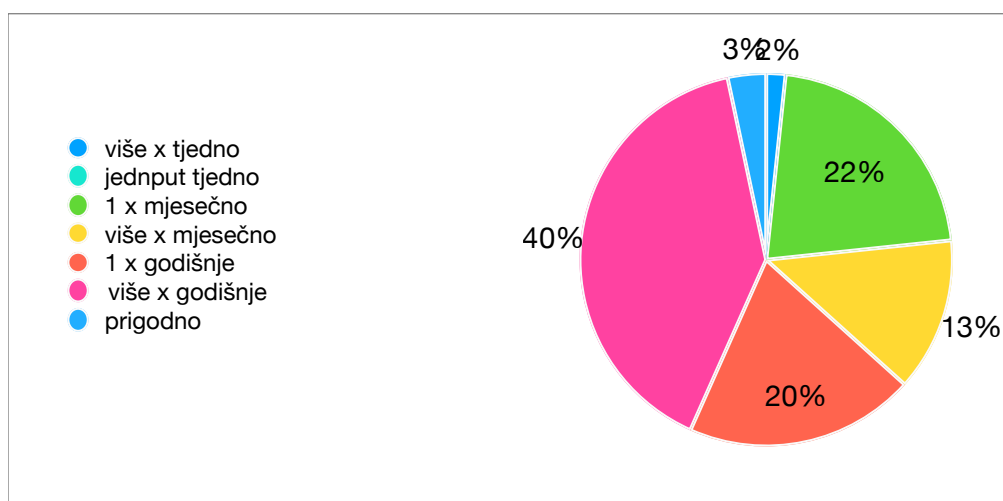
Dobne skupine formirane su prema sljedećim pretpostavkama: od 15 do 19 godina – pohađanje srednje škole i mogućnost samostalnog odlaska u kazalište, od 20 do 24 godine – doba prvih godina studija i diplomiranja (BA, prema DZS – SI – 1726), od 25 do 34 godine – doba završetka MA i prva radna iskustva,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

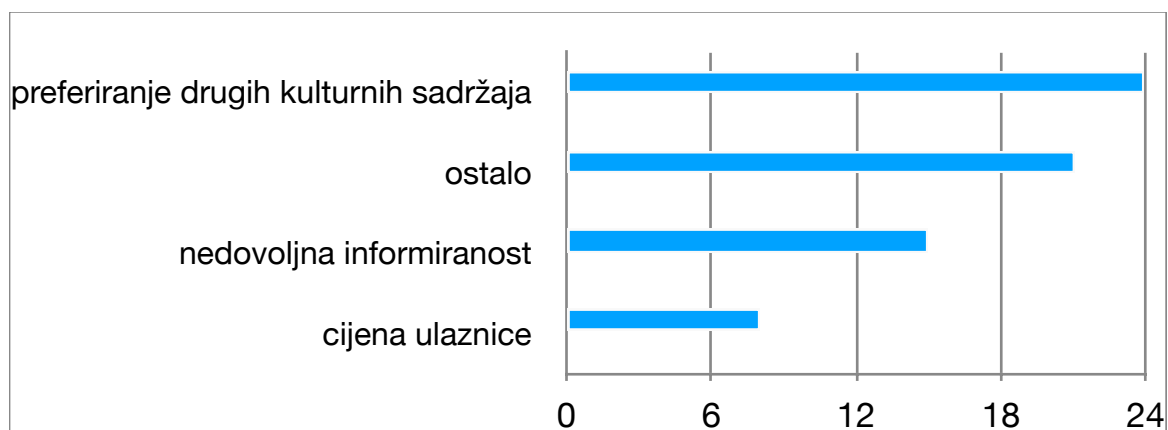
Sljedeće pitanje odnosilo se na učestalost odlazaka u kazalište. Da više puta tjedno posjećuje kazalište navela je jedna osoba. Jedanput tjedno ne ide niti jedna osoba. Jedanput mjesečno u kazalište ide trinaest ispitanika (21,67 %), a više puta mjesečno ide osam ispitanika (13,33 %). Jedanput godišnje 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:

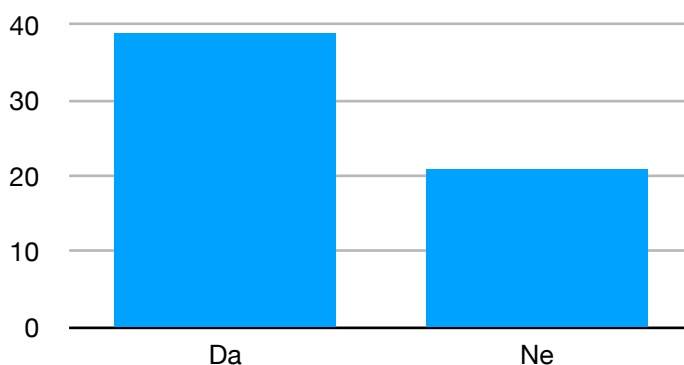
preferiranje drugih kulturnih sadržaja za 24 ispitanika (40 %), zatim slijede ostali razlozi za 21 osobu (35 %), zatim nedovoljna informiranost o kazališnoj ponudi za 15 osoba (25 %), a tek na posljednjem mjestu je, kao razlog neodlaska u kazalište, cijena ulaznice (kod osam ili 13 % ispitanika).



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.).



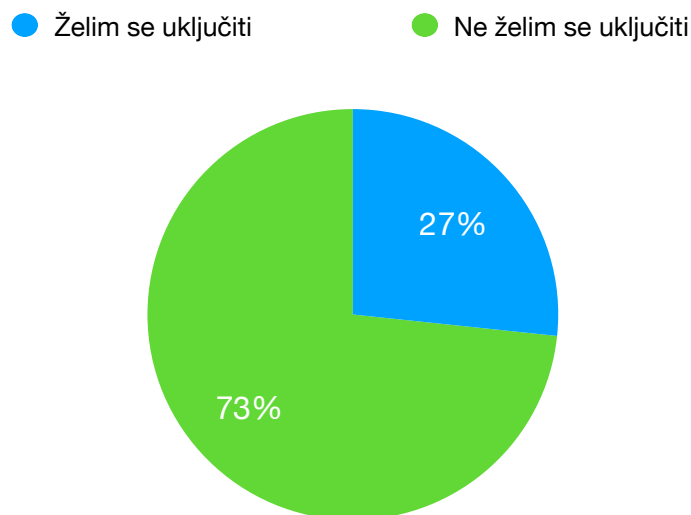
Slika 13. Utjecaj koncertnog čitanja na shvaćanje literarnog djela i kazališne umjetnosti među publikom Koncertnog čitanja

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 izvedbenim formama 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 svijeće 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 predstave *Kad svijeće 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 drugih obveza, a slijedom toga i dinamike 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, 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.

Važno je istaknuti i podatak da je, prema dostupnim internetskim podacima (jer DZS nema takvu selekciju podataka), u periodu od veljače do svibnja 2021. realizirano svega još tri dramske premijere: GDK Gavella – „Obavezan smjer“ (koncept, tekst i režija Enes Vejzović), premijera 30. ožujka 2021., Tunel Grič, Satiričko kazalište Kerempuh – „Teorija zavjere“ (tekst i dramaturgija Filip Jurjević i Marin Lisjak, red. Marina Pejnović), premijera 16. travnja 2021. i Gradsko kazalište Požega – „Carevo novo ruho“, premijera 17. travnja 2021.

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 *eskapista, 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 sumiranima 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 intervjuje 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 Histrion – 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 publika 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 natječajje 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 PSIOMNIA
- 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 predproduksijskih 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 potvrđene su 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 i dokumentirani u širem kulturnom kontekstu kao vodeći partneri u većini aktivnosti i programa kojima se želi preokrenuti trend opadanja publike u kulturnom sektoru. 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. Slijedom toga se među brojnim javnim pozivima za programe u kulturi među prioritetima i ciljevima ističe razvijanje dugoročnih partnerskih suradnji. U tom smislu, teza tvrdi da javno-privatna suradnja u kazalištu nije samo *ad hoc* rješenje za pojedinačnu produkciju, nego potencijalni mehanizam organizacijskog učenja, profesionalizacije i strateškog pozicioniranja obiju strana u sve konkurentnijem kulturnom sustavu.

U anketi provedenoj među producentima/kazalištima na nezavisnoj sceni, iako su rijetka iskustva suradnji (devet nezavisnih kazališta koproduciralo 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 odrađuje više poslova. U procesu odlučivanja to je prednost, ali u svemu ostalome 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 ravnateljica i ravnatelja, 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. Iako u Hrvatskoj nema sustavnog longitudinalnog istraživanja specifično posvećenog učincima suradnje javnih i nezavisnih kazališta, dostupni podaci o rastu broja profesionalnih kazališta, uz relativno skroman rast publike i dominaciju javnog financiranja, ukazuju da se bez takvih partnerstava teško može postići održiv razvoj repertoara i publike. Europske studije i primjeri dobre prakse tako pružaju empirijsku potporu tezi da javno-privatna suradnja u kazalištu može imati mjerljiv pozitivan utjecaj na razvoj publike, kapacitete organizacija i njihovu poziciju u kulturnom polju – pod uvjetom da je suradnja ravnopravna, strateški vođena i, kad je moguće, dugoročno planirana.

Na primjeru studije slučaja odnosno predstave *Kad svijeće dogore*, koju autorica u konačnici ubraja u primjer dobre prakse, 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

1. Abercrombie, N., Longhurst, B. (1998.): *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi
2. Adorno, T (1991): *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, Routledge, London u: Tomašević, N. (2015)
3. Ang, I. (1991). *Desperately seeking the audience*. London and New York: Routledge u: Tomka, G. (2021)
4. 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
5. Barlow, M. and Shibli, S. (2010). Audience development in the arts: A case study of chamber music. *Managing Leisure* [online]. 12(2), pp. 102–119. [Viewed 10 June 2019]. Available from: <https://doi.org/10.1080/13606710701339272> u Yang, Q. i Lu, Z.: A Review of Audience Experience and Audience Development in Theatre Performance: Exploring Key Dimensions and Impacts. *International Journal of Education and Humanities*. ISSN: 2770-6702 | Vol. 17, No. 2, 2024.
6. Banović, S. (2013): *Kazalište krize*, Durieux, Zagreb
7. Batušić, N. (1991): *Uvod u teatrologiju*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb
8. 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
9. 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.
10. Bennett, S. (1997): *Theatre Audiences, A theory of Production and reception*, Routledge, London
11. 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
12. Bishop, C. (2006): Introduction//Viewers as Producers u *Participation, Critical and Curatorial Positions*, Whitechapel London i The MIT Press Cambridge, Massachusetts, str. 10-17

13. 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)
14. Bonet, L. i Negrier, E. (2018): *The participative turn in cultural policy: Paradigms, models, contexts*, Poetics 66. Str. 64-73
15. Bourdieu, Pierre (1984) *Distinction - A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge, MA, Harvard University Press, str. 99-114, 230-256, 397-425
16. Brgles, M. M. (2020): *Borba za moć: politika, umjetnici i publika, Društveni aspekti razvoja Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu*, Citadela libri, Zagreb
17. Brook, P. (1972): *Prazni prostor*, Nakladni zavod "Marko Marulić", prevela G. Gračan, Split
18. Burkert, W. (1998): *Creation of the Sacred - tracks of biology in early religions*, Harvard University Press, Cambridge, MA u Lukić, D. (2013)
19. 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
20. De Marinis, M. (2006): *Razumijevanje kazališta, Obris nove teatrologije*, AGM, Zagreb
21. 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
22. 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
23. Državni zavod za statistiku (2019.): *Statističke informacije 2019*, preuzeto s https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/StatInfo/pdf/StatInfo2019.pdf (27. listopada 2021.)
24. Državni zavod za statistiku, preuzeto s https://podaci.dzs.hr/media/arac4gkx/si-1726_studenti-u-akademskoj-godini-2022_2023.pdf, 14. 11. 2024.
25. 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.
26. Državni zavod za statistiku: *Statističke informacije*, preuzeto s <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58155>, 12. 3. 2024.

27. Državni zavod za statistiku: Statističke informacije, preuzeto s <https://podaci.dzs.hr/2025/hr/97007>, 12. 7. 2025.
28. Duda, D. (2002): *Kulturalni studiji*, ishodišta i problemi, AGM, Zagreb
29. Duvignaud, J. (1978): *Sociologija pozorišta*, Beograd u Lukić, D. (2010): *Kazalište u svom okruženju. Kazališni identiteti*, Leykam International, Zagreb
30. European Commission (2013): Special Eurobarometer 399 – Cultural Access and Participation, Report
31. European Commission (2025): Special Eurobarometer 562, Europeans' attitudes towards culture, pregledano 4. 9. 2025.
32. European Commision (20129: European Audiences: 2020 and Beyond, Conference Conclusions, preuzeto s https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/conference-audience_en.pdf, 14.10.2025.
33. 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/2lbntjzp/monetising-the-impact-of-culture-and-heritage-on-health-and-wellbeing.pdf>
34. Gardner, C. (1979): *Media, Politics and Culture: A Socialist View*, Macmillan Press, London u Bennet, S. (1997)
35. Gavella, B. (1982): *Hrvatsko glumište, analiza nastajanja njegovog stila*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb
36. Govedić, N. (2022): Oscar Wilde izlazi iz zatvora ili vaša omiljena umjetnost zove se kritika, Hrvatsko drustvo kazalishnih kriticara i teatrologa, Zagreb
37. 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.
38. Grotowski, J. (1971): Načela u Teatar XX. Stoljeća, Sabljak, T., ur., Matica Hrvatska Split - Zagreb, 1971, str. 443-449, prevela Gračan, G.
39. 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
40. Hadley, S. (2021): Audience (New Directions in Cultural Policy Research), Springer International Publishing, New York (Kindle Edition)
41. 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)

42. Hancock, 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.
43. Hannula, M., Suoranta, J. I Vaden, T. (2010): Artistic Research Methodology. Narative, Power and the Public, Peter Lang Group AG, Lausanne
44. 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
45. Holden, J. (2016): *Budućnost kulturne vrijednosti*, Akademija dramske umjetnosti u Zagrebu, prevela Sanja Đurić, Zagreb
46. Howkins, J. (2003): Kreativna ekonomija: kako ljudi zarađuju na idejama, Binoza Press, Zagreb u: Tomašević, N. (2015)
47. Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu, preuzeto s <https://www.hnk.hr/hr/novosti/> (25.09.2021.)
48. Huth, C. The Public Private Partnership in the Cultural Sector. <https://doi.org/10.3726/B11769>, pregledano 14.01.2026.
49. Iveković, O.: Od kazališne publike do kazališnog događaja, Kazalište, časopis za kazalištebr. 39/40, 2009. str. 47-55, ISSN 1332-3539
50. Kardov, K. i Pavić, I. (2007): Clubture: Profil organizacija i suradničke prakse, u Vidović, D. Ur. (2007)
51. 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 Studies Research Papers 6 (2000): 3-25. University of Warwick, http://wrap.warwick.ac.uk/35926/1/WRAP_Kawashima_ccps_paper_6.pdf (23. listopada 2021.)
52. Krstulović, N. (2012): Laži, proklete laži i statistika, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/275255>, pregledano 14. 10. 2023.
53. Kuljanac, Ž. (2018). 'Pojam koprodukcije i međuodnos aktera u koprodukciji', *Političke analize*, 9(36), str. 30-35. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/216880> (Datum pristupa: 01.02.2026.)
54. Langley, S. (1980): *Theatre Management in America, Principle and Practice*, Drama Book Publishers, New York

55. Lederer, A. (2023): *Zakulisje, Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu 2005.-2013.*, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Zagreb
56. Letinić, A. ur. (2022): *Izvana i iznutra - Metode i prakse organizacijske transformacije prema sudjelovanju u kulturi*, Zaklada Kultura nova, Zagreb
57. Letunić, A. (2016): Riječ urednice u Holden, J., *Budućnost kulturne vrijednosti*, ADU Zagreb, str. 5-7
58. Leš, M (2020): Mogućnosti primjene novih neuroznanstvenih spoznaja u analizi glume, Doktorski rad, Sveučilište u Zagrebu, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Odsjek za komparativnu književnost, preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:685218>, 18.01.2021.
59. Lončar, V. (2008): Kazalište u Hrvatskoj i mladi (1950. – 2007.), *Kazalište : časopis za kazališnu umjetnost*, Vol. XI No. 33/34, 2008. str. 108-124
60. Lončar, V. (2013): Kazališna tranzicija u Hrvatskoj - kulturni, zakonodavni i organizacijski aspekti, Meandarmedia, Zagreb
61. 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
62. Lorca, F.G. (1971): Riječ o teatru u Teatar XX. Stoljeća, Sabljak, T. ur., Matica Hrvatska Split - Zagreb, str. 189-192, preveo Ivanišević, D.
63. Lorimer, R. (1998.): Masovne komunikacije u: Lukić, Darko (2010) *Kazalište u svom okruženju - Kazališni identiteti*. Zagreb. Leykam international
64. 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.
65. Lukić, D. (2010): *Kazalište u svom okruženju. Kazališni identiteti*, Leykam International, Zagreb
66. Lukić, D. (2011): *Kazalište u svom okruženju, Knjiga 2*, Kazališna intermedijalnost i interkulturalnost, Zagreb, Leykam International
67. Lukić, D. (2013): *Uvod u antropologiju izvedbe*, Zagreb, Leykam International
68. Lukić, D. (2022): Ususret izazovima - promjena paradigme u odnosima s publikom u Letinić, A. ur. (2022), str. 150-153
69. Lukić, D. i Gigović, M. (2025): Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu i njegove publike u

70. *Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu, 130 godina zgrade*, Petranović, M., ur., Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu i Školska knjiga, Zagreb, str. 557-575
71. 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
72. 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%20%e2%80%93%20An%20Anthology%20on%20Art%20and%20Development.pdf>, str. 14-23, 05.07.2023.
73. Maitland, H. (2024): Audience development handout, preuzeto s <https://www.scribd.com/document/597267699/Audience-Development-Handout-Heather-Maitland.pdf>
74. Matanovac Vučković, J., Uzelac, A. i Vidović, D.: *Pregled kulturnog razvoja i kulturnih politika u Republici Hrvatskoj*, Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske Zagreb, 2022.
75. McConnachie, Bruce (2008): *Engaging Audiences*, New York, Palgrave Macmillan, str. 65-120
76. Ministarstvo kulture i medija, Strateški plan 2020-2022 <https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Strateški%20plan%20Ministarstva%20kulture%202020.%20-2022..pdf>
77. 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.
78. 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.
79. 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.)
80. 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.).

81. 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.
82. Ministarstvo kulture i medija, Upute za razvoj publike, preuzeto s <https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Javni%20poziv%202023/Upute%20za%20razvoj%20publike%202024.pdf>, 14.10.2025.
83. Mišković, D. (2013): *Istraživanja u kulturi*, Jesenski i Turk, Zagreb
84. Mišković, D. (2015): Kontekst kao sadržaj u Prema institucionalnom pluralizmu: Razvoj društveno-kulturnih centara, Radni skup Zagreb 12.– 14. 11. 2015., Vidović, D. Ur., str. 5-18, preuzeto s https://kulturanova.hr/file/ckeDocument/files/Radna_biljeznica.pdf, 21.03.2017.
85. Morley, D. (1980): The 'Nationwide' Audience. Structure and Decoding u Duda, D. (2002)
86. 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
87. Operacija grad: Kodeks dobre prakse, preuzeto s <https://www.mrezadkc.hr/wp-content/uploads/2022/06/Kodeks-dobre-prakse-1.pdf>, 21.03.2017.
88. 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
89. 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
90. Pizzato, M. (2011): *Inner Theatres of Good and Evil* (Kindle Edition) u Lukić, D. (2013)
91. 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
92. Rancière, J. (2004): Problems and Transformations in Critical Art', in Rancière, *Malaise dans l'esthétique*, Éditions Galilée, Paris u Bishop, C., ur. (2006)

93. Ranciere, J. (2009): *The Emancipated Spectator*, London/New York, Verso u: Bennet, S. (1997)
94. Rocco, F. (1998): *Poslovni marketing: business to business*, Školska knjiga, Zagreb u Tomašević, N. (2015)
95. 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
96. 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.
97. Schecner, R. (1971): 6 aksioma za teatar ambijenta u *Teatar XX. Stoljeća*, Sabljak, T., ur., str. 555-575, preveo Sabljak, T.
98. Schechner, R. (1977): *Essays on performance Theory 1970-1976*, New Drama Book Specialists, New York u: Bennet, S. (1997)
99. 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
100. Smith, H., Dean, R.T. (2009): *Practice-led Research, Research-led Practice in the Creative Arts*, Edinburgh Univeristy Press, Edinburgh
101. Šola, T. (2014): *Javno pamćenje: čuvanje različitosti i mogući projekti*, Filozofski fakultet, Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti, Zavod za informacijske studije, Zagreb
102. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D. i Pološki Vokić, N. (2010): *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada*, M. E. P. d.o.o., Zagreb
103. Tomašević, N. (2015): *Kreativna industrija i nakladništvo*, Naklada Ljevak, Zagreb
104. Tomka, G. (2021): *Producenti i njihove publike*, Diskurzivna proizvodnja publike u oblasti kulture i medija, Fakultet za sport i turizam TIMS, Novi Sad
105. 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
106. 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)
107. Vidović, D. (2007): *Clubture, kultura kao proces razmjene 2002-2007*, Savez udruga Klubtura/Clubture, Zagreb

108. 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.)
109. Višnić, E. (2007): Mreža Clubture u Vidović, ur. (2007)
110. 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.
111. Zaklada kultura nova - službena mrežna stranica =<https://kulturanova.hr/aktualno/pozivi/poziv-na-radionicu-quotrazvoj-publikequot> (pregledano 25. siječnja 2019.)
112. Zaklada kultura nova - službena mrežna stranica =<https://kulturanova.hr/program-podrske/pp6> (pregledano 27. kolovoza 2021.)
113. Zaklada kultura nova - službena mrežna stranica, preuzeto s <https://kulturanova.hr/pravedne-prakse/resursi-materijali-umjetnickih-strukovnih-udruga-i-drugih-organizacija>, 29.09.2025.
114. Zakon o radu, NN [93/14](#), [127/17](#), [98/19](#), [151/22](#), [46/23](#), 64/23
115. Zakon o udrugama, NN 88/01, 11/02, 74/2014
116. Yang, Q. i Lu, Z.: A Review of Audience Experience and Audience Development in Theatre Performance: Exploring Key Dimensions and Impacts. *International Journal of Education and Humanities*. ISSN: 2770-6702 | Vol. 17, No. 2, 2024
117. White, G. (2013): *Audience Participation in Theatre, Aesthetics of the Invitation*, Palgrave Macmillan, London (Kindle Edition)
118. 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, Teachers 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*

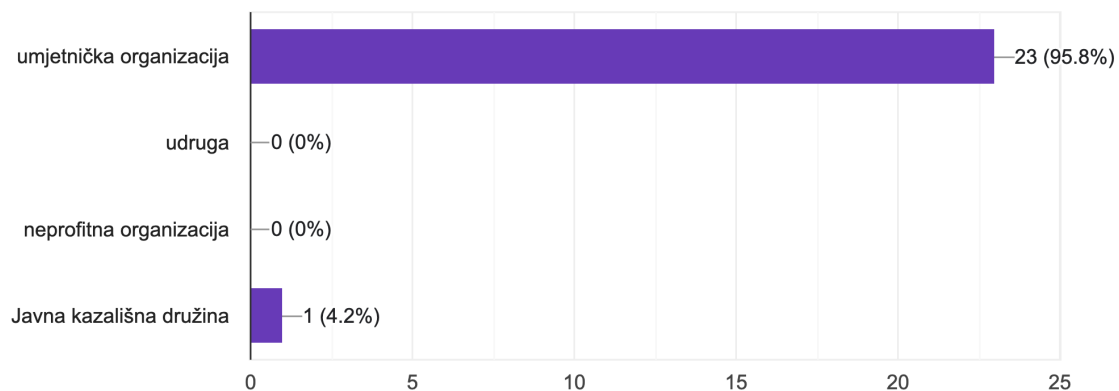
1. Mislite li da su umjetnički, kreativni, estetski, izvođački ili bilo koji drugi ciljevi različiti ovisno o produkciji u HNK ili produkciji na nezavisnoj sceni? Ako da, pojasnite.
2. Smatrate li da institucionalni okvir te estetska konvencija koja dolazi uz HNK olakšava ili ograničava kreativni proces 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

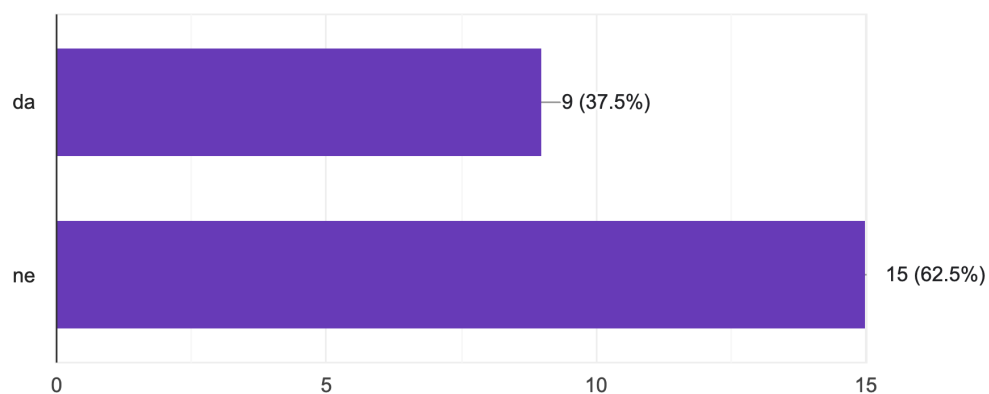
1. Molim navedite pravni oblik organizacije / teatra

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.

-

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?

Otezava

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. Kretativni 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 kazališta.

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 mjesdu 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 svijeeće 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 podatci 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	UKUPNO	Napomena
Naziv predstave	Broj gostovanja	Broj gostovanja	Broj gostovanja		
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, zensko	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, zensko	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 zensko	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, zensko	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	
Ne	
da	Pismeno...pošto zivim u Ogulinu
Ne	
Ne	

Prilog 7 - 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	Računarstvo, 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 otvorenom)
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
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 preporuči, a često i idem zato što me netko pozvao (društvo ili	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 mi je prijatelj preporuči.	Ne
Želja da vidim nove stvari, gledanje glumaca kako igraju, empatiziranje sa likovima, širenje perspektive na život, iznemađenje, potresnost, utjeha	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 preporuči, a često i idem zato što me netko pozvao (društvo ili momak) itd.	Ne
Preporuka prijatelja ili člana obitelji, povoljna ponuda ulaznica za studente, dobra lokacija	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 međuigra 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 redatelj 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