Recepcija kazališnog sadržaja u digitalnom okruženju

Bartulović, Matea

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:033918

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

THE ACADEMY OF ARTS AND CULTURE IN OSIJEK

Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ MEDIJSKE KULTURE

Matea Bartulović

RECEPCIJA KAZALIŠNOG SADRŽAJA U DIGITALNOM OKRUŽENJU

ZAVRŠNI RAD

Mentorica: doc.dr.sc. Katarina Žeravica
Sumentorica: Lorna Kalazić Jelić, ass.

Osijek, 2021.

SAŽETAK

Završni rad govori o svojevrsnoj mutaciji kazališta koju smo u Hrvatskoj konzumirali od ožujka 2020., pa sve do nedavno kada su se kazalište ustanove i fizički otvorile. Kroz osam poglavlja, dva anketna istraživanja i dva primjera proučava se reakcija kazališta, ali i njegove publike na prijelaz u digitalni prostor potaknut epidemijom koronavirusa u Hrvatskoj. Temelji analize postavljeni su definiranjem osnovnih pojmova; kazališnih uz pomoć Batušića, Pavisa i D`Amica, a digitalnih prema *Digitalnom dobu* Nade Zgrabljić Rotar. Definirani se pojmovi u radu promatraju svaki odvojeno, ali i u međusobnoj korelaciji, a sve na primjeru *online* izvedbe predstave *Botaničari* osječkog Teatra to go, prvog međunarodnog virtualnog kazališta, Virtualnog kazališta Promjena i neformalnog kluba osječke kazališne publike KLAP KLAP, a potkrijepljeno rezultatima ankete o učinku COVID -19 na kazališnu publiku. Cilj je rada pobliže promotriti pojavu kojoj svjedočimo -asimilaciju posve živog, dugo vremena nepromijenjenog medija u ono što stoljeće u kojem živimo od njega i traži. Medij "na mreži", dostupan uvijek i svugdje. Kako i sam naslov rada govori, glavni je fokus recepcija koja podrazumijeva publiku. Kada se utvrdi kako je publika ovu novu verziju kazališta prihvatila, bit će jasno i treba li i može ona opstati.

Ključne riječi: kazalište, publika, recepcija, digitalizacija, epidemija, *online* prostor

ABSTRACT

This paper talks about a mutation of theater which we consumed in Croatia from March 2020 until recently, when the theater institutions were physically opened. Through eight chapters, two surveys, and two examples, this paper studies the reaction of the theater and its audience to the transition to a digital space triggered by coronavirus epidemic in Croatia. The foundations of the analysis are laid by defining the basic concepts; theatrical with the help of Batušić, Pavis and D`Amico, and digital according to *Digital Age* by Nada Zgrabljić Rotar. Defined terms in the paper are observed separately, but also in mutual correlation, all on the example of online performance of the play Botaničari made by Teatar to go from Osijek, the first international virtual theater, Virtualno kazalište Promjena and informal club of Osijek theater audience KLAP KLAP, and are supported by results of a survey on effects of COVID - 19 on theater audiences. This paper aims to take a closer look at the phenomenon we are witnessing - the assimilation of a completely alive, long-unchanged medium in which the century we live in requires. Online media, available anytime, anywhere. As the title of the paper suggests, the main focus of this work is the reception, which implies the audience. Once it is determined how this new version of the theater has been accepted, it will be clear whether it should and can survive.

Keywords: theater, audience, reception, digitization, epidemic, online space

SADRŽAJ

1. UVOD .....1.
2. KAZALIŠTE .....3.
3. KAZALIŠNA PUBLIKA .....6.
   3.1. Recepcija kazališnog sadržaja .....8.
4. DIGITALNI MEDIJI .....10.
5. DIGITALNA PUBLIKA .....12.
6. KAZALIŠTE U DIGITALNOM OKRUŽENJU .....13.
   6.1. Virtualno kazalište Promjena .....13.
   6.2. KLAP KLAP -virtualni klub kazališne publike .....16.
7. TEATAR TO GO -KAZALIŠNI ONLINE PAKET .....19.
8. ISTRAŽIVANJE „UČINAK COVID -19 NA KAZALIŠNU PUBLIKU“ .....23.
9. ZAKLJUČAK .....25.
10. LITERATURA .....27.
11. POPIS ILUSTRACIJA .....30.

1. UVOD

Uvijek postoji onaj jedan događaj kojega se označuje kao prekretnicu. Najlakše se, uostalom, orijentirati ako pojave razmatramo u relaciji s bliskim im događajima. Nekada su te relacije bili ratovi, revolucije, a prekretnicu kojoj sada svjedočimo vezat ćemo s pandemijom. Preživjelo je kazalište i ratove i revolucije. Promijenilo se nakon Prvog i Drugog svjetskog rata, promijenilo se tijekom Oktobarske revolucije, promijenit će se, htjeli mi to ili ne, i sada. Prva se promjena dogodila u ožujku 2020. godine i tada se činila prilično banalna -Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske odlučio je da kulturu neko vrijeme nećemo konzumirati, uključujući i kazalište. Tada je, kao što je Trojanski rat započeo zbog ljubavi, iz istog razloga (ako im pridodamo i one ekonomske prirode) i jednako lukavo započela i bitka hrvatskih kazališta.

U veljači smo "proslavili" godišnjicu prvog slučaja zaraze novim koronavirusom, prve mjere zaštite i prevencije osjetili smo već u siječnju, no kulturni je sektor tada još bio netaknut. U veljači je osnovan Nacionalni stožer civilne zaštite, odluku o osnivanju karantene donijeli su u drugom danu postojanja, a tri su dana kasnije preporučili školama da ne odlaze na ekskurzije u Italiju. Takve su se, danas sam dobro poznate, a tada potpuno nove, preporuke, od tada samo nastavile nizati. Virus je u Hrvatsku došao upravo iz Italije, s nogometne utakmice u Milanu. 11. je ožujka proglašena epidemija, a s njom je krenuo i val restriktivnih mjera koje su redom gušile sektor po sektor. Rad kulturnih djelatnosti obustavljen je osam dana nakon što smo svi dobro usvojili definiciju epidemije, 19. ožujka.

Upravo su zbog gore navedenog niza događaja kazališta u Hrvatskoj otkrila digitalno okruženje u kojem ih ovaj rad i promatra. Kulturne industrije jedna su od najvažnijih i najprofitabilnijih grana gospodarskog sektora, imaju brz gospodarski rast, a u godini prije pandemije, kulturne i kreativne industrije predstavljale su 4,4% BDP-a Europske unije. Epidemijom su najviše bili pogođeni upravo sektori izvedbenih umjetnosti, a rame uz njih je i glazba. (Londero Šimleša, 2021: 70,71)

U radu *Recepcija kazališnog sadržaja u digitalnom okruženju* najprije će se definirati osnovni pojmovi iz naslova kako bi bilo jasno koje relacije se uopće razmatraju. Ti će pojmovi uključivati i kazališnu i digitalnu publiku kao izvršitelje recepcije spomenute u naslovu, a definirat će se i recepcija u kontekstu umjetnosti, kulturnih sadržaja i konkretno kazališta. Nadalje će pridjev "digitalno" i imenica "kazalište" dijeliti mjesto u jednom od poglavlja i

nakon što se definira njih u zajedničkoj sintagmi, usmjerit će se na praktično i u tom tonu nastaviti rad. Prvo će se definirati dva primjera kazališnog sadržaja u digitalnom prostoru, a zatim će se razmatrati dva provedena istraživanja -jedno o općenitom učinku koronakrize na prethodno definiranu, kazališnu publiku, a drugo na konkretnom primjeru, osnovnoškolskoj predstavi zbog koje osnovnoškolci nisu trebali fizički posjetiti kazalište.

Odabrani su upravo navedeni primjeri po kriteriju blizine. Pod blizinom se podrazumijeva da su to sadržaji s kojima sam i sama bila u doticaju, čak sudjelovala u njihovoj realizaciji u većini slučajeva. Kao jedna od autora sadržaja virtualnog kluba kazališne publike, KLAP KLAP -a koji se u vrijeme prije epidemije tek zagrijavao, sudionik u provođenju istraživanja o utjecaju koronakrize na kazališnu publiku koje je provedeno neposredno nakon *lock downa* i debitantskog nastupa kazališta u digitalnom i kao moderatorica u provedbi kazališnog *online* paketa osječkog Teatra to go.

Kako je cijeli digitalni okvir kazališta prilično nov i za nas i kazalište, a i za teoretičare kazališta (i digitalnog), ova tema ne obiluje literaturom koja bi pomogla zaokružiti je. Srećom, prošle je godine komunikologinja Nada Zgrabljić Rotar, kao da je predvidjela, izdala svoju knjigu *Digitalno doba* u kojoj dvadeset i pet stručnjaka analizira što digitalno doba znači za medije, publiku i profesije i kako je ono promijenilo društvo, kulturu i umjetnost. Iako Rotar i kolege u svojim zaključcima polaze iz područja novinarstva, neki su se pokazali relevantnima i uvelike doprinijeli strukturi ovog završnog rada. Darko Lukić, čije su dvije knjige korištene u radu, svojim se „izvanokvirskim“ pogledima na kulturu i djelatnost kazališta spretno uklopio u situaciju njegove geneze, a pojmovi su definirani uz pomoć poznatih autoriteta iz područja kazališta –Nikole Batušića, Patrice Pavisa i Silvia D`Amica.

Cilj je ovoga završnog rada istražiti treba li i može li se kazalište uopće prilagoditi digitalnom dobu u kojem živimo. Iznimno je malo djelatnosti, u svim sferama života, koje se nisu na neki način digitalizirale i tako se zapravo prilagodile publici koja danas ima posebne zahtjeve. Kazalište se, dakako, također prilagođavalo i prije ovih iznimnih okolnosti, ali ne digitalizacijom. Slijedom definiranja osnovnih pojmova kojima se završni rad bavi, preko rasprave o samom pojmu recepcije i odvajanja digitalne od kazališne publike, pa sve do lokalnih primjera potencijalno dobre prakse prikazat će se reakcija kazališta na prisilnu digitalizaciju, ali i reakcija publike na tu pojavu. Odgovorit će se na pitanje koje se postavljalo na osječkom *Metaverse* –u –događaju koji je, razgovorom o digitalizaciji kazališta, slavio svjetski dan kazališta. Gradimo li peti zid? Ili jednostavno dodajemo, kako je na istom događaju zaključio pojedinac iz publike, još jedan kat.

2. KAZALIŠTE

Riječ kazalište i spomen tog pojma u govoru gotovo nas neizbježno nagna da ga promatramo samo kao naziv za onu ustanovu, zgradu u koju odlazimo gledati predstave, sudjelovati u društvenom životu ili ispuniti neku drugu potrebu zbog koje ondje boravimo. Ne uzimamo tada u obzir i druge aspekte ovog pojma, odnosno druge sastavnice onoga čemu u spomenutoj zgradi svjedočimo.

Prema Batušiću (1991: 15), u sadržaju pojma kazalište obuhvaćeni su sljedeći pojmovi: -zgrada ili kakva građevina, odnosno posebno obilježeno mjesto za izvedbu predstavljačkih umjetnosti (drame, opere, baleta...). "Kazališni je prostor svaki onaj lokalitet koji postaje scenski istodobnim sudjelovanjem izvođača i gledatelja, tj. publike u njemu, npr. ulica, trg, perivoj, crkva, feudalni dvorac, vozilo, plovilo itd; - istoznačnica za krajnji rezultat postojanja, tj. za predstavu, čime se promišlja sudioništvo u ostvarivanju scensko- kazališnog čina, a ne određeni prostor ili sociološko kulturno -povijesni ili civilizacijski pojam; - ustanova, tijelo ili umjetnička organizacija koja bez obzira na društveni, pravni, staleški ili financijski status priprema, organizira i izvodi kazališne predstave. U estetskom smislu, pojam kazalište označava cjelovito stilsko razdoblje, zatim integralni autorski izraz i njegovu praktičnu komponentu kod pojedina pisca, skladatelja ili redatelja, odnosno neke žanrovske specifičnosti scenske umjetnosti (npr. Barokno kazalište, Držićevo kazalište, Wagnerov kazališni izraz).(...) Ovo se određenje pojma odnosi i na neke žanrovske specifičnosti, povijesno politička, sociološka ili pak tehničko -izvedbena obilježja (npr. lutkarsko kazalište, kazalište Modrih bluza, kazalište sjena)." Zakon o kazalištima, s druge strane, definira kazalište kao pravnu osobu koja priprema i organizira te javno izvodi scenska i glazbeno -scenska djela, raspolaže kazališnim prostorom funkcionalno pogodnim i opremljenim za izvođenje navedenih djela, potrebnim umjetničkim osobljem i organizacijskim i tehničkim radnicima. Tako kazalište definira država.[1]

Sam pojam "kazalište" potječe od glagola kazati (lat. *monstrare*), u smislu pokazati, prikazati. Kasnije se u narodu uvriježava i izraz kazac ili kazalica, naziv za osobu koja pripovijeda pripovijesti. Najjednostavnije je, a ujedno i najobuhvatnije kazalište u ovom slučaju

[1] Zakon o kazalištima (2020). URL: https://www.zakon.hr/z/301/Zakon-o-kazali%C5%A1tima [pristup: 14.9.2021.]

definirati onako kako ga je definirao jedan od najplodnijih španjolskih pisaca Lope de Vega, "Umjetnost za koju je potrebna samo jedna daska, dva lica i jedna strast".[2]

"Izraz "kazališna djelatnost" možda je nesvjesni prijevod Brechtova *Modellbucha* (model predstave) koji nosi naziv *Theaterarbeit*, a doživio je veliki uspjeh u pedesetima i šezdesetima jer nije dovodio u fokus isključivo glumačke pokuse i učenje teksta nego i dramaturšku analizu, prijevod i adaptaciju, gestualne improvizacije, proučavanje gestusa, fabule i otvaranje teksta različitim tumačenjima, aranžman (raspoređivanje glumaca na pozornici), razradu kostima, dekora, rasvjete, itd. i zbog toga kazališna djelatnost podrazumijeva dinamičnu i djelotvornu koncepciju režije." (Pavis, 2004:160) Prema Zakonu o kazalištima, kazališna djelatnost obuhvaća pripremu i organizaciju te javno izvođenje dramskih, glazbeno -scenskih, lutkarskih i drugih scenskih djela. Obavljaju je kazališta i kazališne družine kao samostalne pravne osobe, a iznimno kao posebne ustrojstvene jedinice unutar druge pravne osobe ili kazališne kuće.[3]

Kazalište, *pozorište, gledališće, tiyatro, teatro* i sve varijacije tog prijevoda od kojih su se neke, poput "teatar" uvriježile i u našem, hrvatskom jeziku nazivi su za isto. Čak i ako većinu tih jezika ne govorimo, možemo prepoznati nekoliko nama poznatih skupova i shvatiti da je riječ o kazalištu. "Kazališna predstava -francuski: *representation theatrale*; engleski: *theatrical performance*; njemački: *Theatervorstellung*; španjolski: *representacion teatral*. Različiti jezici pomoću različitih slika označuju scenski prikaz djela. Francuski inzistira na ideji reprezentiranja stvari koja, dakle, već postoji prije nego što se utjelovi na pozornici. No, francusko *représenter* znači, također, učiniti *prezentnim* u trenutku scenskog prikazivanja ono što je nekoć postojalo u tekstu ili kazališnoj tradiciji. Ta dva kriterija: ponavljanje prethodne datosti i vremenski obilježeno ostvarenje scenskog *događaja*, uistinu jesu temelj svakog uprizorenja. Njemački izrazi *Vorstellung, Darstellung* i *Auffiihrung* rabe sliku koja se veže za prostor: »predstaviti«, »postaviti«, odnosno »staviti ispred« i »staviti tamo«. Naglasak stavljaju na frontalnost i izlaganje kazališnog proizvoda koji se nudi pogledima gledatelja, ali i na isticanje, u svrhu *spektakularizacije*. Englesko *performance* upućuje na ideju radnje koja se izvodi (*to perform*) u samom činu njezina prikazivanja. Kazališna izvedba istodobno uključuje pozornicu (i sve što je prethodilo predstavi, odnosno njenu pripremu) i dvoranu (sve što iz predstave proizlazi, znači recepciju publike)." (Pavis, 2004:164)

[2] Hrvatski centar UNIMA (2020), Hrvatska poruka URL: https://unima.hr/unima/hrvatska-poruka/ [pristup: 19.9.2021.]
[3] Zakon o kazalištima (2020). URL: https://www.zakon.hr/z/301/Zakon-o-kazali%C5%A1tima [pristup: 14.9.2021.]

“Izvedbu treba smatrati jedinstvenim događajem, konstrukcijom koja upućuje na samu sebe (kao i pjesnički znak) i ne oponaša neki svijet ideja. Drama je primarna. Ona nije (sekundarno) prikazivanje nečega (primarnoga), nego samu sebe prikazuje, ona je to što jest”, istaknuo je mađarski književnik Peter Szondi.” (Pavis, 2004:165) “Ono što predstavu razlikuje od ostalih umjetnosti i književnosti jest činjenica da predstava postoji samo u sadašnjosti koja je zajednička glumcu, prostoru kazališne izvedbe i gledatelju. (...) Teatar bi se u širem smislu mogao dakle definirati kao zajedništvo gledatelja i žive predstave. S jedne su strane gledatelji, u množini a ne u jednini. Teatar se po svojoj prirodi obraća kolektivu. Francuski filozof Henri Bergson rekao je da se "čovjek ne smije sam", za smijeh ih je potrebno više, a to vrijedi i za komički teatar. Ali i plač, ganuće, ili bilo koji oblik sudioništva u kazalištu ima kolektivan značaj.“ (D`Amico, 1972: 19)

„Kazalište je više od bilo koje druge umjetnosti izravno ukorijenjeno u društvo i društveni život. Tako višestruko povezano s društvom, više od ostalih umjetnosti osjeća društvene potrese i preokrete. Kazalište je, prema Divignauxu, mjesto gdje se "estetičnost pretvara u društvenu akciju"“ (Lukić, 2010:182) “Karakterizira ga međudjelovanje žive osobe na živu osobu ili na mnoštvo drugih živih osoba i takav, poseban oblik komuniciranja ne postoji u drugim medijima ni u drugim umjetnostima. Samo je u kazalištu neposredno i neposredovano moguća uspostava onoga što se u socijalnoj psihologiji imenuje kao izravna veza između dvaju ljudskih mozgova.” (Lukić, 2010: 247) Upravo je zbog tih zaključaka kazalištu, u svim njegovim značenjima, važna publika.

3. KAZALIŠNA PUBLIKA

„Mađarsko -njemački povjesničar umjetnosti Arnold Hauser definira publiku kao jednu manje -više stalnu skupinu privrženika koja je u stanju osigurati u izvjesnoj mjeri kontinuitet produkcije na nekom području umjetnosti.“ (Lukić, 2010: 246) Stalna, skupina, privrženici. Riječi koje, iz ove neslužbene definicije, možemo izdvojiti kao ključne. Lukić (2010: 246) navodi “manje -više stalna” što je relativno, ali najtočnije. Svako mjesto ima svoje “stalne goste”; ako krenemo od banalnih primjera, od dostupnih deset restorana u našoj blizini, favoriziramo jedan koji češće posjećujemo, isto vrijedi i za kafiće. Muzeje posjećuju ljubitelji te vrste umjetnosti i, osim ako je to Muzej čokolade, iluzija ili neka slična moderna inačica, posjetitelji su većinom isti. Ista je situacija s kazalištem, nova se (ona nestalna) publika pojavljuje eventualno na dobro promoviranim gostovanjima u kojima igraju “velika” imena ili iza predstave stoje velike, i širokoj javnosti poznate, kazališne kuće. Publiku koja inače nema naviku redovito posjećivati kazalište, privuku također “veliki” kazališni događaji poput festivala, revija i slično, osobito ako su na otvorenom, a važan su također, ponovno, imena koja se nalaze na plakatima po gradu. Bila to imena glumaca ili ustanova koje organiziraju događaje ili gostuju na njima. Na “malim” premijerama ili reprizama unutar kazališne sezone gotovo poznajete sve u dvorani, ako nikako drukčije, likom. Zanimljiva je riječ koju Lukić, ali i brojni drugi teoretičari koriste kako bi definirali publiku: skupina. Rijetko govorimo o gledatelju kao pojedincu. Korijeni kazališta, na koncu, i jesu u društvenom životu.

“Hrvatska riječ "gledatelj" ističe osjetilo vida i presudnu važnost gledanja, kao i u svim jezicima kojima je korijen u latinskoj riječi *spectator*. 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 samog gledanja i slušanja. *Audience* podrazumijeva komunikaciju između pošiljatelja i primatelja poruke, u javnom ili privatnom prostoru, koja podrazumijeva jasnu razliku između proizvođača i konzumenta.“(Lukić, 2010: 234)

„Uloga publike u kazalištu ide od jednakopravnog sudionika predstave u epohama gdje je kazalište bilo ritualno (antika, srednji vijek) do takozvanih oponašateljskih epoha (renesanse i klasicizma) gdje je za osnovno praćenje publika morala imati posebno znanje.“ (Nikčević, 2016: 149) Hrvatski je akademik Darko Suvin 1985. definirao nevidljiv “kazališni ugovor” kao dvosmjeran odnos između gledatelja i izvođača. “U zamjenu za fizički, kreativni i emocionalni rad izvođača, gledatelji implicitno pristaju pomoći u stvaranju svijeta na pozornici.” U tradicionalnom je kazalištu, navodi Suvin, posao publike podržati izvedbu: sjediti u tišini,

dopustiti glumcima da rade svoj posao i obustaviti nevjericu na potrebne načine. (Sedgman, 2018: 12) U suvremenom kazalištu sve navedeno vrijedi, ali i ne vrijedi. Kako navodi Kirsty u nastavku, odlazak u kazalište ne znači uvijek odlazak u kazalište; biti član publike ne znači uvijek gledati, slušati, šutjeti, sjediti.

"Teatrologija, humanistička znanost koja se bavi umjetnošću dramskoga, plesnog i glazbenoga kazališta i njima srodnim ili dodirnim fenomenima koje se uvriježilo obuhvaćati terminom izvedba"[4] je iz antropologije i dijelom iz psihologije izdvojila nekoliko temeljnih čimbenika u čovjekovu ponašanju koji su ga mogli usmjeriti i koji su ga najvjerojatnije usmjerili prema kazalištu. To su: želja za oponašanjem, psihološka sklonost prema igri, inicijacijska funkcija rituala, užitak u preobrazbi, ljudska potreba da se ispriča priča i, u isto vrijeme, psihološka potreba da se bezopasno proživi neka opasna pustolovina. (Lukić, 2010: 84) Često u kazalištu prepoznajemo prizore iz vlastitog života, na tome je, u krajnju ruku, kazalište dugo i počivalo, no poznajemo zakonitosti navedene umjetnosti i promatramo ih tim očima. Mnogo ljudi kao razlog odlaska u kazalište navodi zabavu, razonodu. Zabavljaju nas prizori iz života u kojima mi ne sudjelujemo, imaginarna nesreća koja je mogla biti i naša, ali nije, nasporazumi, sukobi, sami karakteri likova i šale na njihov ili tuđi račun. Zabavlja nas čak i ako nam izvođač s pozornice dobaci šalu na naš račun. Zabavlja nas zbog prethodno spomenutog "kazališnog ugovora", no opet emotivno reagiramo na predstavu, na tu laž u kojoj smo, ulaskom u kazalište, pristali sudjelovati. Aristotel je isticao važnost kazališta za publiku ne samo kao zajednicu već i za svakog pojedinca u gledalištu. Smatrao je kako je osnovni cilj kazališta katarza ili pročišćavanje emocija publike. „Evolucijski smo jednostavno, kao ljudska vrsta, opremljeni s neusporedivo više osjećaja za emocije i potrebe drugih bića nego ostali sisavci pa takve kognitivne sposobnosti nosimo sa sobom i na kazališne predstave. Evolucija nas je opskrbila mogućnošću da se uskladimo i usuglasimo s tuđim emocijama, što nas čini društvenim životinjama, a psihološki eksperimenti pokazuju da se u tom smislu jednako ponašamo i prema stvarnim i prema zamišljenim emocijama." (Lukić, 2010: 248)

Michael Hays istraživao je čak arhitekturu kazališnih prostora i odnos publike u odnosu na arhitekturu. "Foajei, odnosno kazališna predvorja očito su napravljena radi užitka druženja tipa vidjeti i biti viđen. Zaključuje kako mali foaje ohrabruje manje, intimne, obiteljsko - prijateljske skupine s kojima odlazimo u kazalište, zamračeno gledalište jamči anonimnost, broj pojedinačnog sjedala osigurava konkretno jedno malo, vrlo jasno označeno privatno mjesto, privatni prostor, i relativnu imunost na kontakte s drugima oko sebe." (Lukić, 2010: 242)

[4] Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje., Leksikografski zavod Miroslav Krleža (2021.), URL: http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=60609 [pristup: 1.9.2021.]

Marco De Marinis (2006.) u svom djelu *Razumijevanje kazališta* kao društvene funkcije kazališta ističe funkciju potpore i propagande uspostavljene vlasti i slavljenje njezinih vrijednosti, funkciju prevrata, prekršaja i protesta, funkciju bijega i zabave, funkciju društvenog i kulturnog poticanja... (De Marinis, 2006: 134)

Najopsežnija kvalitativna studija o motivaciji publike datira iz 1995., kako navodi Walmsley (2011.) u radu *Why People Go to the Theatre,* kada su Bergadaà i Nyeck (1995.) proveli usporedno istraživanje temeljnih motiva gledatelja i stvaratelja. Nakon što je obavio dubinske razgovore s četrnaest pojedinaca koji redovno odlaze u kazalište i trinaest kazališnih stvaralaca, otkrili su da su producenti i potrošači u svojim motivacijama povezani ne produktom samog kazališta, već zajedničkim kulturnim vrijednostima koje se temelje na zajedničkom uvažavanju visoke ili "legitimne" kulture. (Walmsey, 2011: 4)

Svaki pojedinac iz publike nosi u sebi svoj i poseban razlog zašto odlazi u kazalište, zašto gaji ljubav prema njemu. Isto tako, svi u dvorani prisutni na pozornici gledaju isto, ali iz druge vizure (i fizički i psihički). Mnogo toga povezuje gledatelja s gledateljem, mnogo ih toga i razdvaja, no na kraju su svi promatrani kao publika. Jednom riječju i jednim značenjem.
"Od publike se zahtijeva sposobnost *modalizacije* (apstrahiranja, teoretiziranja) vlastite društvene situacije da bi je mogla usporediti s fiktivnim *modelima* koje joj nudi predstava. Drugim riječima, publika treba (kao što to pokazuje Brecht) uzeti u obzir dvije povijesnosti: svoju vlastitu (estetičko i ideološko očekivanje) i povijesnost djela (estetski i društveni kontekst, prikladnost teksta za različite interpretacije). Ruski formalisti, a potom i Brecht, pokazali su kako učinak neobičnog opažaja, prepoznavanje estetskog *postupka* i učinak ideologijske neobičnosti dovode do otkrivanja smisla. Određivanje "horizonta očekivanja" u predstavi (i tekstu) neophodna je etapa čiji je cilj anticipacija recepcijskih mehanizama publike." (Pavis, 2004: 162)

3.1. Recepcija kazališnog sadržaja

Kako dolazi od latinskog *receptio*, općenito recepcija znači primanje, preuzimanje. Prema Teoriji recepcije koju su kao disciplinu utemeljili predstavnici njemačke romanistike Hans Robert Jauss i Harald Weinrich u središtu je proučavanja kako književnost biva prihvaćena i shvaćena od onih kojima je namijenjena, dakle publike. Također spominju upozorenja kako književno djelo sadrži mjesta neodređenosti koja čitatelj konkretizira, odnosno na temelju nikada do kraja konkretnih i završenih opisa, nagovještaja, nacrta i sugestija koje mu djelo samo predlaže, stvara smislenu cjelovitu tvorevinu. Tek se ta njegova konkretizacija smatra književnoumjetničkim djelom pa tako čitatelj dobiva gotovo odlučujuću ulogu jer više

nije pasivan već sudjeluje u stvaranju književnog djela. Njihova teorija recepcije u prvi plan stavlja upravo čitatelja i njegov odnos prema djelu. (Musa, Šušić, 2015: 85, 86) Ako zamijenimo imenicu "čitatelj" s imenicom "publika" i "književnoumjetničko djelo" s "predstavom", teorija recepcije funkcionira i u kazalištu.

„Recepciju predstave određuje (uvjetuje), prije no bilo što drugo, aktiviranje logičkih, epistemoloških i biheviorističkih implikacija temeljne pretpostavke. Zahvaljujući njima, gledatelj može razlučiti (manje ili više jasno) unutarkazališno od izvankazališnog, razlikovati stvarni svijet od pozorničkoga mogućeg svijeta i aktivirati dvostruki fikcionalni režim predstave, dovodeći u odnos stvarnu zbiljnost izvedbe s različitim razinama prikazivanja i značenja koje predstava na njima gradi. Dvostrukom fikcionalnom režimu predstave odgovara dvostruki režim gledateljeva vjerovanja, on s jedne strane percipira kazališne radnje u njihovoj autorefleksivnoj doslovnosti dok ih, s druge strane, istodobno selektivno dešifrira kao predstavljačke radnje što upućuju na nešto drugo, a ne sebe same, dakle fiktivne." (De Marinis, 2006: 31) Poljski semiotičar Tadeus Kowzan pojašnjava kako se predstava i samo kazalište može pojasniti uporabom mnoštva, često međusobno različitih kodova, a ne jednog, pa tako klasificira trinaest "sustava znakova" koji istodobno djeluju u prostoru i vremenu kazališne predstave. To su riječ, zvuk, mimika, gesta, kretanje, šminka, rekviziti, kostim, scenografija, rasvjeta, glazba i šumovi. (De Marinis, 2006: 15) Sve navedeno uzimamo u obzir kad stvaramo vlastitu recepciju kazališne predstave.

„Hipoteza o oblikovanju modela preuzeta je iz kinematografije, a predlaže da se recepcija kazališnoga gledatelja izrazi s pomoću termina "montaže". Pri tome razlikujemo "produkcijsku" koja je djelo autora predstave (redatelja u načelu) i "recepcijske montaže" za koju je zadužen gledatelj, a sastoji se od pretvaranja percipirane slike u oblikovanu viziju." (De Marinis, 2006: 34)

Viziji koju oblikujemo gledajući kazališnu predstavu, doprinosi, naravno i sam kazališni prostor. Najbolji su primjer ambijentalne predstave u kojima okolina "igra" i vjerujemo, iz već navedenih razloga, da je park kojim svakodnevno prolazimo na putu do posla pozadina kazališnog komada, mjesto stanovanja pojedinaca iz prošlog stoljeća. Već su Grci i Rimljani gledalište jasno odvajali od pozornice. Intimne su situacije kada je gledalište na pozornici, kada je glumac u gledalištu, gledatelj na pozornici. Sve ima svoj razlog i učinak. Kazalište je, na kraju, živa tvorevina.

4. DIGITALNI MEDIJI

„Medij je u umjetnosti sve ono što se nalazi između umjetnika i korisnika, a služi da umjetnik uz pomoć toga sredstva nekome prenese ideju. U komunikacijskim je znanostima medij tehničko ili fizičko sredstvo pretvorbe poruke u signal koji se može odaslati kanalom. John Fiske razlikuje prezentacijske medije (glas, lice, tijelo) i oni su ograničeni ovdje i sada, reprezentacijske medije (knjiga, fotografija, slika) -oni se koriste kulturnim konvencijama i mehaničke (novine, radio, televizija, film) koji odašilju prezentacijske i reprezentacijske medije.“ (Zgrabljić Rotar, 2020: 35) Kad god koristimo računalo, tablet ili mobitel, otvaramo web-sustave i aplikacije, zapravo koristimo digitalne medije. Iako ih nerijetko u 21. stoljeću pronalazimo oko sebe, a neke oblike i koristimo u svakodnevnom životu, upravo ih zato može biti teško definirati.

Izraz medij dolazi od latinskog *medius* ili *medium* što znači doslovno “središnji”. Mediji su izraz za ono što neku vrstu informacija ili zabavnog sadržaja prenosi s jednog tijela na drugo[5], možemo reći suptilni posrednici. Tom “posredovanju” smo danas izloženi u velikoj mjeri i svakodnevno, a rijetko to primjećujemo. Lakše je to prikazati primjerom iz umjetnosti: „u umjetnosti medij može biti kamen, boja, drvo, željezo -sve ono što se nalazi između umjetnika i korisnika, a služi da umjetnik uz pomoć toga sredstva prenese svoju ideju nekome.“ (Zgrabljić Rotar, 2020: 35)

Digitalni mediji su svi mediji koji svoj medijski sadržaj objavljuju ili nude putem interneta na Webu ili putem digitalnih mreža i uređaja, a sadržajno uključuju tekst, slike, zvučne i video zapise, grafiku i animaciju i druge digitalne oblike. Pristupiti im se može putem osobnih računala, mobilnih telefona, tableta, televizora, e-readera, igraćih konzola, digitalnih kućnih uređaja i slično. Mediji poput televizije, radija, dnevnih novina, časopis ili knjiga danas su nezamislivi bez svoje digitalne verzije (tzv. konvergirani mediji) i nazočnosti u obliku Web stranica, aplikacija za mobitele, blogova, foto galerija, zvučnih zapisa, filmova i video klipova, digitalnih knjižnica, emitiranja programa u realnom vremenu (*streaminga*) ili stranica (*social media*) na društvenim medijima. Digitalni mediji komplementarni su analognima ali imaju drukčija obilježja poput interaktivnosti, povezivanja sadržaja putem linkova, stvaranja i pristupa u realnom vremenu, globalne dostupnosti, lakoće i demokratizacije objavljivanja

[5] Maryville University, What Is Digital Media? All You Need to Know About This Booming Industry, URL: https://online.maryville.edu/blog/what-is-digital-media/, [pristup: 1.9.2021.]

sadržaja, niskih troškova stvaranja i slično.[6] Iako su u svim sferama ljudskog života prisutni već više od 60 godina, često ih se naziva i "novim medijima", a često ih se poistovjećuje i s elektroničkim medijima (jer prenose digitalni signal).

„Digitalni mediji imaju potencijal za uspostavu nove mogućnosti za nova iskustva i usluge putem Interneta, u svakom domu i u kompanijama širom svijeta, rekao je Will Poole, potpredsjednik Windows Digital Media odjeljenja pri kompaniji Microsoft. Digitalizirane se informacije mogu lakše montirati potpomognute slikom, animacijom i zvukom, istovremeno djeluju na više osjetila dajući potpunu informaciju. Prednost online sustava je prije svega u brzini protoka informacija i u mogućnosti njihove aktualizacije." (Nadrljanski, Nadrljanski, Đ., Bilić, 2007: 528)

Kada je riječ o relaciji digitalnih medija i kazališta, „Christopher Balme upozorava da je odnos kazališta i medijskih diskursa karakteriziran napetostima i nepovjerenjem. U jednom taboru medijska iskustva filma, televizije i računala smatraju se neautentičnim i vještačkim; u drugom taboru, s manje prijezira, kazalište, ako je uopće promatrano kao medij, promatra se kao stari medij koji je imao svoje vrijeme." Kazalište je, kako navodi Balme, prije svega prostorni medij. (Zgrabljić Rotar, 2020: 321)

[6] Dalibor Kunić, Specijalisti za digitalne medije, URL: https://daliborkunic.medium.com/specijalist-za-digitalne-medije-4a12495f9ab5, [pristup 1.9.2021.]

5. DIGITALNA PUBLIKA

Današnja je, digitalna publika, aktivna na mnogo više načina od učitavanja vlastitog značenja u medijski sadržaj koji prima, što je radikalan koncept koji značajno komplicira dosadašnja interpretiranja ponašanja publike vezana uglavnom za strukturu i veličinu publike. Više nije dovoljno da publika samo bude prisutna na određenom kanalu, već je neophodno da bude zaokupljena, uvučena, uključena aktivno, da joj pažnja bude zadržana, ili da joj se omogući da pažnju istovremeno podijeli na više platformi, ali da takva distraktivnost bude proces koji medijski producenti mogu kontrolirati, voditi, njime upravljati. (Martinoli, 2016: 1277)

Nada Zgrabljić Rotar (2020.) u svojoj je knjizi *Digitalno doba* prikazala, tablično, usporedbu "starih" i "novih" korisnika medijskih sadržaja. "Nova" je publika, ona s kojom mi dijelimo desetljeće, aktivna, nepredvidljiva i, za razliku od prethodnih generacija publike koje su bile lokalne ili nacionalne, globalna. Današnja publika je dinamična, koristi više medija, lako im je odvojiti se od jednoga i prijeći na drugi. Samim time i nisu pretjerano lojalni za razliku od one starije publike. Imaju velik izbor. Mediji, također, nekada nisu imali priliku javno iznositi kritiku, poznata je danas u kazališnom svijetu ona izjava kako je "svatko kritičar". Medij danas, osim što je dostupan sada i ovdje, mobilan, omogućava veliku mogućnost provjere dobivene informacije. Mnogo je tu još očitih razlika, no izdvaja se ona već spomenuta -danas je publika i korisnik i stvaratelj sadržaja. (Zgrabljić Rotar, 2020: 59)

U kontekstu pojave kazališta u tom, novom, digitalnom okruženju. "Staru" publiku možemo poistovjetiti s kazališnom publikom u okolnostima prije digitalizacije; lojana, strpljiva od premijere do premijere, reprize do reprize. Odvaja vrijeme za kazalište, a ne ulazi na *link* na predstavu u onom trenutku kada joj se oslobodi vrijeme.

S pristupom alatima za proizvodnju medijskih sadržaja, publika je dobila mogućnost da svoje ideje, razmišljanja, stavove podijeli na nove načine. Bilo da je riječ o samostalno kreiranim medijskim kanalima u okviru postojećih servisa (*YouTube, Vimeo, 8Tracks, Last.FM*), profilima na društvenim mrežama *(Instagram, Flickr*) ili do proizvodnje sadržaja koje u svojim programima koriste tradicionalan mediji, digitalnu medijsku eru obilježila je i nova moć i nove uloge publike. (Martinoli, 2016: 1279) Upravo su se s *Youtubeom* uhvatila u koštac brojna domaća kazališta nakon pošasti koja nam je onu staru, fizičku igru oduzela.

6. KAZALIŠTE U DIGITALNOM OKRUŽENJU

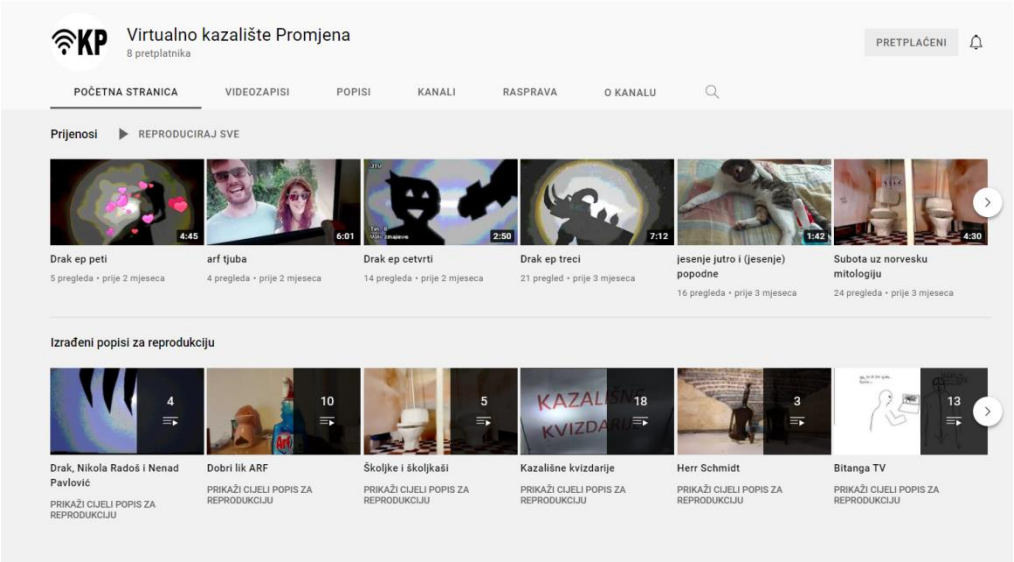
„Promjene su u umjetnosti neizbježne. Društva i kulture mijenjaju se pa tako i umjetnost koja iz njih izvire. Pitanje je jesu li današnje ustanove koje su duboko ukorijenjene u umjetnost prošlosti sposobne za takve promjene, za prilagođavanje promjenama okruženja i stvaranju novih smislenih veza sa svojim zajednicama“, navodi Lukić (2016.) referirajući se na Borwicka. (Lukić, 2016: 258)

Svjedočili smo potvrdi da kazalište u Hrvatskoj je spremno na promjene i da ih, dapače, može provesti prilično brzo. Korona kriza odsjekla nas je od tih “korijena prošlosti” i kazalištima i kulturnim ustanovama nije preostalo ništa drugo nego -prilagoditi se novoj situaciji. Kulturne se ustanove još nisu ni “ohladile”, a Internet i njemu bliski mediji vrvili su predstavama iz svih krajeva Hrvatske. Hrvatsko narodno kazalište u Osijeku svoje je predstave svake subote prikazivalo na lokalnoj, Slavonskoj televiziji, a Zagrebačko narodno kazalište i Zagrebačko kazalište mladih bili su posebno velikodušni. Svoje su predstave publici besplatno nudili na svojim, ali i *Youtube* kanalima Večernjeg i Jutarnjeg lista. Pridružili su im se i Teatar Gavran, Kazalište Virovitica (koje je praksu postavljanja snimki izvedbi na *Youtube* imalo i prije), kazalište Mala scena, Gradsko kazalište lutaka Split i brojni drugi. S vremenom su svoje mjesto “na mreži” pronašle i brojne radionice, tribine, rasprave, pa i festivali (nama najbliži Lutkokaz - Međunarodna revija lutkarstva). *Online* smo pratili, na kraju, i dodjelu Nagrade Hrvatskog glumišta, a tijekom pandemijskog su razdoblja na popularnosti dobili i različiti projekti koji su plasirali kazališni sadržaj koji nije nužno kazališna predstava (*podcasti, Youtube* kanali koji se bave kazalištem), pa se tako u Hrvatskoj “rodilo” i prvo virtualno kazalište.

6.1. Virtualno kazalište Promjena

Virtualno kazalište Promjena prvo je međunarodno virtualno kazalište nastalo kao reakcija na stvarne događaje koji su zatekli Hrvatsku i svjetsku kulturnu scenu uslijed pandemije virusa Covid-19 u 2020. godini, potresa u Zagrebu i generalnog lockdown-a u prvom dijelu godine. Nakon što su kazališna događanja zabranjena, a kasnije ograničena mjerama nacionalnog civilnog stožera cjelokupna kazališna proizvodnja susrela se s izazovom online produkcije i prilagodbe dosadašnjih aktivnosti u virtualne formate izvedbi. Pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture Republike Hrvatske, Leo Vukelić i Matija Kezele stvorili su novo Virtualno kazalište koji djeluje kao i svaka druga kazališna institucija ili kulturni centar u lokalnim jedinicama s jedinom razlikom -njegovi su djelatnici, baš kao i poslovanje, virtualni.

Virtualno kazalište Promjena svojim djelovanjem potiče kulturnu proizvodnju stvarajući novi izvedbeni žanr koketirajući sa svim vidovima izvedbene i multimedijalne umjetnosti. Cilj je pružiti nove oblike interakcije gledatelja i izvođača u promijenjenim ulogama, točnije novim životnim okolnostima i stvoriti virtualno kazalište koje nezavisno proizvodi originalni interdisciplinarni kulturni sadržaj, proizvoditi profesionalan i amaterski izvedbeni sadržaj u *online* formatu i, na kraju, održati prisutnost sudjelovanja publike u kulturnim programima poput kazališnih predstava, likovnih izložbi i glazbenih događanja kao i poticati i kreirati nove vidove umjetnosti.[7]



Slika 2: Youtube kanal Virtualno kazalište Promjena

Do sada je u projekt uključeno ukupno 15 umjetnika i umjetnica iz devet različitih gradova u Hrvatskoj, Sloveniji i Srbiji. Baza od više od stotinu autorskih videa dostupna je na web stranici VKP-a. Virtualno kazalište Promjena stvara nove oblike interakcije gledatelja i izvođača u promijenjenim ulogama, točnije novim životnim okolnostima i stvara kazalište koje nezavisno proizvodi novi, interdisciplinarni online izvedbeni sadržaj.[8] Virtualno kazalište promjena do 100. je predstave 2188 gledatelja, a ponuđene su sadržaje gledali 50 sati. Uspostavili su 12 različitih virtualnih pozornica i to u Delnicama, Prezidu, Rijeci, Zagrebu,

[7] Virtualno kazalište Promjena, Ideja, URL: https://vkp.hr/povijest/ [pristup: 5.9.2021.]

[8] Barbara Grgić, *Matija Kezele: Na kazališne uloge nikada nisam gledao iz kuta da su one manje ili više teške, prije bih rekao da je svaka od njih zahtjevna na svoj način,* Beli Zagreb grad, URL: https://belizagrebgrad.com.hr/matija-kezele-na-kazalisne-uloge-nikada-nisam-gledao-iz-kuta-da-su-one-manje-ili-vise-teske-prije-bih-rekao-da-je-svaka-od-njih-zahtjevna-na-svoj-nacin/ [pristup: 19.9.2021.]

Virovitici, Osijeku, Novom Sadu i Leskovcu koje svakodnevno proizvode i plasiraju potpuno nove kazališne minijature.[9]

U razgovoru s Igorom Tretinjakom, za portal Kritikaz, Leo Vukelić, jedan od osnivača virtualnog kazališta, osvrnuo se na migraciju izvedbe u virtualni prostor. Što ta izvedba dobiva prelaskom u virtualni prostor nije siguran u potpunosti: „Ona svakako dobiva na brzini, naprosto ne smije biti dugačka jer publika to gleda „u hodu". Nema one pripreme, odlaska u kazalište, smještanja u gledalištu, isključivanja iz redovnog života, gašenja mobilnoga telefona. Ovdje je sve to potencijalno prisutno i utječe na samu izvedbu. Osobno držim da je i kvaliteta animacije, igre i glumačkoga umijeća, pa i vizualno oblikovanje, podređeno samoj priči, ili događaju koji igramo. Također mislim da se ovom virtualnom pozornicom otvara mogućnost i za svakodnevnom komunikacijom, stvaranjem puno ili daleko više sadržaja od onoga što je moguće i prihvatljivo u realnom kazalištu. Jer znamo da ako nam je u realnom kazalištu produkcija prevelika, sami si stvaramo inflaciju zbog ograničenog broja posjetitelja, a ovdje je svaki novi video ili nova točka, predstava, vijest, dobro došla i čeka svoj trenutak, svog gledatelja."[10]

Virtualno kazalište promjena je, osim što je prvo u Hrvatskoj u potpunosti prenijelo kazalište u "virtualno", ustalilo i relativno novu, unikatnu formu kratkih kazališnih komada. Svojevrsne predstave koje borave na platformi većinom nisu duže od deset minuta, u principu su u formatu popularnih Youtube videa (blogova, vlogova, storytime -a i sl.) i jednako kao i spomenuti videi, prate aktualnosti. Virtualno je kazalište promjena u kazališnu djelatnost plasiralo sadržaj koji možemo poistovjetiti sa, u ovom slučaju hrvatskim, kratkim filmom u hrvatskoj filmskoj industriji. Kratak je, i mnogo jeftinije produkcije od dugometražnog, no to ne umanjuje njegovu vrijednost. Jednak je slučaj i s mini predstavama Virtualnog kazališta promjena.

Platforma koja je svoju bazu također pronašla na popularnom *Youtube* -u, jednako je aktualna ali je, za razliku od Virtualnog kazališta, lokalizirana, odnosno fokusirana na Osječku kazališnu scenu je i virtualni klub kazališne publike KLAP KLAP.

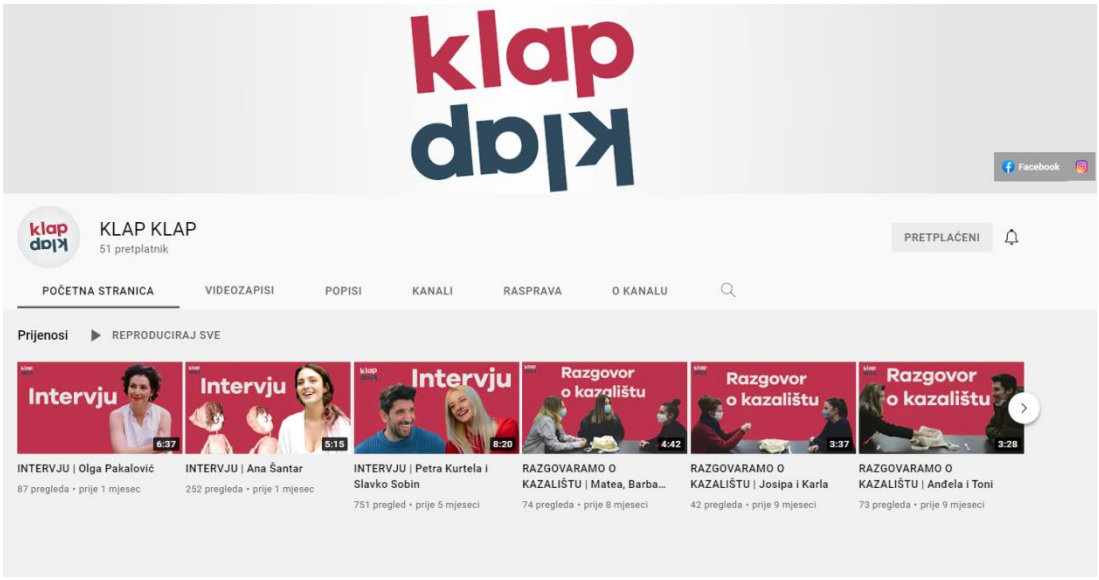
---

[9] Grad Delnice, Nakon samo tri mjeseca djelovanja, kazališni portal Virtualno kazalište Promjena emitiralo stotu online predstavu, URL: https://delnice.hr/index.php/nakon-samo-tri-mjeseca-djelovanja-kazalisni-portal-virtualno-kazaliste-promjena-emitiralo-stotu-online-predstavu/ [pristup: 5.9.2021.]

[10] Igor Tretinjak, *„U ovoj su katastrofi veliki i mali postali svjetovi istih mogućnosti",* Kritikaz (2021.), URL: https://kritikaz.com/vijesti/Intervjui/51235/%E2%80%9EU_ovoj_su_katastrofi_veliki_i_mali_postali_svjetovi_istih_mogu%C4%87nosti%E2%80%9C?fbclid=IwAR1FCqFiKjzBHu7CBjG3ms8wL7RjOkzjJBUlaFWqitOL2ZVuWUHL5MJ_OHo

6.2. KLAP KLAP -virtualni klub kazališne publike

KLAP KLAP je, kako ga definiraju na web stranici njihove kuće, Teatra to go, virtualni klub kazališne publike koji okuplja osječku kazališnu scenu i publiku na jednom mjestu. Platforma je za razmjenu informacija, ideja i razmišljanja.[11] Platforma djeluje pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture i Zaklade Kultura Nova, a primarni su im kanali komunikacije društvene mreže -poglavito *Youtube*, a kao potpora njemu i *Facebook* i *Instagram.*



Slika 2: Youtube kanal KLAP KLAP

Za razliku od Virtualnog kazališta Promjena, koje je po ustroju kazališna institucija, samo djeluje virtualno, KLAP KLAP se izdvojio kao jedan od projekata umjetničke organizacije *Teatar to go* i kao jedan od kanala koji proizvodi kazališni sadržaj, ali ne kazališne predstave. Djelatnost ovog kazališnog kluba možemo okarakterizirati kao jednu vrstu internetskog novinarstva. I njihovi su produkti u video formatu, a sadržajno obuhvaćaju intervjue s djelatnicima kazališta, amaterskih kazališnih organizacija, studentima kazališnih smjerova ili pojedincima koji se, u teoriji ili praksi, bave kazalištem. Kako je to zapravo klub kazališne publike, u fokusu su, naravno, gledatelji. Cilj je spomenutog sadržaja približiti publici kazalište, prikazati onu stranu koja nije uvijek vidljiva javno, a pri tome i pratiti aktualnosti i najavljivati nadolazeće kazališne događaje na području Osijeka. Osim što sudjeluje u kreiranju sadržaja interakcijom koju omogućuju društvene mreže, publika je i glavni akter jedne skupine

[11] *Teatar to go*, KLAP KLAP, URL: https://teatartogo.hr/klap-klap/ [pristup 5.9.2021.]

videozapisa, a to su video ankete u kojima iznose svoje mišljenje o kazališnom repertoaru, dostupnosti današnjeg kazališta i brojnim drugim temama koje ih se tiču i na koje, u teoriji, možda mogu utjecati.

Spomenuto internetsko novinarstvo, javno novinarstvo i građansko novinarstvo (mrežno novinarstvo) odlikuju interaktivnost, konvergencija, prilagođavanje sadržaja i hipertekstualnost, to jest potreba drugačijeg formatiranja i oblikovanja sadržaja. Novinarska se profesija "demokratizira", odnosno u proces proizvodnje vijesti i drugih medijskih sadržaja uključuju se razne skupine koje nisu profesionalni novinari, nisu za taj posao obrazovane, niti im je to primarni posao. (Zgrabljić Rotar, 2020: 24)

Primarni je cilj ovog virtualnog kluba razvoj kazališne publike, što i je njegova pokretačka snaga u okviru natječaja Zaklade Kultura nova. KLAP KLAP je, na neki način, jedan od kanala prilagođavanja današnjoj, digitalnoj publici. Društvene mreže su danas, neupitno, svakodnevica, a nije teško, njihovim posredstvom, dotaknuti željenu skupinu u društvu. Pomalo neformalnim (ali odmjereno neformalnim, i dalje dostojnim pristupom visokoj umjetnosti) pristupom kazalištu i pojedincima i skupinama koji u njemu, oko njega djeluju i eksponiranjem istoga na društvenim mrežama, „brdo dolazi Muhamedu". Čak i oni koji ne gaje ljubav prema kazalištu i dalje imaju poriv biti dio društva, sudjelovati u društvenom životu, izaći iz kuće, lijepo se obući, a sve to mogu odlaskom u kazalište. Ne moramo više odlaziti na kazališnu blagajnu ili šetati do obližnje oglasne ploče da bismo znali što je na repertoaru i što se, na onoj razini kazališnog života koja je nama transparentna, događa.

Ova je platforma koja već u naslovu ističe svoju poveznicu s publikom (KLAP KLAP kao onomatopeja pljeska), za vrijeme epidemije koja je publiku u uskom smislu te riječi oduzela, stagnirala u nedostatku sadržaja. Što pratiti ako ti je u opisu djelatnosti pokriti kazališni život Osijeka, najaviti aktualnosti i pružiti video sadržaj "s terena" ako su tereni strogo zatvoreni, a kazališni se sadržaj sastoji od jedne *TV predstave* tjedno? Za razliku od Kazališta Promjene koji, samo mu ime govori, dobro podnosi promjene, platforma točno određenog obujma djelatnosti i, što je važnije, strogo omeđenog okvira iste od strane Zaklade Kultura nova koja navedeni projekt i financira, nije se tako dobro snašla. U zadnjih se godinu dana sadržaj pojavljuje jednako kao i onaj fizički u ustanovama -pojavi se i sve nas obraduje svojim postojanjem, onda nas razočara kvalitetom i ponovno nas ostavi da čekamo. Iako su na KLAP KLAP *Youtubeu* u posljednjih godinu dana osvanuli videi s, i ne tako malenim, imenima hrvatske kazališne scene kao što su Olga Pakalović, Slavko Sobin, Petra Kurtela i nekoliko, aktualnih videa s zanimljivom publikom (koja nije tipičan posjetitelj kazališta) koji govore

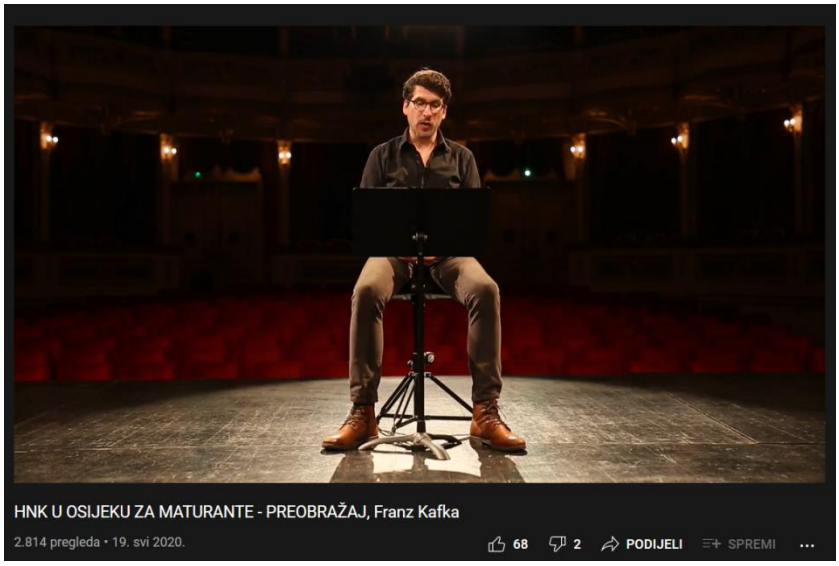
upravo o situaciji s epidemijom, ne može se ovaj virtualni klub pohvaliti pretjeranom fleksibilnošću s obzirom na obujam djelatnosti koji leži još u nazivu "virtualan".

S druge se strane, u onom vremenu prije virusa, ipak nešto dogodilo. Prelazeći u prostor u kojem mladi ljudi najčešće i borave, privukao je KLAP KLAP barem fragment njihove pozornosti. Svaki je sadržaj, ovisno o konceptu istoga, pronašao svoj put do publike kojoj on kao takav treba. Video razgovori s kazališnim djelatnicima obično su bili okarakterizirani kao videi zabavnog karaktera i videi koji su eventualno u službi svojevrsne promocije nadolazeće kazališne predstave u gradu. No, video ankete u kojima su različite dobne skupine posjetitelja (ali i onih koji nemaju naviku posjećivati kazalište) otvoreno govorile o nedostacima i mogućnostima lokalnog kazališta, izazvale su barem minimalan pomak -o tim se problemima nastavilo otvoreno govoriti. Na organiziranim raspravama, u video razgovorima koji su kreirani nakon određene ankete, u *Facebook chatu,* a potencijalno i u javnosti.

7. TEATAR TO GO -KAZALIŠNI ONLINE PAKET

Tema kazalište tradicionalna je sastavnica medijske kulture predmeta Hrvatski jezik koja se pojavljuje prvi puta u 2. razredu osnovne škole. Zadaće nastavnoga područja medijska kultura jesu osposobljavanje za komunikaciju s medijima: kazalištem, filmom, radijem, tiskom, stripom, računalom i primanje (recepcija) kazališne predstave, filma, radijske i televizijske emisije.[12]

U ožujku 2020. godine, Odlukom Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske ograničen je broj publike u kazalištu i zabranjen je ulazak kazališta u škole i vrtiće. Logičan je slijed događaja bio da djeci, jednako kako su to učinili i za svoju odraslu publiku, omoguće gledanje predstava online. Učinila su to određena (mahom zagrebačka) kazališta (npr. Teatar Tirena,), a osnovnoškolcima i srednjoškolcima iz Slavonije prilagodila su se Osječka kazališta. Hrvatsko narodno kazalište u Osijeku tako je u suradnji s nastavnicima i maturantima osmislilo projekt HNK u Osijeku za maturante. Na Youtube kanal HNK u Osijeku postavljali su video materijale u kojima članovi ansambla čitaju ulomke iz književnih ispitnih djela koja su se nalazila na popisu za školski esej.



Slika 3: HNK u Osijeku za maturante

Osnovnoškolcima je "zamjenski" sadržaj pružio Teatar to go. Teatar to go umjetnička je organizacija koja se bavi kazalištem i filmom. Glavna okosnica rada je produkcija

[12] Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, Nastavni plan i program HNOS -a, URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2006_09_102_2319.html [pristup 21.8.2021.]

profesionalnih predstava i Revije hrvatskog kratkog filma Filmska RUNDA. Popratne aktivnosti su radionice, paneli, autorske filmske večeri, istraživanja, klub kazališne publike KLAP KLAP. Tijekom dosadašnjeg djelovanja gostovali su s predstavama u više od 50 mjesta u Hrvatskoj i regiji, predstavljali se na kazališnim festivalima te dobivali nagrade i priznanja za svoj rad.[13]

Osnovnim su školama ponudili "Kazališni online paket" -projekt digitalne prilagodbe pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture i medija, a sadrži online uživo izvedbu predstave *Botaničari*, razgovor s glumcima nakon izvedbe i obrazovne materijale za škole. *Botaničari* su interaktivno edukativna komedija o običnim ljudima koji postaju eko junaci, odnosno konkretno govori o očuvanju okoliša. Eko junake igraju Ivan Pokupić i Goran Smoljanović, a predstava je namijenjena djeci vrtićke dobi (4+) i učenicima razredne nastave. Projekt je realiziran od 18. do 20. svibnja ove godine u suradnji s Kulturnim centrom Osijek, a cilj je omogućiti najmlađima da sudjeluju u kazališnom sadržaju, uz poseban fokus na organizirano gledanje predstave u školi s kolegama iz razreda.[14]

Konkretno, događalo se sljedeće: predstava je od 18. -20. svibnja (svakoga dana dvije izvedbe, jedna u 9, a druga u 11 sati) *live streamana* u realnom vremenu, učiteljice bi je, svaka u svojoj učionici, projicirale na veliko platno, prije početka predstave učenike uputile u tematiku (to je, naravno, proizvoljno, ali vjerujem da je potrebno i u normalnim okolnostima, pri fizičkom odlasku u kazalište) moderatorica bi, također u realnom vremenu, ispred kamere pozdravila svaku školu što ih je, sudeći po odgovorima u anketnom upitniku, posebno veselilo. Nakon svake izvedbe učenici su mogli sudjelovati u moderiranom razgovoru s glumcima, a pitanja su mogli postavljati u *live chat* koji je dostupan na *Youtube -u* u vrijeme *live streaminga.*

Anketni je upitnik proveden među učiteljima/ učiteljicama (knjižničarkama/ knjižničarima, ovisno o tome tko je nadležan za takve aktivnosti u pojedinoj školi), a u svrhu evaluacije provedenog i razvoja budućih sličnih projekata.

Online je predstave pogledalo šesnaest škola iz Istarske, Primorsko-goranske i Osječko-baranjske županije (neki su Osječani bili fizički u dvorani), iz svake nekoliko razreda osnovne škole, a devetnaest je učiteljica evaluiralo svoje iskustvo u anketnom upitniku koji im je po završetku projekta poslan na *email*.

14 učiteljica, što je gotovo 73, 7% ukupnog uzorka, nije vodilo svoje učenike u kazalište u posljednjih godinu dana, dakle od svibnja 2020. do svibnja 2021. U tom su periodu samo tri

[13] Teatar to go, O nama, URL: https://teatartogo.hr/o-nama/ [pristup 21.8.2021.]
[14] Teatar to go, URL: https://teatartogo.hr/ [pristup 21.8.2021.]

razreda, 15,8% ispitanika gledala predstavu koja je gostovala u prostorima škole, a četiri su razreda (21,1%) sudjelovala uživo na drugoj vrsti kazališne aktivnosti. Kao primjere "drugih kazališnih aktivnosti" ispitanici navode kazališnu predstavu na gradskom trgu i u Dječjem kazalištu Branka Mihaljevića u Osijeku. Čak je 42,1% ispitanih, odnosno osam učiteljica, sa svojim razredom prethodno sudjelovalo u drugom kazališnom *online* sadržaju. Kao primjer navode *online* aktivnosti Istarskog narodnog kazališta, Teatra Tirene i sadržaje koje objavljuje Hrvatski centar za dramski odgoj.



Slika 4: Razgovor s glumcima

Osim što se učenicima, kako sam prethodno i spomenula, izrazito svidio početni dio u kojem je moderatorica pozdravljala učenike iz pojedine škole, učiteljice u anketnom upitniku navode kako su upravo zbog tog dijela, i kasnijeg razgovora s glumcima, imali djelomičan dojam da u aktivnosti sudjeluju uživo. Kao "plus" segmente *Online* kazališnog paketa naveli su još i *stream* u realnom vremenu, mogućnost gledanja kazališne predstave bez odlaska u kazalište, i interakciju s učenicima tijekom predstave. Kao nedostatke učiteljice ističu općenitu "ovisnost" o internetskoj vezi, ali i samu odsutnost živog kazališta ili riječima jedne od učiteljica: "Gledanje kazališnih predstava uživo je puno vrijednije. Koncentracija učenika je kratkotrajnija, dolazilo je do prekida u vezi."

Digitalni mediji u obrazovanju nalaze različite primjene: od nastavnih programa za učenje i vježbe, od baza podataka i alata preko igara za učenje, pokusa i simulacija do kompleksnih komunikacijskih i kooperacijskih okruženja. U skladu s time višestruki su i mogući oblici primjene digitalnih medija u nastavi i s tim u vezi i nastavne aktivnosti. Digitalni mediji stvaraju nove uvjete samorazumijevanja i razumijevanja svijeta i djeca i mladi ih koriste naročito u procesu neformalnog učenja. (Nadrljanski, Nadrljanski, Đ., Bilić, 2007: 528)

Rijetko je što u školama danas tradicionalno, odnosno rijetko što danas nije digitalno. Bilježnice su u nekim školama u Hrvatskoj zamijenili tableti, a Ministarstvo znanosti i obrazovanja je, čini se, ishodom te zamjene zadovoljno pa to u narednom, krećem ili dužem periodu možemo očekivati i u čitavoj Hrvatskoj. Ploču i kredu zamijenila je pametna ploča, a preuzela je ona i ulogu starih, bučnih grafoskopa. Profesori s učenicima komuniciraju *emailom,* učenici zadaće razmjenjuju preko *Facebooka,* prepisati je lakše nego ikada. Većina škola pomno brine o tome da o svim događanjima u školi i oni pišu na društvenim mrežama uz, po mogućnosti, prigodne fotografije ili čak i videozapise. Možda je, slijedom tih promjena i stvarnosti u kojoj današnje generacije učenika žive, za njih prirodno kazališnu predstavu gledati posredstvom manjeg ili većeg reklama, projiciranu na učioničkoj pametnoj ploči. Učiteljice s druge strane, sudeći po anketi, i dalje prepoznaju kvalitetu tradicionalnog kazališta. Možda kazališna zgrada neće izazvati bolju koncentraciju učenika, ali najvrjednije je iskustvo odlaska u kazalište, ipak, sam boravak u ustanovi.

8. ISTRAŽIVANJE "UČINAK COVID -19 NA KAZALIŠNU PUBLIKU"

„Od 1990. godine kazalište bilježi pad popularnosti i pojavnosti u medijima. Danas se ono u tisku i elektroničkim medijima, ako izuzmemo specijalizirane listove i portale, prati uglavnom kao event, ako je medijski dovoljno zanimljivo. Zbog visoke cijene emitiranja kulturni su programi gotovo posve izbačeni iz programa komercijalnih televizijskih postaja, a i javni televizijski servisi potiskuju ih sve dalje od udarnih termina." (Zgrabljić Rotar, 2020: 319) Zbog te nas je činjenice vjerojatno i iznenadilo kada smo u ožujku prošle godine osuđeni isključivo na ekrane. Globalno širenje epidemije bolesti COVID-19 uzrokovane virusom SARS-CoV-2 rezultiralo je obaveznim mjerama fizičkog distanciranja, zatvaranjem prostora za kulturu i otkazivanjem kulturnih događanja, a kazalište i njegova publika ostali su bez pozornice i mjesta u gledalištu. Ubrzo se za opstanak kulture pronašao način -virtualni prostor.

„Tradicionalno indonezijsko kazalište *wayang golek* izdaje audiokasete i videokasete, izvedbe emitiraju u dnevnom televizijskom programu prilagođavajući ih potrebama tog medija, pritom predstavu koja inače traje satima sažimaju u 45 minuta." (Zgrabljić Rotar, 2020: 320) U Hrvatskoj je, u usporedbi s tim, kazalište pohranjivalo većinu kazališnih predstava kao videozapis, i sreća da je.

Nakon prilično efikasne reakcije kazališta na donesene restrikcije, skok u virtualno kazalište nije emocionalno dotaknuo tek 17, 8% građana, većinom srednjoškolaca i studenata. Ostalih 82, 2% nedostajao je fizički odlazak u kazalište, pokazuje anketa koju je od 22. svibja do 20. lipnja 2020. proveo *Teatar to go*. Konačni uzorak obuhvatio je 573 ispitanika, od čega 80,4 % žena i 19,6 % muškaraca. Od obuhvaćenih ispitanika najviše je zaposlenih (50,5 %), zatim slijede studenti (20,1 %), srednjoškolci (17,9 %) i u manjem postotku *freelanceri,* nezaposleni i umirovljenici. Najviše ispitanika dolazi iz gradova s više od 100 000 stanovnika (31,6%). Prema odlascima u kazalište u 2019. godini, najbrojniji posjetitelji kazališnih programa su zaposlene žene, visoke razine obrazovanja iz urbanih sredina.

Od 310 ispitanika, odnosno 54 % koji su gledali videosnimke predstava hrvatskih kazališta njih 19,5% se ne sviđa, 43 % je podijeljenog stava, a 27 % posto se sviđa online doživljaj kazališta. Od onih koji su gledali predstave hrvatskih kazališta, 83% njih smatra da ništa ne može zamijeniti izvedbe uživo te 68 % njih smatra da ni kvalitetnije snimke ne mogu zamijeniti izvedbe uživo. Slični su stavovi 27% gledatelja videosnimki predstava inozemnih kazališta.

Kada bi se kvalitetne online snimke predstava naplaćivale (do 40 kuna) 45 % ispitanika ne bi platilo, 26 % bi platilo, a 28 % bi možda platilo gledanje. Da kazalište uživo nema

konkurenciju u kazališnom online sadržaju, dodatno je potvrđeno pitanjem: Koliko će na Vaš odlazak u kazalište utjecati činjenica da na internetu imate mogućnost besplatno pogledati video snimke predstava hrvatskih i inozemnih kazališta? Čak 51 % ispitanika odgovorilo je da uopće neće, a sigurno će utjecati samo na 6,1% ispitanika.

Većini ispitanika za posjet kazalištu nisu presudni trenutačni epidemiološki ili financijski razlozi, nego kvaliteta kazališnog programa. Kazališni repertoar presudan je za 64 % ispitanika. Što se tiče motivacije odlaska u kazalište, samoaktualizacija ima prednost ispred cjepiva protiv COVID-19, dezinfekcije prostora, razmaka između sjedala u gledalištu.

Čak 79 % ispitanika smatra da je uloga kazališta bitna za razvoj društva (od čega 53 % smatra da je izrazito bitna). Komentari ispitanika poput: "Nije to to; Odlazak u kazalište znači i druženje s prijateljima, posebno odijevanje, šminkanje i sav šušur za koji se cijeli dan priprema." to uspješno potkrjepljuju.

9. ZAKLJUČAK

Okruženje neizbježno utječe na pojedinca, pojavu ili u ovom slučaju, ustanovu koja se u njemu nalazi. Osobito je to vidljivo pri odrastanju -zanimljive su razlike između onih koji su odrasli u velikom gradu i onih koji su djetinjstvo proveli u manjoj sredini, između pojedinaca koji su odrasli s oba ili jednim roditeljem, sami ili sa sestrom, bratom. Ne možemo reći da nas te pojave u koje smo većinom bačeni ne oblikuju. Ako ništa drugo, u različitim se vremenima, mjestima, razlikuju i mogućnosti.

Digitalno je u kazalištu prisutno mnogo duže od ove covid krize. Svojevrsnu su, svojstvenu onom vremenu, tehnologiju u kazalištu koristili i sami Grci, već je i Edward Gordon Craig početkom dvadesetog stoljeća razmišljao u smjeru digitalnog u kazalištu, Erwin Piscator također, kasnije projekt Bauhaus. I u Hrvatskoj smo svjedoci različitih digitalnih upliva u kazališne predstave -od projekcija scenografije, projekcija videa simultano s predstavom koja se odigrava na pozornici, samo prisustvo kazališnih kuća i organizacija na *web* lokacijama i društvenim mrežama jedan je oblik digitalizacije, a njemu već dugo svjedočimo. Sve su to situacije implementiranja digitalnog u kazalište, u mnogim je situacijama to efektnije, u mnogima olakša izradu mizanscena, dakako, pruža mnogo novih mogućnosti, no nikada se još nije dogodilo da je kazalište, kao u tih nekoliko mjeseci prošle godine, u potpunosti postalo digitalno.

U ovom završnom radu raspravljalo se upravo o tom terminu nove pojave u kazalištu. S jedne nam je strane, u tom periodu, sve bilo na dlanu. Iz Osijeka smo mogli pratiti predstave velikog Zagreba koje su u normalnim okolnostima 283 kilometra i izvjesnu svotu novca daleko, inozemna su kazališta svoje sadržaje također dijelila *online*, svatko je u tom periodu dobio poriv stvaranja. Na Facebooku je osvanula grupa Umjetnost dolazi vama -grupa u kojoj su pojedinci i skupine iz cijele Hrvatske dijelili sve tadašnje mogućnosti konzumiranja kulture; virtualne šetnje po galerijama, muzejima, radio drame, snimke predstava, *live streamove* predstava, *online* knjige, audio knjige, platforme za gledanje filmova, emisije, *podcaste*, razgovore s umjetnicima i sve moguće alternacije tih relativno uvriježenih pojava. Objave nisu prestajale stizati. Svi su željeli podijeliti svoja otkrića s istomišljenicima, podijeliti svoje uratke, preporučiti tuđe. Grupa i danas postoji, djeluje i trenutno broji 26, 6 tisuća članova.

Sudeći po ishodima promatranih primjera i onome što se sazna u svakodnevnoj interakciji, elan se brzo rasplinuo. Osnovnoškolci su se, gledajući *stream* interaktivne komedije *Botaničari*, zabavili, bilo im je drago što napokon "sudjeluju" u predstavi, no učiteljice su same zaključile kako im kazalište plošno, na ekranu, ne privlači toliku pozornost. Kako i bi,

interaktivna predstava snimana jednom kamerom, četrdeset minuta iz iste perspektive i istog plana jednaka je kao pokušaj razgovora s trgovcima na blagajnama u ožujku 2020. Preko maske na vašem i njihovom licu, kroz prozirnu plastiku koja između vas gradi "nevidljivu" barijeru i nadglašavajući kakofoniju koju stvara ostatak kupaca u trgovini -besmisleno.

Teatrologinja i kazališna kritičarka Anđela Vidović jednom je prilikom, gostujući u HRT -ovoj emisiji "Moj izbor", izjavila kako je kazalište umjetnost kože. Moramo ga osjetiti. Brojne su, naravno, prednosti digitalizacije. Jako joj se zapravo teško oduprijeti u 21. stoljeću. Sve što možemo zamisliti sakupi se ispod kažiprsta na površini računalnog miša, pa tako i kazališni sadržaji dalekih i nama nepoznatih kultura, biografije ili barem okvirne crtice o životima svih kazališnih autoriteta koje možemo zamisliti, na kraju i prostor i sloboda da i sami kreiramo. Ništa nam od toga ne omogućuje da osjetimo. Živo sudjelujemo u umjetnosti koju se definira kao živu.

Činjenica jest da je interes za online kazališne sadržaje, otvaranjem fizičkih prostora kazališta, opao. Rijetko je tko sada, više od godinu kasnije, fasciniran snimkama predstava na internetu. S druge strane, kazališta u Osijeku intenzivno dijele kazališne ulaznice na nagradnim igrama. Bez skakanja na zaključke, ne bi imali što dijeliti da je gledalište (pola njegova kapaciteta) popunjeno.

Možda će pomoći izlaženje iz ekstrema. Kao što je već spomenuto, kazalište i digitalno u istoj rečenici nije novost. Valja osjetiti što publika treba, ne prepustiti se brojnim mogućnostima već promišljati i pametno ih iskoristiti.

10. LITERATURA

Autorske knjige:

1. Batušić, N. (1991.) *Uvod u teatrologiju*, Zagreb, Grafički zavod Hrvatske
2. D`Amico, S. (1972.) *Povijest dramskog teatra*, Zagreb, Nakladni zavod MH
3. De Marinis, M. (2006.) *Razumijevanje kazališta: Obrisi nove teatrologije*, Zagreb, Biblioteka Sintagma
4. Lukić, D. (2010.) *Kazalište u svom okruženju: Kazališni identiteti*, Zagreb, Leykam International
5. Lukić, D. (2016.) *Uvod u primijenjeno kazalište*, Zagreb, Leykam international
6. Pavis, P. (2004.) *Pojmovnik teatra*, Zagreb, Izdanja antibarbarus
7. Sedgman, K. (2018.) *The Reasonable Audience: Theatre Etiquette, Behaviour Policing, and the Live Performance Experience,* Bristol, Palgrave Pivot
8. Zgrabljić Rotar, N. (2020.) *Digitalno doba: Masovni mediji i digitalna kultura*, Zagreb, Biblioteka DIGITALNO DOBA

Rad u časopisu:

1. Martinoli A. (2016.) *Digitalna medijska publika – nova očekivanja, nove navike*, In medias res, URL: https://hrcak.srce.hr/170502 [pristup: 3.9.2021.]
2. Musa, Š. i Šušić, M. (2015.) *Teorija recepcije i školska recepcija*. Hum, URL: https://hrcak.srce.hr/216839 [pristup: 3.9.2021.]
3. Nadrljanski, M., Nadrljanski, Đ., Bilić, M. (2007.) *Digitalni mediji u obrazovanju*, Odsjek za informacijske znanosti, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, URL: https://epale.ec.europa.eu/sites/default/files/7-08_nadrljanski_nadrljanski_bilic_digitalni_mediji_u_obrazovanju.pdf [pristup: 3.9.2021.]
4. Nikčević, S. (2016.) *Suvremeno kazalište i publika ili od prezira publike do opravdanja njezinog bijega,* Dani Hvarskoga kazališta (42), URL: https://hrcak.srce.hr/158040 [pristup: 3.9.2021.]

5. Walmsley, B. (2011.) *Why People Go to the Theatre: A Qualitative Study of Audience Motivation,* Journal of Customer Behaviour, URL: http://eprints.whiterose.ac.uk/79376/ [pristup: 3.9.2021.]

Internetski izvori:

1. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje (2021.), *teatrologija*, Zagreb, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, URL: http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=60609 [pristup: 1.9.2021.]
2. Kunić, D. (2017.) *Specijalisti za digitalne medije*, Medium, URL: https://daliborkunic.medium.com/specijalist-za-digitalne-medije-4a12495f9ab5 [pristup: 1.9.2021.]
3. Virtualno kazalište Promjena, (2020.) *Ideja*, URL: https://vkp.hr/povijest/ [pristup: 3.9.2021.]
4. Grad Delnice (2021.) *Nakon samo tri mjeseca djelovanja, kazališni portal Virtualno kazalište Promjena emitiralo stotu online predstavu*, Grad Delnice, URL: https://delnice.hr/index.php/nakon-samo-tri-mjeseca-djelovanja-kazalisni-portal-virtualno-kazaliste-promjena-emitiralo-stotu-online-predstavu/ [pristup: 3.9.2021.]
5. Barbara Grgić, *Matija Kezele: Na kazališne uloge nikada nisam gledao iz kuta da su one manje ili više teške, prije bih rekao da je svaka od njih zahtjevna na svoj način,* Beli Zagreb grad, URL: https://belizagrebgrad.com.hr/matija-kezele-na-kazalisne-uloge-nikada-nisam-gledao-iz-kuta-da-su-one-manje-ili-vise-teske-prije-bih-rekao-da-je-svaka-od-njih-zahtjevna-na-svoj-nacin/ [pristup: 19.9.2021.]
6. Hrvatski centar UNIMA (2020.), Hrvatska poruka, Zrinka Kolak – Fabijan povodom Svjetskog dana lutkarstva, URL: https://unima.hr/unima/hrvatska-poruka/ [pristup: 19.9.2021.]
7. Teatar to go (2021.) *KLAP KLAP*, URL: https://teatartogo.hr/klap-klap/ [pristup: 21.8.2021.]
8. Teatar to go (2021.) *O nama*, URL: https://teatartogo.hr/o-nama/ [pristup: 21.8.2021.]

9. Igor Tretinjak, *„U ovoj su katastrofi veliki i mali postali svjetovi istih mogućnosti“,* Kritikaz (2021.), URL: https://kritikaz.com/vijesti/Intervjui/51235/%E2%80%9EU_ovoj_su_katastrofi_veliki_i_mali_postali_svjetovi_istih_mogu%C4%87nosti%E2%80%9C?fbclid=IwAR1FCqFiKjzBHu7CBjG3ms8wL7RjOkzjJBUlaFWqitOL2ZVuWUHL5MJ_OHo
10. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa (2006.) *Nastavni plan i program HNOS -a,* URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2006_09_102_2319.html [pristup: 21.8.2021.]
6. Maryville University, *What Is Digital Media? All You Need to Know About This Booming Industry*, URL: https://online.maryville.edu/blog/what-is-digital-media/ [pristup: 3.9.2021.]

11. POPIS ILUSTRACIJA

Popis fotografija

1. Slika 1: Youtube kanal Virtualno kazalište Promjena (screenshot) 14.
2. Slika 2: Youtube kanal KLAP KLAP (screenshot) 15.
3. Slika 3: HNK u Osijeku za maturante (screenshot) 19.
4. Slika 4: Razgovor s glumcima (autor fotografije: Sebastijan Borovčak) 21.