

# KAZALIŠNA PRODUKCIJA – KARIKA BEZ KOJE SE NE MOŽE STVARATI KAZALIŠNA ESTETIKA

PREMIJERE

PORTRET

RAZGOVOR

MEĐUNARODNA  
SCENA

OBLJETNICE

VOX  
HISTRIONIS

TEORIJA

SJEĆANJA

NOVE  
KNJIGE

TEMAT

DRAME

**Darko Lukić: *Produkcija i marketing scenskih umjetnosti***  
Hrvatski centar ITI UNESCO  
Zagreb, 2006.



*U kazalištu je moguće sve, to je kuća čudesa. Najveće je čudo, dakako, da uopće postoji. Diže se u sedam i pol sati zastor, budite svjesni da je to sretan slučaj ili direktno čudo!*

Karel Čapek, *Kako nastaje kazališni komad*<sup>1</sup>

Jedan od pokretača Odsjeka produkcije na Akademiji dramske umjetnosti, doc. dr. Darko Lukić, u svojem iscrpnom udžbeniku, prvom takve vrste u povijesti hrvatskoga kazališta, polazi, naravno, od sasvim suprotne teze nego veliki satiričar Čapek. Iz svoga bogatog kazališnog iskustva u kojem je zasigurno bilo mnoštvo prilika i za satiričarovu tezu, Lukić dokazuje da stvaranje kazališne predstave možda ponekad i predstavlja čudo u umjetničkom smislu, ali nikada u onom produkcijskom: produciranje i najkomornije, najjednostavnije predstave na svijetu ne događa se nikada u sferi čudesa i magije – proizvodnja kazališta je po njegovu mišljenju *vrlo rizičan posao, puno češće mučan i traumatičan negoli glamurozan*, onaj u kojem je *i neuspjeh dio posla i to loše obavljeno!*

Udžbenik je rezultat Lukićevih predavanja na Odsjeku produkcije studentima prve i druge godine studija te dugogodišnjeg bavljenja kazališnom teorijom i praksom (bio je ravnatelj Drame Narodnog pozorišta u Sarajevu i dugogodišnji dramaturg, a potom i ravnatelj Teatra ITD, dramski je pisac i dramaturg na brojnim kazališnim projektima u posljednjih dvadesetak godina).

Ovim udžbenikom on postavlja visoke kriterije pred hrvatske producente od kojih si mnogi često uopće ne postavljaju neka od ključnih pitanja postavljenih u ovoj knjizi: *Zašto sam producent? Znam li točno i jasno što je projekt u koji ulazim i što njime želim postići?* Ovdje se odgovara i na mnoga druga pitanja utemeljena na iskustvu onih koji tvrde da dobra priprema (organizacija) često oslobađa kreativnost te joj daje širok prostor djelovanja čiji su rezultat uspješnije, maštovitije i publici zanimljivije kazališne predstave.

U svom pristupu kojim sagledava predstavu kao cjelovit i dobro organiziran proizvod umjetničkog i struč-

<sup>1</sup> Karel Čapek, *Kako nastaje kazališni komad*, Naprijed, 1964. str. 6.

nog rada velikog broja ljudi, Lukić ujedinjuje dvije posve različite tradicije u organizaciji kazališta, pri čemu se ne vodi slijepo inozemnim primjerima koji se vrlo rijetko podudaraju s našom uvriježenom praksom izraslom na običajnom, naslijedenom i pritom vrlo konzervativnom, a gdjekad i vrlo nestručnom pristupu. Najbrojniji primjeri su u njega oni koji potiču iz angloameričke kazališne prakse koja počiva na liberalnom, tj. slobodnotržišnom modelu, ali za njima ne zaostaju ni oni potekli iz europske prakse zasnovane uglavnom na tradiciji, nacionalnoj borbi i specifičnom izdiferenciranom estetskom izričaju.

Lukić je svjestan slabosti i prednosti obaju globalnih i time vladajućih sustava u suvremenoj kazališnoj produkciji, ali im prilazi selektivno i s velikim razumijevanjem, nastojeći u svakom od njih “kupiti” ono najvrjednije te samo ono provjereno implementirati u naš, često neuredan i nesustavan, a ponekad i stihijski pristup organizaciji, upravljanju i marketingu kazališnih kuća.

Navedeni su brojni primjeri iz tradicionalne, a u novije doba tranzicijske europske prakse koja uglavnom rezultira sustavom koji planira i subvencionira država (Francuska) te zorni primjeri utemeljeni na angloameričkoj praksi, na vlastitij prilagodbi magičnog dvojstva *proizvod – tržište* (Irska, Finska, Škotska, Španjolska). U ovom trenutku, to je jedino i moguće – naša praksa, koja dosada nije imala nikakav teorijski pristup, vapi za ovakvom vrstom analiza, kompendijem uputa, savjeta i pokoje benevolentne kritike, a sve to kroz *razumljivu, korisnu i nadasve primjenjivu* građu.

Na taj način autor pokriva široke i mnogobrojne ciljne skupine potencijalnih korisnika: od studenata i nastavnika produkcije, režije, dramaturgije i glume preko amaterskih i profesionalnih skupina te onih pojedinaca koji ne misle da znaju sve o kazališnom mehanizmu samim tim što su stupili na mjesto ravnatelja ili intendantta. Ovo je također koristan podsjetnik kazališnim umjetnicima, teoretičarima, kritičarima i svima koji ne žele biti lišeni odgovora na pitanje kako golu ideju pretvoriti u konkretnu predstavu ili manifestaciju – ukratko, za sve one koji žele upoznati i probuditi kritički pogled na unutrašnjost kazališnog mehanizma i njegove proizvodnje.

Kao konkretna pomoćna sredstva, na kraju knjige priloženi su nadasve korisni dodaci: mnoštvo tablica, primjeraka ugovora, troškovnika itd., preuzetih iz europske i svjetske prakse u vrlo standardiziranim oblicima.

Udžbenik se sastoji od tri dijela – prvi pod naslovom *Osnove produkcije scenskih i izvedbenih umjetnosti* razjašnjava pojmove *producent-produkcija*, pregledno i vrlo detaljno obrađuje složene procese u oblikovanju proizvodnje kazališne predstave i to u ciklusima *pre-produkcije, produkcije i postprodukcije* kao osnovnim elementima svekolike kazališne proizvodnje. Uz podcrtavanje važnosti i sadržajno raščlanjivanje vrsta planiranja, donosi tablice i dijagrame (GANT i PERT) koji bi trebali biti svakodnevnica svakoga ozbiljnog kazališnog producenta. Izuzetno je važna precizna podjela kazališta na vrste i tipove te primjerima popraćene razlike između njih.

Drugi dio udženika pod naslovom *Praktični poslovi kazališne produkcije* kreće od samo naoko jednostavne operacije zvane *Osiguranje opcije*, nastavlja *Zatvaranjem financijske konstrukcije* uz definiranje pojmova i razjašnjenje razlika između *subvencije, sponzorstva, donacije, pokroviteljstva, vlastitog prihoda i fundraisinga*. Navode se svi bitni administrativni pa i tehnički zahtjevi koji stoje pred producentima i organizatorima, a posebna je pažnja posvećena brojnim problemima oko okupljanja timova, bilo umjetničkih, tehničkih ili administrativnih. Autor pritom ne zaboravlja i “sitnice” koje u kazalištu doista mogu imati veliku težinu, raščlanjuje primjerice vrste sastanaka koji odaju filozofiju i poslovnu kulturu pojedinih kazališnih uprava, inzistirajući pritom na važnosti *osobnog pristupa*. Važni su i detalji koji nam se čine tako prirodnim i ukorijenjenim u kazališnu djelatnost da o njima i ne razmišljamo kao o bitnim kockicama u konstrukciji zvanj proizvodnja kazališne predstave (*gratis ulaznice, dan poslije premijere, producentov odmor*, pa sve do onih “jednostavnih” operacija koje se većini podrazumijevaju: *transport, montaža scenografije, čišćenje kostima ili mnogima tako drag – domjenak*).

Za većinu domaćih, ne samo kazališnih uprava, od velike je važnosti osvješćivanje pojma *Timski rad i upravljanje humanim resursima*, dio koji u knjizi funkcionira

poput kakvog bonusa za odlikaše: uz pomoć brojnih primjera iz uglavnom inozemnih sredina ističe se važnost sociologije i psihologije u poslu kazališnog producenta, koje se mogu primijeniti i u brojnim drugim društvenim djelatnostima: (poglavlja – *odabir i angažiranje suradnika, CV-pravila, intervjui, audicija, odabir pristupnika i timski rad*, koji su uz pojmove poput *otklanjanja tenzija u menadžmentu te uplivi emocija* (tako nužnih u kreativnom dijelu kazališne djelatnosti), dio svakodnevnice današnjega globalnog poslovnog okruženja.

Ovdje dolazi do izražaja širina literature kojom se autor služio, a u kojoj su velikim dijelom zastupljeni autori iz širih područja psihologije, kulturne politike, biznisa i općenito ekonomije (*Beguín, Edvinsson, Godin, Goleman, Naomi Klein, Kotler, Levinson, Lipmann, Mackay, Maslow, Poole* i drugi). U tako širokom sadržajnom luku uspijeva se prikazati razlika između teatarskog kao autoru najdražeg i svih ostalih poslova na svijetu te ilustrirati, po riječima jedne od recenzentica dr. Sibile Petlevski, *stalnu i neizbježnu međuovisnost kazališta i elemenata njegova društvenoga okruženja (ekonomskog, političkog, demografskog, kulturnog i tehnološkog)*.

Bilo bi doslovno nemoguće pobrojati sve, često i vrlo duhovite, ponekad tragikomične primjere i citate iz prakse koji autora provociraju na brojne naputke, savjete i pouke, stvarajući svojevrsnu kutiju punu sitnih, korisnih stvarčica, mogli bismo reći – rekvizitarija bez kojih bismo u određenoj situaciji bili izgubljeni.

Treći, ujedno i završni dio ove "trilogije" bavi se Marketingom i njegovim razlikama između institucija okrenutih tržištu i onih subvencioniranih, ne zaboravljajući globalne promjene u marketinškim dostignućima (*relationship marketing*). Pritom nastoji slikovitim primjerima primijeniti te i mnoge druge obrasce na marketing u kazalištu, gdje dolazi do poraznih rezultata. Primjere, marketinško planiranje koje u korporativnim cjelinama predstavlja kralježnicu djelovanja na potencijalne korisnike, u najvećem broju hrvatskih kazališta predstavlja potpunu nepoznanicu, a njegovi osnovni postupci kao što su *misija, ciljevi, strategija, taktika, analiza* po mnogima su u našoj sredini dio "hard" biznisa, a ne tako "fluidnog" medija kao što je kazalište. Za one koji nikada neće implementirati te zahtjevne kategorije u svoju kuću ponudeni su alternativni oblici marketinga, pri čemu se inzistira na prijeko potrebnom definiranju

kazališnog tržišta po uzoru na Irsku, Finsku, Škotsku, Wales, Skandinaviju, Francusku i Španjolsku i to po različitim kriterijima (spol, obiteljska pripadnost, obrazovanje, zaposlenost, dohodak) – postupci od kojih njezdan nikada nije proveden u Hrvatskoj.

Autor je pritom svjestan da je zakoračio u područje čiji se krajobraz mijenja gotovo svakodnevno te da se od njega tijekom sljedećih akademskih godina očekuju nova, nadopunjena izdanja jer se novi zakoni pišu i proglašavaju, omogućujući kazališnom organizmu da pronalazi lakše, jeftinije i publici zanimljivije estetske i one, čapekovskim rječnikom rečeno, "obrtičke" sadržaje koji se tiču ustroja, financiranja i upravljanja kazalištima.

Problemi na koje nailazi u ovom, prvom pokušaju strukturiranja kazališnih poslova u povijesti hrvatskoga kazališta su brojni, a jedan od dominantnijih upravo je nedostatak terminologije, koja je sva uglavnom angloamerička, tj. dosad neprevedena, a ponekad i teško prevediva ili gotovo neprevediva – no nisu li i sami termini *produkcije, menadžmenta i marketinga* baš kao i djelatnosti koje pokrivaju nastali u Britaniji i SAD-u.

Ovdje je primjetan utjecaj Stephena Langleyja, profesora na City University of New York i jednog od najvećih autoriteta na području osnova iz produkcijske prakse i općenito umjetničkog menadžmenta, koji je prvi uspješno strukturirao pojmove iz struke u relevantan teorijski zbroj. Ovdje se mora spomenuti i utjecaj drugih autoriteta na tom polju koji su odavno ušli u životopise mnogih dramskih škola širom svijeta: Donald Farber, Pauline Menear i Terry Hawkins, Danka Muždeka Mandžuka, Jesus Cimaró, Theresa Collins, Hubert Hefner, Peter Mudford, Alojz Ujes i brojni drugi.

Ovaj, za našu sredinu pionirski priručnik pruža nam, bez obzira nalazili se s ove ili s one strane kazališnog zastora, izuzetno uzbudljiv pogled u samu unutrašnjost kazališnog stroja koju često zanemarujemo držeći je manje važnom od one kreativne, a koja se i sama ne može uvijek – možda upravo zbog loše vođenoga produkcijskog procesa – nazvati umjetničkom.

ANTONIJA BOGNER ŠABAN

## TEMELJNO UPORIŠTE ZA IZUČAVANJE LUTKARSTVA

**Borislav Mrkšić: Drveni osmjesi rediva  
Eseji iz povijesti i teorije lutkarstva  
Međunarodni centar za usluge u kulturi (MCUK)  
Zagreb, 2006.**



Prvo izdanje knjige *Drveni osmjesi* pojavilo se 1975. godine, a njezin je autor, Borislav Mrkšić (Celje, 1925. – Zagreb, 1994.), svojim pristupom povijesnoj i teorijskoj problematici lutkarstva upozorio na ozbiljnu potrebu za takovrsnom literaturom. Kao i u svojim prethodnim knjigama s istoga područja *O literaturi za dječju scenu* i *Riječ i maska*, 1971., ali i u svojim sljedećim, *Poetika radio-drame*, 1968. i *Avangarda umire mlada*, 1978., Mrkšić stručno potkovano opservira svoje postavke o kompleksnosti i isprepletenosti dramskoga i kazališnog izraza, s posebnim osvrtom na posebnost radijskog medija. Spisateljska konkretizacija takva određenja vezana je uz njegovu naobrazbu (Kazališna akademija u Zagrebu i specijalizacija na praškoj Lutkarskoj akademiji), a multiplicirana je prevodilačkim, dramaturškim i redateljskim iskustvom (Zagrebačko dramsko kazalište, Dramsko kazalište "Gavella" i Televizija Zagreb). Konačno se opredjelivši za lutkarstvo, Mrkšić je u svojim dramaturzijama i ključnim režijama (Anderesen, *Palčica*, Pehr-Spačil, *Guliver*, Čapek, *O psiću i mačkici*, Šenoa, *Postolar i vrag*) i praktički osvjedočio da se umjetnička intrigantnost te struke zasniva na uvjer-

ljivo obrađenom scenariju (utjecaj Gavellinih nazora) koji potom scenski podupire realizaciju simbolične pojavnosti dramskih junaka. Povijesni presjek lutkarstva Mrkšić razmatra kroz gotovo kroz tri tisuće godina (Daleki istok, Grčka), da bi temeljni interes usmjerio na razdoblje romantizma, potežući ga sve do sredine dvadesetoga stoljeća (Bertolt Brecht), odnosno do svoga neposrednog interesa za teatar apsurdna. Vremensku umreženost brojnih podataka i činjenica (izvedbene tehnike, rekonstrukcija predstava) potkrepljuje prikazom različitih teorijskih pogleda (reforma Gordona Craiga), a inovativno progovara o utjecaju ruskog (Sergej Oblasov), poljskog (Henrik Jurkowski) i češkog (Vladimir Predmersky) lutkarstva, upozoravajući na njihovu važnost pri osamostaljenju i profesionalizaciji hrvatskoga lutkarstva. Poput većine povjesničara lutkarstva, Mrkšić u uvodnom poglavlju knjige *Drveni osmjesi* osvjetljava odnos djeteta spram predmeta koji ga okružuju, smatrajući ga neobično korisnim za razvijanje ljudske maštovitosti. Inzistirajući na estetičkom zajedništvu kazališne umjetnosti, svoju postavku razmatra na primjeru monologa kao dramske vrste, kada glumac na živoj