

Небојша Брадић

ПОЗОРИШТЕ У КРЕАТИВНИМ ИНДУСТРИЈАМА

Припадање европској породици народа подразумева равноправност, а за нас кључна равноправност лежи у истицању и представљању домета уметности и културе, чиме се формира идентитет који у очима јавног мњења других земаља – оних земаља које су оствариле највише домете у уметности – јесте мерило суштинске равноправности. Културна политика једне земље није само проблем новца. То је питање низа мера у корист културног живота како би се подигао профил одређене земље као културне нације у европском контексту. Позориште у свему томе има веома важну улогу.

Пре десет година сам са Бобом Нидерлендером, једним од власника позоришта на њујоршком Бродвеју, водио разговор о будућности

мјузикла. Док сам износио планове о продукцији мјузикла на Балкану, он је говорио о пласману мјузикла у Кини. За време састанка стално је користио термин индустрија, док сам ја инсистирао на изразу позориште. И док је за мене позориште нудило могућност за ангажовање емоција, остваривања међуљудских веза, за мог саговорника било је најважније да ли је турнеја популарног мјузикла *42. улица* у Кини одржива, односно да постоји публика која би плаћала педесет долара за појединачну улазницу. Једина ствар у чему смо се сложили била је да индустрија може бити заинтересована за теме које на први поглед не припадају ширем интересовању гледалаца који долазе на Бродвеј.

Од тог времена до данас ствари су се битно промениле. Амерички мјузикл је стигао у Кину, Београд је постао центар мјузикла у југоисточној Европи, а термин индустрија је ушао у употребу у разговорима о култури и уметности. За оне који се баве културном политиком, израз индустрија није нов. У ранијим периодима у употреби је био израз делатност. Међутим, када кажемо културна делатност, наша прва асоцијација је самоуправни социјализам и широко активистичко значења ове синтагме. Израз културна индустрија указује на то да креативност израста из одређеног културног контекста и наглашава културни садржај идеја, вредности и традиције.

Поред културних индустрија у употреби је и термин креативне индустрије. Креативне индустрије наглашавају новитет и иновацију, а креативност стављају у контекст личног талента, искуства и рада који не зависе од државних и(ли) националних граница. Концепт креативних индустрија комбинује и радикално мења – два старија термина: креативне уметности и културне индустрије. Ова промена је значајна јер доводи уметност у директни контакт са индустријама широких размера, каква је индустрија забаве. Концепт је употребљив, али је често оспораван, јер придаје превише пажње раду и производима, уместо

уметности и култури, као што је то током разговору на Бродвеју чинио и мој саговорник.

Упркос све јачим тенденцијама ка интернационализацији културних садржаја, највећи број развијених земаља настоји да афирмише културне идентитете и да користи посебност културе народа и држава. На том пољу креативне индустрије могу бити важне за очување културног идентитета, јер користе специфичности локалних култура чинећи одређене заједнице конкурентним и пожељним. То могу бити пројекти из материјалне и нематеријалне баштине, позоришна представа, пантомима или перформанс, видео-игра која користи класичну или фолклорну музику, литерарна манифестација, музички или филмски фестивал. Без различитости и разноврсности у креативним индустријама, лако се може постати монокултуран, отуђен и, веома брзо, сасвим небитан.

Некада је комерцијално позориште било строго одвојено од институционалног позоришта. Та граница је временом постала мање оштра и омогућила је међусобни утицај. Успон комерцијалног позоришта и његов професионализам донео је значајне последица по некомерцијалну сцену, како је оценио Драган Клаић у својој књизи „Почети изнова“. Међутим, без обзира на то што се у обезбеђивању за-

баве ослања на потрошњу, тржишне трендове и економске параметер, комерцијалном позоришту и те како је потребно јако институционално позориште. Институционално позориште је истраживачка и развојна лабораторија коју подржавају јавне власти. Оне то чине са свешћу да уметност која се ствара у позоришним институцијама мења животе људи и ствара бројне користи локалне заједнице и државе у целини.

Позоришне представе Националног театра у Лондону добијају државну подршку. Улога Уметничког савета преко кога Велика Британија подржава извођачке уметности састоји се у томе да омогући настанак нових позоришних дела и обезбеди да улазнице институционалних позоришта буду доступне за различите слојеве публике, посебно за младу публику и пензионере. После планираног извођења на матичној сцени, на основу продуцентских процена, одређене представе се пребацују на комерцијалне сцене Вест Енда. Квалитет извођења, глумачка подела и сценски дизајн и даље су на врхунском нивоу, сем што је цена улазнице знатно виша. Комерцијалне сцене исплаћују дивиденде ауторима, уметничким компанијама и институцијама чије представе користе. Национални театар тај приход инвестира у нове наслове или попуњава „рупе“ у буџету.

У условима позоришне праксе у Србији готово је немогуће створити позоришну представу која остварује уметничке циљеве и има економску одрживост. Трошкови прављења представа и постпродукција не може бити покривена приходима са благане. У Србији је најближи овом моделу одрживости је београдски Звездара театра који негује репертоар базиран на савременом домаћем тексту и формира глумачке тимове са звездама које гарантују тржишну препознатљивост. На тај начин ово позориште користи инфраструктуру и јавну подршку, али озбиљно рачуна на потенцијал тржишта.

Глобална доминација тржишног модела у економији битно утиче на културно-уметничку понуду, самим тим и понуду наших позоришта. Некада је позоришна премијера била једини културни догађај, сада је само један од могућих избора за гледаоца – конзумента културе. Свакодневни изазов представљају бројни телевизијски канали, интернет портали, нове платформе... Позоришна институција која је заглављена у праксама прошлих времена, уколико не проналази своје одговоре, биће превазиђена и неинтересантна. По мом мишљењу, ако желимо стварно популарну, незаборавну, резонантну уметност, она мора бити најбоља.

Већина земаља дефинише националне циљеве за развој културе у

складу са сопственим културним потребама. Међу овим циљевима су: креативност, разноврсност и аутентичност уметничког израза, учешће јавности, стручно знање и процес сталног образовања грађана. Осмишљене културне политике указују да су уметност и креативне индустрије покретачи у средишту развоја просперитетног друштва, док га некултивисане силе слободног тржишта омаловажавају и поништавају.